



РУСИСТИКА

2021 Том 19 № 4

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ МЕДИАРУСИСТИКИ

Приглашенный редактор – *М.В. Иванова*,

доктор филологических наук, профессор, декан очного факультета
Литературного института имени А.М. Горького, Москва, Российская Федерация

DOI 10.22363/2618-8163-2021-19-4

<http://journals.rudn.ru/russian-language-studies>

Научный журнал

Издается с 2003 г.

Издание зарегистрировано Федеральной службой по надзору в сфере связи,
информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор)
Свидетельство о регистрации ПИ № ФС 77-72956 от 25.05.2018 г.
Учредитель: Федеральное государственное автономное образовательное
учреждение высшего образования «Российский университет дружбы народов»

Главный редактор

Шаклеин В.М. – академик РАЕН, доктор филологических наук, профессор, заслуженный работник высшей школы РФ, почетный работник высшего профессионального образования РФ, член правления Российского общества преподавателей русского языка и литературы (РОПРЯЛ), член Совета по русскому языку при президенте РФ, заведующий кафедрой русского языка и методики его преподавания филологического факультета Российского университета дружбы народов, Москва, Российская Федерация

Ответственный секретарь

Стрельчук Е.Н. – доктор педагогических наук, доцент кафедры русского языка и методики его преподавания филологического факультета Российского университета дружбы народов, Москва, Российская Федерация

Члены редакционной коллегии

Алефиренко Н.Ф. – действительный член Российской академии социальных наук, заслуженный деятель науки РФ, доктор филологических наук, профессор кафедры русского языка Белгородского государственного университета, Белгород, Российская Федерация

Бальхина Т.М. – академик МАНПО, вице-президент РОПРЯЛ, доктор педагогических наук, профессор, профессор кафедры русского языка и методики его преподавания филологического факультета Российского университета дружбы народов, Москва, Российская Федерация

Вальтер Харри – член президиума Международной ассоциации преподавателей русского языка и литературы (МАПРЯЛ), доктор филологических наук, профессор, профессор Института славистики Университета имени Эрнста Морица Арндта, заместитель председателя Фразеологической комиссии при Международном комитете славистов, Грайфсвальд, Федеративная Республика Германия

Гаврилина М.А. – доктор педагогики, профессор, профессор Латвийского университета, Рига, Латвийская Республика

Гусман Тирадо Рафаэль – член президиума МАПРЯЛ, доктор филологических наук, профессор кафедры греческой и славянской филологии Гранадского университета, Гранада, Королевство Испания

Дейкина А.Д. – заслуженный деятель науки и образования, доктор педагогических наук, профессор, профессор кафедры методики преподавания русского языка Института филологии Московского педагогического государственного университета, Москва, Российская Федерация

Дэвидсон Дэн – почетный президент Американских советов по международному образованию АСПРЯЛ и АКСЕЛС, старший академический советник и директор научно-исследовательского центра Американских советов по международному образованию, директор Института русского языка, иностранный член Российской академии образования, PhD по филологии, профессор по русскому языку и изучению иностранного языка Брин-Мор колледжа, Вашингтон, Соединенные Штаты Америки

Загоровская О.В. – председатель Совета по русскому языку при администрации Воронежской области, доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры русского языка, современной русской и зарубежной литературы Воронежского государственного педагогического университета, Воронеж, Российская Федерация

Маслова В.А. – член президиума ВАК Республики Беларусь, доктор филологических наук, профессор кафедры общего и русского языка филологии Витебского государственного университета, Витебск, Республика Беларусь

Мокиенко В.М. – действительный член Европейского общества фразеологов «ЕВРОФРАЗа», доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры славянской филологии Санкт-Петербургского университета, Санкт-Петербург, Российская Федерация

Перотто Моника – PhD по педагогике, профессор, научный сотрудник кафедры русского языка факультета иностранных языков и литературы Болонского университета, Болонья, Итальянская Республика

Протасова Е.Ю. – доктор педагогических наук, профессор, профессор-адъюнкт отделения языков гуманитарного факультета Хельсинкского университета, Хельсинки, Финляндская Республика

Рацибурская Л.В. – действительный член комиссии по славянскому словообразованию при Международном комитете славистов, доктор филологических наук, профессор, заведующая кафедрой современного русского языка и общего языкознания Национального исследовательского Нижегородского государственного университета имени Н.И. Лобачевского, Нижний Новгород, Российская Федерация

Рязанова-Кларк Лара – член Королевского лингвистического общества, PhD по филологии, заведующая русским отделением Эдинбургского университета, академический директор Российского центра княгини Дашковой при Эдинбургском университете, директор научного центра «Русский язык в контексте», Эдинбург, Соединенное Королевство Великобритании и Северной Ирландии

РУСИСТИКА

ISSN 2618-8163 (Print); ISSN 2618-8171 (Online)

4 выпуска в год (ежеквартально).

Языки: русский, английский.

Входит в перечень рецензируемых научных изданий ВАК РФ.

Опубликованные в журнале статьи индексируются в международных реферативных и полнотекстовых базах данных: РИНЦ Научной электронной библиотеки (НЭБ), Scopus, DOAJ, Ulrich's Periodicals Directory, EBSCOhost, Google Scholar, Cyberleninka, WorldCat, East View, Dimensions, Mendeley.

Цель и тематика

Научный журнал «Русистика» специализируется на рассмотрении актуальных вопросов русского языка и методики его преподавания как родного, неродного и иностранного в условиях русской, близкородственной и неродственной языковых сред.

Журнал является площадкой для научного сообщества в области отечественной и зарубежной русистики, освещает спектр проблем как собственно лингвистических, так и связанных с культурно-историческими и социальными аспектами изучения и преподавания русского языка.

Миссия журнала заключается в предоставлении возможностей русистам из различных стран и регионов объективно информировать международное научное сообщество о состоянии исследований русского языка, проблемах его функционирования в многополярном мире, привлекать дополнительный интерес ученых к этим проблемам.

Цель журнала: создание научного-исследовательского, образовательного и информационного пространства для взаимного обмена достижениями российских и зарубежных ученых, специализирующихся в области русского языка и методики его преподавания.

Задачи:

1. Обмен научными достижениями российских и зарубежных коллег в области русистики, публикации результатов научных центров по проблемам развития и сохранения русского языка в многополярном мире.
2. Рассмотрение теоретических исследований по проблемам функционирования русского языка в России и зарубежных странах.
3. Актуализация проблем методики преподавания русского языка как родного, неродного, иностранного.
4. Анализ современных тенденций в развитии школьной и вузовской русистики.
5. Отражение вопросов изучения и преподавания русского языка как иностранного и проблем сохранения русского языка в диаспоре.

6. Проблемы развития русского языка как языка науки.

7. Освещение государственной политики в области русского языка и методики его преподавания.

8. Презентация медиадидактических и электронных средств обучения русскому языку и методике его преподавания.

Очередные выпуски журнала, как правило, являются тематическими и посвящены наиболее актуальным проблемам русистики. Выход тематических номеров анонсируется на сайте журнала.

Материалы могут быть представлены в виде научных статей (теоретических, научно-практических, научно-методических), обзорных научных материалов, рецензий, аннотаций, а также научных сообщений, посвященных деятелям российской и зарубежной науки. Для начинающих ученых предназначена рубрика «Страничка молодого исследователя».

К публикации принимаются только оригинальные статьи, ранее не опубликованные. Самоплагат не допускается.

Журнал входит в Перечень рецензируемых периодических изданий, публикации которых принимаются к рассмотрению ВАК РФ при защите диссертационных исследований.

Перечень отраслей науки и групп специальностей научных работников в соответствии с номенклатурой ВАК РФ:

10.02.01 – Русский язык;

10.02.19 – Теория языка;

13.00.02 – Теория и методика обучения и воспитания (по областям и уровням образования).

Журнал имеет международный статус, который определен составом редколлегии и рецензентами (известные ученые иностранных академий и университетов из России, США, Беларуси, Испании, Италии, Латвии, Финляндии, Германии, Великобритании).

Журнал выходит один раз в квартал (4 номера в год). Подписка на печатную версию журнала оформляется в почтовых отделениях РФ. Индекс журнала в каталоге подписных изданий – 36433.

Редактор *Ю.А. Заикина*

Компьютерная верстка *Ю.А. Заикиной*

Адрес редакции:

Российская Федерация, 115419, Москва, ул. Орджоникидзе, д. 3

Тел.: +7 (495) 955-07-16; e-mail: publishing@rudn.ru

Адрес редакционной коллегии журнала:

Российская Федерация, 117198, Москва, ул. Миклухо-Маклая, д. 10, корп. 2

Тел.: +7 (495) 434-07-45; e-mail: rflj@rudn.ru

Подписано в печать 21.12.2021. Выход в свет 28.12.2021. Формат 70×108/16.

Бумага офсетная. Печать офсетная. Гарнитура «Times New Roman».

Усл. печ. л. 11,90. Тираж 500 экз. Заказ № 1141. Цена свободная.

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования

«Российский университет дружбы народов»

Российская Федерация, 117198, Москва, ул. Миклухо-Маклая, д. 6

Отпечатано в типографии ИПК РУДН

Российская Федерация, 115419, Москва, ул. Орджоникидзе, д. 3

Тел. +7 (495) 955-08-74; e-mail: publishing@rudn.ru



RUSSIAN LANGUAGE STUDIES

2021 VOLUME 19 NUMBER 4

MODERN ISSUES OF RUSSIAN MEDIA LANGUAGE STUDIES

Guest Editor – *Maria V. Ivanova*,

Doctor of Philology, Full Professor, Dean of the Faculty of Full-Time Education,
Maxim Gorky Institute of Literature and Creative Writing, Moscow, Russian Federation

DOI 10.22363/2618-8163-2021-19-4

<http://journals.rudn.ru/russian-language-studies>

Founded in 2003

Founder: PEOPLES' FRIENDSHIP UNIVERSITY OF RUSSIA

EDITOR-IN-CHIEF

Viktor M. Shaklein – member of the Academy of Natural Sciences, Doctor of Philology, Professor, Honoured Employee of Higher Education of the Russian Federation, Honoured Higher and Professional Education Employee of the Russian Federation, member of Executive Board of Russian Association of Teachers of the Russian Language and Literature (ROPRYAL), member of Presidential Russian Language Council, Head of the Chair of the Russian Language and Methods of Teaching (Peoples' Friendship University of Russia (RUDN University)), Moscow, Russian Federation

EXECUTIVE SECRETARY

Elena N. Strelchuk – Doctor of Pedagogy, Associate Professor of the Chair of the Russian Language and Methods of Teaching (Peoples' Friendship University of Russia (RUDN University)), Moscow, Russian Federation

EDITORIAL BOARD

Nikolay F. Alefirenko – full member of the Academy of Social Sciences, Honored Scientist of the Russian Federation, Doctor of Philology, Professor, Professor of the Chair of Russian Language, Belgorod State University, Belgorod, Russian Federation

Tatyana M. Balykhina – member of the International Teacher's Training Academy of Science (MANPO), Vice-President of Russian Association of Teachers of the Russian Language and Literature (ROPRYAL), Doctor of Pedagogy, Professor, Professor of the Chair of the Russian Language and Methods of Teaching, Peoples' Friendship University of Russia (RUDN University), Moscow, Russian Federation

Dan Davidson – President Emeritus and Director of American Councils Research Center (ARC), American Councils for International Education, Director of Russian Language Centre, Foreign Member of Russian Academy of Education, PhD in Philology, Professor of the Russian Language and Foreign Language Studies, Bryn Mawr College, Washington, United States of America

Alevtina D. Deikina – Honoured Worker of Science and Education, Doctor of Pedagogy, Professor, Professor of the Chair of Methods of Teaching Russian, Institute of Philology, Moscow Pedagogic State University, Moscow, Russian Federation

Margarita A. Gavrilina – Doctor of Pedagogy, Professor, Professor of Lithuanian University, Riga, Republic of Latvia

Rafael Gusman Tirado – member of Executive Board of International Association of Teachers of the Russian Language and Literature (MAPRYAL), Doctor of Philology, Professor of the Chair of Greek and Slavonic Philology, Granada University, Granada, Kingdom of Spain

Valentina A. Maslova – member of the Presidential Board of Higher Attestation Commission of Belarus, Doctor of Philology, Professor of the Chair of General and Russian Linguistics, Vitebsk State University, Vitebsk, Republic of Belarus

Valeriy M. Mokienko – full member of European Society of Phraseologists "EUROPHRAS", Doctor of Philology, Professor, Professor of the Chair of Slavonic Philology, Saint Petersburg University, Saint Petersburg, Russian Federation

Monica Perotto – PhD in Pedagogy, Professor, research assistant and Associate Professor of the Chair of the Russian Language Foreign Languages Faculty, Bologna University, Bologna, Italian Republic

Ekaterina Yu. Protasova – Doctor of Pedagogy, Professor, Associate Professor of Language Department, Humanitarian Faculty, Helsinki University, Helsinki, Republic of Finland

Larisa V. Ratsiburskaya – full member of Slavonic Education Commission under International Committee of Slavistics, Doctor of Philology, Professor, Chairperson of the Chair of Modern Russian Language and General Linguistics, National Research Lobachevsky State University of Nizhny Novgorod, Nizhny Novgorod, Russian Federation

Lara Ryazanova-Clarke – member of Royal Linguistic Society, PhD in Philology, Chairperson of Russian Department of Edinburgh University, Academic Director of Russian Centre of Princess Dashkova in Edinburgh University, Director of Scientific Centre "Russian Language in Context", Edinburgh, United Kingdom of Great Britain and Northern Ireland

Harry Walter – member of the Presidium of International Association of Teachers of Russian Language and Literature, Doctor of Philology, Professor, Professor of the Ernst Moritz Arndt University, Institute of Slavistics, Deputy of Chairperson of Phraseological Commission under International Committee of Slavists, Greifswald, Federal Republic of Germany

Olga V. Zagorovskaya – Chairperson of Russian Language Council of Voronezhskaya oblast Administration, Doctor of Philology, Professor, Professor of the Chair of the Russian Language, Modern Russian and Foreign Literature, Voronezh State Pedagogic University, Voronezh, Russian Federation

RUSSIAN LANGUAGE STUDIES

Published by the Peoples' Friendship University of Russia (RUDN University)

ISSN 2618-8163 (Print); ISSN 2618-8171 (Online)

Publication frequency: quarterly.

Languages: Russian, English.

Indexed by Russian Index of Science Citation, Scopus, DOAJ, Ulrich's Periodicals Directory, EBSCOhost, Google Scholar, WorldCat, East View, Dimensions, Mendeley.

Aims and Scope

The journal "Russian Language Studies" is specialized in actual problems of the Russian language and methods of teaching Russian as a foreign, non-native, and native language under the conditions of Russian, closely related and unrelated linguistic environment.

The journal presents a platform for Russian and foreign scientists, reflects not only linguistic, but also cultural, historical, social aspects of learning and teaching Russian.

The mission of the journal is to give the opportunity to specialists in Russian philology from different countries and regions to objectively inform international scientific community about modern research in the Russian language, its functioning in the multipolar world and to draw the scientific attention to these problems.

The aim of the journal is to create scientific, research, educational and information space for presenting the achievements of Russian and foreign scientists in Russian language studies and methods of teaching Russian as a foreign language.

The targets of the journal are:

1. Delivering the achievements of Russian and foreign scientists in Russian language studies, publishing the results of scientific centres in developing and keeping the Russian language in the multipolar world.
2. Characterizing theoretical papers on Russian language functioning in Russia and abroad.
3. Pointing out the problems in methods of teaching Russian as a foreign, non-native, and native language.
4. Analyzing modern trends in Russian language teaching at school and university.
5. Reflecting problems of learning and teaching Russian as a foreign language and keeping the Russian language in diasporas.
6. Problems of developing Russian as a language of science.
7. Presenting Russian national policy in the Russian language and methods of its teaching.
8. Demonstrating media-didactic and electronic means of teaching Russian.

Next issues of the journal are planned as thematic ones and are devoted to the most actual problems of Russian language studies. Thematic issues are announced at the journal site.

The journal publishes scientific articles (theoretical, academic and research, methodical), review articles, book reviews, annotations, scientific reports about Russian and foreign scientists. The articles written by starting investigators are published on the "Page of a young scientist".

The journal publishes only original articles which have not been published before. Self-plagiarism is not allowed.

The journal has an international status proved by the editorial board and reviewers including outstanding scientists from Russia, the United States, Belarus, Spain, Italy, Latvia, Finland, Germany, Great Britain.

The journal is published every three months with 4 issues a year. Readers can subscribe to the journal in post-offices of the Russian Federation. The index of the journal in subscription edition catalogue is 36433.

Copy Editor *Iu.A. Zaikina*

Layout Designer *Iu.A. Zaikina*

Address of the editorial board:

3 Ordzhonikidze St, Moscow, 115419, Russian Federation

Tel.: +7 (495) 955-07-16; e-mail: publishing@rudn.ru

Address of the editorial board of the journal:

10 Miklukho-Maklaya St, bldg 2, Moscow, 117198, Russian Federation

Ph.: +7 (495) 434-07-45; e-mail: rflj@rudn.ru

Printing run 500 copies. Open price.

Peoples' Friendship University of Russia
6 Miklukho-Maklaya St, Moscow, 117198, Russian Federation

Printed at RUDN Publishing House
3 Ordzhonikidze St, Moscow, 115419, Russian Federation
Tel.: +7 (495) 955-08-74; e-mail: publishing@rudn.ru

СОДЕРЖАНИЕ

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ МЕДИАРУСИСТИКИ

РУССКИЙ ЯЗЫК В ИНТЕРНЕТ-ПРОСТРАНСТВЕ

- Иванова М.В. (Москва, Российская Федерация), Клушина Н.И. (Москва, Российская Федерация)** Русский язык в современном интернет-пространстве: динамические процессы и тенденции развития 367
- Копнина Г.А. (Красноярск, Российская Федерация), Кошкарова Н.Н. (Челябинск, Российская Федерация), Сквородников А.П. (Красноярск, Российская Федерация)** Языковые последствия современных информационно-психологических войн в русскоязычных массмедиа: постановка проблемы 383

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ИССЛЕДОВАНИЙ РУССКОГО ЯЗЫКА

- Загидуллина М.В. (Челябинск, Российская Федерация), Киклевич А.К. (Ольштын, Республика Польша)** Некоторые аспекты демократизации языка современных российских СМИ 401
- Коньков В.И. (Санкт-Петербург, Российская Федерация), Соломкина Т.А. (Санкт-Петербург, Российская Федерация)** Коммуникативный статус профессиональной журналистской речи в русскоязычной медийной среде 419
- Мартирян Н.И. (Ереван, Республика Армения)** Особенности газетных заголовков в русскоязычной прессе Армении 436
- Моисеенко Л.В. (Москва, Российская Федерация), Керо Хервилья Э. (Гранада, Королевство Испания)** Прецедентное пространство русского массмедийного дискурса 453
- Рацибурская Л.В. (Нижний Новгород, Российская Федерация), Жданова Е.А. (Нижний Новгород, Российская Федерация)** Специфика русских медийных новообразований в отражении социальных реалий 466
- Шумилина С.А. (Москва, Российская Федерация), Левина В.Н. (Москва, Российская Федерация)** Имплицитные способы выражения авторской позиции в публицистическом дискурсе блогосферы Рунета 481

CONTENTS

MODERN ISSUES OF RUSSIAN MEDIA LANGUAGE STUDIES

RUSSIAN LANGUAGE IN THE INTERNET

- Maria V. Ivanova (Moscow, Russian Federation), Natalia I. Klushina (Moscow, Russian Federation)** Russian language in modern web space: dynamic processes and development trends 367
- Galina A. Kopnina (Krasnoyarsk, Russian Federation), Natalya N. Koshkarova (Chelyabinsk, Russian Federation), Alexander P. Skovorodnikov (Krasnoyarsk, Russian Federation)** Language consequences of modern psychological and information warfare in Russian mass-media: problem definition 383

ACTUAL PROBLEMS OF RUSSIAN LANGUAGE RESEARCH

- Marina V. Zagidullina (Chelyabinsk, Russian Federation), Aleksander K. Kiklewicz (Olsztyn, Republic of Poland)** Some aspects of the Russian language democratization in modern media 401
- Vladimir I. Konkov (Saint Petersburg, Russian Federation), Tatiana A. Solomkina (Saint Petersburg, Russian Federation)** Professional journalistic speech in the media environment 419
- Naira I. Martiryan (Yerevan, Republic of Armenia)** Features of newspaper headlines in the Russian-language press in Armenia 436
- Lilia V. Moiseenko (Moscow, Russian Federation), Enrique Quero Gervilla (Granada, Kingdom of Spain)** The precedent context of Russian mass media discourse 453
- Larisa V. Ratsiburskaya (Nizhny Novgorod, Russian Federation), Elena A. Zhdanova (Nizhny Novgorod, Russian Federation)** The specificity of Russian media neo-derivatives reflecting social realia 466
- Svetlana A. Shumilina (Moscow, Russian Federation), Vera N. Levina (Moscow, Russian Federation)** Implicit ways to express the author's opinion in the publicistic discourse of Rунet blogosphere 481



РУССКИЙ ЯЗЫК В ИНТЕРНЕТ-ПРОСТРАНСТВЕ

RUSSIAN LANGUAGE IN THE INTERNET

DOI 10.22363/2618-8163-2021-19-4-367-382

Научная статья

Русский язык в современном интернет-пространстве: динамические процессы и тенденции развития

М.В. Иванова¹  , Н.И. Клушина² ¹Литературный институт имени А.М. Горького,

Российская Федерация, 123104, Москва, Тверской б-р, д. 25

²Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова,

Российская Федерация, 125009, Москва, ул. Моховая, д. 9, стр. 1

 g-vinograd@mail.ru

Аннотация. Исследуются новые языковые тенденции в интернет-коммуникации. Цель – комплексное описание новаций, происходящих на каждом уровне языковой системы при ее функционировании в сетевом пространстве. Изучение новых системных явлений в интернете является актуальным и перспективным, так как фокус развития литературного языка сместился с текстов художественной литературы к интернет-текстам. Материал исследования – посты и комментарии, размещенные в социальной сети «Фейсбук». Материал обрабатывался стилистическими методами (контекстуальный, стилистической сочетаемости, интерпретация и др.). Синхронный анализ дополнялся элементами диахронического комментария. В ходе исследования не отрицался нормативный аспект, но акцент делался на эволюции современного литературного языка под воздействием цифровизации и развития интернета. Важным фактором, активно влияющим на трансформацию и развитие языка в интернет-пространстве, является реализация креативной функции языка в пользовательском контенте неофициального сегмента интернета. Экстралингвистические факторы, под воздействием которых происходит интернет-коммуникация, многочисленны и подробно описаны, но для развития литературного языка в Рунете главенствующими становятся именно креативная функция языка и особенности нового общения. На примерах доказываем, что в интернете новые языковые явления носят не случайный характер, а являются системными, поскольку проявляются на каждом языковом уровне. Это позволяет делать выводы о неизбежности в будущем трансформации русского литературного языка, поскольку язык должен будет обеспечивать коммуникацию цифрового общества, которое уже сейчас вырабатывает новые этические нормы. Учитывая тенденцию по усилению правового регулирования действий государственных и транснациональных акторов в международном сетевом пространстве, изучение использования русского языка и тенденций его развития в интернете как одного из мощных средств мягкой силы позволяет настоящее исследование сделать актуальным для формирования законодательных механизмов, направленных на соблюдение российских национальных интересов в международной коммуникации. Продол-

© Иванова М.В., Клушина Н.И., 2021

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

жение исследования и его результаты являются перспективными, поскольку вносят существенный вклад в сохранение культурной и языковой идентичности российских граждан в условиях роста международной конкуренции и неопределенности. Кроме того, в качестве лингвистического исследование касается вопросов работы с информацией в условиях увеличения скорости и объема информационных потоков.

Ключевые слова: креативная функция языка, сетевое общение, интернет-язык, язык социальных сетей, русский язык, литературный язык, уровни языковой системы, языковые тенденции, социальные сети

История статьи: поступила в редакцию 12.05.2021; принята к печати 30.07.2021.

Благодарности: Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ, грант 20-012-00077 «Креативная функция языка в интернет-коммуникации».

Для цитирования: *Иванова М.В., Клушина Н.И.* Русский язык в современном интернет-пространстве: динамические процессы и тенденции развития // Русистика. 2021. Т. 19. № 4. С. 367–382. <http://dx.doi.org/10.22363/2618-8163-2021-19-4-367-382>

Введение

Динамика языковых процессов всегда была в центре изучения лингвистики. Но если ранее репрезентативным эмпирическим материалом являлись тексты художественной литературы, затем – тексты СМИ (прежде всего газетные), то сегодня для понимания тенденций развития русского литературного языка исследователи все чаще обращаются к интернет-коммуникации, поскольку именно в ней наблюдаются наиболее выраженные процессы обновления языка. Этим обусловлена **актуальность** проведенного исследования.

Проблема, поставленная в статье, связана с пониманием того, что коммуникативное пространство интернета стало той площадкой, на которой впервые появляются различные способы креативного использования языка, в дальнейшем способные закрепиться в русском литературном языке, существенно его изменив.

Интернет-коммуникация активно исследуется как в отечественной (Барышева, 2020; Горина, 2016; Ефремов, 2020; Клушина, 2018; Иванова, Клушина, 2018; Кронгауз, 2013; Николаева, 2016; Чернявская, 2020 и мн. др.), так и в зарубежной (Тошович, 2015, 2018; Crystal, 2004; Freberg, 2018; Turow, 2019 и мн. др.) лингвистике. Отдельным направлением можно считать исследования соцмедиа и социальных сетей как нового культурного и языкового феномена (например, Campbell et al., 2019; Hanson, 2021).

Нельзя не упомянуть, что в условиях международной многополярности медиа становятся важным элементом «мягкой силы» политических игроков, и современные исследования анализируют эту актуальную тенденцию, в основе которой – новые средства языкового выражения (Баталина и др., 2020; Зарипов, 2021).

Ученые системно подходят к рассмотрению языка новых медиа, выдвигая авангардные теории о них как о новых формах визуальной коммуникации, которые берут свое начало в кино и традициях символизма; проводятся параллели между новыми медиа, цифровым кино и разными видами экранного искусства (Manovich, 2001).

Во многом благодаря такому подходу, в теоретическом осмыслении социальных медиа и соцсетей у исследователей сформировалось понимание

коммуникации в интернет-пространстве как «кривого зеркала», в котором происходит преломление идентичности и формирование ложного представления о нойманновском другом. Являясь призмой человеческого понимания действительности, соцсети вместо объединения людей перед общими вызовами приводят к нарастанию социальных разногласий, усиливают эгоистические чувства на уровне личности и экстремистские тенденции на уровне общества (Bail, 2021).

По мнению известного исследователя бихевиоральности в соцсетях С. Арала из Массачусетского технологического университета, невербальные и вербальные, в том числе, лингвистические приемы, используемые в соцсетях и соцмедиа, способны оказывать огромное, часто неосознанное влияние на людей, их политический выбор, экономическое поведение, семейные отношения и даже на физическое здоровье (Aral, 2020). Понятно, что в такой ситуации соцмедиа существенным образом трансформируют и изменяют традиционное языковое употребление.

Указывая на новые интересные разыскания зарубежных коллег в области лингвистических исследований новых медиа, нельзя не обратить внимание на большое число работ, связанных с проблемами прикладной лингвистики (Farzindar, Inkpen, 2020 и мн. др.).

Русский язык интернета в отечественной и зарубежной лингвистике рассматривается в разных аспектах: детально изучены словообразовательные явления, частотные для Сетевого общения, отдельно фиксируются новые, в том числе окказиональные лексемы, описан интернет-жаргон. Существуют работы, посвященные рассмотрению синтаксических особенностей интернет-коммуникации (Барышева, 2021; Интернет-коммуникация..., 2014 и др.).

Накопился большой массив данных о словообразовательных неологизмах (Ильясова, Амири, 2015; Рацибурская, 2020; Шмелева, 2015 и др.), о сетевом жаргоне и о разговорно-просторечной лексике в сетевой коммуникации (Ефремов, 2020; Кронгауз, 2013 и др.). Вышли в свет коллективные монографии, в которых собраны наблюдения ученых над разными явлениями в языке интернета. Наиболее полными являются две монографии австрийского профессора Б. Тошовича «Интернет-стилистика» (2015) и «Структура интернет-стилистики» (2018), в которых впервые язык интернета был описан с помощью стилистических методов. В коллективной монографии «Интернет-коммуникация как новая речевая формация» под редакцией Т.Н. Колокольцевой и О.В. Лутовиновой (2014) авторы проанализировали различные стороны языка в Рунете (словообразовательные новации, устно-письменный характер коммуникации, диалогичность, коллоквиализация общения, экспрессивизация, снижение и огрубление речи в интернете). Интерес представляет коллективная монография «Мултимедијална стилистика» под редакцией Д. Дојчиновић, Г. Милашин (2018), в которой освещается мультимедиаальный характер современной интернет-коммуникации. Появились исследования отдельных стилей и новых жанров в интернет-коммуникации (Гадомский, 2020; Барышева и др., 2015; Каминская, 2021 и др.). Вышли в свет первые вузовские учебники по интернет-стиликтике (Клушина, Николаева, 2020). Можно прогнозировать дальнейший рост исследований интернет-коммуникации как в России, так и за рубежом, поскольку мир становится все более медиатизированным и диги-

тальным. Поэтому необходимо периодически комплексно анализировать накопившиеся в интернет-лингвистике знания, чтобы намечать дальнейшие пути актуальных исследований.

В целом многочисленные научные разработки различных сторон языкового употребления в Сети уже позволяют давать комплексные обзоры, отмечающие особенности интернет-языка на каждом уровне его системы. Именно такого рода общий обзор всех уровней и выявление на каждом из них специфических тенденций, характерных для современного сетевого общения, был предпринят в данной статье. Принципиально **новым** является рассмотрение актуальных тенденций в интернет-общении через призму креативной функции языка. Такой подход еще не был предпринят ни в отечественной, ни в зарубежной лингвистике. Также **новым и перспективным** является понимание интернет-общения не как поставщика отрицательного лингвистического материала, а как пространства для творческих экспериментов, позволяющих языковой системе развиваться и создавать новые ресурсы для дальнейшей коммуникации. **Практическое значение** решения поставленной научной проблемы тесно связано как с обновлением исследовательских позиций при изучении языкового состояния в интернет-пространстве, так и с вузовским преподаванием, поскольку уровневый подход к анализу языка интернета может объяснить трансформацию нормы, раскрепощение творческого потенциала пользователей Рунета, дать более глубокие представления о развитии современного русского литературного и национального языка в целом.

Цель исследования заключается в комплексном описании актуальных тенденций в интернет-коммуникации, которые способны повлиять на развитие русского языка. Изменения рассматриваются по уровням языковой системы, поскольку необходимо показать, что они имеют не случайный, а системный характер.

Методы и материалы

Материалом для исследования послужили посты и комментарии в соцсетях. Выбор эмпирического материала обусловлен тем, что социальные сети являются динамично развивающимся сегментом неофициального интернета, где пользователи ориентированы на полную свободу выбора и употребления языковых средств, на креативность, самовыражение, а потому активно используют все ресурсы (не только литературные) языковой системы. Выбор социальных сетей обусловлен еще и тем, что многие языковые явления в силу скорости распространения в сообществах становятся широко известными и популярными, что не может не отразиться на колебаниях и даже разрушении норм литературного языка.

В настоящем исследовании анализируется пользовательский контент социальной сети «Фейсбук» (ФБ), в частности, акцент делался на постах и комментариях филологов и журналистов, поскольку их отличает языковая рефлексия.

Для подтверждения авторских наблюдений также использовались теоретические научные источники, в которых фиксировались отдельные аспекты языковых изменений в сетевом общении.

Методы, с помощью которых анализировался эмпирический и теоретический материал, традиционны для лингвистических исследований: описа-

тельный, стилистический, контекстуальный. Использовались словарные данные. При необходимости, помимо синхронического описания современной интернет-коммуникации, включались элементы исторического комментария.

Результаты

Анализ состояния русского языка в пространстве интернета свидетельствует о развитии в нем новых тенденций, которые отмечаются на каждом уровне языковой системы:

– графический уровень отражает тенденцию к визуализации в языке интернета и тесно взаимодействует с орфографическим и пунктуационным уровнями, на которых прослеживаются изменения, связанные с использованием знаков мультимедиальности как яркого экспрессивного приема. Смайлики, эмодзи и прочее активно включаются в традиционные пунктуационные знаки и становятся вспомогательными для выражения авторских эмоций и оценок;

– на лексическом уровне языка и тесно с ним связанном словообразовательном отмечается взрыв новизны: неологизмы, словообразовательные окказионализмы, пополнение лексической системы заимствованиями. Неология способствует развитию тематических групп, синонимических рядов, созданию новых антонимических пар и омонимов;

– морфологический уровень интернет-языка демонстрирует тенденцию к обыгрыванию различных просторечных форм и нарушений грамматических норм, пополнению класса междометий за счет заимствований из английского интернет-жаргона и т. д.;

– синтаксис в интернет-коммуникации соотносится с синтаксисом разговорной речи, поскольку такая рамка задается условиями сетевого общения и ее устно-письменным характером.

Таким образом, языковые новации свидетельствуют о развитии языка в интернет-коммуникации на всех уровнях системы под влиянием новых технологических условий и под воздействием креативной функции языка для выражения авторской интенции.

Обсуждение

Истоки становления русского литературного языка. Русский литературный язык имеет долгую историю своего формирования и развития; в науке об истории языка принято выделять периоды трансформаций и динамических изменений, влияющих на прежние правила языкового употребления и общепринятые стандарты.

Сегодня мы можем выделить новый этап развития русского литературного языка, связанный с его бытованием в интернете. Возникновение интернета стало триггером динамических процессов, которые, как это всегда и было, могут в будущем привести к обновлению сложившихся норм коммуникации, а затем и самой языковой системы.

Языковые уровни, отразившие динамику изменений русского языка в интернете. Чтобы выявить тенденции в развитии языка на определенном промежутке времени и в отдельном коммуникативном пространстве, необходимо показать их системный характер. Язык представляет собой систему систем, поэтому динамические процессы, происходящие на каждом уровне

системы, будут свидетельствовать в пользу выдвинутой нами гипотезы о трансформации и развитии современного русского языка в интернет-коммуникации. Результаты проведенного исследования позволяют говорить именно о наметившихся тенденциях, а не отдельных языковых явлениях.

Графический уровень. Мы разделяем мнение многих современных исследователей коммуникации (Чернявская, 2020; Тошович, 2018 и др.), которые отмечают ярко выраженный визуальный поворот, приводящий к доминированию инфографики, фотографий, коллажей и т. п. в средствах массовой коммуникации.

Таким образом, в массовой коммуникации начинает доминировать поликодовый медиатекст, в котором происходит неразрывное взаимодействие вербального текста и визуальной составляющей.

В интернете активно используются мультимедийные технологии, оказывающие серьезное влияние на визуализацию языкового кода (Мультимедиа-стилистика, 2018). В интернет-коммуникации визуализация происходит за счет включения мультимедиа-знаков, что приводит к обновлению графического рисунка в интернет-текстах.

Существенная роль в формировании современного поликодового текста принадлежит рекламе. Именно в рекламной коммуникации вербальные тексты дополняются визуальными элементами, что усиливает воздействующий потенциал рекламного послания.

Но в русском литературном языке визуализация не новое явление. Если вспомнить оформление текста, его украшение заставками, инициалами, миниатюрами и тому подобным в древнерусских рукописных памятниках и старопечатных книгах (Иванова, 2011), то можно увидеть истоки визуальной составляющей и ее воздействующую функцию, которая успешно реализовывалась задолго до визуального поворота в Рунете.

Графический уровень современного интернет-языка усложняется. Он включает в себя знаки различных семиотических систем, а не только буквы. Развитие медиадизайна как целого направления позволяет говорить о важности графики не только для передачи смысла, но и для реализации прагматической функции (воздействие на адресата), эстетической (украшение текста) и креативной (языковая игра).

Примеры:

1) – *Мне кажется, здесь не может быть правых и не правых. Ваше мнение понятно и аргументированно. А если вызовет дополнительную дискуссию, так это здорово! Со статьей, конечно, знакома и цитирую при необходимости. Тема животрепещущая 100*

В данном комментарии вместо точки стоит выделенная красным цветом и курсивом цифра 100, которая обозначает оценку и эмоцию, соответствующую разговорному эквиваленту «на 100 процентов». Цифровой код дополняет буквенный и добавляет особые смыслы.

2) – *А самочувствие как? Я после вашего поста дико боюсь вторую прививку делать*

– *Не бойтесь, Таня, t была правильная. Только последите, чтобы второй компонент ввели, не напутали. Это наша действительность)*

В данном примере используются знак *t* вместо слова «температура», что соответствует двум языковым тенденциям – экономии речевых усилий и графическому акцентированию с помощью латиницы. В конце комментария вместо точки стоит правосторонняя скобка, что в интернет-коммуникации символизирует улыбку и одновременно окончание предложения.

Таким образом, мы полагаем, что под влиянием в первую очередь тенденции к визуализации в интернет-коммуникации обновляется графический код языка. Значимыми графемами становятся мультимедиаальные знаки – гифки, эмодзи, цифры, скобки, сердечки и другие обозначения эмоций и оценок.

Орфографический и пунктуационный уровни. Орфографический и пунктуационный уровни являются «вспомогательными» уровнями языковой системы, поскольку связаны не самим языком, а с кодированием, с установленными правилами для смысловоразличения. Главное – эти уровни не связаны с передачей информации. Здесь отмечаются серьезные изменения, свидетельствующие о несоблюдении орфографических и пунктуационных норм в интернет-коммуникации, поскольку устно-письменный характер сетевого общения часто отражается на намеренном (даже продуманном) искажении орфографического портрета слова для передачи фонетических или орфоэпических особенностей, а также для усиления экспрессивности.

Особое внимание обращается на размывание норм употребления строчной и прописной букв, на увеличение количества использования прописной буквы под влиянием английского языка. «Начиная с XVI века, когда в древнерусском языке появилась эта оппозиция (строчные/прописные. – прим. авт.), она была смысловоразличительной. Еще до нормализаторской деятельности Я.К. Грота в переводах Библии, сделанных в середине XIX в., дифференциация заглавных и строчных букв диктуется сакральным смыслом обозначаемых понятий. <...> Грот, составляя свои рекомендации, разумеется, не предполагал, как кардинально изменится российская жизнь к XXI в. и как вольно и самочинно будут изобретать заглавные начертания в СМИ, интернете. Переписка и комментарии в сетях – зона орфографической свободы (свежий пример, с сохранением авторской орфографии, с личной странички К. Собчак: „У меня КОРОНА-вирус с детства, и ничего, как-то выживаю...“)» (Боева, 2020). Таким образом, нерегламентированное употребление прописной буквы в Сети в основном выполняет стилистическую функцию выделения, экспрессии, например: *«Если человек уходит – значит это не ваш человек. Он вас так и не оценил, не понял, вероятно, он просто вас недостойн. Зато на его место придет Свой».*

Орфографический и пунктуационный уровни тесно связаны с орфоэпической и интонационной составляющей интернет-коммуникации. Здесь можно обнаружить следующие тенденции:

Частотны удвоение и утроение звуков:

– *Уррра умной девушке;*

– *Ничего не понимаю.*

Также нередко используется редукция звуков, имитирующая разговорность:

– *Подруга сказала, что с водителем можно не разговаривать... И можно его даже не замечать... Четья разозлилась... Целый час уже злюсь...*

С.Ф. Барышева выделяет следующие приемы передачи звукового облика слова в Рунете: «1. Простое „транскрибирование“, отражающее нормативные фонетические процессы, например: *На самом деле без проблем туда добраться стопом что собственно йа и сделал летом 2005 да и не только йа...* 2. Игровое переосмысление фонемного значения буквы, например популярен прием «разложения» фонемы /щ/ на элементы *зч* или *сч*. Это как относительно частотные формы *исчо, счаз, музчина* (с вариантами типа *музззчина*), так и единичные *товарисч, пообсчавиись (пообщавиись)*. 3. Игровое фонетическое искажение (игровые трансформы) слова от разговорно-просторечного звучания до креативно-оказионального: а) просторечные ассимиляции и диссимиляции: *Хто ж там третий...)) Ружжо то с собой у кого было? Там мишки бегают*; б) просторечные протетические согласные: *Все это Трансаэрой. Эрафлот второе место багажа не дает, только за плату*; в) просторечные вставки: *Темку-то переименовать эту надоть*; г) игровые замены звуков: *Абыдна! Ну, может быть у пенсионэров такие впечатления остаются...*» (Барышева, 2020).

Пунктуационный уровень демонстрирует комплексное использование различных знаков препинания, комбинацию собственно пунктуационных знаков и смайликов в сочетании с эмодзи. Лингвисты отмечают определенное нагромождение знаков как особый стилистический прием, отражающий просодику устной речи: «К сигналам просодических параметров фразы (громкости, темпа, длительности, тембра) относятся способы как традиционные, так и нетрадиционные для книжно-письменной речи. К лингвокреативным способам отнесем многочисленные и разнообразные скобки и смайлики, а также нагромождение знаков: *И кааашаааа!!!*» (Барышева, 2020).

Таким образом, использование знаков пунктуации служит в первую очередь карнавализации общения в интернете.

Проявляется тенденция к упразднению точки в конце высказывания, поскольку это связано с новыми технологическими параметрами интернета – скоростью, модульностью и интерактивностью, что часто приводит к пренебрежению нормой ради удобства работы с клавиатурой, быстроты и экспрессивности.

Словообразовательный уровень. Мы выделяем несколько тенденций, связанных именно с интернет-коммуникацией.

Поскольку в интернете культивируется так называемая «новая устность», то пользователи Рунета активно создают разговорные лексемы с помощью аффиксации, поддерживающей разговорный характер интернет-общения: *фоточки, мемасики* и т. д.

Образование аббревиатур свидетельствует о резком обновлении языка в определенные исторические эпохи (примером может служить Великая русская (прежняя Октябрьская) революция). Интернет-коммуникация выработала собственные аббревиатуры, понятные пользователям Сети:

кмк (как мне кажется), имхо (по моему скромному мнению), ЗЫ (PS, постскриптум) и т. д.

Также в Сети используется способ сокращения известного слова, но таким образом, чтобы его можно было понять:

Мне нра (мне нравится), Спсб (спасибо), прив (привет), спок (спокойной ночи) и т. д. Укажем, что это известный с древних времен прием, когда

наиболее распространенное и часто употребляемое слово записывалось в сокращенном варианте для экономии писчего материала; в древнерусских письменных памятниках в таких случаях над пропусками ставился особый надстрочный знак «титло» или специально пропущенные буквы писались над словом – «выносные буквы» (Иванова, 2011).

С развитием интернета появилось так называемое *визуальное словообразование*, которое с помощью шрифта, цвета, графики, дизайна позволяет придать новой лексеме экспрессивную коннотацию. Л.В. Рацибурская выделяет следующие поликодовые словообразовательные модели: «Проявлением поликодности в медийных новообразованиях можно считать использование в рамках одного новообразования разнофункциональных элементов одного языка (монографикация), комбинацию прописных и строчных букв (капитализация), алфавитов разных естественных языков (полиграфикация), а также элементов разных кодовых систем (кодографикация), цвета, рисунка, фото» (Рацибурская, 2020).

С возникновением *хэштега* (англ. *распределительная метка*), можно говорить о новом невузальном способе словообразования в интернет-коммуникации, который в целом напоминает сложение основ: #СловаНедели, #МоскваЛучшийГородЗемли

Лексический уровень. На лексическом уровне интернет-коммуникации мы отмечаем тенденции, обычные и традиционные для каждого нового этапа в развитии литературного языка.

Лексика, как известно, по сравнению с другими уровнями языка наиболее открытая и подвижная система, поэтому в интернет-коммуникации ярко выражены процессы обновления лексического фонда, связанные, во-первых, с интернетом как особой предметной и коммуникативной сферой, и, во-вторых, с возникновением новых реалий в жизни социума. Здесь отмечаются многочисленные лексические неологизмы, созданные с помощью словообразовательных средств русского языка, семантические неологизмы, появившиеся в результате развития новых значений у уже известных слов, а также заимствования-неологизмы, в том числе кальки и полукальки, варваризмы и экзотизмы.

Так, например, наиболее ярко процесс создания семантических неологизмов проявляется в профессиональном жаргоне интернет-пользователей, поскольку у известных и общепринятых лексем начинает развиваться особое, профессиональное значение: *мышь*, *клава*, *сеть* и т. д. Подобный процесс наблюдается в новом «цифровом» значении в лексеме *пост*, которое в интернет-коммуникации связано с жанровой структурой Сети.

При этом многие «обновленные» и заимствованные слова начинают активно осваиваться языком Рунета. Так, от слова *пост* уже образуется глагол *постить*, обозначающий размещение какого-либо текста на электронных ресурсах. Появляются словообразовательные гнезда (*репостить*, *перепостить* и т. п.), которые закрывают лакуны в лексической системе русского языка, связанные с интернет-коммуникацией.

Не менее показательным является пример освоения (в том числе и графического) заимствования из английского *share*, имеющего значение «делиться полученной информацией в Сети». В Рунете это слово частотно и имеет несколько вариантов: *шерить*, *расшерить*, *расшарить*.

Или, например:

Рядом с Новой Истрой, куда я на недельку сделала себе escape. Новоиерусалимский монастырь. Воплощение красоты и мощи русского православия.

Escape – термин, относящийся к компьютерной грамотности и обозначающий особую клавишу в раскладке компьютерной клавиатуры. С помощью данной клавиши можно выйти из приложения или программы. В приведенном примере неологизм-заимствование *escape*, помимо значения, связанного с цифровыми технологиями, имеет шутовую коннотацию. В данном тексте актуализируется «докомпьютерное значение» этого англицизма – «бежать, ускользнуть, сбежать, спастись, вырваться», причем используется калька «сделать escape».

Помимо пополнения неологизмами, на лексическом уровне интернет-коммуникации происходит развитие лексико-тематических групп и синонимических рядов, создание антонимических пар, возникновение новых омонимов.

Развитие лексико-тематических групп связано с заполнением недостающих позиций в номинациях новых реалий, возникших с развитием цифровых медиа. Тематические группы имеют незамкнутый характер, поскольку процесс номинации очень активен из-за бурного роста новых технологий:

– названия соцсетей: *Фейсбук, ВКонтакте, ЖЖ, Тик-Ток* и др.;

– названия компьютерной техники: *персональный компьютер, нетбук, ноутбук* и т. д.;

– названия реакций на посты в соцсетях: *лайки, шеры, репосты, комменты* и т. д.

Развитие синонимических рядов:

QR-код, куар-код, ку-код

(– *Ку-код еще не требовали? Говорят, музеи включают...*)

Расшерить – расшарить

(– *Прошу максимально расшарить*)

Фейсбук, ФБ, соцсеть, социальная сеть

Развитие антонимических пар, созданных и функционирующих в интернет-пространстве:

Ваксер-антиваксер, масочник-антимасочник, куарник-бескуарник и т. д.

Появление новой омонимии:

Пост (медицинский, армейский) – *пост* (статья в интернете)

Телега (повозка, устар.) – *телега* (мессенджер Телеграм-канала) и т. д.

Пополнение лексической системы интернет-языка дает ему возможность гибко реагировать на запросы пользователей Сети, связанные с развитием языкового креатива. Например, указанный выше процесс освоения заимствований в Рунете часто используется в языковой игре как особый экспрессивный прием контаминации латиницы и кириллицы, например:

Куар-код, QR-код

(*В бар по QR / в бар по куар – коммент: в bar по QR*)

Контаминация латиницы и кириллицы является частотной в Сети, поскольку соответствует визуальному повороту, произошедшему в интернет-коммуникации.

Отмечая в интернет-коммуникации взрыв неологии, связанный с внедрением новых цифровых технологий, позволяющих аккумулировать творче-

ский процесс пользователей в едином пространстве Сети, мы намеренно не касаемся в данной статье вопросов культуры речи, таких, как чрезмерные заимствования из американского варианта английского языка или создание особого сетевого жаргона, поскольку это не отвечает поставленным целям исследования. Наши наблюдения позволяют сделать выводы о быстром и значительном обновлении словарного состава в интернет-коммуникации, что может отразиться на существенной трансформации сложившейся системы русской лексики.

Морфологический уровень. В отличие от лексического морфологический уровень относительно замкнут и обладает известной устойчивостью и высокой степенью консервативности. Складывание русской грамматики – сложный и длительный исторический процесс.

Грамматические изменения в речи пользователей Сети отражают в первую очередь уже описанную выше тенденцию к имитации устной разговорной речи и, во-вторых, тенденцию к авторскому креативному использованию грамматических ресурсов и «приспосабливание» их к языковой игре, которая распространена в Рунете. Мы выделяем некоторые частотные способы творческого «обновления» частеречных ресурсов в интернет-коммуникации.

Имя существительное. В Рунете популярным становится пародийное обыгрывание рода имен существительных, например: *красивая тюль, веселая пудель* (в данном примере пародируется еще и просторечное произношение) и т. п. Здесь же укажем и на особое активное распространение в интернет-пространстве феминитивов – *ректорка, профессориха, блогесса, врачиня* и мн. др., отсутствие которых в русском литературном языке вполне исторически оправдано, а появление связано с возможностью с помощью морфологической категории рода передать половую принадлежность лица, что первоначально (в самые древние времена) и послужило формированию в языке именной категории рода.

Имя прилагательное. Обращает на себя внимание активное образование относительных прилагательных, носящих выраженный разговорный характер, например: *фейсбучный друг, онлайн-дружба* и т. д. Также популярным является развитие у относительных прилагательных качественных значений, например: *Конские ценники на молодую свеклу, которые постят некоторые граждане*. Часто употребляются пользователями Рунета «комбинированные» новые формы сравнительной степени прилагательных – *более серьезнее, менее значительнее, более строже* и мн. др., которые, с точки зрения нормы, должны оцениваться как грубые просторечные ошибки, а с позиций языкового креатива – как яркое проявление аналитизма и развитие новых вспомогательных средств в русской морфологии.

Глагол. В употреблении глаголов также прослеживается тенденция к разговорности, причем частотны просторечные формы, которые имеют экспрессивную коннотацию, например:

– *Я так хохоталась.*

Средневозвратный залог в данном примере несет яркую примету просторечия, что отражает установку на языковую игру.

– *Ехай, не стой!*

Повелительное наклонение в данном примере также подчеркивает стилизацию под народное просторечие в целях экспрессивизации высказывания.

Междометия. Междометия – тот класс неизменяемых слов, который неожиданно активно отреагировал на новую коммуникацию в Сети расширением и пополнением своего состава, в том числе за счет заимствований из английского языка, например:

Вау, ЛОЛ, ОК и мн. др.

Синтаксический уровень. Синтаксический уровень также в полной мере отражает тенденции к разговорности, экспрессивности и креативности, проявляющиеся в сетевом общении.

Пародируются ошибки, связанные с неправильным управлением: «*Я смеялась с него*». Этим достигается ироническая стилизация под просторечие. Активно используются разговорные экспрессивные конструкции, такие, как нанизывание простых предложений, которые в сетевом общении «складываются» в сложное, но с редукцией союзов:

«–Ку-код еще не требовали? Говорят, музеи включаются...»

– Нет, во вторник там всегда мало народу, я всю жизнь хожу в Инженерный корпус во вторник, раньше народ путался...». Или:

«Съездила в издательство за книжкой – учебное пособие, авторы с двух лучших кафедр факультета – респект, коллеги...».

Частотна парцелляция как маркер разговорности:

«– Я в отпуске. По-настоящему. Во всех смыслах.»

В интернет-общении доминирует диалог, поэтому диалогизация также является важнейшей синтаксической чертой в Рунете:

«– А что вы думаете по этому поводу?»»

«– А как вы спасаетесь от жары?»»

В целом ориентированный на диалог синтаксис интернет-коммуникации соотносится с синтаксисом разговорной речи в его экспрессивности, упрощенности, динамичности и неполноформленности. Это объясняется устно-письменным характером интернет-коммуникации, и это же поддерживает такой характер коммуникации в Рунете.

Заключение

Русский язык в интернет-коммуникации обновляется и развивается на всех уровнях своей системы. Изменение языка происходит активно и в короткие сроки, поэтому многие новации отрицательно оцениваются современниками как нарушение традиций культуры русской речи и пренебрежение нормами литературного языка. Но триггером данного развития, с нашей точки зрения, стали не только технологические факторы, вызванные появлением новых медиа, но и внутренние языковые процессы обновления и креатива. Дело не только в том, что свободные и раскрепощенные пользователи интернета ориентируются на собственную презентацию и оригинальность. Дело в том, что гибкая языковая система, обладающая огромными накопленными богатствами форм выражения, развитой креативной функцией и потенциальными возможностями обновления, по своим особым языковым законам отражает новую реальность цифрового общения и подстраивается

под нее. Представляется, что обновление языка в пространстве Сети является закономерным и неизбежным. Динамические процессы обнаруживаются на всех уровнях языковой системы, что позволяет говорить об их неслучайном характере. Происходит пополнение словарного состава языка; на словообразовательном уровне опробуются новые неузусные способы создания окказионализмов и неологизмов. Изменения касаются и консервативной грамматики – проводятся эксперименты с родом и числом существительных, степенью сравнения прилагательных, грамматическими формами глаголов, пополняется прежде малочисленный и замкнутый класс междометий и т. д. Синтаксис развивается по направлению к сближению с устной разговорной речью. Графический, орфографический и пунктуационный уровни отражают игровые авторские стратегии пользователей Сети. В целом обновление русского языка в интернете объясняется установкой участников коммуникации на креативность, языковую игру, экспрессивность и эмоциональность, на особое языковое самовыражение. Таким образом, свободное коммуникативное пространство интернета позволяет раскрыть все креативные возможности и потенциальные ресурсы русского языка, накопленные в ходе его длительно-го исторического развития.

Результаты исследования являются перспективными, поскольку, учитывая тенденцию по усилению правового регулирования действий государственных и транснациональных акторов в международном сетевом пространстве, изучение функционирования русского языка и тенденций его развития в интернете как одного из мощных средств мягкой силы, позволяют применять их при формировании законодательных механизмов, направленных на соблюдение российских национальных интересов в международной коммуникации. Результаты являются перспективным еще и в связи с тем, что вносят существенный вклад в сохранение культурной и языковой идентичности российских граждан в условиях роста международной конкуренции и неопределенности. Кроме того, как лингвистическое исследование данная работа касается вопросов работы с информацией в условиях увеличения скорости и объема информационных потоков.

Список литературы

- Барышева С.Ф.* «Устно-письменная» форма речи в интернет-коммуникации как проявление тенденции к разговорности и диалогичности // Мир лингвистики и коммуникации : электронный научный журнал. 2021. № 2. С. 34–47.
- Барышева С.Ф.* Приемы фонетизации письма как проявление лингвокреативности блогосферы Интернета // Сетевая коммуникация : новые форматы для науки, образования и продвигающих коммуникаций : материалы Международного научного форума. СПб. : Политех-пресс, 2020. С. 12–14.
- Барышева С.Ф., Касперова Л.Т., Клушина Н.И., Селезнева Л.В., Смирнова Н.В.* Жанровое своеобразие интернет-коммуникации // Филология и человек. 2015. № 4. С. 121–130.
- Баталина М.Л., Бордачев Т.В., Бочкова М.С., Вишневский К.О., Горбачева В.О. и др.* Стратегия развития БРИКС и приоритеты для России // Докл. к XXI Апрельской международной научной конференции по проблемам развития экономики и общества. М. : Изд. дом Высшей школы экономики, 2020. 194 с.

- Боева Г.И.* Прописная и строчная в контексте идеологии и культуры // Сетевая коммуникация : новые форматы для науки, образования и продвигающих коммуникаций : материалы Международного научного форума. СПб. : Политех-пресс, 2020. С. 19–21.
- Гадомский А.К.* Религиозный язык в Интернете // Сетевая коммуникация : новые форматы для науки, образования и продвигающих коммуникаций : материалы Международного научного форума. СПб. : Политех-пресс, 2020. С. 36–39.
- Горина Е.В.* Конституирующие признаки дискурса Интернета : дис. ... д-ра филол. наук. Екатеринбург, 2016.
- Ефремов В.А.* Луркоязы как хейтерский язык // Сетевая коммуникация : новые форматы для науки, образования и продвигающих коммуникаций : материалы Международного научного форума. СПб. : Политех-пресс, 2020. С. 58–60.
- Зарипов Р.И.* Метафорические образы будущего России в контексте конституционной реформы 2020 года на материале французских СМИ // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2021. Т. 12. № 3. С. 699–713. <http://dx.doi.org/10.22363/2313-2299-2021-12-3-699-713>
- Иванова М.В.* Историческая грамматика русского языка. М. : Академия, 2011. 180 с.
- Иванова М.В., Клушина Н.И.* Нормы в массмедиа : когнитивный аспект // Вопросы когнитивной лингвистики. 2018. № 2. С. 5–12.
- Ильцова С.В., Амири Л.П.* Языковая игра в коммуникативном пространстве СМИ и рекламы. М. : Флинта : Наука, 2015. 296 с.
- Интернет-коммуникация как новая речевая формация : колл. монография / науч. ред. Т.Н. Колокольцева, О.В. Лутовинова. 2-е изд., стер. М. : Флинта : Наука, 2014. 328 с.
- Каминская Т.Л.* Трансформация жанровой системы медиа // Журналистика в 2020 году : творчество, профессия, индустрия : сб. материалов Междунар. науч.-практ. конференции. М. : Ф-т журналистики МГУ, 2021. С. 447–448.
- Клушина Н.И.* О дигитализации языка // Русская речь. 2018. № 6. С. 52–56.
- Клушина Н.И., Николаева А.В.* Введение в интернет-стилистику. М. : Флинта, 2020. 240 с.
- Кронгауз М.А.* Самоучитель олбанского. М. : АСТ : CORPUS, 2013. 416 с.
- Мултимедијална стилистика / под ред. Д. Дојчиновић, Г. Милашин. Бањалука : Матица српска, 2018. 174 с.
- Николаева А.В.* Интернет-текст как новый вид коммуникации // Русская речь. 2016. № 3. С. 40–50.
- Рацибурская Л.В.* Поликодовость как средство воздействия в медийном словотворчестве // Сетевая коммуникация : новые форматы для науки, образования и продвигающих коммуникаций : материалы Международного научного форума. СПб. : Политех-пресс, 2020. С. 99–100.
- Тошович Б.* Интернет-стилистика. М. : Флинта : Наука, 2015. 238 с.
- Тошович Б.* Структура интернет-стилистики. М. : Флинта : Наука, 2018. 492 с.
- Чернявская В.Е.* Модусы сетевого пространства : вводные замечания // Общество. Коммуникация. Образование. 2020. Т. 11. № 2. С. 7–13.
- Шмелева Е.Я.* Интернет-коммуникация : новые тенденции в русском словообразовании // Верхневолжский филологический вестник. 2015. № 2. С. 46–52.
- Aral S.* The hype machine : how social media disrupts our elections, our economy, and our health – and how we must adapt. Australia : Currency Publishing, 2020. 416 p.
- Bail Ch.* Breaking the social media prism : how to make our platforms less polarizing. USA : Princeton University Press, 2021. 240 p.
- Campbell R., Martin Ch., Fabos B.* Media & culture : an introduction to mass communication. USA : Bedford : St. Martin's Publ., 2019. 608 p.
- Crystal D.* Language and the Internet. UK : Cambridge, 2004. 292 p.
- Farzindar A.A., Inkpen D.* Natural language processing for social media (synthesis lectures on human language technologies). USA : Morgan & Claypool Publishers, 2020. 220 p.
- Freberg K.* Social media for strategic communication: creative strategies and research-based applications. SAGE Publications, Inc., 2018. 336 p.

Hanson R.E. Mass communication : living in a media world. SAGE Publications, Inc., 2021. 488 p.
Manovich L. The language of new media. USA : The MIT Press, 2001. 354 p.
Turow J. Media today : mass communication in a converging world. UK : Routledge, 2019. 496 p.

Сведения об авторах:

Иванова Мария Валерьевна, доктор филологических наук, профессор, декан очного факультета, Литературный институт имени А.М. Горького. *Сфера научных интересов:* теория и история языка, древнерусский язык, диалектология, история русского литературного языка, историческая грамматика, социолингвистика, стилистика, интернет-коммуникация и язык СМИ. Неоднократно преподавала за рубежом. Автор более 150 научных работ. Член Союза писателей России. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6389-0827> E-mail: dekanat@litinstitut.ru, g-vinograd@mail.ru

Клушина Наталья Ивановна, доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры стилистики русского языка, факультет журналистики, Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова. *Сфера научных интересов:* стилистика русского языка, медиалингвистика, медиастилистика, язык СМИ. Автор более 190 научных публикаций. Председатель Стилистической комиссии Международного комитета славистов (под эгидой ЮНЕСКО). ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4666-5433> E-mail: nklushina@mail.ru

DOI 10.22363/2618-8163-2021-19-4-367-382


Research article

Russian language in modern web space: dynamic processes and development trends

Maria V. Ivanova¹  , Natalia I. Klushina² 

¹Maxim Gorky Institute of Literature and Creative Writing,
25 Tverskoy Bulvar, Moscow, 123104, Russian Federation

²Lomonosov Moscow State University,
9 Mokhovaya St, Moscow, 125009, Russian Federation

 g-vinograd@mail.ru

Abstract. This article investigates new language trends in Internet communication. The goal was a comprehensive description of new features that appeared at every level of the language system functioning in the web space. Investigation of new systemic web phenomena has both relevance and perspectives, as the focus of literary language development has shifted from literary texts to web-based texts. The research material included Facebook posts and comments. The material was processed with stylistic methods (contextual, stylistic compatibility, interpretation, etc.). The synchronic analysis was accompanied with elements of diachronic commentary. The analysis also considered the normative aspect, yet the emphasis was made on the evolution of contemporary literary language influenced by digitalization and the growth of the Internet. The important factor in language transformation and development is realization of the creative function of the language in the user-generated content of the informal segment of the Internet. The multiple extralinguistic factors influencing Internet communication are described in details, but it is the creative function of the language and the features of new communication in the Internet space that are of primary importance for the development of the literary language in the Russian segment of the Internet. The study uses examples to prove the scientific hypothesis that new language phenomena on the Internet are not random, but on

the contrary are systemic, as they are manifested at every language level. This allows drawing conclusions about the inevitability of transformation of the Russian language in the future, as the language will provide the communication of digital society that is already developing new ethic norms. Considering the trend on strengthening the legal frames for actions of state and transnational actors in the network space, the study of the Russian language and its trends in the Internet as one of the powerful means of soft power makes our study relevant for forming legislative mechanisms aimed at preserving Russian national interests in the international communication. The study is perspective, since it makes a significant contribution to preserving cultural and linguistic identity of Russian citizens in front of the growing international competition and uncertainty. In addition, being a linguistic study, this work deals with the issues of processing information with its increased speed and volume.

Keywords: creative function of the language, web-based communication, the language of social media, the Russian language, literary language, language system levels, language trends, social networks

Article history: received 12.05.2021; accepted 30.07.2021.

Acknowledgments: This research has been carried out with financial support from RFBR, Grant No. 20-012-00077 “Creative Function of Language in Internet Communication”.

For citation: Ivanova, M.V., & Klushina, N.I. (2021). Russian language in modern web space: Dynamic processes and development trends. *Russian Language Studies*, 19(4), 367–382. <http://dx.doi.org/10.22363/2618-8163-2021-19-4-367-382>



DOI 10.22363/2618-8163-2021-19-4-383-400

Научная статья

Языковые последствия современных информационно-психологических войн в русскоязычных массмедиа: постановка проблемы

Г.А. Копнина¹, Н.Н. Кошкарлова², А.П. Сквородников¹

¹Сибирский федеральный университет,
Российская Федерация, 660041, Красноярск, пр-кт Свободный, д. 79

²Южно-Уральский государственный университет
(национальный исследовательский университет),

Российская Федерация, 454080, Челябинск, пр-кт Ленина, д. 76

✉ okopnin@mail.ru

Аннотация. Ставится актуальная и новая для политической лингвистики проблема влияния информационно-психологических войн на русский язык. Цель исследования – описать наиболее характерные лексико-фразеологические новации в современном русском языке и речи, возникшие под влиянием преимущественно внутрироссийских информационно-психологических войн. Исследование проводилось главным образом на материале языка массмедиа с использованием традиционных для лингвистики методов исследования (аналитико-описательного метода, контекстуального, лингвоаксиологического анализа и др.). В результате обозначены как новые, так и актуализированные слова и сочетания слов в современном русском языке, которые являются одновременно и оружием, и следствием информационно-психологических войн. Выделены две группы языковых/речевых средств: специализированные (предназначенные для выполнения соответствующей оценочной функции – негативной или позитивной) и неспециализированные (меняющие функцию в зависимости от контекста – прежде всего аксиологические амбиваленты). В группе специализированных средств наблюдается значительное преобладание негативаторов, к которым относятся политические ярлыки, инвективная лексика, террибилитизмы (средства-«страшилки»), симулятизмы (средства-«обманки»), отрицательные коннотаты неярлычного свойства и эвфемизмы. Продуцирование мелиоративных средств для информационно-психологической войны не характерно, хотя наблюдается актуализация слов и словосочетаний, именующих нациеобразующие концепты, которые являются предметом острого информационного противоборства. Языковыми последствиями, нейтральными в аспекте эмоционально-оценочных функций, можно считать вошедшие в русский язык термины и терминоиды, служащие для наименования информационно-психологического противоборства разного типа и некоторых составляющих их технологий. Полученные результаты способствуют развитию лингвистики информационно-психологической войны. Перспективу исследования составляют уточнение некоторых положений и анализ языковых последствий информационно-психологических войн в аспекте лингвистической экологии.

Ключевые слова: информационно-психологическая война, язык войны, русский язык, языковые последствия

© Копнина Г.А., Кошкарлова Н.Н., Сквородников А.П., 2021



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

История статьи: поступила в редакцию 12.05.2021; принята к печати 25.07.2021.

Для цитирования: *Копнина Г.А., Кошкарлова Н.Н., Сквородников А.П.* Языковые последствия современных информационно-психологических войн в русскоязычных массмедиа: постановка проблемы // *Русистика*. 2021. Т. 19. № 4. С. 383–400. <http://dx.doi.org/10.22363/2618-8163-2021-19-4-383-400>

Введение

Исследования современных информационно-психологических войн (ИПВ) активно осуществляются в отечественной и зарубежной лингвистике. Западные ученые, изучая манипуляцию общественным сознанием как часть технологии ведения ИПВ, обращают внимание на важность выявления акторов ИПВ, в роли которых могут выступать индивидуальные политические лидеры или целые группы (Lopez, 2020). Отмечается, что акторы ИПВ могут опираться на аксиологические, идеологические или социальные установки целевой аудитории, осуществляя активное воздействие на эмоции потребителя информации (McDermott, 2020).

Выделяются сферы ИПВ, характерные для нее жанры, методы и приемы. Целый ряд зарубежных работ посвящен анализу ИПВ в киберпространстве. Так, М. Робинсон, К. Джонс и Х. Дженик указывают на то, что изучение и борьба с кибервойнами должны стать исследовательской областью не только одной, а целого комплекса дисциплин (Robinson et al., 2015). Дж. Страуб подчеркивает, что термин «информационно-психологическая война» включает в себя целый ряд деструктивных операций в киберпространстве (Straub, 2019: 2). Дж.С. Янг одним из самых мощных цифровых инструментов для ведения ИПВ считает социальные сети (Young, 2021). Большую роль отводят исследованию фейковых сообщений в качестве орудия информационно-психологической войны (например, Guadagno, Guttieri, 2019: 172).

В России значительное внимание уделяется исследованию языка ИПВ. Этому вопросу посвящена серия монографий, изданных в Сибирском федеральном университете» (Лингвистика информационно-психологической..., 2017; 2019; 2020). Аналитический обзор публикаций до 2019 года представлен в статье С.Л. Кушнерук (Кушнерук, 2019). В 2020 году вышла монография «Языковое послевкусие интернет-эпохи в России: эффект бумеранга (актуальные процессы в русско-язычной цифровой медиакommunikации)», авторы которой указывают на «нарастающую радикализацию в обществе, ведущую к нарушениям информационной безопасности прежде всего в лингвистическом аспекте и информационным войнам, а также проявлениям речевой агрессии и лингвистического экстремизма» (Трофимова, Барабаш, 2020: 2), что свидетельствует об усиливающейся актуальности исследований в области лингвистики ИПВ. Вопросы языка ИПВ обсуждаются также в многочисленных статьях, публикуемых в журналах и сборниках (Борисова 2016; Васильев, Подсохин 2016; Веснина, Нахимова 2017 и др.).

На данном этапе наше внимание привлекла проблема, которая в лингвистике ИПВ еще не ставилась, – это проблема языковых последствий ИПВ.

Словосочетание «языковые последствия» используется в названии монографии М.А. Марусенко «Эволюция мировой системы языков в эпоху

постмодерна. Языковые последствия глобализации», в которой речь идет об изменениях в мировой системе языков: исчезновении ряда языков, потере языком функциональности, возрождении отдельных языков и других процессах (Марусенко, 2015). Встречается названный термин и в публикации Л.Р. Комаловой, посвященной обзору англоязычных работ, в одной из которых анализируются влияние выхода Великобритании из ЕС на язык: рассматриваются «способы словообразования с использованием конструкции Brexit в качестве модели, ресурса или аналога для создания неологизмов» (Комалова, 2019: 107).

В настоящем исследовании языковые последствия ИПВ определяются как новые слова, новые сочетания слов и новые значения слов, а также актуализированная лексика, являющиеся результатом коммуникативных взаимодействий людей, характеризующихся признаками ярко выраженного агрессивного информационно-психологического воздействия. Цель заключается в выявлении совокупности лексико-фразеологических новаций в современном русском языке и речи, возникших под влиянием ИПВ, и обоснование актуальности их детального изучения как особой проблемной ситуации для укрепления информационной безопасности России.

Методы и материалы

Использовались следующие методы: аналитико-описательный метод (включающий наблюдение, интерпретацию и обобщение); метод вскрытия причинно-следственных связей и интенций; метод определения узуральности новаций в соответствии с набором объективных критериев (повторяемость и употребляемость в публичных текстах); метод оценки выявленных фактов с точки зрения их новизны (новая языковая единица, новое значение слова или новое сочетание известных языковых единиц), лингвоаксиологический анализ. Для обеспечения по возможности полной объемности исследования проблемы, то есть охвата языковых/речевых новаций, мотивированных ИПВ, мы обращались как к исследованиям соответствующей тематики, отраженным в списке литературы, так и непосредственно к массмедийным текстам (печатным и электронным), демонстрирующим информационно-психологическое противоборство. В течение 2020–2021 годов было собрано 1,2 тысячи единиц, соответствующих предлагаемому далее перечню типов языковых новаций ИПВ.

Результаты

В результате исследования:

- выявлен новый ракурс научных изысканий в сфере лингвистики ИПВ;
- введены новые понятия, заполняющие терминологические лакуны (языковые последствия ИПВ, негативаторы, террибилятизмы, симулятизмы, аксиологические амбиваленты);
- показано, что в современном русском языке под влиянием ИПВ возникло большое количество лексико-фразеологических новаций, которые укладываются в понятия пейоративности и функционально-стилистической нейтральности, а также наблюдается актуализация слов и словосочетаний, именуемых нациеобразующие концепты;

- представлен опыт типологии языковых последствий ИПВ в русском языке на основе выполняемых языковыми/речевыми единицами функций;
- показаны перспективы дальнейших исследований, значимых для развития русистики и политической лингвистики.

Обсуждение

Новые или актуализированные слова и словосочетания в дискурсе ИПВ являются одновременно ее оружием и следствием. На функциональной основе их можно подразделить на три группы: 1) специализированные средства, предназначенные для выполнения соответствующей оценочной функции – негативной (пейоративной) или позитивной (мелиоративной); 2) неспециализированные средства, которые в зависимости от контекста могут менять оценочно-смысловые функции; 3) стилистически нейтральные в функциональном отношении средства. Причем в специализированной части пейоративный компонент, по нашим наблюдениям, включает больше новаций, чем мелиоративный. Это соответствует специфике по крайней мере некоторых европейских языков, в которых единиц с отрицательной семантикой больше, чем с положительной. Рассмотрим наиболее распространенные средства, не претендуя на их исчерпывающее описание.

1. Специализированные средства ИПВ

1.1. Пейоративные средства, или негативаторы, – это дискредитирующие и/или уничижительные языковые/речевые единицы, а также языковые/речевые единицы, служащие для приукрашивания какого-либо факта, события и т. д. или его сокрытия, маскировки, то есть для манипуляции в переносном значении этого слова.

К ним относятся **отрицательные коннотаты** (лексические и фразеологические единицы с отрицательно-оценочной коннотацией); **инвективы** (в том числе некрофильского типа, выражающие крайнюю степень негативной эмоциональности, ненависть к объекту оценивания, желание его физического и/или морального уничтожения); **политические ярлыки** (стереотипные мифологизированные идеологемы с доминирующей по отношению к денотату отрицательно-оценочной коннотацией, предназначенной для дискредитации оппонента); **языковые «страшилки»** как средства, способствующие устрашению реципиентов (назовем их **террибилитизмами**: от лат. *terribilitas* – устрашение); **симулятизмы** (слова-«приманки», вводящие в заблуждение), а также **эвфемизмы**, способствующие сокрытию информации, то есть затемняющие действительность.

Политические ярлыки представляют довольно многочисленную группу пейоративных единиц, которые отражают разные стороны информационно-психологического противоборства. Нами выявлено свыше 130 политических ярлыков – как перешедших из советского времени, так и новых, в том числе: *враг демократии, генетический (человеческий) мусор, отбросы цивилизации (человечества), победобесие, биомусор, грантоеды, политический пигмей, Азиона, креакл* и мн. др. Приведем лишь некоторые примеры:

Нурмагомедов назвал Макгрегора **отбросом человечества**¹; Председатель столичной фракции Эстонской консервативной народной партии (EKRE) Март Каллас назвал русскоязычных жителей страны **человеческим мусором**²; Если ты слаб и мягок, значит ты **мусор нации**. <...> Шизофреники, инвалиды, тяжелобольные и прочие несчастные люди по приказу безумного «людоеда» Гитлера были обречены на смерть. И вот сейчас отчего-то это самое слово «**биомусор**» вполне популярно среди молодого поколения³.

Политический ярлык *изгой* (вариант *изгой мировой политики*) используется для наименования как политических деятелей, так и государств, в том числе России. Во втором случае его вариантом является также *государство-изгой*. Этот ярлык используется с целью бездоказательного обвинения политического деятеля/государства в агрессивности, терроризме и других чертах, позволяющих создать образ врага. Например: *Обычно амбиции «государств-изгоев» ограничиваются тем регионом, где они расположены. Так, например, Северная Корея бросает вызов Южной Корее и Японии. Иран и Ирак также не проявляют большого интереса к тому, что происходит за пределами их непосредственного географического окружения*⁴; Помимо *изгоя*, на Россию «навешивается» и ряд других политических ярлыков: *Империя (ось) зла, Мордор, Путинярня, Рашка, страна рабов, тюрьма народов*, которые могут использоваться в том числе в устрашающей функции.

Террибилитизмы (страшилки) широко используются для запугивания адресата, например, путем ассоциирования православной церкви с терроризмом, фашизмом, сектанством и т. п. Например: **Православный Талибан** – это не что иное, как от коммунистической дури очищенный Совковый Талибан. Это как из совковой браги выгнанный самогон⁵; Мы, участники круглого стола «**Клерикализация России** – путь в новое варварство» <...> с тревогой наблюдаем за набирающим обороты процессом клерикализации государственных и общественных институтов России⁶; РПЦ действительно сейчас является **рассадником гомофобии**, она как бы предоставляет идеологическую крышу для тех кто готов избивать открытых ЛГБТ, что разумеется никак не согласуется с идеологической платформой И. Христа...⁷

¹ Нурмагомедов назвал Макгрегора отбросом человечества. URL : <https://sportrg.ru/2020/09/30/nurmagomedov-nazval-makgregora-otbrosom-chelovechestva.html> (дата обращения : 15.07.2021).

² Русскоязычных жителей Эстонии назвали человеческим мусором. URL : <https://lenta.ru/news/2021/02/10/musor/> (дата обращения : 15.07.2021).

³ Опасное слово, появившееся в молодежном лексиконе. URL : <https://dtf.ru/u/299033-lord-draconus/756641> (дата обращения : 15.07.2021).

⁴ «Государства-изгойи» и международная безопасность. URL : <https://www.svoboda.org/a/24203502.html> (дата обращения : 15.07.2021).

⁵ Православный Талибан – или новый мир с пугалом вместо России. URL : <https://aljansas.livejournal.com/131594.html?thread=936202> (дата обращения : 16.07.2021).

⁶ Клерикализация России – путь в новое варварство. URL : <http://www.ateism.ru/article.htm?no=2160> (дата обращения : 16.07.2021).

⁷ РПЦ и гомофобия. URL : <https://sgs-ru.livejournal.com/56385.html> (дата обращения : 16.07.2021).

К террибилитизмам относится устойчивое словосочетание *зеленые человечки* («вежливые люди»), обозначающее военных без опознавательных знаков, например: *Эта операция в Крыму прошла столь успешно, что для Украины и других антироссийски настроенных стран «зеленые человечки» – «вежливые люди» стали образом врага, жупелом, которым в странах НАТО пугают обывателей. Однако тактику их действий там изучают, берут на вооружение*⁸. Чтобы вызвать страх и неприязнь к России, используются и другие словосочетания-«страшилки», например *российская агрессия, рука Кремля: Байден заявил о единстве США и ФРГ в защите от «российской агрессии* ⁹; *Некоторые западные СМИ использовали информацию о сбитом турецкими ВВС в Сирии российском бомбардировщике Су-24 как очередной повод напомнить читателям о «российской угрозе»*¹⁰; *Европейский союз и НАТО ищут «руку Кремля» во всех бедах Старого Света, чтобы снять с себя ответственность за насущные проблемы континента, пишет сотрудник австралийского Института исследований международной политики имени Фрэнка Лоуи Мэттью Даль Санто...*¹¹ Враждебный образ России создается не только в других странах, но и внутри самой России, что свидетельствует об идеологическом расщеплении общества и внутреннем информационно-психологическом противоборстве, представляющем угрозу национальной безопасности государства. Приведенные примеры иллюстрируют такую особенность языковых единиц, как их полифункциональность. В предложенных иллюстрациях террибилитизмы-синонимы *зеленые человечки* и *вежливые люди* одновременно являются эвфемизмами, *российская агрессия* – политическим ярлыком, а *рука кремля* – тропом (метонимией).

В текстах ИПВ используются **эвфемизмы** *лица с семейными обязанностями* (вместо *родители*), *военное присутствие* (вместо *оккупация*), *регулирование цен* (вместо *повышение цен*), *неполная занятость* (вместо *безработица*), *кризис* (вместо *война*), *стабильные отношение* (вместо *подчинение*), *миротворцы* (вместо *военные*), *сотрудники* (вместо *шпионы*) и мн. др. Приведем некоторые примеры: *Воры и убийцы, припудрив мерзкие хари, объявляют себя миротворцами, требуют понимания воровских интересов, уважения, рисуют миру красные линии. Цивилизованный мир, просуществовав без глобальной войны 76 лет, потерял бдительность, погряз в меркантилизме и попустительстве*¹² – комментарий пользователя; *Уже сейчас Штаты пытаются пристроить в Узбекистане несколько тысяч своих афганских «сотрудников» – как бы временно, до получения ими американской визы – и щедро оплачивать их пребывание. Скажете, «это другое»? Нет,*

⁸ «Зеленые человечки» на гибридной войне. URL : https://nvo.ng.ru/wars/2015-04-03/10_green.html (дата обращения : 16.07.2021).

⁹ Байден заявил о единстве США и ФРГ в защите от «российской агрессии». URL : <https://www.rbc.ru/rbcfreenews/60f0c8cb9a7947d964fae9d0> (дата обращения : 16.07.2021).

¹⁰ Инцидент с российским Су-24: турецкая провокация и ее последствия. URL : <https://ria.ru/20151124/1327795616.html> (дата обращения : 16.07.2021).

¹¹ Всюду «козны Кремля»: Nation об информационной войне ЕС против России. URL : <https://ria.ru/20160320/1393304858.html> (дата обращения : 16.07.2021).

¹² «Если Россия продолжит агрессивные действия, мы ответим». Интервью с госсекретарем США. URL : <https://www.svoboda.org/a/31241564.html> (дата обращения : 17.07.2021).

это все одно и то же – просто под другим предлогом¹³; Сирийский конфликт еще далек от своего завершения, но уже сейчас можно говорить о том, кто станет наиболее вероятными победителями и проигравшими¹⁴; Правда, скрытая безработица (она же неполная занятость) в несколько раз больше¹⁵; 17 мая радиостанция «Эхо Москвы» сообщила, что Мединский предложил ввести регулирование цен на билеты в качестве поддержки отечественных¹⁶.

Симулятизмы (от лат. *simulatio* – обман) в дискурсе ИПВ служат для обмана и привлечения аудитории на свою сторону. Это такие словосочетания, как *общемировая цивилизация, общечеловеческие ценности, свобода слова, права человека, новое мышление, гражданское общество, образование мирового уровня, социальное равенство, интегрированные знания, демократические ценности* и некоторые другие. Например: *Нужно образование мирового уровня, честные СМИ (о гласности и свободе слова, как и о необходимости реальной защиты прав человека, все время говорит и сам Мирзиев* (так в оригинале. – прим. авт.). *А с вмешательством в свои внутренние дела – и тем более с подрывной работой – узбекские власти уверены, что справятся*¹⁷.

Некоторые симулятизмы под влиянием изменений в экстралингвистической ситуации претерпевают семантическую трансформацию. Так, например, подобную трансформацию можно наблюдать в функционировании одного из компонентов словосочетания *западные партнеры*, в котором слово *партнеры* употребляется для выражения ложноположительного отношения к объекту оценки. Одно из лексикографических значений слова *партнер* – ‘компаньон, товарищ в чем-то’ (Ефремова, 2000: 598). Однако в современных дискурсивных условиях и обстоятельствах первоначальное значение слова модифицируется, приобретая значение ‘оппонент, сторона или государство с противоположными взглядами и позицией’. Например, *По словам господина Лаврова, «западные партнеры перешли все рамки разумного» и вынуждают Россию сознаться в отравлении Навального*¹⁸. В данном примере актуализируется указанное дискурсивное значение слова *партнеры*, а само высказывание используется для описания напряженных отношений России и Запада, выражения существующих разногласий сторон в вопросах мировой политики.

ИПВ характеризуется созданием деструктивного контента, появлением новых слов и словосочетаний с агрессивной, враждебной, оскорбительной семантикой. Возникает **инвективизация публичной речи**. Эта мысль обобще-

¹³ США ищут ключ к Центральной Азии. URL : <https://ria.ru/20210717/afghanistan-1741589032.html> (дата обращения : 17.07.2021).

¹⁴ МИД Египта: военное решение в Сирии доказало свою неэффективность. URL : <https://ria.ru/20160214/1374508782.html> (дата обращения : 17.07.2021).

¹⁵ Сегодня впервые в «КП» спецвыпуск «Подмосковье». URL: <https://www.kp.ru/daily/22495.5/7301/> (дата обращения : 17.07.2021).

¹⁶ В Минкульте пояснили слова Мединского о защите от Голливуда. URL : <https://lenta.ru/news/2017/05/18/norise/> (дата обращения : 17.07.2021).

¹⁷ США ищут ключ к Центральной Азии. URL : <https://ria.ru/20210717/afghanistan-1741589032.html> (дата обращения : 17.07.2021).

¹⁸ Лавров: западные партнеры в ситуации с Навальным перешли все рамки разумного. URL : <https://www.kommersant.ru/doc/4492231> (дата обращения : 18.07.2021).

на в обороте *атмосфера ненависти*. Он стал активно употребляться в российском политическом дискурсе с 2015 года и вошел в пятерку лидеров соответствующей номинации конкурса «Слово года». На авансцену политической коммуникации выражение вышло еще в 2010 году, когда его произнес Борис Немцов, отозвавшись об избии Олега Кашина. Рекуррентность политических событий, характерная для социального развития в целом и языка политической коммуникации в частности, вновь актуализировала словосочетание *атмосфера ненависти* в 2015 году в связи с убийством Бориса Немцова: *Западные СМИ неоднозначно оценили убийство оппозиционного политика Бориса Немцова, которое произошло в пятницу, 27 февраля, вблизи Кремля. Одни называют его политическим, другие винят во всем атмосферу ненависти, которую в обществе создала российская пропаганда*¹⁹. Анализируемое словосочетание – это подтверждение формирования в современном обществе дискурса новой чувствительности, при котором главным является выражение эмоций и чувств человека, часто находящихся на отрицательном полюсе вектора «добро – зло». Одновременно с этим *атмосфера ненависти* – это доказательство существования в политическом дискурсе концептуальной оппозиции «свои – чужие», которая неоднократно становилась предметом научных изысканий представителей различных исследовательских направлений: философии (Корчак, 2006), истории (Шпилов, 2008), культурологии (Якимович, 2003), психологии (Каган, 2011), лингвистики (Чернявская, Молодых, 2014). Например, украинский аналитик и политтехнолог Александр Кочетков «умело» использует выражение *атмосфера ненависти* для создания деструктивного прагматического потенциала и обвинения оппонентов в создании этой самой атмосферы ненависти: *Атмосфера ненависти. Почему псевдопатриоты опасны для Украины не меньше российских пропагандистов. «Патриотические» хейтеры вроде Вятровича, Соколовой, Дроздова и других, сущностно не отличаются от российских пропагандистов: та же позиция вражды и раздора, передергивание фактов, выгораживание «своих» и очернение «чужих»*²⁰. В массмедийном дискурсе может варьироваться второй компонент словосочетания *атмосфера ненависти*, но агрессивная коннотация при этом сохраняется: *Беда-драма (нападение с ножом на Татьяну Фельгенгауэр...), произошедшая накануне в редакции «Эха Москвы», кроме всего прочего, громко напомнило нам всем (и властям, и обществу) о той атмосфере (нетерпимости и ненависти...), которая уже не первый год окружает нас*...²¹.

Пожалуй, самым резонансным событием, которое повлияло на нашу жизнь и ее отражение в языке, стала пандемия коронавируса. Так, например, ученые, рассматривают лингвокогнитивный аспект продуктивных способов и средств словообразования в электронных СМИ (Радбиль и др., 2021); опи-

¹⁹ «Атмосфера ненависти» – западные СМИ об убийстве Бориса Немцова. URL : https://m.dp.ru/a/2015/03/02/Atmosfera_nenavisti_z (дата обращения : 19.07.2021).

²⁰ Атмосфера ненависти. Почему псевдопатриоты опасны для Украины не меньше российских пропагандистов. URL : <https://focus.ua/opinions/474839-atmosfera-nenavisti-pochemu-psevdpatrioty-opasny-dlya-ukrainy-ne-menshe-rossiyskih-propagandistov> (дата обращения : 20.07.2021).

²¹ «Атмосфера ненависти». Кто ее создает? URL : <https://echo.msk.ru/blog/astemirtsomaevv/2080142-echo/> (дата обращения : 20.07.2021).

сывают карнавализацию русского языка в эпоху пандемии коронавируса (Купина, 2021); подвергают анализу обсуждение темы коронавируса в рамках российского научно-популярного контента (Панюкова, 2021). В условиях ИПВ возникают новые коллокации у широко употребляемых слов. Так, в последнее время появилось выражение *ковид-терроризм*: **Ковид-терроризм? Однозначно – Да, при том на государственном уровне и при господдержке**²².

Среди **отрицательных коннотатов** выделяется группа слов на *-изм*: *православизм, путинизм, христианизм, нацизм* и др. На негативный прагматический потенциал слов с суффиксом *-изм* указывает автор книги «Специфика современного медийного словотворчества» (Радибурская, 2015). Таким является также слово *трампизм*, которое отсылает к образованным по той же модели словам *фашизм* и *расизм*: *Тон и стиль внешней политики США при Джо Байдене изменится, однако политическое наследие «трампизма» продолжит влиять на внешнюю политику Вашингтона, считает старший научный сотрудник аналитического центра «Тайхэ» Цянь Фэн*²³.

К отрицательным коннотатам относятся, например, такие слова, как *оккупация (вместо освобождение), дестабилизация, вторжение, котрреарх (вместо патриарх), пораженобесы, храмоборцы, храмобфия* и многие другие. Примеры употребления: *Основной версией правоохранителей является дестабилизация ситуации на Украине*²⁴; *США начали вторжение в регион Ирака в 2003 году в целях свержения режима президента Саддама Хусейна, поскольку он, по их мнению, представлял опасность для международного сообщества*²⁵.

Говоря о неологизмах-отрицательных коннотатах, заметим, что они могут образовываться от ключевых слов исторической эпохи. Так, нейтральное слово *Крым*, принадлежащее к числу тех лексических единиц, которые, по мнению Л.М. Цоневой, «называют самые актуальные для общества понятия и отличаются высокой частотностью употребления в разных сферах общения» (Цонева, 2015: 256). Слово *Крым* послужило основой для образования окказионального наименования *Крымнаш*, которое, в свою очередь, тоже прошло в языке несколько стадий развития: от изменений на графическом уровне (ср., *крымнаш* vs. *Крымнаш*) до вхождения в словообразовательную парадигму русского языка (см., например, Вепрева, 2015). Как правило, все окказиональные слова, созданные по активным словообразовательным моделям русского языка от наименования *Крымнаш*, выражают аксиологические предпочтения акторов политической коммуникации и носят ярко выраженный оценочный характер, в том числе негативный, как в случае с *крымнашизм*: *До недавнего времени казалось, что «крымнашизм» в его первоначальной форме – это такое застенчивое признание присутствия российских*

²² Ковидный туризм или терроризм? Москва, Кремль, Горный... скоро. URL : <https://echo.msk.ru/blog/amountain/2738840-echo/> (дата обращения : 20.07.2021).

²³ Эксперт: «трампизм» будет влиять на внешнюю политику США и при Байдене. URL : <https://ria.ru/20210123/ssha-1594245299.html> (дата обращения : 20.07.2021).

²⁴ На Украине допросили опубликовавшего запись по делу об убийстве Шеремета. URL : <https://ria.ru/20210119/ukraina-1593714612.html> (дата обращения : 21.07.2021).

²⁵ США решили перебросить тысячи солдат на Ближний Восток. URL : <https://lenta.ru/news/2019/12/06/usilenie/> (дата обращения : 21.07.2021).

военных там, но в то же время попытка оправдания аннексии за счет так называемого искусственного референдума²⁶.

Тенденцию к криминализации русского языка в условиях ИПВ демонстрируют слова с приставкой *гоп-*: *гоп-политика*, *гоп-дипломатия*, *гоп-журналистика*, *гоп-религия*. Деструктивное начало таких номинаций восходит корнями к культуре гопников – городской шпаны, испытывающей ненависть к культурным и добропорядочным гражданам, которых они пытались напугать, унижить и ограбить. Такая хулиганская культура оказывается востребованной в языковом поле ИПВ: *Новый исполненный троллинга жест от МИД РФ вызвал отторжение многих пользователей Рунета. Они осудили поступок Лаврова как ребячество и очередное проявление «гоп-дипломатии», позорящее Россию в глазах китайцев, да и остального мира тоже*²⁷. Речь идет о маске, которую надел министр иностранных дел России С. Лавров во время визита в Китай с надписью на английском «К черту карантин!» *Гоп-религия* употребляется для характеристики религиозных организаций, которые действуют агрессивно и захватнически: *Однако за последние годы поп-религия перешла к более воинственным действиям, превращаясь в гоп-религию...*²⁸

1.2. Мелиоративные средства, или глорификаторы, – это лексические и фразеологические единицы с положительно-оценочной коннотацией.

К мелиоративному сегменту, если его выделять, можно отнести симулятизмы (они же семантические амбиваленты), назвав их псевдомелиоративными, так как включенная в них лексика в системе языка имеет позитивное значение (фиксируется лексикографически), а функцию они выполняют негативную. Но именно псевдомелиоративность позволяет рассматривать симулятизмы и эвфемизмы не в мелиоративном сегменте, а в пейоративном, если брать за основу классификации новаций функциональность.

Нужно отметить, что продуцирование мелиоративных языковых средств не характерно для ИПВ, скорее можно говорить об актуализации некоторой лексики и фразеологии, вокруг которой разворачивается борьба мнений и суждений. Так в центре этой борьбы оказались слова и устойчивые словосочетания, выражающие нациообразующие концепты, без которых невозможно представить формирования и существования полноценного национального сознания ни отдельной личности, ни народа в целом. Это такие концепты, как *Отечество*, *Русская земля*, *Родная земля*, *Русский мир*, *русские*, *русский народ*, *русский вопрос*, *государство*, *Победа*, *семья*, *народ*, *национальная идея*, *православие*, *Русская Православная церковь*, *русский язык*, *патриотизм* и некоторые другие.

К положительным коннотатам, подвергающимся русофобской диффамации, можно отнести имена таких выдающихся деятелей русской истории,

²⁶ Логика загнивающего самодержавия. URL : <https://www.svoboda.org/a/26915989.html> (дата обращения : 21.07.2021).

²⁷ Сергей Лавров шокировал публику маской с антикарантинным текстом. URL : <https://www.ridus.ru/news/350227> (дата обращения : 21.07.2021).

²⁸ Гоп-политика, гоп-журналистика, гоп-религия. URL : <https://novayagazeta.ru/articles/2017/11/13/74527-goppi> (дата обращения : 21.07.2021).

как Александр Невский, Иван Грозный, патриарх Гермоген, Минин и Пожарский, Суворов, Кутузов, Скобелев, маршал Жуков; имена героев Великой Отечественной войны: Зои Космодемьянской, Александра Матросова, героев-панфиловцев и т. д. Например: *Основная заслуга св. Александра перед Церковью, по мнению этого беснующегося кощунника, состоит в том, что он выкалывал русским глаза. Моя подлинная оценка св. прав. Александра сформировалась много лет назад и выражена в этой статье, в которой, конечно, нет ничего от той гнили, которую несет сомечтатель о мобильных пыточных камерах Букарский, для каковой мрази высшим подвигом русского правителя является, якобы, выкалывать глаза русским людям. Разумеется, Церковь прославила Александра не за выдуманный «евразийский выбор», не за жестокость в утверждении своей власти. Говорить это так же нелепо, как утверждать, что св. прав. Андрей Боголюбский прославлен за взятие и разорение Киева, а св. прав. Димитрий Донской за казнь московского тысяцкого. Напротив, св. Александр прославлен как стоятель за Русскую Землю – мечом там, где возможно было поднять меч, и словом и дипломатией там, где поднимать меч было бессмысленно²⁹.*

2. Неспециализированные средства ИПВ

Особую группу составляют слова и словосочетания, имеющие двойную, причем противоположную, аксиологическую коннотацию в зависимости от идеологической позиции (либеральной или антилиберальной), которую занимает говорящий (пишущий). Их можно назвать **аксиологическими амбивалентами**. Например, *демократия, толерантность, политкорректность, оптимизация, реформа, модернизация, элита, мировая цивилизация, глобализация* и т. д. Это своего рода «слова-амебы», или «мифогены» (Васильев, 2012: 37), которые характеризуются «отсутствием связи с конкретной реальностью и минимальной, вплоть до нулевой, семантической валентностью, то есть симулякры (в терминологии Л.Н. Синельниковой)» (Там же: 36). Сравните, например: *Нынешнее руководство завода на той же стороне баррикад, что и Правительство РФ: нет-нет, это не ликвидация завода, а всего лишь «оптимизация». И вовсе не массовые увольнения, а добровольный уход на пенсию двух тысяч сотрудников³⁰ и Ранее в Минфине анонсировали масштабные сокращения государственных служащих. Оптимизация штата должна привести к ежегодной экономии до 100 миллиардов рублей³¹.*

В текстах ИПВ используются **конструкции с новой сочетаемостью слов** в разных функциях, например: *Попечительский совет института возглавляет 83-летний Генри Маркович Резник, кандидат юридических наук, заслуженный юрист РФ, старший партнер адвокатского бюро «Резник, Гагарин и партнеры», вице-президент Федеральной палаты адвокатов РФ, первый вице-президент Адвокатской палаты города Москвы, член Совета*

²⁹ Нечестивая клевета на св. Александра Невского. URL : <https://holmogor.livejournal.com/4538926.html> (дата обращения : 21.07.2021).

³⁰ Чиновники с крылышками. URL : <https://novayagazeta.ru/articles/2009/04/22/43088-chinovniki-s-krylyshkami> (дата обращения : 22.07.2021).

³¹ Минфин предложил сократить 100 тыс. должностей в российской армии. URL : <https://www.rbc.ru/society/20/10/2020/5f8e273d9a7947dc01aff53c> (дата обращения : 22.07.2021).

при Президенте РФ по развитию гражданского общества и правам человека, член Московской Хельсинкской группы. Знаковая фигура для **прогрессивной клоаки**³²; По российскому образованию нанесен **патриотический залп**: теперь школьников будут учить любви к России на обязательной основе³³; **Цифровые волонтеры** необходимы, поскольку это первая цифровая переписка, в которой есть отличная возможность переписаться самому, не выходя из дома³⁴; **Вирус человечности**: как студенты в 2020-м учили преподавателей осваивать Zoom и интернет³⁵.

Наблюдается **новая семантика неновых слов** (имеется в виду семантика, не зафиксированная толковыми словарями), позволяющая отнести их к оценочным коннотатам, как правило, негативно-оценочным. Например: В разговоре с мгновенно устремившемся в защиту голубятни либеральным порталом *Знак.com*: „Мы отказались печатать, так как эти корейские певцы на сцене целуются, что позволяет нам сделать вывод о их нетрадиционной ориентации“³⁶; Юргенс (о российской экономике): – Это хаос, **базар**, а не рынок³⁷; На каком-то этапе, когда начнется интеллектуальное снижение, его просто снимут с работы, и **вампириствовать** он будет в своей семье³⁸.

К неспециализированным средствам относятся тропы, рассмотрение которых может составить предмет отдельной научной статьи.

Следует иметь в виду, что в живом, функционирующем языке много переходных зон, функциональных совпадений. Так, аксиологические амбиваленты могут выполнять функции симулятизмов.

3. Средства нейтральные со стороны эмоционально-оценочных функций

ИПВ породила большое количество **терминов**, например: лингвистика информационно-психологической войны, информационное противоборство, деструктивные смыслы, словесные ярлыки, манипулятивные технологии, субъект ИПВ, объект ИПВ, инициатор ИПВ, актер ИПВ, мишень ИПВ, исполнитель ИПВ, образ врага, парадокс ИПВ, урон от ИПВ, информационное давление, фейк, фейковые новости, медиафейки, стратегии ИПВ, тактики ИПВ стратегия диффамации, стратегия дискредитации, метод диффамации, демонизация, эффект демонизации, информационная атака, постправ-

³² Детище Генри Резника признано иностранным агентом. URL : https://zavtra.ru/events/detishe_genri_reznika_priznано_inostrannim_agentom (дата обращения : 22.07.2021).

³³ Спустили урок. URL : <https://novayagazeta.ru/articles/2021/07/12/spustili-urok> (дата обращения : 22.07.2021).

³⁴ Волонтеры переписи. URL : <http://www.mineco04.ru/about/info/news/2125/> (дата обращения : 22.07.2021).

³⁵ Вирус человечности: как студенты в 2020-м учили преподавателей осваивать Zoom и интернет. URL : <https://gazon.media/kampus/obrazovanie/virus-chelovechnosti-kak-studenty-ves-2020-y-pomog/> (дата обращения : 22.07.2021).

³⁶ Это тупик в развитии человечества. URL : https://www.znak.com/2021-07-14/v_ekaterinburge_tipografiya_otkazalas_pechat_foto_k_pop_gruppy_zapodozriv_chno_oni_gei (дата обращения : 23.07.2021).

³⁷ Центральный рынок. URL : <https://ejway.ru/world> (дата обращения : 23.07.2021).

³⁸ Психологический вампиризм. URL : https://mir-knig.com/read_29986-54 (дата обращения : 23.07.2021).

да, дезинформация, информационное оружие, лингвистика постправды, фактоид, признаки ИПВ, жанры ИПВ и др. Здесь сразу нужно заметить, что поскольку война, в том числе и информационная, явление негативное, то весь комплекс терминов ИПВ следовало бы рассматривать в разделе пейоративных средств; однако мы полагаем, что именно в силу терминологичности этих словосочетаний им присуща стилистическая нейтральность, так как термины фиксируют те или иные явления, не давая им оценки. Прежде всего это термины, созданные в области наук, изучающих ИПВ.

В сфере семейной проблематики появились такие обсуждаемые с разных позиций термины: *социальный пол, однополый брак, гомосексуальное лобби, гендерное равенство, новые стандарты прав человека, депатологизация сексуальных отклонений (фетишизма, трансвестизма, транссексуализма, гомосексуализма, садомозахизма и др.), приписанный при рождении пол, ассоциируемый пол, третий пол, гендерное законодательство, гендерное квотирование, гендерный баланс, гендерная экспертиза, гендерное образование, гендерная дискриминация, жертва гендерной дискриминации, лица с семейными обязанностями (вместо родители), гендерные уполномоченные, технология «харассмент»* и др. Пример употребления: *...не пытайтесь учить детей дома. Из них может получиться **цисгендерный** (то есть нормальный по сексуальной части) человек, и вы же не хотите таким образом создать еще одного угнетателя, рядом с которым **трансгендерные** люди не будут чувствовать себя в безопасности?*³⁹

Нейтральными средствами являются также такие термины, как *Минские соглашения, коронавирусные сертификаты* и мн. др.

Наши наблюдения подтверждают отмеченное ранее Г.Н. Складневской стремительное расширение сочетаемости прилагательного *информационный* и образование с ним серии устойчивых терминологических сочетаний. Приводимые ею примеры: *информационная блокада, информационный взрыв, информационная война, информационное поле, информационное пространство* (актуализация значения «сведения, факты о ком-, чем-л.; сообщение о фактах, событиях»); *информационная зависимость, информационная сеть, информационная система, информационное общество, информационная технология* («совокупность сведений как объект хранения, переработки и передачи») (Складневская, 2001). К этим примерам добавим следующие более или менее устойчивые словосочетания, в том числе метафорического свойства: *информационная революция, информационный удар, информационный вирус, информационное давление, информационный слепок, информационный коктейль, информационные карусели*. Приведем контексты употребления некоторых из них: *После того, как журналистов кружат на такой **информационной карусели**, им кажется, что они осветили все стороны вопроса – именно так получают «пустышки», которые подаются как новости из Сирии*⁴⁰; *В читальном зале Центральной городской библиотеки*

³⁹ Требуется тупые потребители: почему детей боятся отдавать в школы. URL : <https://ria.ru/20210619/obuchenie-1737619227.html> (дата обращения : 23.07.2021).

⁴⁰ Колумнист Boston Globe: СМИ США изощренно глут про действия РФ в Сирии. URL : <https://ria.ru/20160220/1377798140.html> (дата обращения : 23.07.2021).

им. А.С. Пушкина состоялся **информационный коктейль** «Читай всегда! Читай везде!», посвященный 25-летию со дня выхода в свет первого номера газеты «Крымские известия»⁴¹.

Некоторые устойчивые терминологические сочетания с прилагательным «информационный» обозначают негативно оцениваемые явления: *информационная оккупация, информационный терроризм, информационный мусор, информационный киллер, информационное давление, информационный слепок, информационная какофония*. Приведем контексты употребления некоторых из них: *В этом смысле можно сказать, что непосредственно с момента начала информационной войны вся территория России (как в данном случае, и любой бы другой страны) автоматически приводит к **информационной**, хотя и облегченной по форме, **оккупации** всей территории и всего населения страны, включая детей*⁴²; *Свои первые шаги в журналистике я делала в период так называемых традиционных медиа. С тех пор мир кардинально изменился, **информационная какофония** накрыла весь мир*⁴³.

Возник целый ряд устойчивых сочетаний терминологического характера, являющихся наименованиями противоборства различного типа: *смысловая война, война Шредингера, арабская война, война санкций*. Например: *На данный момент мир переходит к новой стадии противоборства – это **смысловая война**, я ее называю «**Войной Шредингера**»*⁴⁴. На основе расширения значения слова *революция* возникли такие термины, как *цветные революции, «бархатная революция», «революция красных гвоздик», «революция алых роз»* и т. п.

Новые устойчивые словосочетания репрезентируют появление актуальных для того или иного времени событий (явлений, феноменов). Так, в настоящее время значительно расширился список препозитивных прилагательных, атрибутирующих слово *терроризм*: *политический, религиозный, националистический, технологический, ядерный, криминальный, кибер, информационный, зеленый, допинговый*. В данном случае наблюдается расширение лексического значения слова *терроризм* в реальном дискурсивном употреблении. В процессе информационно-психологической войны терроризм – это не только физическое уничтожение противника, но и более широкий спектр насильственных действий в зависимости от определенной сферы человеческой деятельности: религия, политика, спорт, экология, IT-технологии и др. (см., например, Толковый словарь., 2011: 980). Приведем несколько примеров использования слова *терроризм* в новой сочетаемости: *Борьба с **религиозным терроризмом** требует задействования идеологического ресурса государства – поддержки межконфессионального взаимодей-*

⁴¹ Информационный коктейль «Читай всегда! Читай везде!». URL: <http://simadm.ru/press/government/7442/> (дата обращения : 23.07.2021).

⁴² Информационная война – тоже война. URL : <https://ria.ru/20160321/1393849944.html> (дата обращения : 23.07.2021).

⁴³ Правда и доверие – новый денежный эквивалент в мире. URL : <https://hromadske.ua/ru/posts/pravda-i-doverie-novyy-denezhnyj-ekvivalent-v-mire> (дата обращения : 23.07.2021).

⁴⁴ Информационная война как повседневность. URL : https://nvo.ng.ru/spforces/2020-11-05/8_1116_spforces1.html (дата обращения : 23.07.2021).

ствия, дискредитации идеи избранности вероисповедания и т. д.⁴⁵; Есть такое понятие, как **допинговый терроризм**. Возможно, что Юлии (Юлии Ефимовой. – прим. авт.) что-то подсыпали. Факты **допингового терроризма** известны⁴⁶.

Заключение

Исследование показывает, что в современном русском языке под влиянием ИПВ возник целый ряд лексико-фразеологических новаций. Довольно большое количество специализированных единиц составляют негативаторы (единицы с негативной функцией: политические ярлыки, инвективы, террибилятизмы, симулятизмы, оценочные коннотаты и негативаторы-эфмемизмы) и стилистически нейтральные термины и терминойды.

Продуцирование мелиоративных средств для ИПВ не характерно, но в то же время можно сказать, что в русскоязычных массмедийных текстах наблюдается актуализация слов и словосочетаний, именующих нациообразующие концепты.

Для некоторых языковых/речевых средств, порожденных ИПВ, характерно противоречие между системным (лексикографически фиксируемым) значением составляющих их слов и их манипулятивной функцией в текстах ИПВ. Это прежде всего семантические амбиваленты и эфмемизмы.

Можно сказать, что выявлен новый перспективный ракурс научных изысканий в сфере лингвистики ИПВ.

Предпринятое нами исследование не выходит за рамки постановки вопроса и нуждается в продолжении, а также уточнении некоторых высказанных положений.

Список литературы

- Борисова Е.Г. Лексическая номинация в информационных войнах // Вестник Московского городского педагогического ун-та. Серия : Филология. Теория языка. Языковое образование. 2016. № 1 (21). С. 61–65.
- Васильев А.Д. Цели и средства игр в слова. Красноярск, 2012. URL: <http://www.kspu.ru/upload/documents/2016/02/11/43be9db383769a7a1c64622421b03455/monografiya-ad-vasilev.pdf> (дата обращения : 21.07.2021).
- Васильев А.Д., Подсохин Ф.Е. Информационная война : лингвистический аспект // Политическая лингвистика. 2016. № 2 (56). С. 10–16.
- Вепрева И.Т. Об актуальной лексеме *Крымнаш* // Русский язык и литература в пространстве мировой культуры: материалы XIII Съезда МАПРЯЛ (г. Гранада, Испания, 13–20 сентября 2015 г.). СПб.: МАПРЯЛ, 2015. С. 31–35.
- Веснина Л.Е., Нахимова Е.А. Информационно-психологические войны в России // Политическая лингвистика. 2017. № 3 (63). С. 140–145.
- Ефремова Т.Ф. Новый словарь русского языка. Толково-словообразовательный: в 2 т. М. : Русский язык, 2000. 1209 с.

⁴⁵ Современный религиозный терроризм как он есть. URL : https://nvo.ng.ru/gpolit/2017-07-21/1_957_terrorism.html (дата обращения : 23.07.2021).

⁴⁶ Волков: возможно, что Ефимовой что-то подсыпали. URL : <https://www.championat.com/other/news-1735153-volkov-vozmozhno-chto-efimovoj-chto-to-podsypali.html> (дата обращения : 23.07.2021).

- Каган В.Е. HomoXenophobicus : психология «своего и чужого» // Национальный психологический журнал. 2011. № 2 (6). С. 40–45.
- Комалова Л.Р. Языковые последствия Брекзита (обзор) // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Серия 6 : Языкознание. Реферативный журнал. 2019. № 4. С. 105–112. URL : <https://cyberleninka.ru/article/n/yazykovye-posledstviya-brekzita/viewer> (дата обращения: 21.07.2021).
- Корчак А.С. Философия Другого Я : История и современность. М. : ЛЕНАНД, 2006. 152 с.
- Купина Н.А. Карнавализация русского языка в эпоху пандемии коронавируса // Известия Уральского федерального университета. Серия 1 : Проблемы образования, науки и культуры. 2021. Т. 23. № 1 (204). С. 280–292.
- Кушнерук С.Л. Траектории исследования информационно-психологической войны в российской лингвистике // Политическая лингвистика. 2019. № 6 (78). С. 12–22.
- Лингвистика информационно-психологической войны : монография. Книга I / отв. ред. А.П. Сковородников. Красноярск : СФУ, 2017. 340 с.
- Лингвистика информационно-психологической войны : монография. Книга II / отв. ред. А.П. Сковородников. Красноярск : СФУ, 2019. 488 с.
- Лингвистика информационно-психологической войны : монография. Книга III / отв. ред. А. П. Сковородников. Красноярск : СФУ, 2020. 344 с.
- Марусенко М.А. «Эволюция мировой системы языков в эпоху постмодерна. Языковые последствия глобализации». М. : ВКН, 2015.
- Панюкова С.А. Освещение пандемии коронавируса в контексте научно-популярной журналистики // Знак : проблемное поле медиаобразования. 2020. № 4 (38). С. 151–157.
- Радбиль Т.Б., Рацибурская Л.В., Палочи И.В. Активные процессы в лексике и словообразовании русского языка эпохи коронавируса : лингвокогнитивный аспект // Научный диалог. 2021. № 1. С. 63–79.
- Рацибурская Л.В. Специфика современного медийного словотворчества. М. : ФЛИНТА : Наука, 2015. 136 с.
- Скляревская Г.Н. Слово в меняющемся мире : русский язык начала XXI столетия : состояние, проблемы, перспективы // Исследования по славянским языкам. 2001. № 6. С. 177–202. URL : <http://www.philology.ru/linguistics2/sklyarevskaya-01.htm> (дата обращения : 21.07.2021).
- Толковый словарь русского языка с включением сведений о происхождении слов / отв. ред. Н.Ю. Шведова ; Институт русского языка имени В.В. Виноградова РАН. М. : Азбуковник, 2011. 1175 с.
- Трофимова Г.Н., Барабаш В.В. Языковое послевкусие интернет-эпохи в России : эффект бумеранга (актуальные процессы в русскоязычной цифровой медиакommunikации) : монография. М. : РУДН, 2020. 273 с.
- Цонева Л.М. Ключевое слово *Крым* в медиадискурсе // Медиалингвистика. 2015. С. 255–260.
- Чернявская В.Е., Молодых Е.Н. История в дискурсе политики : лингвистический образ «своих» и «чужих». М. : ЛЕНАНД, 2014. 200 с.
- Шипилов А.В. «Свой», «чужие» и другие. М. : Прогресс-Традиция, 2008. 568 с.
- Якимович А.К. «Свой – чужой» в системах культуры // Вопросы философии. 2003. № 4. С. 48–60.
- Guadagno R.E., Guttieri K. Fake news and information warfare: an examination of the political and psychological processes from the digital sphere to the real world // Handbook of research on deception, fake news, and misinformation online. Pennsylvania: IGI Global, 2019. Pp. 167–191.
- Lopez A.C. Making ‘my’ problem ‘our’ problem : warfare as collective action, and the role of leader manipulation // The Leadership Quarterly. 2020. Vol. 31. No. 2. URL : <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1048984318304090> (accessed : 03.07.2021).
- McDermott R. Leadership and the strategic emotional manipulation of political identity : an evolutionary perspective // The Leadership Quarterly. 2020. Vol. 31. No. 2. URL : <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1048984318301310> (accessed : 03.07.2021).

- Robinson M., Jones K., Janicke H. Cyber warfare : issues and challenges // *Computers & Security*. 2015. No. 49. Pp. 70–94.
- Straub J. Mutual assured destruction in information, influence and cyber warfare : comparing, contrasting and combining relevant scenarios // *Technology in Society*. 2019. Vol. 59. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2019.101177>
- Young J.C. Disinformation as the weaponization of cruel optimism : a critical intervention in misinformation studies // *Emotion, Space and Society*. 2021. Vol. 38. <https://doi.org/10.1016/j.emospa.2020.100757>

Сведения об авторах:

Копнина Галина Анатольевна, доктор филологических наук, доцент, профессор кафедры русского языка и речевой коммуникации, Сибирский федеральный университет. *Сфера научных интересов*: теория речевого воздействия, политическая лингвистика. Автор более 170 научных публикаций. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9883-3892> E-mail: okopnin@mail.ru





Кошкарлова Наталья Николаевна, доктор филологических наук, доцент, профессор кафедры международных отношений, политологии и регионоведения, Южно-Уральский государственный университет (национальный исследовательский университет). *Сфера научных интересов*: политическая лингвистика, теория речевых жанров. Автор более 170 научных публикаций. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8861-0353> E-mail: studiumjuvenis@mail.ru

Сквородников Александр Петрович, доктор филологических наук, профессор, профессор-консультант кафедры русского языка и речевой коммуникации, Сибирский федеральный университет. *Сфера научных интересов*: лингвоэкология, лингвистика информационно-психологической войны. Автор более 200 научных публикаций. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0171-596X> E-mail: skapnat@mail.ru

DOI 10.22363/2618-8163-2021-19-4-383-400

Research article

Language consequences of modern psychological and information warfare in Russian mass-media: problem definition


Galina A. Kopnina¹  , Natalya N. Koshkarova² ,
Alexander P. Skovorodnikov¹ 

¹*Siberian Federal University,*

79 Svobodnyi Prospekt, Krasnoyarsk, 660041, Russian Federation

²*South Ural State University (National Research University),*

76 Prospekt Lenina, Chelyabinsk, 454080, Russian Federation

 okopnin@mail.ru

Abstract. The paper deals with the urgent and topical issue of political linguistics – the influence of information and psychological warfare on the Russian language. The aim of the paper is to describe the most frequent novices in the modern Russian language and speech which occur due to the domestic information and psychological warfare. The research was carried out on the basis of the mass-media texts, the traditional linguistic research methods were used (analysis and description, contextual and axiological analysis, etc.). As the result of the analysis the authors singled out both new and traditional words and word combinations

which simultaneously serve as the weapon and the result of information and psychological warfare. Two groups of language (speech) means were defined: specialized (which perform the relevant evaluative function – either positive or negative) and non-specialized (which change the function depending on the context, the semantic ambivalent words and word combinations). The specialized means include pejorative words and word combinations: political labels, invectives, terribilitisms (“bogey-words”), delusions (“trap-words”), negatively connotative words, and euphemisms. Ameliorative means are not characteristic of information and psychological warfare, though words and word combinations are widely used which denote national concepts being the subject of information rivalry. Neutral language means in information and psychological warfare in the Russian language include terms and terminoids, naming various types of rivalries and technologies constituting them. The results obtained contribute to the development of the information and psychological warfare linguistics. Research perspectives encompass the refinement of some points and the analysis of information and psychological warfare language consequences in the light of linguistic ecology.

Keywords: information and psychological warfare, war language, Russian language, language consequences

Article history: received 12.05.2021; accepted 25.07.2021.

For citation: Kopnina, G.A., Koshkarova, N.N., & Skovorodnikov, A.P. (2021). Language consequences of modern psychological and information warfare in Russian mass-media: problem definition. *Russian Language Studies*, 19(4), 383–400. <http://dx.doi.org/10.22363/2618-8163-2021-19-4-383-400>



АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ИССЛЕДОВАНИЙ РУССКОГО ЯЗЫКА

ACTUAL PROBLEMS OF RUSSIAN LANGUAGE RESEARCH

DOI 10.22363/2618-8163-2021-19-4-401-418


Научная статья

Некоторые аспекты демократизации языка современных российских СМИ

М.В. Загидуллина¹ , А.К. Киклевич²  

¹Челябинский государственный университет,
Российская Федерация, 454001, Челябинск, ул. Братьев Кашириных, д. 129

²Варминско-Мазурский университет в Ольштыне,
Республика Польша, 10–725, Ольштын, ул. Курта Обица, д. 1

 kiklewicz@uwm.edu.pl

Аннотация. Исследование имеет обзорно-теоретический характер, а его предметом являются активные процессы в языке современных российских средств массовой информации, вызванные демократизацией общества, особенно в связи с перестройкой государственной и политической системы, которая в странах Восточной Европы произошла в 1990-е годы. С опорой на научные публикации, а также на эмпирический материал (современные журналистские тексты) осуществляется систематизация социокультурных процессов (в рамках общей тенденции к демократизации), которые оказали и продолжают оказывать влияние на язык СМИ. К этим процессам отнесены социальное конструирование действительности и ангажирование СМИ, поляризация социальных групп и формаций, вытеснение трансмиссионной модели функционирования СМИ моделью взаимодействия, феномен «эхо-камер». В связи с воздействием социально-политического фактора отмечаются наиболее важные динамические процессы в языке СМИ, такие как депатетизация языковых штампов эпохи тоталитаризма, неосемантизация, количественный рост лексики, относящейся к сфере консьюмеризма, активация средств, обслуживающих сферу диалогических отношений, преодоление чрезмерно сложного характера языковой системы и др. Показано, что переход к модели взаимодействия СМИ (с политическими, религиозными, общественными организациями, корпорациями – с одной стороны, и сообществом потребителей – с другой стороны) обусловил социальную ангажированность медийных дискурсов, что в свою очередь вызвало рост этикетизирующих, оценочных и экспрессивных текстовых элементов. Другая важная тенденция связана с феноменом «эхо-камер», который в языке СМИ проявляется в специализации лексики и снижении степени грамматикализации сообщений. Представленные в статье аспекты демократизации языка СМИ в перспективе могут служить в качестве параметров, в соответствии с которыми может проводиться мониторинг СМИ, включающий элементы лингво-критического характера.

Ключевые слова: русский язык, функциональный стиль, подстиль, язык СМИ, журналистика, демократизация, коллоквиализация, социальная и функциональная дифференциация языка

© Загидуллина М.В., Киклевич А.К., 2021



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

История статьи: поступила в редакцию 18.06.2021; принята к печати 30.08.2021.

Для цитирования: Загидуллина М.В., Киклевич А.К. Некоторые аспекты демократизации языка современных российских СМИ // Русистика. 2021. Т. 19. № 4. С. 401–418. <http://dx.doi.org/10.22363/2618-8163-2021-19-4-401-418>

Введение

Язык СМИ является частью общенародного русского языка, и, естественно, в нем отражаются все те процессы, которые происходят в других сферах языковой деятельности, хотя в силу специфики журналистских дискурсов разные языковые явления представлены в них в большей или меньшей степени. Сфера СМИ сама оказывает значительное влияние на коммуникативную культуру общества и функционирование языка. Можно назвать несколько наиболее важных форм такого влияния: 1) поддержка и развитие национальных языков; 2) распространение литературной нормы; 3) культивирование альтернативных стилей, особенно разговорного и специализированных стилей (из области финансов, экономики, информационных технологий, здорового образа жизни и др.); 4) неологизация (в некоторых случаях определяемая как варваризация).

Медийная система в целом, а также язык журналистских дискурсов функционируют, кроме того, в более широком социально-культурном контексте, испытывая влияние процессов, происходящих в обществе на определенном историческом этапе. Это влияние имеет разный характер: с одной стороны – локальный, частный, окказиональный, конъюнктурный, с другой стороны – общий и даже глобальный. В медиаведческих (в частности, описательных) публикациях понятие «медиа» обычно трактуется недифференцированно, без национально-культурной атрибуции соответствующих явлений в области массовой коммуникации. Одним из примеров может послужить диссертация И.И. Волковой (Волкова, 2015). В ее названии отсутствуют какие-либо элементы, указывающие на атрибуцию материала – можно сделать вывод, что тема диссертации исследуется в общетеоретическом плане. В действительности это не так. В автореферате читаем, что исследование выполнено на материале российского телевидения – телевизионных передач игровых форматов федерального и регионального эфиров советского периода (начиная с конца 1930-х годов) и современных, материалов российских информационных порталов, интернет-изданий, сообществ в социальных сетях в период с 2010 по 2015 г. Информация на тему игрового компонента медиасообщений, полученная на российском материале, не может быть, однако, однозначно интерпретирована в общем плане – в силу национально-культурной специфики разных медийных систем. Игровой компонент в целом более характерен, например, для речевого поведения русских и украинцев, чем для поведения поляков (Leszczak, 2009: 169), что находит отражение и в медиадейственности. Подобным же образом этноспецифична информация в интернете. Так, если в поисковой системе Google.pl написать слово *święto* ‘праздник’, в первом окне высвечиваются витрины, содержащие информацию о польских государственных и религиозных праздниках, календари праздников, объяснение их названий, однако если подобным

образом вписать слово *праздник* в российской поисковой системе Rambler.ru, картина будет иной: часть первого окна занимают витрины с коммерческим содержанием, рекламирующие фирмы, которые занимаются так называемым ивент-сервисом.

Социокультурные факторы коммуникативных процессов имеют более или менее общий характер. Существуют универсальные (или глобальные) явления, которые наблюдаются в разных и совершенно отдаленных друг от друга медийных системах и культурных ситуациях (Свитич, 2013: 17). Так, американский исследователь М.Дж. Лэски (Lasky, 2005: 73 и др.) пишет о характерном для западных СМИ (особенно для расследовательской журналистики) явлении, которое заключается в недостоверном, поверхностном, спекулятивном представлении описываемых событий с целью создания сенсации. Лэски усматривает в этом опасную тенденцию к демонизации политических акторов, догматизации СМИ и даже пишет о культурной деградации западного общества. Данное явление, однако, широко (а может быть, еще шире) представлено также в медийной действительности Центральной и Восточной Европы, что констатирует, например, польский исследователь Т. Гобан-Кляс (Goban-Klas, 2007: 142 и др.).

Целью данной статьи является теоретическое осмысление активных процессов в современном русском языке средств массовой информации, вызванных демократизацией общества, особенно в связи с перестройкой государственной и политической системы, которая в странах Восточной Европы произошла в 1990-е годы, а также последующими событиями. Данная проблематика частично отражена в публикациях (Мокиенко, 1996; Засурский, 2004; Бушев, 2013; Синельникова, 2014; Хорошунова, 2020; Солганик, 2008 и др.). Так, Г.Я. Солганик (Солганик, 2008: 473 и др.) пишет, что демократизация представляет собой главное направление изменений в языке СМИ в перестроечный и послеперестроечный период. К явлениям, которые стали наиболее заметными в это время, он относит стилевое разнообразие журналистских текстов, рост ненормативных языковых элементов, языковые инновации, развитие языковых средств, служащих усилению информативности. Е.Л. Варганова указывает, что демократизация СМИ в постперестроечный период была связана с трансформацией российской медиасистемы под влиянием стандартов Западной Европы и Северной Америки. Это нашло, в частности, отражение в изменении стилистики и структуры журналистских текстов, а прежде всего в их переориентации «на информационные стандарты англо-американской журналистики, на классический принцип разделения новостей и мнений» (Варганова, 2008: 138). О. Романчук (Романчук, 2008: 220 и др.) пишет, что демократизация общества способствовала развитию аналитической журналистики.

Изучение демократизации языка СМИ шло в российской науке параллельно с изучением демократизации языка в целом, в том числе и с исследованием проблем денормативизации публичной речи, экспансии разговорного стиля в ранее закрытых для него областях официальной (в частности, деловой) коммуникации. Обстоятельная монография В.Г. Костомарова «Языковой вкус эпохи», впервые вышедшая в свет еще в 1996 году и выдержавшая ряд переизданий, была при этом полностью основана на анализе средств

массовой информации (Костомаров, 2019). Демократизация языка СМИ, таким образом, в основном получила осмысление как часть проблемы культуры речи в целом, а к концу 2010-х годов также включалась в проблемное поле статей, посвященных проблемам экологии языковых систем (см.: Курашкина, 2015, а также труды волгоградской группы исследователей, предложившей методы мониторинга СМИ с позиций эколлингвистики: Шамне, 2011; Эколлингвистика., 2009). Внимания заслуживают диссертационные исследования разных лет, в которых проблемы демократизации языка средств массовой информации нашли разностороннее освещение (Беглова, 2007; Скороходова, 2008; Шайдорова, 2009; Рынкович, 2010; Карицкая, 2013 и др.). В частности, анализируя материалы «Комсомольской правды», Ю.С. Рынкович (2010) выделяет такие аспекты газетного языка постсоветской эпохи, как развитие диалогизации (ориентира на адресата); усиление оценочности; широкое внедрение разговорности во все жанры СМИ; укрепление позиций языковой игры и иронии в массмедийных текстах; расширение форм и источников (в том числе ненормативных и неcodифицированных) интертекстуальности; усиление речевой агрессии; жаргонизация и варваризация языка СМИ.

В то же время наблюдения, сделанные исследователями на разных этапах развития постсоветских СМИ, требуют постоянного обновления в силу непрерывности динамики развития СМИ, реагирования языковых систем медиакоммуникации на меняющиеся условия производства новостей. В связи с этим представляется актуальным включить в общий ряд исследований процесса демократизации языка СМИ теоретические рассуждения о закономерностях динамики этих процессов, а также сопоставить примеры эпохи активного исследования демократизации СМИ (2000–2010-е годы) с современным состоянием газетно-публицистического стиля.

Методы и материалы

Статья имеет обзорно-теоретический характер, поэтому обращение к эмпирическому материалу обусловлено задачей подкрепления теоретических рассуждений конкретными примерами, в том числе из новейших выпусков российских СМИ. Лингвистическое комментирование, примененное к представленному материалу, основано на методе критического дискурс-анализа, в основе которого – выявление неявных смыслов высказываний, обусловленных определенной идеологией говорящего, отражающих его интенции (как сознательные, так и подсознательные), направленного на выявление в дискурсе «воли-к-власти» и других эффектов, особенно актуальных для политической коммуникации. Применительно к теме демократизации языка СМИ критический дискурс-анализ позволяет обнаруживать знаки социокультурных процессов, которые предопределяют общее развитие социума, поскольку массмедийные языковые практики отражают намерения, ожидания, стиль мышления больших групп людей.

Результаты

В результате проведенного исследования были, с одной стороны, выявлены те социокультурные процессы (в рамках общей тенденции к демократизации), которые оказали и продолжают оказывать существенное влия-

ние на массовую коммуникацию и язык российских СМИ: социальное конструирование действительности и ангажирование СМИ, поляризация социальных групп и субкультурных формаций, вытеснение трансмиссионной модели функционирования СМИ моделью взаимодействия, феномен «эхо-камер». С другой стороны, были охарактеризованы наиболее важные динамические процессы, расширяющие современные представления о последствиях демократизации языка СМИ – такие, как депатетизация языковых штампов эпохи тоталитаризма, неосемантизация, специализация и др.

Обсуждение

Понятие демократизации языка

К. Ожуг (Ozóg, 2001: 16) пишет о нескольких составляющих процесса демократизации общества в странах Восточной и Центральной Европы в 1990-е годы, который детерминировал радикальную перестройку медийной системы. имея в виду новую политическую систему управления государством, новые политические институты, новые экономические отношения (переход к свободному рынку), создание основ информационного общества и др. Демократизация общества отразилась в характере социальной коммуникации и вызвала значительные изменения в языке публичных дискурсов. Этот процесс имел общее направление: отказ от новояза тоталитарной эпохи. Кроме деидеологизации в языке российских СМИ заметной стала тенденция к консьюмеризму – расширению лексики (в основном, существительных), имеющей непосредственное отношение к культуре потребления: названий производственных и коммерческих фирм, названий товаров, финансовых и экономических терминов и др. Об этом свидетельствуют примеры из текстов, опубликованных в последнее время в «Новой газете»:

- (1) финансовые активы, недвижимость, свободные финансы, сальдированный финансовый результат, кредитная организация, прибыль минус убыток, банковский сектор, оборот, нефтяная рента, месячный доход, финансовая независимость, коридор возможностей, стартовый капитал.

Значительно возрос интерес к жанрам диалогического характера – таких, как интервью, дискуссия, ток-шоу (Ильченко, 2016: 11). В связи с этим были активированы разговорные ресурсы русского языка: вопросительные, комментирующие, контактоустанавливающие. Так, журналист Радио Свобода Мумин Шакриров, автор интервью на тему предстоящих выборов в российскую Госдуму, употребляет преимущественно вопросительные реплики типа:

- (2) А кто режиссер – Кремль или Грудинин с Зюгановым?
- (3) А что будет с кандидатами от «Яблока»?
- (4) Александра, как вы поняли эту фразу Байдена?

Вместе с тем журналист занимает позицию равноправного участника диалога, поэтому он не ограничивается вопросами – определяет проблемные темы, интерпретирует, прогнозирует, дает оценки. Вот несколько примеров:

- (5) Я так понимаю, что вопрос, отнимут совхоз у Грудина или не отнимут, остается открытым.
[журналист высказывает свое мнение]
- (6) Это картинка для Первого канала: «Я и президент США. Он могущественный, и я крутой».
[журналист иронизирует]
- (7) Русские и украинцы – один народ. В этом попытался убедить обе страны президент России Владимир Путин.
[журналист цитирует, пересказывает мнение политика]
- (8) Янукович, один из партнеров и союзников Владимира Путина, обещал ввести русский язык как второй государственный, но этого не сделал. Это говорит о ценности партнера.
[журналист оценивает]

Здесь мы видим пример развития диалоговых жанров СМИ «с оглядкой» на медиалогику социальных сетей: демократизация языка средств массовой информации оказывается под влиянием ежедневных коммуникативных практик, включающих как развитие «устно-письменной» коммуникации (Лутовинова, 2008), во многом представляющей собой речевые транскрипции, так и постоянное «давление» устных практик на письменные формы высказываний.

Демократизация языка, кроме того, означает преодоление чрезмерно сложной системы языковых ограничений и ее оптимизацию. Это, в частности, находит отражение в упрощении синтаксических структур (явлении синтаксической компрессии) и сокращении длины предложений (подробнее см.: Lüger, 1995: 23 и др.).

Коллоквиализация языка СМИ наиболее коснулась лексики. Начиная с 1990-х годов, в журналистских текстах стало появляться все больше разговорных, а также просторечных и жаргонных лексических элементов, особенно таких, которые несут в себе дополнительную экспрессию или негативную оценку (включая вульгаризмы). Причем эта тенденция охватила не только популярные периодические издания (бульварную прессу), но и серьезные газеты.

Степень распространенности разговорных элементов в СМИ оказалась настолько высокой, что некоторые исследователи, как, например, О.Б. Сиротина (2003), предлагают относить современную журналистику к «литературно-жаргонизирующему типу культуры».

Бранные, жаргонные, обценные выражения в современных СМИ становятся объектом внимания регулирующих органов (в том числе Роскомнадзора), постоянно ужесточающих наказание за публичную артикуляцию бранной (в первую очередь обценной) лексики. Такое ужесточение можно рассматривать как ответ на повсеместное распространение таких форм, их все большую легитимизацию, снижение порога «общественной чувствительности» к грубым выражениям. В свою очередь, само это снижение чувствительности к некодифицированным формам экспрессии можно связать и с чрезвычайно быстрым расширением вовлеченности самых различных (по воз-

расту, профессии, образовательному уровню) слоев населения в интернет-коммуникацию. Сложилась ситуация не просто для «устно-письменных» контактов, которые стали многократно активнее с повсеместным распространением мобильной связи, мессенджеров, обеспечивающих мгновенный обмен сообщениями (то есть создающими технические условия для включения в письменную коммуникацию слов, которые в советский период можно было видеть написанными исключительно в виде эпатажных граффити на заборах, стенах или в лифтах), но и для особых форм кодификации таких письменных обменов за пределами устойчивых институтов нормативизации русского языка: так, использование обсценной лексики в переписках подростков стало оцениваться самими участниками групп как «новая искренность» и своеобразный способ проверки членов группы на аутентичность. При этом запреты лишь провоцируют еще более активное использование обсценизмов. В свою очередь, средства массовой информации выступают своеобразным «зеркалом» снижающегося порога, транслируя на своих страницах (и также вопреки запретам) обсценизмы, жаргонизмы, различные формы нецензурной экспрессивности.

Новая модель массовой коммуникации

Важнейшим условием демократизации СМИ является политический плюрализм. При этом особенность современного состояния медиаккультуры заключается в ее специфической амбивалентности. Так называемое «социальное конструирование действительности» реализуется с участием трех типов акторов: гражданского общества – политических и общественных организаций – медийных институтов (подробнее см.: McQuail, 2008: 452 и др.). В традиционной, трансмиссионной модели воздействия СМИ функция медийных институтов состояла в информировании общества, а в значительной степени – в медиатизации, то есть посредничестве между социально-политическими и административными институтами, с одной стороны, и обществом, с другой стороны (Nowak, 2006: 250 и др.). Именно эта идея лежит в основе широко известной концептуальной модели коммуникативных исследований Б. Уэстли и М. Маклина (Westley, MacLean, 1957).

В условиях демократического общества, как пишет П. Новак (Nowak, 2006: 251), трансмиссионная модель СМИ была вытеснена интерактивной моделью, в которой позиции отправителя и получателя информации в определенной степени уравновешены. Если в модели медиации Уэстли и Маклина медийным организациям отводится посредническая роль: социальные институты – СМИ – общество, то в новой медиадействительности их соотношение изменилось: СМИ – социальные институты – общество.

Отныне воздействие СМИ реализуется в режиме негации между всеми сторонами: интерпретация медийных сообщений обусловлена принадлежностью получателей к той или иной социально-культурной формации (эта принадлежность как бы фильтрует содержание медийных сообщений). Данным фактом объясняется то, что СМИ, с одной стороны, заинтересованы в кооперации с политическими партиями, общественными и религиозными организациями, корпорациями, благодаря которым их воздействие на общество усиливается, а точнее, становится более эффективным. С другой стороны, полити-

ческие и государственные структуры активно ангажируют СМИ, благодаря которым их воздействие на общество принимает опосредованные формы и, так сказать, «не бросается в глаза» (например, в предвыборной агитации, см.: Майданова, Чепкина, 2011: 200 и др.). Если рассматривать медиакультуру с точки зрения общества, то социально-политические институты следует отнести к сфере их репрезентации (на разных уровнях социальной системы), а СМИ – к сфере экстериоризации культурной картины мира, соответствующей определенной социальной группе или социальной нише.

Критический дискурс-анализ материалов средств массовой информации позволяет судить о подчинении СМИ медиалогике коммуникативного пространства, где политическая коммуникация более не формируется исключительно институциональными СМИ с утвержденными уровнями ответственности за трансмиссию смыслов и идеологем. СМИ в многоакторном пространстве выступают на равных с «одиночками» и неинституциональными голосами, которые для публики оказываются также значимыми, как ранее были значимыми только голоса журналистов. В таких условиях негласно сложившиеся правила сетевой коммуникации воспринимаются профессиональными СМИ как новые условия коммуникации и построения дискурсов по этим неписанным правилам.

Оппозиционные тексты

Такое положение дел имеет несколько следствий. Упомянутая выше негация реализуется в условиях сильной поляризации общества: потребители медийной информации принадлежат к разным социальным группам, разделяют разные системы ценностей, культивируют разные типы поведения (см.: Vereščagin, 1995: 214). В первую очередь это касается оппозиции двух идеологических лагерей: консервативно-националистического и либерального. Тем самым нейтральность СМИ остается только в области отраслевых и развлекательных изданий – в сфере же качественной журналистики (газет и журналов, претендующих на артикуляцию и формирование общественного мнения) наблюдается значительная ангажированность. В силу политической и идеологической ангажированности журналистские тексты создаются в соответствии с конвенцией конфликта и конфронтации. Этим объясняется значительная роль, которую играет публицистика, а также частое обращение журналистов к языковым формам выражения экспрессивности и (как правило, негативной) оценки. Е.М. Верещагин (Vereščagin, 1995: 214 и др.) пишет о радикализации оценок и военной риторике в массовых публичных дискурсах 1990-е годов, ср. некоторые примеры из статьи Верещагина:

- (9) Расстрелять!
- (10) К стенке!
- (11) Судить!
- (12) Долой Горбачева!
- (13) Повесить!

Эта риторика (и соответствующая лексика) широко представлена также в текстах СМИ, что стало предметом исследования Н.Е. Петровой и Л.В. Рабибурской (Петрова, Рабибурская, 2014: 34 и др.). Примером может послужить фрагмент информации, совсем недавно опубликованной в русскоязычной газете «Советская Белоруссия» (23.07.2021):

- (14) Убрать урожай качественно и в срок, не допустить потерь и хищений, помочь сельчанам собрать зерно в личных подсобных хозяйствах, правоохранителям наладить пристальный контроль над ходом страды. Эти и другие поручения Президент дал на совещании по вопросам организации уборочной кампании.

В небольшом тексте на тему уборки урожая важное место занимают идеологически маркированные элементы: не допустить потерь и хищений, правоохранителям наладить контроль. В пресуппозитивной части этих выражений содержится информация о возможных хищениях или диверсиях, тем самым уборка урожая (как совершенно мирная сельскохозяйственная акция) представляется с точки зрения ситуации противостояния враждебных сил, военизируется. В связи с этим можно сослаться на понятие оппозиционных текстов, которые Н.И. Клушина определяет так: «к оппозиционным текстам можно отнести любые тексты, в которых авторская точка зрения утверждается с помощью резкой критики, а стилистическая манера речи окрашена в негативные тона. <...> Публицист, вместо того чтобы подробно и объективно разобрать аргументы другой стороны, стремится перехватить инициативу и любыми способами дискредитировать своего «противника». <...> В оппозиционном тексте наблюдается редуцирование фактической основы за счет шоковой риторики, большое внимание уделяется аффективной, экспрессивной стороне речи, воздействие осуществляется через психоэмоциональную сферу, а не с помощью рациональной аргументации (Клушина, 2018: 109).

Одним из элементов оппозиционных текстов можно, вслед за С.А. Гладковым, считать «инопространственность» (Гладков, 2019: 82). В свете этой категории упомянутый автор интерпретирует, например, фейковую новость в российских официальных интернет-СМИ о создании и испытаниях биологического оружия в американском медицинском центре на территории Тбилиси. Гладков пишет: «Инопространственность» создается за счет обособления территории – она находится за пределами России. Территория пугает своей тайной и несет угрозу для жизни простому человеку – за последнее время там якобы умерли десятки человек (многие в один день), все умершие зарегистрированы под номерами, в графе «причина смерти» указывается «неизвестно», и т.д. <...> Подобно тому, как граф Дракула из одноименного романа Б. Стокера в аспекте Другого воплощал ксенофобические страхи и антисемитские настроения викторианской Англии, так пропагандистские тексты российских СМИ обращаются к символическому Другому в страхе перед либеральной оппозицией, <...> экологическими активистами, <...> иностранным вмешательством (Гладков, 2019: 42).

В соответствии с конвенцией идеологической конфронтации широкое распространение получила неосемантизация, то есть (как правило, осознанное и целенаправленное) переосмысление знаков, культивируемых в лагере

политических противников. Это явление в газетных текстах широко распространилось в 90-е годы XX века в связи с нереперентным употреблением имен собственных, что стало предметом ряда исследований. Так, И.Э. Ратникова, автор монографии на эту тему (Ратникова, 2003: 39 и др.), приводит примеры неосемантизации антропонима *Чубайс*:

- (15) У президента не оказалось под рукой другого Чубайса.
- (16) Заведи себе своего Чубайса и конопать его на здоровье.
- (17) В своем роде он – израильский Чубайс.

И.Э. Ратникова указывает вторичные значения антропонима: 1) инициатор и организатор рыночных реформ; 2) ключевая политическая фигура, фокусирующая на себе и недовольство оппозиции, и раздражение народа.

Прагматическая цель неосемантизации состоит в создании иронического эффекта и высмеивании противника. Например, экономист Руслан Гринберг пишет на страницах газеты «Известия» (09.07.2013):

- (18) В общем, нужна система а-ля Сталин, и «тогда вредоносный Запад мы опять догоним и перегоним».

С учетом контекста читатель понимает, что в сообщении заключена ирония, на что указывают кавычки: выражения вредоносный Запад и догоним, и перегоним относятся к коммунистическому новоязу прошлого, а также к популярной в современной националистической идеологии. Ретранслируя чуждые себе идеологемы, автор вызывает у читателей своего рода катарсис и отторжение неприемлемых концептов (подробнее о явлении катарсиса в публичной коммуникации см.: Stoneman, 2013; Zizek and the rhetorical unconscious..., 2020).

Неосемантизация способствует стимуляции исторической памяти и социокультурной компетенции пользователей СМИ, в частности знания наиболее важных ключевых концептов и прецедентных текстов, в чем можно усматривать важную культурную (когнитивно-поддерживающую) функцию СМИ. Разумеется, источником многих реминисценций являются политические события и высказывания политиков. В этом случае понимание реминисценций требует, чтобы читатель или зритель «был в курсе». Поскольку одни медийные тексты отсылают к другим медийным текстам, в определенной степени они выполняют – в рамках медиасистемы – рекурсивную или метареферентную функцию.

В то же время все заметнее в языке СМИ, отражающем политическую коммуникацию, становится установка на коммуникационные, контактоустанавливающие функции, нивелирующие собственно политическое ядро такой коммуникации. Политическое содержание, связанное с оценкой действительности, построением стратегии развития, тактики достижения целей, анализом положения дел, мобилизацией, консолидацией сил, направленных на решение общественно значимых задач, становится все менее актуальным для современных средств массовой информации. В.В. Федоровым (Федоров,

2019) установлено, что взамен политического содержания СМИ предпочитают транслировать истории конкретных персон (политический сторителлинг), не отличающиеся от дискурсов «лайф-стайл».

Социальная дифференциация языка СМИ

Социальная дифференциация и соответствующая ангажированность СМИ способствуют своего рода партикуляризации отдельных функциональных подстилей – в рамках журналистско-публицистического стиля. Социальная коммуникация все больше ограничивается рамками субкультур, культивирующих не только свои системы ценностей и кодексы поведения, но и свои системы их вербализации. Уже в первой половине XX века М. Шелер (Scheler, 1926: 90) писал о партикуляризации научного сообщества: деятельность ученых непосредственно связана с их принадлежностью к тем или иным формациям, школам, направлениям, доктринам. Немецкий философ признавал, что значительную роль в научных сообществах играют лидеры, хотя такой характер функционирования социальной группы более представлен в социально-политической действительности. А.Д. Кошелев (Кошелев, 2013: 3) считает, что дифференциация отдельных формаций в современном языкознании настолько сильна, что дискуссии между представителями разных научных групп непродуктивны, между ними не может быть достигнут какой-либо консенсус.

Механизмы социальной и семиотической дифференциации современного общества, с учетом активного воздействия СМИ, теоретически осмыслил американский социолог С.Р. Санстайн (Sunstein, 2017). Ученый утверждает, что благодаря новым интернет-технологиям сбылась мечта о том, чтобы каждый человек мог получать информацию, которая его интересует и ему необходима. В такого рода «таргетизации» есть огромный плюс современной интернет-эпохи. В то же время комплектация и целевое дозирование («порционирование») информации несет в себе большую опасность. В прошлом, как пишет Санстайн, читатель газеты, независимо от того, что он мог иметь определенное мнение о некоторой проблеме, имел также возможность, а может быть, в силу обстоятельств (то есть в силу характера медийного дискурса в «доинтернетную эпоху») был вынужден хотя бы время от времени учитывать мнение тех, кто думает иначе. Интернет, казалось бы, дает неограниченные возможности поиска и получения информации, но фактически способствует изоляции индивидов, то есть их замыканию в рамках так называемых «эхо-камер» (англ. echo chambers) – так метафорически определяются социальные группы, с которыми отождествляют себя пользователи интернета. В этом заключается парадокс глобализации. С одной стороны, интернет-сети носят международный характер: специалист, относящийся к конкретной области и занимающийся конкретной проблемой, может легко установить контакты с другими специалистами, независимо от места их работы и нахождения – примером могут служить интернет-сети для ученых Academia или ResearchGate. Глобализация человеческих интеракций касается, однако, скорее их технологического аспекта. Поэтому, с другой стороны, тот факт, что интернет делает возможным практически неограниченную коммуникацию индивидов, принадлежащих к одной и той

же сфере деятельности или увлечений, не способствует распространению и конвенциализации идей и ценностей. Напротив, усиливается социальная дифференциация, а иногда и конфронтация субкультур. Тем самым глобализация оказывается весьма относительной, это явление никак нельзя смешивать с понятием универсализма.

Информация, специально подобранная с использованием компьютерных алгоритмов для группы потребителей (или даже для конкретного потребителя), не только расширяет знания, но и приводит к радикализации взглядов и убеждений. Пользователи, в основном, получают информацию, соответствующую их ожиданиям, потребностям, их картине мира – тем самым альтернативные «возможные миры» оказываются (функционально) заблокированными. В результате такого воздействия интернета происходит кристаллизация и радикализация отдельных идеологических формаций, идеологием и соответствующих форм их знаковой (в частности, языковой) репрезентации.

В русском языке СМИ этот процесс отражается в нескольких явлениях. Во-первых, происходит идиосинкразия вариантов социального функционирования языка – умножение уже упомянутых подстилей, что прежде всего находит отражение в культивировании специальной лексики. М. Войтак (Wojtak, 2000: 235) пишет, что в случае нишевых периодических изданий, посвященных отдельным сферам деятельности или различным увлечениям и хобби, речь идет не столько об информировании читателей (в соответствии с традиционной трансмиссионной моделью, см. выше), сколько о виртуальном взаимодействии, участники которого составляют одну группу с общими интересами и ценностями, а также с общим для них жаргоном («свои общаются со своими»). Неслучайно публикуемые в таких изданиях тексты изобилуют специальной лексикой, часто английского происхождения. В качестве примера можно привести фрагмент из статьи, опубликованной в российском «ВелоЖурнале»:

- (19) Если сравнивать двухподвес и хардтейл одной ценовой категории, то велосипед с двумя амортизаторами может иметь навесное оборудование более низкого уровня. Конечно, это не затмит радость и восторги от работы подвески. Но со временем у велосипедиста неизбежно появится желание установить более качественные переключатели или другие компоненты. Тогда небольшой апгрейд может превысить стоимость хардтейла с дорогой навеской.

В приведенном отрывке мы находим некоторые характерные для этого подстиля термины: двухподвес, хардтейл, апгрейд, навесное оборудование, навеска, которые скорее всего будут непонятны человеку вне данной хобби-стической группы.

Феномен «эхо-камер» проявляется также в синтаксисе. Д.Г. Богушевич (Богушевич, 1985: 47) пишет о том, что характер грамматической структуризации речевых сообщений зависит от степени предполагаемого незнания адресата: чем меньше у коммуникативных партнеров общего когнитивного и социального опыта, тем более организованным и композиционным должно быть передаваемое сообщение. А. Авдеев и Г. Хабрайская (Awdiejew, Nabrajka, 2006: 216) также утверждают, что структура текстов публичной (особенно официальной) коммуникации подчинена требованию формальной (лексико-грамматической) репрезентации информационно-семантических струк-

тур. Напротив, в коммуникации «со своим» такая репрезентация излишня. Неслучайно Я. Вархала (Warchala, 2003: 44) указывает, что для языка современных СМИ характерна низкая степень грамматикализации текстов. Так, в текстах популярных периодических изданий (бульварной прессы и цветных журналов) широко распространена имплицитация, то есть некомплетная, редуцированная реализация базовых семантических структур. Б.Ю. Норман (Норман, 1993) один из первых описал массовое употребление в русских газетных текстах конструкций с относительными прилагательными, значение которых определяется читателем благодаря анализу контекста, типа

- (20) трикотажные подробности ‘подробности сферы интимной жизни, связанные с дамским бельем, изготавливаемым обычно из трикотажа’;
- (21) парусиновые ноги ‘ноги в парусиновых брюках’.

Феномен «эхо-камеры», однако, может рассматриваться как фактор сегрегации публичной сферы, что отражает такое последствие демократизации языка СМИ, как создание относительно автономных коммуникационных пространств. Пока речь идет о различных увлечениях, такие «пространства для своих» не кажутся проблемными; однако сам принцип выработки и развития специфичных языковых форм, отражающих социолекты различного уровня, создает основу не только для «объединений по интересам», но и для масштабного разъединения национальных и иных общностей. Это особенно актуально в политической коммуникации, где одни «эхо-камерные» группы существуют благодаря «консолидации против» других групп. Граница «своего» пространства маркируется именно с помощью «отмежевания» от другого, что становится почвой для развития языка вражды, отвечающего многим нежелательным эффектам демократизации самого общества (в том числе нивелирования культурных ценностей, толерантности, коммуникативных диалогических навыков, направленных на конструктивные формы публичных дискуссий). Язык СМИ отражает многообразие интересов и «ниш» деятельности – и одновременно способствует дальнейшей культивации «своих» пространств, существующих не автономно, но в конфликтном сопоставлении и соприкосновении с другими пространствами. Социальная дифференциация при этом репрезентируется в коммуникативных политических практиках как иерархическая система, в которой каждый сегмент стремится упрочить свое положение за счет противопоставления другим как «низшим». Хотя сам по себе феномен «эхо-камер» основательно изучается с разных точек зрения (см.: Cyberghetto or cybertopia..., 1998; Galston, 2003; Al-shaabi et al., 2020), представляет большой интерес изучение этого феномена сквозь призму демократизации языка, а также изучение «эхо-камер» не только в пространстве социальных медиа, но именно в среде профессиональной журналистики и в целом в рамках национальных медиасистем.

Заключение

В заключение следует отметить, что фактор демократизации языка российских СМИ в целом оценивается по-разному: с одной стороны, языковая структура текстов приближается к узусу и в большей степени соответ-

ствуется познавательным и коммуникативным потребностям потребителей. Благодаря этому журналистские тексты становятся более естественными и более привлекательными для читателей, слушателей, зрителей. Отчасти таким образом реализуется эмпатическая функция языка СМИ: используя разговорные, а то и просторечные, жаргонные элементы, авторы сообщений дают понять, что они сознательно идентифицируются с определенной социальной группой. С другой стороны, демократизация вызывает размывание границ литературной нормы, а вместе с тем игнорирование языкового потенциала (лексического и грамматического), соответствующего, по определению Г.П. Нешименко (Нешименко, 1999: 35), ареалу высших коммуникативных функций.

Многое указывает на то, что постепенно, с течением времени разные тенденции в сфере массовой коммуникации и языка СМИ конфигурируются в соответствии с принципом оптимальности, как бы притираются друг к другу, укладываются в некоторую целостную, сбалансированную макроструктуру, рассматриваемую некоторыми специалистами как экосистема языка. Современные европейские общества в начале третьего десятилетия XX века приходят к относительной стабилизации, особенно на фоне бурного периода государственной и политической перестройки 1990-х годов. Соответственно, и язык СМИ обретает более отчетливые контуры, отражающие эту стабилизацию: СМИ постепенно все меньше претендуют на голос «для всех», как это было в трансмиссионный период развития массовой коммуникации. При этом демократизация языка СМИ проявляется и в таком важном аспекте, как медиаконвергенция: каждое конкретное издание стремится охватить разные типы аудиторий, предпочитающих ту или иную социальную сеть, создавая в сетях свои аккаунты и размещая новостной контент в форматах, диктуемых такими платформами. При этом одно и то же СМИ может отвечать ожиданиям разных аудиторий (пользователей Facebook или ВКонтакте), вынуждено «подстраиваться» под такие ожидания, делать свой контент гибким, что ведет к «утрате лица» конкретного СМИ. Демократизация языка СМИ при всех своих проявлениях отражает общие глобальные тренды в развитии коммуникации, где одновременно с унификацией и стиранием границ действует также принцип индивидуализации: СМИ ищут, скорее, «правильную интонацию», что означает «эффективный подход», к «своим» публикам, подчиняясь логике таких публик, но не становясь их лидерами или «властителями дум». В такой ситуации изучение языка СМИ позволяет делать выводы не только и не столько об уровне профессионализма журналистов, сколько о состоянии публичной сферы, понимаемой как полифоническое пространство внеинституционального обсуждения общественных проблем: сам выбор тем обсуждения, стиль такого обсуждения, границы толерантности или нетолерантности к «чужим» голосам помогают понять не «языковой вкус эпохи», как определял этот хор голосов В.Г. Костомаров, но «ансамбль языковых ресурсов» конкретного времени, актуализирующийся благодаря логике самих технологий коммуникативного пространства.

Сделанные наблюдения и обобщения приводят к выводу, что демократизация языка СМИ обладает рядом параметров, требующих пристального изучения: будучи порождением общей демократизации общества, она, тем

не менее, ведет к новым иерархиям и различным проявлениям неравенства. Вопросы культуры речи или нормы отступают на второй план, а языковое расслоение, ведущее к разрушению национальных ансамблей, получает свою основу и пространство в языке средств массовой информации.

Список литературы

- Беглова Е.И.* Семантико-прагматический потенциал некодифицированного слова в публицистике постсоветской эпохи : дис. ... д-ра филол. наук. М., 2007. 489 с.
- Богушевич Д.Г.* Единица. Функция. Уровень. К проблеме классификации единиц языка. Минск : Вышэйшая школа, 1985. 114 с.
- Бушев А.Б.* Разговорность двести лет спустя // Обрії сучасної лінгвістики. 2013. № 3. С. 5–14.
- Вартанова Е.Л.* Переходный период в медиасистемах стран постсоциализма // Средства массовой информации в России / под ред. И.И. Засурского. М. : Аспект Пресс, 2008. С. 121–140.
- Волкова И.И.* Игра как системообразующий феномен экранных коммуникаций : дис. ... д-ра филол. наук. М., 2015. 433 с.
- Гладков С.А.* «Готическая» стратегия в современных идеологически маркированных медиатекстах // Журналистский текст в новой технологической среде : достижения и проблемы / под ред. М.В. Загидуллиной. Челябинск : Издательство Челябинского государственного университета, 2019. С. 80–84.
- Засурский И.И.* Испытание свободой. Российская журналистика : 1990–2004. М. : Издательство МГУ, 2004. 547 с.
- Засурский Я.Н.* Тенденции функционирования СМИ в современной структуре российского общества // Средства массовой информации в России / под ред. И.И. Засурского. М. : Аспект Пресс, 2008. С. 3–53.
- Ильченко С.Н.* Интервью в журналистике : как это делается. СПб. : Издательство Санкт-Петербургского университета, 2016. 236 с.
- Карицкая Л.Ю.* Экспрессивные ресурсы современной газетной публицистики : на материале газет Мурманского региона 2001–2012 гг. : дис. ... канд. филол. наук. Мурманск, 2013. 223 с.
- Клушина Н.И.* Медиастилистика. М. : Флинта, 2018. 183 с.
- Костомаров В.Г.* Языковой вкус эпохи. Из наблюдений над речевой практикой масс-медиа. СПб. : Златоуст, 2019. 293 с.
- Кошелев А.Д.* Современная теоретическая лингвистика как вавилонская башня (о «мирном» существовании множества несовместимых теорий языка) // Известия РАН. Серия литературы и языка. 2013. Т. 72. № 6. С. 3–22.
- Курашкина Н.А.* Эколингвистика или лингвоэкология? Терминологическая дилемма междисциплинарной научной области // Экология языка и коммуникативная практика. 2015. № 2. С. 143–156.
- Лутвинова О.В.* Интернет как новая «устно-письменная» система коммуникации // Известия Российского государственного педагогического университета имени А.И. Герцена. 2008. № 71. С. 58–65.
- Майданова Л.М., Чепкина Э.В.* Медиатекст в идеологической контексте. Екатеринбург : Гуманитарный университет, 2011. 304 с.
- Мокиенко В.М.* Депатетизация ленинизмов в современном тексте // Funkcjonowanie języka w różnych warunkach socjokulturowych i tekstowych / pod red. B.J. Normana. Siedlce : Wydawnictwo WSRH, 1996. С. 89–103.

- Нецименко Г.П. Этнический язык. Опыт функциональной дифференциации. На материале сопоставительного изучения славянских языков. Мюнхен : Sagner Verlag, 1999. 234 с.
- Норман Б.Ю. Между лексикой и синтаксисом (к семантике относительных прилагательных) // Сборник от научных трудов, посвящен на семидесятилетие профессора Мирослав Янакиев / под ред. Б. Качармазова. София : УИ «Св. Климент Охридски», 1993. С. 98–109.
- Петрова Н.Е., Рацибурская Л.В. Язык современных СМИ : средства речевой агрессии. М. : Флинта, 2014. 160 с.
- Ратникова И.Э. Имя собственное : от культурной семантики к языковой. Минск : Издательство БГУ, 2003. 214 с.
- Романчук О. Системний аналіз у журналістиці. Львів : Універсум, 2008. 310 с.
- Рынкович Ю.С. Трансформация языка молодежной прессы в эпоху общественных реформ : дис. ... канд. филол. наук. М., 2010. 160 с.
- Свитич О.В. Миссия журналистики : поле понятий и терминов // Современные проблемы журналистской науки / под ред. В.В. Тулупова. Воронеж : Издательство Воронежского государственного университета, 2013. С. 70–103.
- Синельникова Л.В. Стратегия приближения к адресату в современном медиадискурсе // Научные ведомости БелГУ. Серия : Гуманитарные науки. 2014. № 13 (184). Вып. 22. С. 253–261.
- Сиротинина О.Б. Речевая культура // Стилистический энциклопедический словарь русского языка / под ред. М.Н. Кожин. М. : Флинта, 2003. С. 343–347.
- Скорородова Е.Ю. Динамика речевых норм в современных текстах средств массовой информации : дис. ... д-ра филол. наук. М., 2008. 343 с.
- Солганик Г.Я. О языке и стиле газеты // Язык средств массовой информации / под ред. М.Н. Володиной. М. : Академический проект, 2008. С. 471–478.
- Федоров В.В. Исследование восприятия предвыборного нарратива как единицы дискурса интернет-медиа // Челябинский гуманитарий. 2019. № 2 (47). С. 33–37.
- Хорошунова И.В. Лингвотические девиации современных СМИ // Вестник ВГУ. Серия : Филология, журналистика. 2020. № 2. С. 75–78.
- Чепкина Э.В. Дискурсивные концепты «идентичность» и «информационная война» : методология исследования // Проблемы конструирования идентичности россиян в дискурсе СМИ под влиянием концепта «информационная война» / под ред. Э.В. Чепкиной. М. – Екатеринбург : Кабинетный ученый, 2017. С. 7–61.
- Шайдорова Ю.А. Лексика разговорного употребления в языке газеты : дис. ... канд. филол. наук. Белгород, 2009. 194 с.
- Шамне Н.Л. Эколингвистическое исследование языкового пространства полиэтнического региона // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. 2011. Т. 62. № 8. С. 143–146.
- Эколингвистика. Язык региональных СМИ в зеркале русской речевой культуры / под ред. Н.Л. Шамне, О.А. Прохвятиловой. Волгоград : Издательство ВолГУ, 2009. 210 с.
- Alshaabi T., Dewhurst D.R., Minot J.R. et al. The growing echo chamber of social media : measuring temporal and social contagion dynamics for over 150 languages on Twitter for 2009–2020 // ArXiv. 2020. March. arXiv preprint arXiv:2003.03667
- Awdiejew A., Habrajska G. Wprowadzenie do gramatyki komunikacyjnej. T. 2. Łask : Leksem, 2006.
- Cyberghetto or cybertopia? Race, class, and gender on the internet / ed. by B. Ebo. Westport, CT : Praeger, 1998. 248 p.
- Galston W.A. If political fragmentation is the problem, is the Internet the solution? // The Civic Web : Online Politics And Democratic Value / ed. by D.M. Anderson, M. Cornfield. Oxford : Rowman & Littlefield Publ., 2003. Pp. 35–44.

- Goban-Klas T.* Poskramianie dziennikarzy. Instrumentarium demokracji dyktatorskiej // *Media a polityka* / ed. by M. Szpunar. Rzeszów : Wydawnictwo Uniwersytetu Rzeszowskiego, 2007. Pp. 139–151.
- Lasky M.J.* The language of journalism. Vol. 2. Profanity, obscenity & the media. New Brunswick – London : Transaction Publishers, 2005.
- Leszczak O.* Lingwosemiotyczna teoria doświadczenia. T. 2. Doświadczenie potoczne a językowy obraz świata. Kielce : Wydawnictwo UHP Jana Kochanowskiego, 2009.
- Lüger H.-H.* Pressesprache. Tübingen : Max Niemeyer, 1995.
- McQuail D.* Teoria komunikowania masowego. Warszawa : PWN, 2008.
- Nowak P.* Informowanie w przestrzeni komunikacji medialnej // *Nowe zjawiska w języku, tekście i komunikacji* / ed. by A. Naruszewicz-Duchlińska, M. Rutkowski. Olsztyn : Wydawnictwo UWM, 2006. Pp. 250–257.
- Ożóg K.* Polszczyzna przełomu XX i XXI wieku. Wybrane zagadnienia. Rzeszów : Wydawnictwo Uniwersytetu Rzeszowskiego, 2001.
- Scheler M.* Die Wissensformen und die Gesellschaft. Leipzig : Der Neue-Geist Verlag, 1926.
- Steffensen S.V., Fill A.* Ecolinguistics : the state of the art and future horizons // *Language Sciences*. 2014. Issue 41. Pp. 6–25.
- Stephens N.P.* Toward a more substantive media ecology : Postman’s metaphor versus posthuman futures // *International Journal of Communication*. 2014. Issue 8. Pp. 2027–2045.
- Stoneman E.* The available means of preservation : aristotelian rhetoric, ostracism, and political catharsis // *Rhetoric Society Quarterly*. 2013. Issue 43 (2). Pp. 134–154.
- Sunstein S.R.* #Republic : divided democracy in the age of social media. Princeton : Princeton University Press, 2017.
- Vereščagin E.M.* Postkommunikstisches “Newspeak” : Ein Erbe des Totalitarismus // *Die Sprache der Diktaturen und Diktatoren* / ed. by K. Steinke. Heidelberg : Universitätsverlag C. Winter, 1995. Pp. 202–216.
- Warchala J.* Kategoria potoczności w języku. Katowice : Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, 2003. 284 p.
- Westley B.H., MacLean M.S.* A conceptual model for communications research // *Journalism Quarterly*. 1957. Vol. 34. Issue 1. Pp. 31–38.
- Wojtak M.* O przemianach w języku mediów (prasa wyspecjalizowana) // *Język a komunikacja 1. Język trzeciego tysiąclecia* / ed. by G. Szpila. Kraków : Tertium, 2000. Pp. 235–244.
- Zizek and the rhetorical unconscious : global politics, philosophy, and subjectivity* / ed. by R. Samuels. Cham : Springer International Publishing, 2020.

Сведения об авторах:

Загидуллина Марина Викторовна, доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры журналистики и массовых коммуникаций, Челябинский государственный университет. *Сфера научных интересов:* теория массовой коммуникации, медиаэстетика, теория журналистики, теория и история литературы. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4799-1230> E-mail: mzagidullina@gmail.com


Киклевич Александр Константинович, доктор филологических наук, профессор, заведующий кафедрой социальной коммуникации, Варминско-Мазурский университет в Ольштыне (Польша). Директор Центра исследований Восточной Европы. Главный редактор журнала *Przegląd Wschodnioeuropejski*. *Сфера научных интересов:* теоретическое языкознание, философия языка, функциональная грамматика, медиалингвистика, стилистика, прагмалингвистика. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6140-6368> E-mail: alexander.kiklewicz@uwm.edu.pl

Some aspects of the Russian language democratization in modern media

Marina V. Zagidullina¹ , Aleksander K. Kiklewicz²  

¹*Chelyabinsk State University,
129 Brat'ev Kashirinykh St, Chelyabinsk, 454001, Russian Federation*

²*University of Warmia and Mazury in Olsztyn,
1 Kurta Obitza St, Olsztyn, 10-725, Republic of Poland*

 kiklewicz@uwm.edu.pl

Abstract. The article is of an overview and theoretical nature, and its subject is the active processes in the language of modern Russian mass media, caused by the democratization of society, especially in connection with the restructuring of the state and political system that took place in the countries of Eastern Europe in the 1990s. Based on scientific publications, as well as on empirical material (modern journalistic text), the authors systematize socio-cultural processes (within the framework of the general trend towards democratization) that have influenced and continue to influence the language of the media: the social construction of reality and the engagement of the media, the polarization of social groups and formations, the displacement of the transmission model of media functioning by the interaction model, the phenomenon of “echo chambers”. In connection with the influence of the socio-political factor, the authors note the most important dynamic processes in the language of the media, such as depatetization of the language clichés of the era of totalitarianism, neosemantization, the growth of vocabulary related to the sphere of consumerism, the activation of means serving the sphere of dialogical relations, overcoming an overly complex nature the language system, etc. It has been shown that the transition to a model of interaction between the media (with political, religious, public organizations, corporations – on the one hand, and the consumer community – on the other hand) caused the social engagement of media discourses, which in its the queue has caused the growth of labeling, evaluative and expressive text elements. Another important trend is associated with the phenomenon of “echo chambers” – its reflexes in the language of the media are the specialization of vocabulary and a decrease in the degree of grammaticalization of messages. The aspects of democratization of the language of the media presented in the article in the future can serve as parameters in accordance with which media monitoring can be carried out, including elements of a linguo-critical nature.

Keywords: Russian language, functional style, substyle, language of the media, journalism, democratisation, colloquialisation, social and functional differentiation of language

Article history: received 18.06.2021; accepted 30.08.2021.




For citation: Zagidullina, M.V., & Kiklewicz, A.K. (2021). Some aspects of the Russian language democratization in modern media. *Russian Language Studies*, 19(4), 401–418. <http://dx.doi.org/10.22363/2618-8163-2021-19-4-401-418>




DOI 10.22363/2618-8163-2021-19-4-419-435

Научная статья

Коммуникативный статус профессиональной журналистской речи в русскоязычной медийной среде

В.И. Коньков  , Т.А. Соломкина 

*Санкт-Петербургский государственный университет,
Российская Федерация, 199034, Санкт-Петербург, Университетская набережная, д. 7–9*
 v_konkov@mail.ru

Аннотация. Рассматривается одна из наиболее важных тем – многообразие русскоязычной медийной среды. Цель исследования – определить, какое место занимает в русскоязычной медийной среде профессиональная журналистская речь, каков ее коммуникативный статус. Анализируются русскоязычные публикации традиционной печатной прессы, радио, телевидения, а также материалы, представленные в коммуникативной среде интернета: сайты различных изданий, паблики в социальных сетях, блоги и др. В основе работы лежит описательный и сравнительный анализ. Впервые в лингвистическом аспекте раскрывается содержание понятия «профессиональная журналистская речь». Основным признаком, определяющим онтологию медийной речи, можно считать утилитарность – непосредственную включенность в общую практическую деятельность общества. Медийный текст в своем существовании всегда связан со временем опубликования, имеет конкретные координаты социального пространства-времени, создается для здесь и для сейчас. Именно это свойство медийной речи определяет все ее лексико-грамматические параметры. Медийная среда представлена как пространство повседневной коммуникации социума. Рядом с ним существует коммуникативное пространство повседневной межличностной коммуникации – разговорная речь, которая благодаря коммуникативным технологиям интернета активно вторгается в медийное речевое пространство. Медийная речь активно взаимодействует с разговорной речью. Показано, что профессиональная журналистская речь была и остается системообразующим элементом медийной среды, что проявляется в самых разнообразных формах. Многочисленные частные коммуникативные предприятия адаптируют профессиональную журналистскую речевую продукцию к своим потребностям. Медийная коммуникативная среда является открытой, в ее границах начинает оформляться печатная разновидность разговорной речи. Формируется и пространство непрофессиональной медийной речи – отдельные виды блогов, новостная лента «Яндекс-дзен». В медиасфере постоянно увеличивается удельный вес устной речи. При общей тенденции к персонализации общего информационно-аналитического потока растет объем авторского вещания. В этой ситуации профессиональная устная журналистская речь требует особого внимания к невербальным компонентам коммуникации. При специализации в сфере авторского вещания необходима разработка технологии обучения русской устной речи с повышенным вниманием к невербальным компонентам коммуникации, имеющим ярко выраженную национальную

© Коньков В.И., Соломкина Т.А., 2021



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

специфику. Перспективы исследования связаны прежде всего с изучением динамично развивающихся локальных русскоязычных речевых медийных систем, как вербальных, так и поликодовых, состав которых постоянно обновляется.

Ключевые слова: блог, медиаречь, печатная речь, профессиональная журналистская речь, разговорная речь, русский язык, социальное пространство-время, средства массовой информации, устная медийная речь

История статьи: поступила в редакцию 30.05.2021; принята к печати 18.08.2021.

Благодарности: Исследование подготовлено при финансовой поддержке РФФИ, проект 19-18-00530 «Комическое как коммуникативный ресурс в цифровой новостной среде».

Для цитирования: *Коньков В.И., Соломкина Т.А.* Коммуникативный статус профессиональной журналистской речи в русскоязычной медийной среде // Русистика. 2021. Т. 19. № 4. С. 419–435. <http://dx.doi.org/10.22363/2618-8163-2021-19-4-419-435>

Введение

Номинация *профессиональная журналистская речь* вводится нами не как общеупотребительная номинация из сферы журналистики. Ее понятийное содержание определяется нами в координатах медиалингвистики: актуальная, разнообразная по тематике, идеологически направленная воздействующая речь журналиста, сформированная с ориентацией на массовую аудиторию или какой-либо ее сегмент и выстроенная в соответствии с речевой концепцией издания.

Вопрос о том, каков коммуникативный статус профессиональной журналистской речи в русскоязычной медийной среде, не имеет традиционной исследовательской истории. Его обостренная актуальность четко обозначилась лишь в последнее время в связи с появлением и бурным развитием коммуникативной среды интернета. Резкое уменьшение числа и тиражей печатных изданий и одновременное увеличение в публичной коммуникации числа непрофессиональных речевых субъектов привело к ощущению, будто ценность информации не зависит от речевого профессионализма автора и будто любой владеющий ценной информацией может быть приравнен к журналисту-профессионалу. Авторы старались показать, что очевидность и состоятельность таких суждений более чем сомнительны.

Взгляд на профессиональную речь журналиста меняется прежде всего потому, что мы стоим перед фактом переформатирования медийной сферы. Номинации *медиа*, *новые медиа* вытесняют на периферию номинацию *СМИ*. Обратим внимание на принципиально важные для нас суждения исследователей, касающиеся статуса профессиональной речи журналиста в русскоязычной медийной среде.

До появления интернета с его новыми технологическими возможностями коммуникативная среда традиционных СМИ (печать, радио, телевидение) практически полностью была представлена профессиональной журналистской речью, которая осмысливалась как публицистический стиль в двух его разновидностях – газетно-информационный и собственно-публицистический (Солганик, 2003: 312). Иноstileвые включения были мотивированы конкретным стилистическим заданием.

Особенно тесными отношениями публицистический стиль связан с разговорным, из которого черпает изобразительные и выразительные средства, специфически стратегии и тактики речевого поведения и др. (Рогова, 2018).

К настоящему времени по причине формирования новой коммуникативной среды, интернета, ситуация кардинально изменилась. Традиционные издания имеют в интернете свои сайты. Существуют издания, функционирующие исключительно в коммуникативной среде интернета. Появляются сетевые коллективные и индивидуальные субъекты речевой деятельности, внутренняя природа которых и функциональные возможности, с одной стороны, сопоставимы по воздействию на аудиторию с традиционными СМИ, с другой – принципиально отличны от них по концепции речевого поведения, характеру взаимодействия с аудиторией: публичные страницы (паблики) в социальных сетях, аккаунты в социальных сетях и мессенджерах, блоги и др.

Эти сетевые медиа, конкурируя с традиционными СМИ, прежде всего заполняют те ниши в общении с аудиторией, которые по разным причинам остаются вне поля зрения традиционных СМИ. Так, К.Р. Нигматуллина, анализируя место социальных сетей в развитии региональной журналистики в России, говорит о том, что сетевые медиа, являющиеся новыми и значимыми источниками информации, приобрели статус влиятельных каналов политической коммуникации в сфере формирования локальных сообществ, ориентированных на читателя. «Новостные медиа в социальных сетях, – считает автор, – создали конкурентную среду для традиционных медиа, но последние не признают наличия этой конкуренции» (Нигматуллина, 2021: 45). Несмотря на существующие противоречия между сетевыми и традиционными медиа, исследователи считают, что ориентиром в их работе все же служат стандарты профессиональной журналистской деятельности. К.Р. Нигматуллина пишет: «Со временем стало понятно, что паблики, которые регулярно контактируют с аудиторией по поводу социально значимых тем, перенимают структуру профессиональных медиа и профессиональные практики. Они вынуждены реагировать на актуальную информационную повестку, учитывать расстановку политических и медийных сил в регионе, нанимать хороших авторов и ориентироваться на законодательное регулирование информационной деятельности в интернете» (Нигматуллина, 2021: 45–46).

Другим исследователям сложившаяся ситуация представляется в ином виде. Е.А. Кожемякин и А.А. Попов, анализируя журналистский блог, видят в нем «один из существенных источников информации, составляющих конкуренцию традиционной журналистике» (Кожемякин, Попов, 2012: 148). Более того, делается глобальный вывод о том, что «медiateкст перестает быть конечным продуктом» и что «быть журналистом в эпоху интернета – означает создавать не тексты, а коммуникацию». Подобное резкое понижение статуса профессиональной журналистской речи не выглядит убедительным. Авторы приписывают как принадлежащие исключительно блогу такие особенности, которые свойственны и традиционным журналистским текстам: мультимедийность, поликодовость, возможность уточнения, дополнения, исправления текста. В качестве примера можно указать на понятие дпящегося новостного сообщения, которое характеризует работу над текстом в традиционных информационных агентствах (Лащук, 2013: 213–232).

Мы видим, что статус профессиональной журналистской речи перестал быть очевидным и колеблется от понимания незыблемости ее системообразующей роли в СМИ и интернете до взгляда на эту разновидность речи как на что-то архаичное, все больше теряющее связь с современностью. Эта неопределенность усиливается и отсутствием четкого понимания содержания номинаций с корнем *медиа* – медийность, медийный, медиаречь и др.

Рассмотрим, как понимается идея медийности в коллективном проекте «Медиалингвистика в терминах и понятиях: словарь-справочник». Руководитель проекта и научный редактор «Словаря-справочника» – Л.Р. Дускаева (Медиалингвистика..., 2018). Словарь-справочник представляет собой сборник авторских работ, посвященный истолкованию содержания базовых понятий медиалингвистики. В дальнейшем цитаты из «Словаря-справочника» приводятся с указанием автора конкретной статьи.

С.Г. Корконосенко, специалист в сфере теории журналистики, отмечает многозначность термина *медиа* и говорит о том, что «в исследовательской литературе и профессиональном речевом обороте *медиа* чаще используются в расширительной трактовке как совокупность всех технологических средств коммуникации, служащих для передачи информационного сообщения в виде текста, музыки, изображения и др.» (Корконосенко. Медиа..., 2018: 53). Номинация истолковывается путем указания на множество соответствующих субъектов коммуникации: «Еще более конкретным смыслом, – продолжает автор, – нагружено слово „массмедиа“ (*mass media*), под которым имеются в виду газеты, журналы, радио- и телеканалы, сетевые издания, ориентированные на многочисленную анонимную аудиторию» (Корконосенко. Медиа..., 2018: 54). Вопрос о степени ориентации современных медиа на профессиональную журналистскую речь остается открытым, хотя в другой статье, посвященной массовой коммуникации, С.Г. Корконосенко констатирует тот факт, что в массовую коммуникацию в современной ситуации проникают элементы, свойственные межличностной коммуникации: «Развитие цифровых информационных коммуникативных технологий ведет к смягчению и нивелированию различий ролей и форм участия в массовой коммуникации, границы между массовой коммуникацией и личным общением становятся менее определенными. Интернет в целом и средства мобильной связи в особенности дают возможность частному человеку обращаться к широкой массе пользователей и при желании преодолевать порок анонимности» (Корконосенко. Массовая коммуникация..., 2018: 52).

Более плодотворным представляется нам подход к медиа со стороны лингвистики. Так, Л.Р. Дускаева, говоря о преломлении понятия медиа через категорию медиадискурса, пишет: «В лингвистических свойствах медиадискурса отражаются особенности информационно-воздействующий деятельности в медиа, осуществляемой профессионалами, задача которых – переработать полученные разными способами первичные сведения, отбрасывая неважные. Отобранные сведения используются для создания новых медиатекстов в соответствии с коммуникативной задачей (журналистской, рекламной, имиджеформирующей), с технологическими возможностями того канала, где сообщения будут транслироваться, и с учетом предвосхищаемой реакции аудитории на текст» (Дускаева, 2018: 55). Мы получаем здесь пред-

ставление о базовых составляющих медийного дискурса (журналистика, PR и реклама) и о системообразующей роли профессиональной журналистской речи, ибо только профессионалы подготовлены к решению данных задач.

Однако в сферу медийности некоторыми исследователями включается и речь обычных граждан, носителей русского языка, не имеющих специального журналистского образования. Такое явление имеет место, например, в социальных сетевых медиа, то есть в социальных сетях, блогах, форумах, фото- и видео-хостингах, мессенджерах и др. (Самсонова, 2018: 414). Сами жанры сетевого общения говорят о характере их авторства, где главную роль играет не профессионал речи, а обычный член социума, представитель массовой аудитории. С.А. Кулажко к таким жанрам относит пост, лайк, репост, комментарий, блог (Кулажко, 2018).

Мы видим, что авторы проекта «Медиалингвистика», с одной стороны, считают профессиональную журналистскую речь основой медийной коммуникативной среды, с другой – включают в медийную среду речевые компоненты, имеющие разговорное происхождение.

Примерно ту же картину мы видим и у других исследователей. Так, Н.И. Клушина в монографии «Медиастилистика» пишет: «Для нас медиадискурс – это совокупность текстов, созданных журналистами и транслируемых на массовую аудиторию через различные медийные каналы (газеты, журналы, радио, телевидение, интернет). Медиадискурс можно представить и как часть социального пространства, заполненного актуальными журналистскими текстами. Это тексты на любую тему, созданные профессиональными журналистами и рассчитанные на массового адресата, циркулирующие в определенном медийном пространстве: на газетной полосе, в телеэфире, в интернете и т. п.» (Клушина, 2018: 31). Но двумя годами позже в учебнике «Введение в интернет-стилистику», написанном совместно с А.В. Николаевой, мы видим, что понятие медийности распространяется и на нежурналистские тексты в интернете, в том числе и в социальных сетях: «Пока медийный контент в TikTok максимально легкий, необременительный, игровой. Невозможно сразу заменить котиков и забавные скетчи серьезными новостями или аналитикой. Но уже понятно, что СМИ будут пытаться создать в TikTok лояльное комьюнити» (Клушина, Николаева, 2020: 208).

В рамках обозначенной выше ситуации мы ставим перед собой **цель** – определить специфику коммуникативного статуса профессиональной журналистской речи в русскоязычной медийной среде. Для этого необходимо также описать содержание категории медийности. Важной задачей в сложившихся условиях является выявление особенностей взаимодействия медийной и разговорной сфер общения.

Методы и материалы

В основе работы лежит описательный и сравнительный анализ. Работа написана на основе анализа материалов современной печатной прессы, радио, телевидения, различных ресурсов интернета – сайты традиционных и сетевых изданий, паблики в социальных сетях, аккаунты в социальных сетях и мессенджерах, различные виды блогов, подкасты и др.

Результаты

Анализ коммуникативного статуса профессиональной журналистской речи в русскоязычной медийной среде показал, что эта разновидность медийной речи является системообразующей. Многие частные коммуникативные проекты, несмотря на кажущуюся новизну и оригинальность, являются в речевом отношении вторичными, опирающимися на профессиональные журналистские материалы.

Существенные функциональные особенности профессиональной журналистской речи в медийной среде обусловлены ее постоянным и тесным взаимодействием с разговорной речью, что обусловлено их природой. И та и другая непосредственно включены в общую практическую жизнь общества, привязаны к точным координатам социального пространства-времени, создаются для *здесь и сейчас*. Различие – в сферах функционирования. Разговорная речь – это сфера быта, повседневная межличностная коммуникация. Сфера медийная речи, в том числе и профессиональной журналистской речи, – повседневная коммуникация социума. Коллективными и индивидуальными субъектами речи являются здесь субъекты социальной структуры общества.

В медийной речевой практике в целом, и в профессиональной журналистской речи – в частности, растет удельный вес многоканальной устной речи. Этому процессу сопутствуют тенденции к визуализации информации и персонализации общего информационно-аналитического потока. Системообразующей здесь также является профессиональная журналистская речь.

Обсуждение

Для определения коммуникативного статуса профессиональной журналистской речи в русскоязычной медийной среде необходимо прежде всего определиться с содержанием понятия *медийная речь*. Многочисленные попытки определить содержание данного понятия не затрагивают сущностных, онтологических характеристик медийности, а основываются на вторичных признаках, касающихся современных технологических особенностей коммуникации, жанрового аспекта, особых отношений с аудиторией и др.

М.Ю. Казак понимает под медийностью «воплощение текста с помощью тех или иных медиасредств, его детерминацию форматными и техническими возможностями канала» (Казак, 2011: 323). Т.Г. Добросклонская говорит о том, что «концепция медиатекста выходит за пределы знаковой системы вербального уровня, приближаясь к семиотическому толкованию понятия „текст“, которое подразумевает последовательность любых, а не только вербальных знаков» (Добросклонская, 2005: 29). Н.И. Клушина и А.В. Николаева, говоря о медиатексте, обращают внимание на сферу его функционирования (массовая коммуникация) и «технологические особенности медийной платформы, на которой он существует (экстралингвистические особенности)» (Клушина, Николаева, 2020: 33).

Все обозначенные исследователями особенности действительно присущи медиатекстам и, соответственно, медийной речи. Однако не они определяют ее онтологию. По нашему мнению, которые мы ранее представили в ряде публикаций, онтологической основой медийности во всех ее разновид-

ностях (публицистика, реклама, PR и др.) является прямая и непосредственная включенность в общую практическую деятельность человека. Мы называем эту функциональную особенность медиатекста (медиа речи) утилитарностью. Неизбежно идеологически ориентированная публицистическая продукция (печатные публикации, радио- и телепередачи), реклама, материалы из сферы PR и GR – все это привязано к конкретным координатам социального пространства-времени, к конкретному месту и конкретной дате.

Именно эта особенность сближает сферу медийной речи со сферой речи разговорной, которая всегда в повседневной бытовой межличностной коммуникации является необъемлемой частью общей практической деятельности.

Любопытно, что Т. ван Дейк, анализируя новостной дискурс, вводит понятие *коммуникативное событие*, но при этом категория пространства-времени, неотъемлемая форма существования события, им не затрагивается (Dijk, 1988).

Специалисты, изучающие разговорную речь, неслучайно расширяют иногда объем речевого материала, обозначаемого этой номинацией, за счет включения в сферу разговорности устной публичной медийной речи. Так, В.В. Химик писал: «Публичная устно-разговорная речь – это регламентированное общение в официальных ситуациях, служебные беседы, официальные разговоры с чиновниками, популярные и научные лекции, семинары и доклады, выступления и жанровые разговорные передачи радио и телевидения. Публичная разговорная речь предполагает определенную нормативную строгость, известные ограничения в выборе функциональных и стилистических средств языка, сдержанность в использовании разговорных экспрессивных единиц и, как правило, недопустимость по коммуникативным соображениям сниженных, а тем более грубых, вульгарных, жаргонных слов и выражений» (Химик, 2014: 59).

Именно утилитарностью объясняются все основные лексико-грамматические особенности печатной медийной речи: ориентация на массовую аудиторию, на возможность гарантированного прочтения текста с первой попытки; внимание к длине словосочетания; особые приемы построения предложения, сообщающего новость. Требуется знание специфики работы с аббревиатурами, специальной лексикой, словами на иностранном языке, названиями фирм, организаций, именами лиц, названиями должностей и др. Необходимо знание композиционно-речевых особенностей медиатекстов различных жанров, умение формировать систему презентации текста, органически соединяя в одно целое вербальную и невербальные знаковые системы, овладение приемами подачи информации в соответствии с требованиями той идеологической системы, которую представляет то или иное конкретное издание. Все сказанное требует специальной профессиональной речевой подготовки. Только человек, владеющий всеми обозначенными умениями и навыками, способен выполнять стоящие перед конкретной медийной публикацией задачи, обусловленные тем жизненным контекстом, частью которого является и сама публикация.

Независимо от того, в какой коммуникативной среде функционирует медийное издание, его речевой основой будет профессиональная журналист-

ская речь. К.Р. Нигматуллина, посвятившая одну из своих работ роли социальных сетей в развитии региональной журналистики в России, пишет: «Со временем стало понятно, что паблики, которые регулярно контактируют с аудиторией по поводу социально значимых тем, перенимают структуру профессиональных медиа и профессиональные практики. Они вынуждены реагировать на актуальную информационную повестку, учитывать расстановку политических и медийных сил в регионе, нанимать хороших авторов и ориентироваться на законодательное регулирование информационной деятельности в интернете» (Нигматуллина, 2021: 45–46).

Что касается представителей той аудитории, к которой обращена публикация, то они, желая выразить свое отношение и дать оценку опубликованному, ощущают себя в своем повседневном коммуникативном пространстве межличностной коммуникации, которое для них теперь расширяется благодаря возможности оставить свой комментарий. Пользователь в медийном речевом пространстве в таком комментарии реализует свой речевой потенциал, ранее ограниченный традиционной сферой бытовой межличностной коммуникации.

Так, 30.06.2021 г. на сервисе «Пульс» компании «Мэйл.Ру» был опубликован материал «6 фото офигенного подземного отеля в заброшенном карьере в Шанхае»¹. Поскольку сервис, как говорится в «Пользовательском соглашении», «предоставляет авторизованному на любом из сервисов Mail.Ru Пользователю возможность размещения комментариев к информации, доступной на Сервисе»², то пользователи оставили следующие комментарии к публикации: *Эльза Абдулина: Офигенно! Молодцы!; Алексей Генералов: Да, это здорово; Светлана Якунина: Вот это дааааа!!! ОБОЛДЕТЬ!!!*

Мы видим, что благодаря техническим возможностям интернета в медийной среде образуется зона сосуществования профессиональной журналистской медийной речи и речи разговорной. Формируется печатная разновидность разговорной речи. Но при этом профессиональная речь журналиста остается профессиональной речью. А разговорная речь пользователя остается разговорной речью.

Широко распространено и явление, суть которого в том, что пользователь берет готовый медийный текст и адаптирует его к своей аудитории (как правило, молодежной). Часто такие проекты носят коммерческий характер. Приведем пример: *Expresso*³ – *нюслеттер Оли Морозовой о том, что происходит в мире, почему это происходит и что она по этому поводу думает*. Сам автор так понимает суть своего проекта: *...newsletter – это любая рассылка на любую тему. Это может быть еженедельная подборка самых популярных статей какого-нибудь сайта, или авторский нюслеттер, расска-*

¹ 6 фото офигенного подземного отеля в заброшенном карьере в Шанхае». URL : https://pulse.mail.ru/article/6-foto-ofigennogo-podzemnogo-otelya-v-zabroshennom-karere-v-shanhae-7305450441716354131-6732963904397258779/?utm_content=lenta_main_mail_ru_v1&utm_campaign=main&utm_referrer=https%3A%2F%2Fpulse.mail.ru&utm_source=pulse_mail_ru (дата обращения : 16.07.2021).

² Пользовательское соглашение сервиса «Пульс». 22.01.2021. URL : <https://help.mail.ru/legal/terms/pulse/terms> (дата обращения : 18.07.2021).

³ Expresso. URL : <https://www.expresso.today/>

зывающий с определенной периодичностью о новостях в той или иной области (финансы, технологии, игры, социальные медиа, мода), или, к примеру, развлекательный ньюслеттер с самыми смешными видео, картинками и цитатами.

Не отрицает автор и вторичности своего текста: *Главная прелесть всего это в том, что кто-то уже сделал всю грязную работу и выбрал все самое важное, интересное, популярное и веселое. Хорошие ньюслеттеры – на вес золота: экономят время и берегут нервы. Многие устали от нескончаемого потока информации, а что-то завершённое в почтовом ящике успокаивает и вносит немного порядка в окружающий хаос. Юзер открывает письмо, он знает, что это не спам, он сам подписался на этот ньюслеттер, он знает, о чем он, может быть, он даже ждал его, и самое главное – он знает, что у него есть конец.* Читатель согласен с автором проекта: *Ньюслеттер Espresso стал для меня открытием. В социальных сетях слишком много шелухи, а на чтение известных новостных ресурсов просто нет времени. Другое дело Espresso – кратко, лаконично и, главное, интересно расскажет про важные мировые события. Как раз то, что мне нужно.*

Речевой материал ньюслеттера вторичен, авторский вклад незначителен, речь явно не дотягивает до профессионального уровня:

Медленно, но верно Россию накрывает обязательная вакцинация, которая не то чтобы обязательная, но если ты не привит, то жизнь твоя будет скучна и бедна. Из показательных новостей: московские больницы откажут в плановой госпитализации непривитым, в Нижегородской области желающих вступить в брак обязали делать прививку или сдавать ПЦР-тест для допуска к бракосочетанию (Коммерсант) и Минтруда заявило, что непривитых работников нельзя увольнять, но можно отстранять от работы без сохранения зарплаты.

Слушай, прививка – это же неплохо. Плохо то, что Кремль уже столько раз говорил, что почти победил ковид, что РФ чуть ли не на первом месте по темпам вакцинации, что прививка – это личное дело каждого и никто никого заставлять не собирается. Я понимаю, дельта-штамм более заразный и никто не ожидал, что так будет, но этот диссонанс и методы, которыми они решают возникшую проблему, только ухудшают восприятие происходящего⁴.

Перед нами гипертекст, содержащий несколько ссылок на первичные авторские публикации. Вклад ньюслеттера – различные оценочные и выразительные средства, а также фатическая составляющая, позволяющая сформировать такие психологически близкие отношения с читателем, которые невозможны в официальной прессе.

Из сказанного следует, что мы должны различать употребление слова *медиа*, с одной стороны, как номинацию, предназначенную для обозначения новой технологической коммуникативной платформы, где может присутствовать речевая продукция самого разного происхождения, функционального назначения и свойств. С другой стороны, слово *медиа* выступает как номинация для обозначения разновидности речи, отличительной чертой ко-

⁴ Miscellaneous. URL : <https://mailchi.mp/expresso/cosmicbezoz> (дата обращения : 14.07.2021).

торой является утилитарность, профессиональная включенность в общую практическую деятельность общества.

Разумеется, ситуации пограничного сосуществования на одной технологической платформе профессиональной журналистской речи и речи пользователя многочисленны, разнообразны, в них много индивидуального. В некоторых случаях речь пользователя в отдельных постах, комментариях, блогах в большей или меньшей степени приближается по своим качествам к профессиональной речи. В качестве примера можно привести новостную ленту «Яндекс-дзен». Но в любом случае мы можем констатировать тот факт, что именно профессиональная речь журналиста является основой речевого существования медийной сферы, ее системным ядром.

Особого подхода требует устная форма профессиональной журналистской речи. Удельный вес ее в речевой практике СМИ постоянно увеличивается. Повышается и ее коммуникативный статус. Это глобальный процесс, имеющий глубокие социальные корни. В.В. Химик в предисловии к «Большому словарю русской разговорной экспрессивной речи» пишет о том, что «к началу XXI столетия в русском культурном и языковом пространстве произошла „мена нормативной основы литературного языка“: нормотворческая значимость письменного языка художественной литературы стала уступать свою функцию устной речи публичных каналов общенациональной коммуникации. Практически это означает, что постепенно языковое сообщество стало ориентироваться в своем представлении о речевых идеалах и эталонах не на образцовый язык русских писателей, „властителей дум“, как это было в XIX веке и отчасти в первой половине XX столетия, а на звучащую публичную речь средств массовой информации (СМИ)» (Химик, 2004: 5–6).

Сосуществование профессиональной журналистской речи и речи пользователя, неизбежно приводящее к их взаимодействию, носит особенно непростой характер, когда мы имеем дело с устной формой речи на телевидении радио, на каналах YouTube и пр.

Одной из основных задач аудиовизуальной журналистики является профессиональное звукозрительное представление информации. Даже в том случае, когда на экране зритель видит лайф (фрагмент реально происходящего перед камерой, без комментария), этот фрагмент отобран журналистом с помощью технических средств для наиболее точного представления информации.

Устная речь журналиста, как и любого медиатеяеля, существует для того, чтобы быть обязательно услышанной и осознанной аудиторией. Журналист специально формирует текст с учетом удобства его произнесения, при голосовой подаче отбирает максимально эффективные выразительные средства, что придает его речи более или менее форсированный характер. Можно говорить о том, что звучащая медиаречь обладает повышенной мерой условности по сравнению с обыденной повседневной речью. Всем этим объясняется наличие особых требований к журналистам, работающим с устной речью.

Помимо серьезной подготовки в области орфоэпии, стилистики, риторики, профессионал уделяет повышенное внимание навыкам невербального общения. Особенно актуальной невербальная коммуникация становится в ситуации активного включения в профессиональную речь журналиста элемен-

тов разговорной речи. Этот процесс представляет собой определенный риск, так как включение элементов бытового общения нарушает нормативную структуру профессиональной речи. В советский период радио- и телевизионная речь была образцом русского литературного языка как государственного и на вербальном, и на невербальном уровне (соответствующая общая структура фразы, синтагматическое членение, артикуляционное и интонационное воплощение). Нарушение канонов телевизионного и радиийного звучащего текста говорило о нежелательном снижении уровня речевой культуры.

Сегодня, когда доминирует тенденция к дифференциации и персонификации общего информационно-аналитического потока, мы наблюдаем в сфере устной профессиональной журналистской речи возникновение все новых и новых авторских оригинальных речевых почерков. С одной стороны, неповторимость каждого из них обусловлена в разной степени «нарушением» тех требований, которые ранее предъявлялись к официальной устной радио- и телевизионной речи. С другой стороны, и это более важно, происходит интенсификация использования невербальных составляющих речи, и среди них прежде всего тех, которые обладают повышенной степенью эмоциональности.

Инструменты невербальной коммуникации, которыми должен владеть (использовать и контролировать) профессионал медийной речи, делятся на две группы. Визуальные – это мимика, характер взгляда, жесты, в целом пластическое поведение говорящего, его расположение в пространстве, движения. Звуковые – это интонационные средства во всем их многообразии. Невербальные средства являются полноценными элементами коммуникации, усиливающими, опровергающими, а в некоторых случаях и заменяющими вербальные средства.

Мимика и зрительный контакт формируются в области лица, транслируют внутреннее состояние говорящего и относятся в большей степени к области психологии, поэтому остаются за пределами нашего внимания, как и внешний вид говорящего.

Профессиональная устная медийная речь отличается от обыденной устной речи полноценным владением невербальным инструментарием. Достаточно сравнить, например, с одной стороны речь представителей авторского телевидения, таких как Д. Куликов, Н. Михалков, В. Соловьев, М. Симоньян, с другой – представленную в медийной среде речь представителей политической оппозиции, которые получают высокий коммуникативный статус благодаря не столько своим речевым достоинствам, сколько специфике политической позиции: К. Собчак, В. Соловей, Г. Явлинский и др.

Все сказанное говорит о том, что речевая подготовка будущих журналистов, тех, кто готовится к работе в персонифицированном телевизионном русскоязычном дискурсе, а также к работе с живой аудиторией, требует дополнительных курсов устной речи, сосредоточенных на невербальной коммуникации, органически соединенной со словом.

При обучении элементам невербальной коммуникации можно и необходимо воспользоваться опытом, накопленным в сфере обучения сценической речи. Так, было установлено, что телезритель, слушая ведущего программы, прежде всего обращает внимание на внешний вид говорящего, характер его

движений, пластическое поведение, расположение в пространстве. Все эти невербальные компоненты коммуникации могут как опровергать смысл произнесенных слов, так и, наоборот, помогать говорящему войти в нужное коммуникативное состояние, соответствующее произносимым словам.

Теорию движения как элемента невербальной коммуникации развивал В.Э. Мейерхольд, советский режиссер театра и кино. Режиссер положил движение в основу своей актерской техники биомеханики: «Все „переживания“ возникают из его процесса – с такой же непринужденной легкостью и убедительностью, с какой подброшенный мяч падает на землю. Один всплеск рук решает правдоподобие труднейшего междометия „ах“, которое напрасно вымучивают из себя „переживальщики“, заменяющие его импотентными вздохами... движение рождает возглас и слово»⁵.

Таким образом, согласно идее Мейерхольда, именно движение формирует нужную эмоцию, которая материализуется в звучащем слове. Это положение применимо и к журналистской экранной практике. В кадре человек предстает в специально сконструированном пространстве (оператор выстраивает композицию кадра, журналист вписывается в нее), и его существование (речевое, пластическое) осознано и подчинено задаче выстраивания пластического диалога со зрителем. Речь идет о коммуникативной работе тела журналиста, о взаимодействии осознанного и осмысленного движения, жеста с речью. Чрезмерная жестикуляция может придавать речи убедительность, но может и раздражать и отдалять собеседника. Сдержанная жестикуляция также может придать речи отчужденный характер, в то же время точный однократный жест может стать емким выразителем сути высказывания.

Преобладание жестов той или иной группы в речи журналиста (жесты иллюстрирующие, экспрессивные, регулирующие, запрос на высказывание, требование остановиться, жесты самоадаптации) подчеркивает его индивидуальность (Cozzolino, 2003: 111–114).

Мы бы дополнили классификацию жестов М. Коццолино еще одним типом жестов, которым также необходимо учить будущих журналистов, – жесты драматизирующие. Номинация *драматизация* отсылает нас к театральному искусству, где она обозначает обостренность столкновения противоположных сторон. Но драматизация свойственна и медийному дискурсу. Исследователи говорят, например, о неизбежно возникающей драматизации в последовательности сообщений о событиях (Барабаш, Чекунова, 2017: 69). Соответственно, и журналист для придания убедительности сообщаемому стремится сделать его зрелищным, используя драматическую жестикуляцию, рисуя в воздухе нечто связанное с предметом обсуждения. В качестве примера приведем одну из востребованных программ петербургского телевидения.

«Пульс города» – информационно-публицистическая программа, рассказывающая о ярких, значимых для развития Петербурга событиях в области политики, культуры и общества. Ведущий программы Юрий Зинчук является представителем ленинградской школы телевидения, которой свойственно со-

⁵ Мейерхольд В.Э. Статьи, письма, речи, беседы : в 2 ч. Ч. 2. 1917–1939. М. : Искусство, 1968. С. 28.

четание крайне выдержанной орфоэпической нормы с непрерывным поиском выразительного разнообразия. Обратим внимание на соотношение вербальной и невербальной пластической составляющей в работе ведущего (таблица)⁶.

Звучащая речь	Жесты
<i>Начинаем мы, конечно же, с главной новости этой недели,</i>	Держит в руке листки, внимательно смотрит на них
<i>абсолютно неожиданно мы о ней узнали,</i>	Отрывает глаза от листков, смотрит прямо в камеру
<i>не знаю,</i>	Широко разводит руками
<i>насколько преждевременно,</i>	Одной рукой опирается о стол, другую сгибает, опирается на локоть
<i>но эта новость</i>	Движение кистью правой руки вниз (на выделенном слове)
<i>вызвала шок</i>	Резкое движение кистью правой руки вперед (на выделенном слове)
<i>у многих представителей деловой и политической элиты. Итак, первый вице-премьер Андрей Белоусов сообщил об отмене проведения Петербургского международного экономического форума в июне этого года.</i>	Сжимает кулак. Садится ровно
<i>Официальная причина – эпидемия коронавируса.</i>	Разводит перед собой руками
<i>Это важная, пусть и не самая радостная новость. И она актуальна не только для элит, но и для нас,</i>	Ровное положение тела, локти прижаты к телу. Корпус подается вперед (на выделенном слове)
<i>для всех петербуржцев.</i>	Выбрасывает сжатые кисти рук вперед, складывает кисти рук вместе, поднимает и опускает сложенные руки (на выделенных словах)
<i>Ведь именно этот форум</i>	Разводит руки
<i>является главной площадкой, на которой раз в год подписывают</i>	Ритмично ударяет рукой по воздуху (на выделенных словах)
<i>важнейшие проекты, договоры, контракты, меняющие наш город.</i>	Сжимает ручку в руке
<i>Именно ПЭФ – это та вершина, с которой на наш город смотрят международные российские инвесторы.</i>	Ритмично ударяет рукой по воздуху (на выделенных словах)
<i>Это та витрина,</i>	Неподвижные, обращенные друг к другу, ударные движения руками (на выделенных словах)
<i>где мы показываем: вот он, наш Петербург, приходите к нам, вкладывайте в нас,</i>	Поворачивает ладони к себе, разводит руки перед собой, обозначая поверхность
<i>делайте наш город лучше. И теперь ничего этого не будет.</i>	Руки разведены, ладони повернуты к себе. Ритмичные движения раскрытыми ладонями на камеру
	Охватывает руками стол, опирается на левый и правый край стола

Речь ведущего отличается высоким темпом. Ритмичные слабоамплитудные движения сложенными или разведенными руками выполняют иллюстративную и экспрессивную функции. Но во всей речи ведущего можно выделить несколько опорных, смыслообразующих, драматизирующих движений.

Резкое движение кистью правой руки на камеру (*вызвала шок*) – неожиданный «лобовой» жест.

Разводит руки перед собой (*это та витрина*) – обозначает в пустом пространстве поверхность витрины.

Руки разведены, ладони повернуты к себе, ритмичные движения раскрытыми ладонями на камеру (*вот он, наш Петербург, приходите к нам, вкладывайте в нас*) – открытый жест предложения.

⁶ Выпуск от 07.03.2020. URL : <https://yandex.ru/video/search?from=tabbar&text=зенчук%20ведущий> (дата обращения : 10.07.2021).

Охватывает руками стол, опирается на левый и правый край стола (*делайте наш город лучше. И теперь ничего этого не будет*) – неподвижное положение тела контрастирует с предшествующими яркими широкими движениями.

Значение драматизирующих жестов заключается в желании изобразить в пустом пространстве воображаемый предмет, визуализировать эмоцию. Эти жесты обращены к чувственной сфере зрителя, к его воображению, что повышает степень эмоциональной включенности аудитории в речь журналиста и делает их единомышленниками.

Интонация ведущего характеризуется объединением нескольких фраз на одном выдохе без перерыва в звучании и резким изменением тона на множественных эмфатических ударениях. При этом тиражируется нарушение мелодического правила русской речи, когда понижение тона голоса происходит в конце фразы и тем самым свидетельствует о завершении высказывания. Ю. Зинчук неоднократно понижает тон на интонационном центре, делает перерыв в звучании, после чего договаривает фразу. Все это можно отнести к особенностям неподготовленной речи, когда говорящий руководствуется своим состоянием *здесь* и *сейчас*, отчего высказывание формируется спонтанно, с возможными отступлениями от нормы звучания. Частичное нарушение произносительной нормы несет в себе определенный риск потерять зрителя, не простившего ошибки ведущему. Но в то же время выборочные нарушения являются для аудитории привлекательными, способствует сближению зрителя с человеком в кадре, речь которого, безусловно, сконструирована специально для эфира, но обладает узнаваемым бытовым звучанием.

Если мы посмотрим многочисленные YouTube-каналы, где ведущий полагает, что он создал свой почти профессиональный канал, если мы послушаем многочисленные подкасты, где ведущий полагает, что он стал медийным профессионалом⁷, то прежде всего обращает на себя внимание их вербальная вторичность. Пересказывается то, что уже известно. Любят не передачу как таковую с ее содержанием – просто молодежной аудитории чисто по-человечески нравится ведущий. Психология отношений между автором и зрителем не из профессиональной среды, а из межличностной бытовой коммуникации. Мы имеем дело с ситуацией, которую уже обозначили ранее. Создается зона медийной разговорности, где разговорность представлена как таковая, не ставшая органической частью профессиональной речи.

Навыки профессиональной речи здесь практически отсутствуют: профессионал речи осознанно выстраивает речь в соответствии со своей стилевой концепцией и контролирует ее. Именно профессионал обеспечивает стабильность как печатной, так и устной речевой среды. Многочисленные авторы YouTube-каналов, как правило, владеют лишь одной стихийно сложившейся манерой речевого поведения, которая может нравиться или не нравиться аудитории, однако в любом случае о речевом профессионализме говорить не приходится.

⁷ Newочём. URL : <https://newochem.io/podcast/>

Представленные в статье примеры носят не единичный характер, они представляют нам типовые коммуникативные явления. Их анализ показывает, что, несмотря на явную экспансию разговорности в медийную среду, именно профессиональная журналистская речь в русскоязычной медийной среде, как печатной, так и устной, остается основой медийной речевой системы в целом.

Заключение

Предложенный подход к изучению профессиональной журналистской речи в русскоязычной медийной среде кажется нам достаточно перспективным, так как обращает наше внимание на новые, малоизученные коммуникативные феномены в коммуникативной среде интернета. Для медиалингвистики и медиастилистики интерес представляют прежде всего такие локальные коммуникативные образования, как различные виды блогов, аккаунты в социальных сетях и мессенджерах, делящиеся тексты на сайтах изданий с системой комментариев и многое-многое другое. Динамично развивающиеся в пределах ограниченного временного отрезка, локализованные в социальном времени и пространстве, тесно связанные с актуальной жизнью социума – с одной стороны, и повседневным бытовым существованием человека – с другой, ориентированные на тот или иной сегмент аудитории, они все в совокупности в значительной степени формируют речевую среду существования человека. Здесь происходит социализация личности, формируется система взглядов, вкусов, предпочтений. Эта речевая среда имеет ярко выраженную национальную специфику, проявляющуюся как в вербальной, так и в невербальных семиотических системах.

Список литературы

- Барабаш В.В., Чекунова М.А.* К вопросу о нарративности политико-административного сетевого медиадискурса // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Гуманитарные науки. 2017. № 1 (41). С. 62–72.
- Добросклонская Т.Г.* Медиаатекст : теория и методы изучения // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2005. № 2. С. 28–34.
- Дускаева Л.Р.* Медиадискурс // Медиалингвистика в терминах и понятиях : словарь-справочник / под ред. Л.Р. Дускаевой. М. : Флинта, 2018. С. 55–61.
- Казак М.Ю.* Специфика современного медиаатекста // Современный дискурс-анализ. 2011. Вып. 6. С. 320–334.
- Клушина Н.И.* Медиастилистика. М. : Флинта, 2018. 184 с.
- Клушина Н.И., Николаева А.В.* Введение в интернет-стилистику : учебник. М. : Флинта, 2020. 240 с.
- Кожемякин Е.А., Попов А.А.* Блоги как средство журналистской коммуникации // Научные ведомости. Серия : Гуманитарные науки. 2012. № 6 (125). Вып. 13. С. 148–155.
- Корконосенко С.Г.* Массовая коммуникация // Медиалингвистика в терминах и понятиях : словарь-справочник / под ред. Л.Р. Дускаевой. М. : Флинта, 2018а. С. 51–53.
- Корконосенко С.Г.* Медиа // Медиалингвистика в терминах и понятиях : словарь-справочник / под ред. Л.Р. Дускаевой. М. : Флинта, 2018б. С. 53–55.
- Кулажко С.А.* Жанры сетевого общения // Медиалингвистика в терминах и понятиях : словарь-справочник / под ред. Л.Р. Дускаевой. М. : Флинта, 2018. С. 370–373.

- Лацук О.Р. Рерайтерские новостные сообщения : создание и редактирование. М. : МедиаМир, 2013. 264 с.
- Медиалингвистика в терминах и понятиях : словарь-справочник / под ред. Л.Р. Дускаевой. М. : Флинта, 2018. 440 с.
- Нигматуллина К.Р. Место социальных сетей в развитии региональной журналистики в России // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2021. № 1. С. 30–50.
- Рогова К.А. Устная речь в текстах печатных СМИ // Медиалингвистика. 2018. № 5 (3). С. 346–353.
- Самсонова А.А. Социальные сети // Медиалингвистика в терминах и понятиях : словарь-справочник / под ред. Л.Р. Дускаевой. М. : Флинта, 2018. С. 413–416.
- Солганик Г.Я. Публицистический стиль // Стилистический энциклопедический словарь русского языка / под ред. М.Н. Кожинной. М. : Флинта : Наука, 2003. С. 312–315.
- Химик В.В. Большой словарь русской разговорной экспрессивной речи. СПб. : Норинт, 2004. 768 с.
- Химик В.В. Русская разговорно-обиходная речь в лексикографическом представлении // Филологический класс. 2014. № 1. С. 58–64.
- Cozzolino M. La comunicazione invisibile. Gli aspetti non della comunicazione / ed. by C. Amore. Roma : Firea Publishing Group, 2003.
- Dijk T.A. van The analysis of news as discourse // News Analysis. Case Studies of International and National News in the Press. Hillsdale, New Jersey, 1988. Pp. 1–30.

Сведения об авторах:




Коньков Владимир Иванович, доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры медиалингвистики, Институт «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций», Санкт-Петербургский государственный университет. *Сфера научных интересов*: структура медийной сферы, публицистический стиль, художественная речь, функциональные типы речи, техника устной речи, поликодовый текст. Автор более 200 научных работ. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5353-1014> E-mail: v_konkov@mail.ru

Соломкина Татьяна Алексеевна, кандидат искусствоведения, доцент, доцент кафедры телерадиожурналистики, Институт «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций», Санкт-Петербургский государственный университет. *Сфера научных интересов*: устная речь в СМИ, сценическая речь, мастерство публичного выступления, режиссура телевидения и документального кино. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9662-9625> E-mail: skworonek@gmail.com

DOI 10.22363/2618-8163-2021-19-4-419-435

Research article

Professional journalistic speech in the media environment

Vladimir I. Konkov  , Tatiana A. Solomkina 

*St. Petersburg State University,
7–9 Universitetskaya Naberezhnaya, Saint Petersburg, 199034, Russian Federation*
 v_konkov@mail.ru

Abstract. The research deals with one of the most important topics in the field of studying Russian as a foreign language – the diversity of the Russian language media environment. The purpose of the study is to determine its status in Russian-speaking media environment professional journalistic speech, that is its communicative status. The work analyses Russian-

language publications of the traditional print press, radio, television, and materials presented in the communicative environment of the Internet: sites of various publishing houses, publics on social networks, blogs, etc. The paper is based on descriptive and comparative analysis. For the first time the content of the concept professional journalistic speech is revealed in the linguistic aspect. The main feature defining the ontology of media speech is the utility – direct involvement in general social life. Media text in its existence is always associated with the time of its publication, has specific coordinates of the social space-time, is created for here and for now. It is this feature of media speech that determines all its lexical and grammatical parameters. The media environment is presented as a space for everyday social communication. It is accompanied by the communicative space of everyday interpersonal communication – conversational speech. The latter thanks to Internet communication technologies actively invades the media speech space. Media speech actively interacts with colloquial speech. The research has shown that professional journalistic speech has always been a systemic element of the media environment, which manifests itself in a wide variety of forms. Numerous private enterprises are adapting professional journalistic speech products to their needs. The media communication environment is open, and in its borders, the printed form of colloquial speech is emerging. The space of non-professional media speech is also emerging – certain types of blogs, news feed “Yandex-Zen”. In the media sphere, the share of oral speech is constantly increasing. Because of the general trend towards personalization of the general information and analytical stream, the volume of author broadcasting increases. In this situation professional oral journalism requires special attention in the aspect of its non-verbal components of communication. Specialization in author broadcasting needs the technology of teaching Russian oral speech with increased attention to non-verbal components that have a pronounced national identity. The research prospects are primarily associated with dynamically developing local Russian-language speech media systems as verbal and polycode, as their composition is constantly being updated.

Keywords: blog, media speech, printed speech, professional journalistic speech, colloquial speech, Russian language, social space-time, mass media, oral media speech

Article history: received 30.05.2021; accepted 18.08.2021.

Acknowledgments: This research was prepared with the financial support of Russian Science Foundation, project 19-18-00530 “The Comic as a Communicative Resource in the Digital News Environment”.

For citation: Konkov, V.I., & Solomkina T.A. (2021). Professional journalistic speech in the media environment. *Russian Language Studies*, 19(4), 419–435. <http://dx.doi.org/10.22363/2618-8163-2021-19-4-419-435>



DOI 10.22363/2618-8163-2021-19-4-436-452

Научная статья

Особенности газетных заголовков в русскоязычной прессе Армении

Н.И. Мартирян 

*Ереванский государственный университет,
Республика Армения, 0025, Ереван, ул. А. Манукяна, д. 1*

✉ nairamartiryan@gmail.com

Аннотация. Происходящие в мире события по-разному освещаются в прессе. Газетные заголовки дают читателю возможность ориентироваться в огромном газетном материале и судить о наиболее важной и интересной информации. Исследование посвящено анализу заголовков русскоязычных газет Республики Армения. Его актуальность заключается в необходимости изучения заголовков с точки зрения их функций, грамматической структуры, использования в них знаков препинания, семантической составляющей. Цель – выявить и описать языковые особенности и функции заголовков в русскоязычной прессе Армении. Использовались методы сплошной выборки, статистический, описательный, включающий приемы наблюдения и сопоставления, компонентного анализа, сопоставительного анализа. Материалом исследования стали статьи газет «Республика Армения» и «Голос Армении» за июнь – июль 2021 года. Установлено, что в русскоязычной прессе Армении функционируют в качестве заголовка все типы предложений, в заголовках используются практически все знаки препинания, заголовки образуют тематически организованные группы. Особенности заголовков современной русскоязычной прессы Армении определяются такими факторами, как тенденция языка к экспрессии, диалогичности, демократизации, креативности и авторскому началу в оформлении заголовка. Учитывая тенденцию по изменению удельного веса видов речевой деятельности и выдвижению на первый план наиболее затребованного и важного в настоящее время – чтения, изучение языковых особенностей газетно-публицистического стиля, в частности заголовков, весьма актуально. Продолжение исследования и его результаты являются перспективными, поскольку вносят существенный вклад в изучение развития современной русскоязычной прессы Республики Армения.

Ключевые слова: русский язык, публицистический стиль, язык средств массовой информации, структура, семантика заголовков, функции заголовков, прецедентный текст, демократизация языка

История статьи: поступила в редакцию 05.05.2021; принята к печати 18.08.2021.

Для цитирования: *Мартирян Н.И.* Особенности газетных заголовков в русскоязычной прессе Армении // Русистика. 2021. Т. 19. № 4. С. 436–452. <http://dx.doi.org/10.22363/2618-8163-2021-19-4-436-452>



Введение

В современном мире средства массовой информации (СМИ), прочно войдя в жизнь человеческого общества, оказывают огромное влияние на образ мышления и мировосприятия людей. XXI век – век информации. Регулярно поступающее огромное количество информации привело к тому, что человеку приходится выбирать тот материал, который интересен и актуален для него.

Современные СМИ нацелены на упрощение этого процесса, на максимальное сжатие представляемой информации. В связи с этим большую ценность представляют языковые средства, способствующие продуктивному информированию читателей.

Глобальные изменения политического, экономического и идеологического характера, которые произошли в конце XX – начале XXI веков, в корне изменили жизнь миллионов людей на постсоветском пространстве, в том числе и в Армении.

В языковом плане можно говорить об уменьшении зоны распространения русского языка в республике, что, в частности, привело к резкому сокращению периодических изданий на русском языке. На сегодняшний день регулярно издаются две газеты на русском языке: «Республика Армения» и «Голос Армении».

«Республика Армения» (далее – «РА») – государственная газета на русском языке, имеющая общественно-политическую направленность. Была учреждена постановлением парламента Республики Армения в октябре 1990 года. В качестве русскоязычного варианта газеты «Айастан и анрапетутюн» выходила до ноября 2002 года, далее – как отдельное издание.

«Голос Армении» (далее – «ГА») – независимая общественно-политическая русскоязычная газета, издается в Ереване. Ранее известная как «Коммунист», газета была основана в 1934 году. В советское время она была ежедневным органом ЦК Коммунистической партии Армении и Ереванского городского комитета Коммунистической партии. «Коммунист» стал «Голосом Армении» в августе 1990 года.

Газета «Республика Армения» является проправительственной, газета «Голос Армении» – оппозиционной. В обеих газетах освещаются политические, общественные, экономические, культурно-исторические и спортивные события.

Проблема, поставленная в статье, связана с пониманием того, что, несмотря на несомненный интерес, который представляют языковые средства, используемые в русскоязычной прессе Армении, научных исследований, посвященных этой теме, практически нет. Можно отметить работу Д.И. Алексеенко о типологических особенностях печатных СМИ республики (Алексеенко, 2013), статью В.Н. Арутюнян и А.Ж. Айдинян о языковых особенностях национальной русскоязычной прозы (Арутюнян, Айдинян, 2012), кандидатскую диссертацию А.Ж. Айдинян (Айдинян, 2014), освещающую ту же проблему. Отдельных публикаций о газетных заголовках русскоязычной прессы Армении нет, поэтому необходимость их разностороннего изучения с точки зрения функций, грамматической структуры, использования знаков препинания и семантической составляющей обусловила **актуальность** насто-

ящего исследования. **Новым и перспективным** является понимание пространства языковой сферы русскоязычной прессы Армении в качестве творческой лаборатории для авторских экспериментов, что позволяет в определенной степени восполнять потребность определенного социального слоя для самовыражения и дает возможность излагать свои мысли на классическом русском языке. **Целью** данного исследования является выявление и описание грамматических, семантических, пунктуационных особенностей и функций заголовков в русскоязычной прессе Армении.

Методы и материалы

В качестве методов нами использованы традиционные для лингвистических исследований: сплошной выборки; статистический; описательный, включающий приемы наблюдения и сопоставления; компонентного анализа; сопоставительного анализа. Материалом исследования стали статьи газет из «Республика Армения» и «Голос Армении» за июнь – июль 2021 года. Это материалы газет до и после досрочных выборов в Армении, которые состоялись 20 июня 2021 года. Всего проанализировано 256 заголовков из газеты «Республика Армения» и 288 – из газеты «Голос Армении».

Результаты

Выявлены следующие языковые особенности заголовков русскоязычной прессы Армении:

– грамматическое построение современных газетных заголовков в русскоязычной прессе Армении весьма разнообразно, используются все типы предложения: простые двусоставные и односоставные, неполные, сложные. В современных газетных заголовках русскоязычной прессы Армении чаще всего употребляются простые повествовательные предложения с тенденцией увеличения количества двусоставных предложений;

– все типы предложений по цели высказывания представлены в качестве заголовка. Используемый тип заголовка зависит от темы статьи и структуры новостного сюжета;

– все знаки препинания: запятая, точка, многоточие, тире, двоеточие, вопросительный и восклицательный знаки – применяются в заголовках;

– выделены несколько семантических типов заголовков в зависимости от того, к какой тематической группе лексики они относятся: событийные, персонажные, пространственно-временные, нарративные, предметные, прецедентные;

– газета «Голос Армении» отличается большей экспрессивностью, грамматическим, семантическим и пунктуационным разнообразием заголовков по сравнению с газетой «Республика Армения», которая является более стандартизированной и не стремящейся к инновациям как в целом, так и в отношении заголовков.

Обсуждение

Газетно-публицистический стиль, выполняя две основные функции – сообщение (информационная) и воздействие (волюнтативная), – свое внимание сосредоточивает на тех вопросах и проблемах, которые больше всего интересуют общество. При этом для усиления эмоциональности и экспрес-

сивности сообщения используются разнообразные выразительные средства, в частности, газетные заголовки. Заголовки вызывают интерес и привлекают внимание прежде всего своей функциональной нагруженностью, так как в печатном издании выполняют различные функции, отражают специфику печатного издания и должны соответствовать его концепции.

В газете заголовок занимает самую сильную, акцентируемую позицию. В краткой форме он передает суть освещаемых событий. Задача журналиста заключается не только и не столько в том, чтобы найти эксклюзивный материал, но и творчески его преподнести, особое внимание уделяя оригинальности заголовка.

Современные производители печатной продукции во всем мире сражаются за привлечение интереса к своему изданию, используя разнообразные средства. «...во-первых, иллюстрации и фотографии, во-вторых, помогают зафиксировать наше внимание издательские приемы – яркий шрифт, необычное расположение текста и т. д., но при этом самым важным элементом текста является заголовок» (Долотова, 2021: 458).

Заголовок – это первое, с чем сталкивается читатель газеты при взаимодействии с текстом, первое, чему он уделяет внимание при просмотре газетной полосы, так как по заголовкам он ориентируется в содержании газеты. Как отмечает Э.А. Лазарева: «Заголовок является первым сигналом, побуждающим нас читать материал или отложить газету в сторону. Исследования психологов показывают, что около 80 % читателей уделяют внимание только заголовкам» (Лазарева, 1989: 3). Е.С. Задровская называет заголовок «квинтэссенцией газетной статьи» (Задровская, 2014: 141).

Исследователи считают заголовок своеобразным «фильтром», который на этапе просмотра газеты дает возможность читателю выбрать интересующий его материал (Луннова, Можяева, 2021: 468) и который вынуждает авторов становиться все искуснее и изобретательнее в выборе названий статьи, чтобы, вступая в конкуренцию с сетевыми ресурсами, не потерять аудиторию (Баева, 2020: 404).

Заглавия могут быть связаны с разными аспектами текста: тематикой, образами, проблематикой. Являясь в какой-то степени эквивалентом текста, заглавие (заголовок) заявляет его основные темы и их возможное решение.

Разнообразным типам газетных заголовков в свете их структурных, семантических, стилистических, прагматических особенностей посвящен ряд исследований¹ (Доценко, 2009; Калинина, 2020; Корнилова, 2007; Лютая, 2008; Ляпун, 1999; Мироненко, 2020; Муртада, 2003; Пасевич, Ли, 2021; Подвалова, Юрина, 2019; Трофимова, Савастенко, 2020; Фаткабратова, 2007; Цуканова, 2018; Шостак, 1998; Gasparyan, 2019; Morley, 2003; White, 2011 и др.).

Заголовок представляет собой сложное структурно-семантическое целое. С точки зрения грамматического статуса оно может выражаться словом, словосочетанием или предложением, но отличаться от них по своим функциям. В целом их можно свести к следующим: номинативная, которая служит для наименования текста; информативно-коммуникативная, сообщающая

¹ Nielsen J. The world's best headlines : BBC News web. URL : <http://www.nngroup.com/articles/worlds-best-headlinesbbc-news> (accessed : 24.07.2021).

о тексте; разделительная, выделяющая заголовок в отдельную позицию; экспрессивная, придающая образность; апеллятивная, выявляющая авторскую позицию; рекламная, привлекающая внимание (Мартирян, 2013: 91).

Грамматические особенности. В грамматическом построении заголовков газет «Республика Армения» и «Голос Армении» используются все типы предложения.

Двусоставные предложения в газетном заголовке отличаются высокой степенью информативности, но у простых нераспространенные предложения эта информативность меньше, чем у распространенных. В связи с этим в собранном материале количество двусоставных распространенных предложений значительно превосходит число нераспространенных (Варзапова, 2020: 76). Данный факт, на наш взгляд, объясняется тем, что в современную публицистику (и не только армянскую) возвращается тенденция посредством заголовка не просто сообщить о событии, или факте, но и проинформировать о содержании озаглавленного текста читателя, который, скорее всего, не будет читать последующую статью. Выше уже говорилось о том, что 80% адресатов читают только газетные заголовки. И вторая тенденция: посредством заголовка сообщить такую информацию, чтобы побудить читателя прочесть весь текст статьи.

Двусоставные предложения: *Блок «Честь имею» заявил о множестве нарушений* («ГА», № 24); *Дядя СЭМ продолжит курс на уничтожение гражданского общества Армении* («ГА», № 26); *Хранители культурного наследия собрались в Ереване* («РА», № 45); *Маэстро Рикардо Мути спустя 20 лет вновь выступил в Армении* («РА», № 50).

Почти все типы односоставных предложений используются в заголовках газет «Республика Армения» и «Голос Армении».

Среди глагольных односоставных предложений преобладают неопределенно-личные. Такие предложения, выступая в качестве заголовков, интересны тем, что выражают независимое действие, акцентируя внимание на глаголе-сказуемом и отодвигая неопределенного деятеля на второй план: *Генерала Хачатурова демобилизуют* («ГА», № 26); *В Табацкури установили хачкар* («ГА», № 27); *Пленных используют в обмен на уступки* («РА», № 47).

Основная функция безличных предложений – акцент на действии и его результате, субъект действия при этом не представляется важным: *Даже писка не слышно* («ГА», № 26); *Кому предлагается?* («ГА», № 27); *Приговорили к 20 годам тюрьмы* («ГА», № 30); *Лесов станет больше* («РА», № 45).

Инфинитивные предложения экспрессивны по своей природе и представляют значительные возможности для эмоционального выражения разных мыслей и чувств. Заголовки, которые мы условно отнесли к инфинитивным, являются не совсем типичными по своему синтаксическому оформлению: *Как вдохнуть жизнь в экономику* («ГА», № 24); *Развивать армянский бизнес в диаспоре* («ГА», № 25).

В определено-личных отсутствует деятель и действие актуализируется формой 1-го лица единственного и множественного числа глагола-главного члена: *«На Олимпийских играх рассчитываем на хорошее место»* («РА», № 47); *«Поражу пастыря...»* («ГА», № 30).

Номинативные предложения, созданы для описания и оценки. Называя предметы, явления, действия и придавая определениям еще большую яркость,

автор дает характеристику действительности, общественно-политической и культурной жизни, историческим событиям, явлениям природы, состоянию героя и т. д. Заголовки номинативного типа наиболее близки к заглавиям художественных произведений, выражая главную мысль текста (и автора) (Доценко, 2009: 16). Встречаются, в основном, распространенные номинативные предложения: *Беспрецедентный концерт* («ГА», № 26); *У каждого времени свои подлецы* («ГА», № 27); *Решающий вклад России* («РА», № 47); *Победные выступления армянских шахматистов* («РА», № 51).

Мы присоединяемся к мнению Ю.С. Долотовой «...о разнообразии, многофункциональности односоставных предложений в роли газетных заголовков как самостоятельного языкового явления» (Долотова, 2021: 459).

По наличию главных членов предложения в большей степени используются двусоставные предложения в «РА» и в равных пропорциях двусоставные и односоставные номинативные в «ГА». В обеих газетах преобладают среди глагольных односоставных неопределенно-личные, а определенно-личные, безличные и инфинитивные предложения немногочисленны.

Заголовки, представляющие с грамматической точки зрения сложные предложения, в русскоязычной прессе Армении встречаются редко. Например: *Кто бы узнал об инциденте, если бы не «репортеры без границ»? («ГА», № 25); Некруглая дата: Конституции 26 лет. Джангирян снова востребован («ГА», № 26); Не говорите, что мы не предупреджали («РА», № 49).*

С точки зрения ряда исследователей, в заголовках современных печатных изданий наблюдается изобилие сложных предложений (Садовникова, 2002), но, по нашим наблюдениям, данный феномен не занял значимого места в газетах «РА» и «ГА». Мы согласны с Н.Д. Лапковским, который считает, что «...заголовок должен быть кратким, поэтому употребление сложных конструкций не актуально в современной прессе» (Лапковский, 2016).

Необходимо отметить, что в анализируемых источниках встречается необычное сочетание заголовков и подзаголовков. Подзаголовок, продолжая предложение, вынесенное в заголовок, превращает его из односоставного в двусоставное: заголовок – *«Защитить культурное наследие Арцаха»*, подзаголовок – *призвали Europa Nostra и Европейская ассоциация археологов* («РА», № 47). Или же: заголовок – *Семимесячные*, подзаголовок – *экспертные отрасли «тормозят» больше всего* («ГФ», № 25).

Использование вопросно-ответных конструкций в газетном заголовке связано, прежде всего, с тем, что любой текст, а тем более публицистический, диалогичен по своей сути. Сложное синтаксическое целое, которое представляет собой группа вопросно-ответных конструкций, создает в качестве газетного заголовка своеобразный микротекст, который приобретает относительную самостоятельность: *Есть ли русофобия в Армении? Нет. Нагнетается ли искусственно? Да.* («ГА», № 28). «Перед нами сложное синтаксическое целое, которое состоит из нескольких самостоятельных предложений, обладая при этом смысловой цельностью и выступая как часть завершенной коммуникации» (Мартирян, 2013: 163) Такие заглавия встречаются редко и привлекают читательское внимание благодаря необычной структуре и не всегда типичному ответу на вопрос.

В заголовках русскоязычных газет Армении наличествуют все типы предложений по цели высказывания. Тема статьи и структура новостного сюжета определяют тип предложения.

Заголовок повествовательного типа представляет собой простое изложение и обычно выражает саму тему журналистского произведения. Задача вопросительного предложения состоит в том, чтобы читатель задумался над проблемой текста еще до его прочтения. Побудительные предложения призывают читателя к каким-то действиям, а восклицательные предложения, как правило, выражают оценку самого автора.

Проведенный анализ показал, что в заголовках «РА» и «ГА», в основном, встречаются повествовательные предложения для информирования общественности по различным темам: *Иран пересматривает свою роль в регионе* («ГА», № 24); *Патрульная служба приступила к работе* («РА», № 51).

Вопросительные конструкции используются для постановки проблемы в виде вопроса, имитации диалога с аудиторией, подчеркивания важности читательского мнения, создания эффекта неожиданности и сенсационности новости: *Курс на самоуничтожение?* («ГА», № 24) *Как действуют соглашения между Россией, Арменией и Азербайджаном? (Выполняются или просто остаются в силе?)* («РА», № 46).

Побудительные предложения-заголовки используются тогда, когда действие должно стать ожидаемой реакцией: *Остановитесь и пропустите поезд!* («ГА», № 28).

Пунктуационные особенности. В современных газетных заголовках русскоязычной прессы Армении используются практически все знаки препинания, кроме скобок и точки с запятой: запятая, точка, многоточие, тире, двоеточие, вопросительный и восклицательный знаки.

Запятая ставится в соответствии с нормами современной пунктуации, например, при соединении слов, тесно связанных в сознании автора и читателя по семантике: *Двусторонние отношения, Карабах, ситуация на границе, возвращение военнопленных* («РА», № 51).

Запятая служит средством обособления согласованных определений или обстоятельств, выраженных причастным или деепричастным оборотами: *Книга, посвященная опере «Алмаст»* («РА», № 49); *Власти, подвергая общество шантажу войной, подготавливают его к новым уступкам* («ГА», № 28).

Запятая используется перед уточняющей конструкцией, при пояснении или перефразировании: *Молоток и морковка, или цена бездарной власти* («ГА», № 27); *Незамеченное проникновение, или логика балагана* («ГА», № 30).

Запятая ставится при сравнении: *Мелодия, как молитва* («РА», № 51).

Запятая отделяет друг от друга части сложного предложения: *Если так будет продолжаться, Кут* (пограничное село в Армении. – М.Н.) *опустеет* («ГА», № 28).

Точка отделяет друг от друга понятия, проявляющие связь только в данном контексте: *Случайных людей в команде нет. Все заняты разрушением государства* («ГА», № 28); *Выборы завершены. Остались отголоски* («РА», № 48).

Многоточие в середине заголовка демонстрирует разрыв или несоответствие между частями предложения: *Штанги... к следующей олимпиаде* («ГА», № 28). В конце заголовка многоточие ставится для обозначения неза-

конченности речи или намеренного умолчания: *Доживем до понедельника...* («РА», № 45).

Вопросительный знак в заголовках служит в качестве побудительного мотива к чтению текста и получению ответа на поставленный вопрос, выражает сомнение, а также способствует созданию интриги, предположений, версий и трактовки событий: *Город Шуши: культурная столица или хищное логово?* («ГА», № 24); *Удастся ли России втиснуть Францию в рамки трехстороннего соглашения?* («РА», № 55).

Восклицательный знак, в основном, используется для выражения императива и разнообразных эмоций: *Остановитесь и пропустите поезд!* («ГА», № 28); *Вот и все!* («РА», № 52).

Тире ставится, если в заголовке:

– есть неполное или эллиптическое предложение: *Армянский фотоэкспресс – в Русском доме в Ереване* («РА», № 48); *Японским школьникам – об армянском дудуке* («РА», № 48);

– есть усиление эффекта неожиданности: *Все для народа – все для блага депутата* («ГА», № 28);

– вторая часть представляет собой вывод из первой части сочетания: *Настрой – боевой (В Армении начался летний призыв)* («РА», № 47);

– нулевая связка между подлежащим и сказуемым: *«Олимпиевик» – мультфильм для всей Армении, и не только* («ГА», № 28); *Дети – скрытые жертвы эпидемии COVID-19* («РА», № 47).

Двоеточие используется в двухчастных предложениях при четком интонационном делении, когда:

– первая часть фразы выражает основную точку зрения о проблеме, событии, герое: *Позор Европы: пока Мишель говорил о мире, в Ерасхе стреляли* («ГА», № 28);

– вторая часть конструкции конкретизирует смысл первой части: *НАН: планы и перспективы* («ГА», № 28); *Транспорт: подход системный* («РА», № 45);

– при прямой речи: *Армен Григорян подтверждает: торг пленными будет продолжаться* («ГА», № 25).

Кавычками в заглавиях оформляются:

– цитаты: *«Член НАТО Турция применила оружие НАТО против Армении»* («РА», № 47 – цитата из речи президента Республики Армения А. Саркисяна); *«На Олимпиаде мы намерены бороться за золото»* («РА», № 49 – заявление армянских спортсменов);

– конструкции с прямой речью: *Блок «Армения»: «Пока не будут развеяны сомнения»* («ГА», № 24); *Аветик Арутюнян: «Арцах ранен, но его сердце, мозг, иммунная система работают»* («ГА», № 26).

Как правило, в подобный заголовок выносятся наиболее эффектные выражения героя статьи.

Кавычки также выполняют выделительную функцию при переносном значении слова: *«Поведение» армянского драма обоснованно и предсказуемо* («РА», № 48); *«Армянская» юность Тургенева* («РА», № 55). Или же это название: *«Дикая симфония» Дэна Брауна в Армении* («ГА», № 28); *Стартова программа «Шаг к дому»* («РА», № 47).

Привлекает внимание еще одна тенденция современных газетных заголовков – шрифтовые выделения. Возникновение эффекта «текста в тексте» –

дополнительная возможность для оценки материала и повышения выразительности заглавия: *КОНДенсированное наследие старого Еревана должно быть сохранено* («РА», № 51). Конд – один из старейших районов Еревана со своеобразной архитектурой.

Иностранные вкрапления в заголовке – весьма распространенный прием экспрессии в современной прессе. В газетах «РА» и «ГА» этот прием используется редко, но наблюдается тенденцию к более частотному употреблению: *Атом VS солнце, гидроэнергетика VS орошение* («ГА», № 28); *В IT-музее DataArt открылась виртуальная выставка «Математические машины Армении»* («РА», № 54).

Итак, можно сказать, что «...важным средством создания экспрессивности газетных заглавий является пунктуация, ибо с помощью разнообразных знаков препинания... намеренно выделяются те компоненты заглавия, на которые читатель должен в первую очередь обратить свое внимание» (Манькова, 2000: 167).

Семантические особенности. Слова, используемые в заголовках газет, входят в тематически организованные группы. На основании их семантики нами выделены несколько типов заголовков.

Первая по распространенности тематическая группа названий статей – это событийные заголовки, или заголовки-обозначения ситуаций. Здесь используется разнообразная палитра названий для ежедневного хода жизни и ее событий: *Обеспечена высокая макроэкономическая стабильность* («РА», № 49); *Перераспределения мандатов не будет* («РА», № 54); *Центр поможет узнать Россию лучше* («ГА», № 25); *«Ардиинбанк» привлек \$20 млн на развитие зеленой энергетики* («ГА», № 26).

Следующую группу составляют заголовки, обозначающие лиц, так называемые персонажные заголовки. Но мы считаем необходимым отметить семантическую неоднородность этой группы и количественную неравнозначность, наблюдаемую среди разных типов заголовков. Наиболее частотными являются заголовки – антропонимы. Нередки заглавия, которые вводят не одно, а два и больше действующих лица, что делает заголовок более насыщенным семантически: *Чехов и великие армяне* («РА», № 54). Герой статьи не всегда обозначается в заголовке только именем собственным. В заглавии может присутствовать какой-либо из признаков героя: атрибут профессии – *Золотой свисток Рубена Мамуляна* («РА», № 52), социальный статус – *Лидер фракции «Гражданский договор» – Айк Конджорян* («РА», № 52), способ представления – *Арам Хачатурян в формате анимации* («ГА», № 28). Иногда имя собственное не выносится в заголовок, используется эмоциональная оценка, как положительная, так и негативная, – *Причастный к тайнам* («ГА», № 24 – о скульпторе Ара Ширазе); *Дестабилизатор* (ГА, № 26 – об и. о. премьер-министра Н. Пашиняне); *Пересмешник в луже* («ГА», № 27 – об и. о. министра экономики В. Керобяне) и т. д.

Следующая большая тематическая группа – заголовки, обозначающие время и пространство. Одной из основ текстового мира является хронотоп, координаты которого – время и место – часто используются в заголовках статей. Временные названия заголовков разнообразны. Это как точное название времени суток, дней недели, месяцев, например: *20 июня снова сдали Шуши*

(«ГА», № 25); *Годовщина событий в ночь с 12 на 13 июля* («ГФ», № 27); *Кинофестиваль «Золотой абрикос» состоится в октябре* («РА», № 49), так и целые хронологические отрезки повествования: *«У нас 9 лет не было такого результата»* («РА», № 48); *Сто лет созидания и «захват будущего»* («РА», № 26), где автор, фиксируя длительный промежуток времени, подчеркивает типичность описываемых им событий.

Место – вторая координата текстового мира. Оно может быть обозначено в заголовке с разной степенью конкретности, скажем: *Природный уголок в центре столицы* («ГА», № 24); *Мероприятия под открытым небом* («РА», № 46). Или же используется конкретный топоним: *На фестиваль в Равенне* («РА», № 47); *Новоселье в селе Варденик* («ГА», № 26).

Нарративные заголовки в обеих газетах – следующая тематическая группа. Они подчеркивают повествовательную, нарративную, природу статьи: *История спасенной картины Мартироса Сарьяна* («РА», № 45); *В красках и образах Мауса Мхитаряна* («ГА», № 25); *Армянский теннис в условиях пандемии* («ГА», № 27); *«Хорошая конфета» Тиграна Петросяна* («ГА», № 28, 9-й чемпион мира по шахматам называл славу хорошей конфетой, без которой можно и обойтись. – М.Н.) и т. д. Все проанализированные нами заголовки данного типа являются заголовками статей о культурных или спортивных событиях.

Группа предметных заголовков в нашем исследовании весьма разнообразна. Здесь и *Алкоголь запрещен* («РА», № 47); *Легендарный паровозик «Танк» стал новой визитной карточкой Гюмри* («РА», № 54); *Кто и как должен строить новый Ноев ковчег* («ГА», № 24); *Буклетно-клубничная война ГД* («ГА», № 24); *Молоток и морковь, или Цена бездарной власти* («ГА», № 27); *В деле пистолет и нож* («ГА», № 28); *Автомобили для полевых условий* («ГА», № 28).

В системе прецедентных заголовков нами выделены следующие типы: заглавия-цитаты из другого текста; заглавия, совпадающие с названиями произведений, служащими сюжетной основой; заглавия, отсылающие сразу к нескольким текстам.

Таможня дает добро («РА», № 46) – соотносится сразу с двумя художественными фильмами: советскому фильму «Белое солнце пустыни» режиссера В. Мотыля и франко-бельгийской кинокомедии 2010 года Дэни Буна «Таможня дает добро».

Доживем до понедельника... («РА», № 45) отсылает к одноименному фильму 1968 года Станислава Ростюцкого. Номер газеты «РА» вышел в свет в пятницу, а в воскресенье, 20 июня, должны были состояться внеочередные парламентские выборы.

В ожидании ГЭДЭ («ГА», № 25). Этот заголовок – перефразированное название драмы «В ожидании Годо» Сэмюэля Беккета. Отметим и игру со звучий *Годо – ГЭДЭ* (партия «Гражданский договор»).

Заголовок статьи о кадровой политике нынешних властей Армении *Какие могут быть претензии к ателье?* («ГА», № 26) отсылает к сцене из фильма «Люди и манекены», в котором Аркадий Райкин получил в ателье абсолютно непригодный костюм, у которого все части: пуговицы, карманы, брюки, рукава – перепутаны местами.

Сахара нет, но вы держитесь! («ГА», № 27) – производное от фразы, произнесенной в мае 2016 года председателем правительства России Дмитрием Медведевым и ставшей крылатой.

Арцах защищали армяне – и точка! («ГА», № 27) восходит к выражению премьер-министра Армении Никола Пашиняна «Арцах – это Армения, и точка!» Заголовок содержит упрек властям Армении, которые проиграли войну и недооценивают героизм армянских солдат.

«Корабль дураков» – новый рейд («ГА», № 27) – заголовок статьи о замысле властей оптимизировать культурные центры отсылает сразу к двум произведениям конца XV века: поэме Себастьяна Бранта (1494) и картине Иеронима Босха (ок. 1490–1500).

Антироссийские силы не прошли в парламент (народ не оценил их скорбный труд) («РА», № 46) – в подзаголовке строчка из бессмертного стихотворения А.С. Пушкина «Во глубине сибирских руд...» и отклика А.И. Одоевского «Струн вещей пламенные звуки...».

Саро Эмирзе: «И мое сердце в горах» («ГА», № 27) – заголовок статьи о германском артисте армянского происхождения Саро Эмирзе (Эмирзяне) отсылает к знаменитому произведению Уильяма Сарояна «В горах мое сердце» о мальчике и его армянской семье, название Сарояна в свою очередь восходит к стихотворению Роберта Бернса «В горах мое сердце».

Ни дня без строчки («ГА», № 28) – перекликается с латинским афоризмом *Nulla dies sine linea* древнеримского историка Плиния Старшего, который приписывал это выражение древнегреческому художнику Апеллесу. Вторая отсылка – книга Юрия Карловича Олеси «Ни дня без строчки».

Все для народа – все для блага депутата («ГА», № 28) – иронически перефразированное лозунг советской эпохи «Все во имя человека, для блага человека».

Готовы ли власти к визиту индийского гостя? («ГА», № 26) – заголовок статьи о штамме индийского вируса иронически переосмысляет арию индийского гостя из оперы Н. Римского-Корсакова «Садко».

«Поражу пастыря...» («ГА», № 30) – восходит к двум библейским текстам: словам Иисуса в Евангелии от Матфея (14:21) «...ибо написано: поражу пастыря, и рассеются овцы стада», которые в свою очередь имеют отправной точкой Книги пророка Захарии (13:7).

Как можно заметить, прецедентные заголовки используются в газете «ГА» во всем разнообразии: библейские тексты, названия художественных произведений, фильмов, музыкальных произведений, афоризмы, лозунги советской эпохи и т. д.

Поскольку СМИ, как известно, являются как средством информирования, так и воздействия, заголовок статьи одновременно выполняет информационную и волонтерскую функции. Представляя собой сжатую модель текстовой ситуации, заголовок, как и сама статья, отражает мнение правительства, оппозиции или издателя, излагая информацию и осуществляя воздействие рациональными и эмоционально-экспрессивными средствами. «В разных типах изданий эти функции могут находиться в различном соотношении – от академической беспристрастности до нескрываемой политической анга-

жированности» (Агапова, 2011: 18). Сравним заголовки статей на одну и ту же тему в обеих газетах: проправительственной «РА» и оппозиционной «ГА»:

День Конституции («РА», № 50) – *Некруглая дата: Конституции 26 лет. Джангирян снова востребован!* («ГА», № 26).

Выборы завершены. Остались отголоски («РА», № 48) – *Самые позорные выборы в истории Армении!* («ГА», № 24).

Самый высокий показатель рабочих мест (зарегистрирован в мае текущего года) («РА», № 47) – *Иллюзия программы (о программе роста экономики в Армении)* («ГА», № 28).

По мнению И.В. Арнольд, газетный заголовок, выполняя определенный социальный заказ, сочетает элементы информации с коннотативными (Арнольд, 2002). «Именно благодаря этому аспекту создаются статьи с «крикливыми», эмоциональными, оценивающими заголовками, исходя из личных побуждений авторов. И наоборот, если создатель публикации (или может быть заказ государства, региона, организации) непосредственно не связан со случившимся, заголовок будет просто констатацией факта без сопровождения эмоциональностью» (Некрасова, 2018).

Либерализация общественной жизни, гендерное равноправие, бунтарские взгляды на искусство и т. д. в огромной степени содействовали демократизации языка печатных (и не только) СМИ, и этот процесс продолжается по сей день, характеризуясь включением разговорной лексики: «Произошедшая в последние десятилетия демократизация общественной и бытовой жизни, революционные изменения в отношениях между полами и внутри полов, в положении женщины, изменения точки зрения на брак, семью и т. д. сильно содействовали демократизации языка СМИ, приходу в него слов и выражений, которые раньше считались грубыми, редко употребляемыми и просто немислимыми в сфере публичных отношений» (Давыдова, 2011: 93). Эта тенденция характерна и для русскоязычной прессы Армении. Приведем примеры употребления в заголовках слов, которые раньше считались недопустимыми в печати, а тем более – в заголовках: *Террористическая сходка в Шуши* («РА», № 45); *Алиев изгаляется в попытках избежать переговоров по Арцаху* («РА», № 49); *Сотни проектов остались на бумаге, или Две хайтек-истории про бардак* («ГА», № 27).

Заключение

Следующие факторы являются основополагающими для заголовков современной русскоязычной прессы Армении: экспрессия, диалогичность, демократизация, креативность.

Диалогичность способствует оформлению заголовков в виде вопросно-ответных комплексов. Демократизация позволяет включать в заголовки разговорную и даже просторечную лексику. Креативность вызывает к жизни новые способы как вербальных, так и невербальных форм выражения.

Сочетание эмоционально-оценочных лексем, прецедентных текстов, стилистически окрашенных синтаксических средств, порядка слов и пунктуации является активным, динамичным процессом, средством выражения авторской позиции и смысловой актуализации заголовка.

Язык СМИ используется сегодня не только как способ информации, но и как мощное средство воздействия, пропаганды и манипуляции. Каждая из

двух русскоязычных газет имеют свою аудиторию, которая на сегодняшний день весьма сдержанно (если не сказать – отрицательно) воспринимает точку зрения противоположной стороны. Авторы публикаций в обязательном порядке учитывают ментальность читателя, его фоновые знания, взгляды на мир в целом и на отдельные события в частности. Вследствие этого язык каждой из газет становится мощным средством воздействия и влияния на читательскую аудиторию, которая, в основном, воспринимает излагаемые события и факты так, как они представлены и изложены в газетных публикациях.

Сужение и изменение сфер использования русского языка, который перестал быть одним из основных языков обучения, языком дело- и судопроизводства и приобрел в республике новый статус, который больше соответствует потребностям времени и общества, наряду с тенденцией выдвижения на первый план одного из видов речевой деятельности – чтения, нашло свое отражение в современных русскоязычных СМИ РА. Продолжение исследования с разных точек зрения заголовков русскоязычных газет Армении и его результаты являются перспективными, поскольку вносят существенный вклад в изучение развития современных русскоязычных СМИ РА, которые регулярно освещают жизнь страны и выражают национально значимые идеи.

Список литературы

- Агапова А.Н.* Заголовок в современной русской прессе : эпистемический и прагматический аспекты : автореф. дис. ... канд. филол. наук. Волгоград, 2011. 24 с.
- Айдинян А.Ж.* Языковые особенности армянской русскоязычной прессы : дис. ... канд. филол. наук. Ереван, 2014. 148 с.
- Алексеевко Д.И.* Некоторые типологические особенности печатных СМИ Республики Армения // Знак : проблемное поле медиаобразования. 2013. № 1 (11). С. 26–31.
- Арнольд И.В.* Стилистика. Современный английский язык. М. : Флинта : Наука, 2002. 384 с.
- Арутюнян В.Н., Айдинян А.Ж.* Особенности национальной русскоязычной прессы // Филологические науки. Социолингвистика. URL : http://www.rusnauka.com/36_PVMN_2012/Philologia/9_120117.doc.htm (дата обращения : 05.05.2021).
- Баева В.Г.* Использование фразеологизмов в заголовках пензенских региональных газет // Языковая политика и вопросы гуманитарного образования : сборник научных статей IV Международной научно-практической конференции. Пенза : Изд-во ПГУ, 2020. С. 404–406.
- Варзапова В.Ю.* Заголовок англоязычного медиатекста как объект лингвосомиотического исследования (на материале заголовков сетевых версий изданий The Telegraph и The Independent) : дис ... канд. филол. наук. Хабаровск, 2020. 203 с.
- Давыдова С.В.* Язык средств массовой информации // *Lingua mobilis*. 2011. № 2 (28). С. 93–96.
- Долотова Ю.С.* Односоставные предложения в функции газетного заголовка (на материале региональной газеты «Молодой ленинец») // Языковая политика и вопросы гуманитарного образования : сб. науч. ст. V Междунар. науч.-практ. конф. Пенза : Изд-во ПГУ, 2021. С. 457–459.
- Доценко М.Ю.* Синтаксис газетного заголовка : структура, семантика, прогнозирование смыслового развития текста : автореф. дис. ... канд. филол. наук. СПб., 2009. 18 с.
- Задровская Е.С.* К проблеме языка заголовков современных СМИ // Международный журнал экспериментального образования. 2014. № 6–2. С. 143–144.
- Калинина М.В.* Газетный заголовок : нормативно-этический аспект (на материале газеты «Московский комсомолец») // Теоретическая и прикладная лингвистика. 2020. Т. 6. № 1. С. 62–68.

- Корнилова К.Е. Функции заголовков современных журналистских текстов // Известия вузов. Северо-Кавказский регион. Общественные науки. Спецвыпуск. 2007. С. 118–119.
- Лазарева Э.А. Заголовок в газете. Свердловск : Изд-во Урал. ун-та, 1989. 96 с.
- Лапковский Н.Д. Синтаксические особенности заголовков в республиканской и региональной газетах. URL : <https://conf.grsu.by/alternant2016/index-31.htm> (дата обращения : 15.06.2021).
- Луннова М.Г., Можаяева Ю.А. Прецедентные единицы в заголовках региональной прессы (на материале печатных СМИ г. Пензы) // Языковая политика и вопросы гуманитарного образования : сб. науч. ст. V Междунар. науч.-практ. конф. Пенза : Изд-во ПГУ, 2021. С. 468–470.
- Лютая А.А. Современный заголовок : структура, семантика, прагматика : дис. ... канд. филол. наук. Волгоград, 2008. 164 с.
- Ляпун С.В. Лексико-семантические и стилистические особенности современного газетного заголовка (на материале газеты «Комсомольская правда» за 1994–1998) : дис. ... канд. филол. наук. Майкоп, 1999. 185 с.
- Манькова Л.А. Лингвистическая типология газетных заголовков, 90-е годы XX века : дис. ... канд. филол. наук. Симферополь, 2000. 192 с.
- Мартирян Н.И. М. Булгаков : типология заглавий // Лингвистические исследования : сборник статей. Ереван : ЕГУ, 2013. № 4. С. 87–95.
- Мартирян Н.И. Некоторые типы вопросно-ответных конструкций в художественном тексте // Кантех. 2013. № 2 (55). С. 162–167.
- Мироненко Е.С. Особенности стиля газетных заголовков // Филологический аспект : международный научно-практический журнал. 2020. № 5 (61). URL : <https://scipress.ru/philology/articles/osobennosti-stilya-gazetnykh-zagolovkov.html> (дата обращения : 05.08.2021).
- Муртада К.С. Заголовок-вопрос на газетной полосе : дис. ... канд. филол. наук. Воронеж, 2003. 141 с.
- Некрасова А.С. Виды, типы, функции газетного заголовка и его место в тексте статьи СМИ // Актуальные проблемы филологии : материалы III Междунар. науч. конф. (г. Казань, май 2018 г.). Казань : Молодой ученый, 2018. С. 27–31. URL : <https://moluch.ru/conf/phil/archive/301/13190/> (дата обращения : 15.07.2021).
- Пасевич З.В., Ли Ж. Прецедентные тексты в заголовках газетных фельетонов дальневосточной эмиграции // Филологический аспект : международный научно-практический журнал. 2021. № 2 (70). URL : <https://scipress.ru/philology/articles/pretsedentnye-teksty-v-zagolovkakh-gazetnykh-feletonov-dalnevostochnoj-emigratsii.html> (дата обращения : 06.08.2021).
- Подвалова А.С., Юрина Е.А. Функции и структурные типы новостных заголовков в современной французской прессе // Огарев-online. 2019. № 6. URL : <http://journal.mrsu.ru/arts/funkcii-i-strukturnye-tipy-novostnykh-zagolovkov-v-sovremennoj-francuzskoj-pressе> (дата обращения : 05.08.2021).
- Садовникова М.Н. Сложноподчиненные предложения в функции газетных заголовков современных русских и французских СМИ : дис. ... канд. филол. наук. Ростов н/Д, 2002. 202 с.
- Трофимова Г.Н., Савастенко Р.А. Заголовки текстов СМИ как инструмент обучения РКИ в координатах медиаобразования // Cuadernos de Rusística Española. 2020. № 16. С. 209–218. URL : <https://revistaseug.ugr.es/index.php/cre/article/download/14096/15624> (дата обращения : 08.08.2021).
- Фаткабрарова Ю.М. Структурно-семантическая характеристика кратких газетных сообщений : автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2007. 23 с.
- Цуканова Ж.В. Структурные особенности заголовков гуманитарных и технических научных статей (на материале русского языка) // Гуманитарные научные исследования. 2018. № 5. URL : <https://human.snauka.ru/2018/05/24988> (дата обращения : 07.08.2021).

- Шостак М.И. Журналист и его произведение : практическое пособие. М. : ТОО «Гендальф», 1998. 96 с.
- Gasparyan G. The public perception of news headlines' language (a case study) // *Foreign Languages in Higher Education*. 2019. Issue 1 (26). Pp. 16–23.
- Morley J. Truth to tell : form and function in newspaper headlines. Bologna : CLUEB, 2003. 214 p.
- White M. Cracking the code of press headlines : from difficulty to opportunity for the foreign language learner // *International Journal of English Studies*. 2011. Vol. 11. Issue 1. Pp. 95–116.

Сведения об авторе:

Мартирян Наира Игнатиосовна, кандидат филологических наук (PhD), доцент кафедры русского языкознания, типологии и теории коммуникации, Ереванский государственный университет. *Сфера научных интересов*: лексикология, стилистика и культура речи, методика преподавания русского языка как иностранного. Автор более 60 научных публикаций. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8955-3861> E-mail: nairamartiryan@gmail.com

DOI 10.22363/2618-8163-2021-19-4-436-452

Research article

Features of newspaper headlines in the Russian-language press in Armenia

Naira I. Martiryan 

Yerevan State University,
1 Alex Manoogian St, Yerevan, 0025, Republic of Armenia
✉ nairamartiryan@gmail.com

Abstract. The coverage of significant world events in various mass media and the attitude of the journalists differ substantially. Newspaper headlines give the opportunity to navigate in the information flow and find the most important and interesting information. The headlines of the Russian-language newspapers in the Republic of Armenia are analyzed. The relevance of the research lies in the need to study headings from the point of view of their functions, grammatical structure, the use of punctuation marks in them, and their semantic components. The aim of the study is to identify and describe the grammatical, semantic, punctuation features and functions of headings in the Russian-language press in Armenia. The following methods were used: continuous sampling, statistical, descriptive, including methods of observation and comparison, component analysis, comparative analysis. The research material included the articles of the newspapers “Respublika Armenia” and “Golos Armenii” of June – July 2021. Based on the results of the research, the following conclusions were made: in the Russian-language press of Armenia, all types of sentences are used as headlines; almost all punctuation marks are used in the titles; headings form thematically organized groups. The peculiarities of the headlines of the modern Russian-language press in Armenia are determined by such factors as the tendency of the language to expressiveness, dialogue, democratization, creativity and the author's principle in the design of the heading. Taking into account the tendency to change the proportion of types of speech activity and highlight the most demanded and important at the present time – reading, the study of the linguistic features of the newspaper and journalistic style, in particular the headlines, is very relevant. The results of the study are promising, since they make a significant contribution to the study of the modern Russian-language press in the Republic of Armenia.

Keywords: Russian language, journalistic style, media language, structure, semantics and functions of headings, precedent text, democratization of the language

Article history: received 05.05.2021; accepted 18.08.2021.

For citation: Martiryán, N.I. (2021). Features of newspaper headlines in the Russian-language press in Armenia. *Russian Language Studies*, 19(4), 436–452. (In Russ.) <http://dx.doi.org/10.22363/2618-8163-2021-19-4-436-452>

References

- Agapova, A.N. (2011). *Headline in the modern Russian press: Epistemic and pragmatic aspects*. [Author's abstr. cand. ped. diss.]. Volgograd. (In Russ.)
- Alekseenko, D.I. (2013). Some typological features of the print media of the Republic of Armenia. *Znak: Problemnoe Pole Mediaobrazovaniya*, 1(11), 26–31. (In Russ.)
- Arnold, I.V. (2002). *Stylistics. Modern English*. Moscow: Flinta Publ., Nauka Publ. (In Russ.)
- Arutyunyan, V., & Aydinyan, A. (2012). Features of the national Russian-language press. *Philological Sciences. Sociolinguistics*. (In Russ.) Retrieved May 5, 2021, from http://www.rusnauka.com/36_PVMN_2012/Philologia/9_120117.doc.htm
- Aydinyan, A. (2014). *Linguistic features of Armenian Russian language press*. (Candidate dissertation, Yerevan). (In Russ.)
- Baeva, V.G. (2020). Use of phraseological units in the headlines of Penza regional newspapers. *Language Policy and Issues of Humanitarian Education: Collection of Scientific Articles on Materials IV International Scientific and Practical Conference* (pp. 404–406). Penza: PSU Publishing House. (In Russ.)
- Davydova, S.V. (2011). Language of mass media. *Lingua Mobilis*, 2(28), 93–96. (In Russ.)
- Dolotova, Yu.S. (2021). One-part sentences as a newspaper headline (based on regional newspaper “Young Leninet”). *Language Policy and Issues of Humanitarian Education: Collection of Scientific Articles on Materials IV International Scientific and Practical Conference* (pp. 457–459). Penza: PSU Publishing House. (In Russ.)
- Dotsenko, M.Yu. (2009). *Newspaper headline syntax: Structure, semantics, forecasting semantic development of the text*. [Author's abstr. cand. ped. diss.]. St. Petersburg. (In Russ.)
- Fatkabrarova, Yu. (2007). *Structural and semantic characteristics of short newspaper messages*. (Candidate dissertation, Moscow). (In Russ.)
- Gasparyan, G. (2019). The public perception of news headlines' language (a case study). *Foreign Languages in Higher Education*, 1(26), 16–23.
- Kalinina M.V. (2020). Newspaper headline: Normative and ethical aspect (based on the material of the newspaper “Moskovsky Komsomolets”). *Theoretical and Applied Linguistics*, 6(1), 62–68. (In Russ.)
- Kornilova, K.E. (2007). Functions of headings of modern journalistic texts. *Izvestiya Vuzov. Severo-Kavkazskii Region. Obshchestvennye Nauki. Special Issue* (pp. 118–119). (In Russ.)
- Lapkovsky, N.D. (2016). *Syntactic features of headings in republican and regional newspapers*. (In Russ.) Retrieved June 15, 2021, from <https://conf.grsu.by/alternant2016/index-31.htm>
- Lazareva, E.A. (1989). *The headline in the newspaper*. Sverdlovsk: Publishing house of the Ural University. (In Russ.)
- Lunnova, M.G., & Mozhaeva, Yu.A. (2021). Precedent units in the headlines of the regional press (on material of print media in Penza). *Language Policy and Issues of Humanitarian Education: Collection of Scientific Articles on Materials IV International Scientific and Practical Conference* (pp. 468–470). Penza: PSU Publishing House. (In Russ.)
- Lyapun, S.V. (1999). *Lexico-semantic and stylistic features of modern newspaper headlines (based on the material of the newspaper “Komsomolskaya Pravda” for 1994–1998)*. (Candidate dissertation, Maikop). (In Russ.)
- Lytaya, A.A. (2008). *Modern headlines: Structure, semantics, pragmatics*. (Candidate dissertation, Volgograd). (In Russ.)
- Mankova, L.A. (2000). *Linguistic typology of newspaper headlines, 90s of the twentieth century*. (Candidate dissertation, Simpheropol). (In Russ.)

- Martiryan, N.I. (2013). M. Bulgakov: Typology of titles. *Linguistic Studies*, (4), 87–95. Yerevan: YSU Publ. (In Russ.)
- Martiryan, N.I. (2013). Some types of question-answer constructions in fictional text. *Kantech*, (2(55)), 162–167. (In Russ.)
- Mironenko, E. (2020). Features of the style of newspaper headlines. *Philological Aspect: International Scientific and Practical Journal*, (5(61)). (In Russ.) Retrieved August 5, 2021, from <https://scipress.ru/philology/articles/osobennosti-stilya-gazetnykh-zagolovkov.html>
- Morley, J. (2003). *Truth to tell: Form and function in newspaper headlines*. Bologna: CLUEB.
- Murtada, K.S. (2003). *Headline – a question on a newspaper page*. (Candidate dissertation, Voronezh). (In Russ.)
- Nekrasova, A.S. (2018). Types, functions of a newspaper headline and its place in the text of a media article. *Actual Problems of Philology: Materials of the III International Scientific Conference (Kazan, May 2018)* (pp. 27–31). Kazan: Molodoy Uchyoniyl Publ. (In Russ.) Retrieved July 15, 2021, from <https://moluch.ru/conf/phil/archive/301/13190/>
- Pasevich, Z.V., & Li, Zh. (2021). Precedent texts in the headlines of newspaper feuilletons of the Far Eastern emigration. *Philological Aspect: International Scientific and Practical Journal*, 2(70). (In Russ.) Retrieved August 6, 2021, from <https://scipress.ru/philology/articles/pretsedentnyy-teksty-v-zagolovkakh-gazetnykh-feletonov-dalnevostochnoj-emigratsii.html>
- Podvalova, A., & Yurina, E. (2019). Functions and structural types of news headlines in the modern French press. *Ogaryov-Online*, (6). (In Russ.) Retrieved August 8, 2021, from <http://journal.mrsu.ru/arts/funkcii-i-strukturnye-tipy-novostnyx-zagolovkov-v-sovremennoj-francuzskoj-presse>
- Sadovnikova, M.N. (2002). *Complex sentences in the function of newspaper headlines modern Russian and French media*. (Candidate dissertation, Rostov-on-Don). (In Russ.)
- Shostak, M.I. (1998). *Journalist and his work: A practical guide*. Moscow: TOO “Gandalf” Publ. (In Russ.)
- Trofimova, G., & Savastenko, R. (2020). Headers of media texts as a tool for teaching Russian as a foreign language at the coordinates of media education. *Cuadernos de Rusística Española*, (16), 209–218. (In Russ.) Retrieved August 8, 2021, from <https://revistaseug.ugr.es/index.php/cre/article/download/14096/15624>
- Tsukanova, Zh. (2018). Structural features of the titles of humanitarian and technical scientific articles (based on the Russian language). *Humanitarian Research*, (5). (In Russ.) Retrieved August 7, 2021, from <https://human.snauka.ru/2018/05/24988>
- Varzapova, V.Yu. (2020). *The headline of the English-language media text as an object of the linguosemiotic research (based on the headings of the online editions of The Telegraph and The Independent)*. (Candidate dissertation, Khabarovsk). (In Russ.)
- White, M. (2011). Cracking the code of press headlines: From difficulty to opportunity for the foreign language learner. *International Journal of English Studies*, 11(1), 95–116.
- Zadrovskaya, E.S. (2014). To the problem of the headline language of modern media. *International Journal of Experimental Education*, (6–2), 143–144. (In Russ.)

Bio note:

Naira I. Martiryan, Candidate of Philology (PhD), Associate Professor of the Chair of Russian Linguistics, Typology and Communication Theory, Yerevan State University. *Research interests*: lexicology, stylistics and culture of Russian speech, methodology of teaching Russian as a foreign language. The author of more than 60 scientific publications. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8955-3861> E-mail: nairamartiryan@gmail.com



DOI 10.22363/2618-8163-2021-19-4-453-465

Научная статья

Прецедентное пространство русского массмедийного дискурса

Л.В. Моисеенко¹, Э. Керо Хервилья²

¹Московский государственный лингвистический университет,
Российская Федерация, 119034, Москва, ул. Остоженка, д. 38

²Гранадский университет,
Королевство Испания, 18011, Гранада, д. 3,
Campus Universitario de Cartuja, Calle Prof. Vicente Callao
✉ liliamoiseenko@gmail.com

Аннотация. Изучается роль прецедентных феноменов в организации медиального пространства, в процессах текстопорождения и смыслоформирования в медиатексте. Сегодня СМИ моделируют медиальную реальность. Она может отличаться от реальной действительности, которая не отображается, а представляется посредством многочисленных интерпретаций. В процессах интерпретации высказывания/сообщения значительное место занимают прецедентные феномены и лежащие в их основе структуры знания. Проблематика медиатекста, который является социально значимой коммуникативной средой современности, обусловила актуальность исследования. Цель исследования заключается в изучении роли прецедентных единиц в интерпретации медиатекста (на уровне смысла и значения). Анализировались материалы российских газет, Газетного корпуса русского языка, Национального корпуса русского языка, интернет-источников на русском языке. Использовались методики дискурсивного уровня, дискурс-анализ прецедентных феноменов с учетом экстралингвистического измерения; когнитивная проекция исследования предполагала лингвокогнитивный анализ и лингвокогнитивное моделирование как моделирование структуры значения, текстообразования и смыслоформирования на основе прецедентных единиц. Проведен дискурс-анализ прецедентных феноменов с учетом экстралингвистического измерения и лингвокогнитивный анализ с целью моделирования дополнительных смыслов и структуры значения прецедентных единиц. Когнитивный подход, примененный в работе, позволил выявить роль экстралингвистического знания в формировании смысла текста и значения прецедентной единицы. Тематизированное, разделяемое коммуникантами (инвариантное) знание является залогом успешной интерпретации прецедентной единицы и функциональной эффективности медиатекста. В дальнейшем представляется перспективным изучение корпуса прецедентных единиц, релевантных для профессиональной и гражданской журналистики, их структуры, отличий, сфер функционирования, а также моделирование значения прецедентных единиц в социальных сетях, мемах, блогосфере.

Ключевые слова: медиатекст, прецедентные феномены, экстралингвистическое знание, тематизированное знание, когнитивные структуры репрезентации знания, русский язык

История статьи: поступила в редакцию 17.04.2021; принята к печати 05.07.2021.

© Моисеенко Л.В., Керо Хервилья Э., 2021



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Для цитирования: Моисеенко Л.В., Керо Хервилья Э. Прецедентное пространство русского массмедийного дискурса // Русистика. 2021. Т. 19. № 4. С. 453–465. <http://dx.doi.org/10.22363/2618-8163-2021-19-4-453-465>

Введение

Сегодня СМИ активным образом создают определенную медиакартину мира, новую медиареальность, в которой мир не отображается, а интерпретируется. Для лингвистического исследования СМИ был введен термин «медиа-текст». Сочетая единицы вербального и медийного ряда, медиатекст в качестве родового термина объединяет такие понятия, как газетная статья, теле- и радиотекст, интернет-реклама и другие виды продукции СМИ (Добросклонская, 2008).

Следует отметить, что в медийную форму переходят все формы коммуникации, и конкурентами СМИ сегодня стали социальные сети, информационные порталы, блогосфера и т. д. (Митягина, 2012).

Медийность текста связана с новыми форматами его существования: современные СМИ – это мультимедийный контент онлайн-изданий и онлайн-версий печатных медиа. Медиатекст трансформируется в сторону расширения с возможностью обсуждения (инициальный медиатекст и сопровождающие его комментарии), при этом пользователи сами производят информацию и обмениваются ею, что получило название гражданской журналистики (Карасик, 2019; Лисенкова, 2018; Полонский, 2019).

В медиатексте как продукте средств массовой информации важное место занимают прецедентные феномены/единицы (ПФ/ПЕ), представляющие собой культурный фонд нации.

Актуальность исследования обусловлена ролью СМИ в современном обществе, важностью изучения прецедентных феноменов в медиальном пространстве.

В отечественной лингвистике прецедентные феномены изучаются в рамках теории *прецедентности* (Захаренко и др., 1997; Красных, 2003; Кушнерук, 2006; Ворожцова, 2007; Нахимова, 2011; Панарина, 2017; Моисеенко, 2021); теории *интертекстуальности* (Денисова, 2003; Олизько, 2009; Кузьмина, 2011); *межкультурной коммуникации* (Гудков, 2003); *лингвокультурологии* (Слышкин, 2004; Клещенко, 2021).

Интересующие нас феномены представлены в работах испанских и латиноамериканских ученых. Их исследование связано с теорией интертекстуальности и интердискурсивности (Aguirre Romero, 2001; Rojo, 2008; Sánchez Vega, 2009); межкультурной коммуникации (Luque Durán, 2009); изучением дискурсивных стратегий (Casado Velarde, 2008). При этом интересующий нас объект исследования обычно носит название «культурема» (Rodríguez, Mora, 2002; Molina Martínez, 2006). Понятие «прецедентный феномен» встречается только один раз, в совместной работе украинского и испанского исследователей (Vyshnya, Sevilla Muñoz, 2007), что, несомненно, объясняется влиянием работ Ю.Н. Караулова как основоположника теории прецедентности (Караулов, 1986) в лингвистике.

Цель исследования – при помощи смоделированного когнитивного механизма интерпретации показать, что прецедентные единицы в медиатексте,

являясь адресатно-ориентированными вторичными структурами, участвуют в процессах текстообразования, формирования лексического значения, создания дополнительных смыслов.

Методы и материалы

К применяемым методикам дискурсивного уровня относится дискурс-анализ прецедентных феноменов в медиальном дискурсе с учетом экстралингвистического измерения.

Когнитивная проекция исследования предполагает применение лингвокогнитивного анализа и лингвокогнитивного моделирования – моделирование структуры значения, текстообразования и смыслоформирования на основе прецедентных единиц.

В работе использовались материалы Газетного корпуса русского языка, Национального корпуса русского языка¹, газет «Известия», «Коммерсантъ», «Комсомольская правда», «Московский комсомолец», «Новая газета», новостного интернет-издания lenta.ru, других интернет-источников (социальные сети, блоги) на русском языке.

Результаты

В ходе проведенного исследования мы пришли к следующим результатам.

Медиатекст, как продукт СМИ, является не только пространством актуализации прецедентных феноменов, но и активным генератором новых прецедентных единиц.

Медиальный интертекст имеет свои особенности оформления бинарного отношения «автор – читатель». Роль читателя в медиальном интертексте гораздо меньше, чем в художественном интертексте и исключает многочисленные читательские интерпретации. Медиальный интертекст носит автороцентристский характер и полностью подчинен задачам автора (журналиста) по созданию медиареальности, отражающей позицию автора.

Используя прецедентные единицы, автор медиатекста создает когнитивное пространство, предполагающее наличие общего с читателем знания. Это общее разделяемое знание направлено на приближение автора к читателю.

К прецедентным феноменам применимо понятие вторичности в двух ипостасях. Это касается вторичности языковой репрезентации: всякая прецедентная единица вторична, так как соотносится со своим прецедентом в первичном употреблении. С другой стороны, прецедентные единицы обладают способностью к вторичному семиозису и формированию нового значения.

Когнитивные структуры, лежащие в основе прецедентных феноменов, представляют собой совокупность лингвистического и экстралингвистического характера. Они служат инструментом создания структуры медиатекста, порождения дополнительных смыслов, формирования лексического значения прецедентной единицы.

¹ Национальный корпус русского языка. URL : <https://ruscorpora.ru/new/index.html> (дата обращения: 05.04.2021).

Разработанный нами когнитивный механизм интерпретации прецедентных феноменов основан на экстралингвистическом знании, присутствующим в медиатексте в имплицитной форме.

Обсуждение

Научные достижения в области исследования прецедентных феноменов. К настоящему времени основные *достижения* в области исследования прецедентных феноменов можно свести к следующим областям научного знания.

1. Определено *понятие* прецедентного текста, и проведена *демаркация прецедентного пространства*, к которому относится *любой вид «чуждого слова»* (названия произведений художественной литературы, кинофильмов, имена авторов, литературных и исторических персонажей, афоризмы и др.)

2. Выявлена *таксономия* прецедентных феноменов. Различают *уровневую* типологию прецедентных феноменов (автопрецедентные, социумно-прецедентные, национально-прецедентные и универсально-прецедентные феномены); и *видовую* типологию с классификацией прецедентных феноменов согласно их видовой характеристике (прецедентный текст, прецедентное высказывание, прецедентная ситуация, прецедентное имя (Гудков, 2003; Красных, 2003).

3. Исследованы *источники* прецедентных феноменов (литературные произведения, кинофильмы, песни, политический дискурс, публицистика, реклама). Определены *продуктивность* источников, их соответствие определенным историческим периодам. Динамика сфер-источников определяется следующим образом: высказывания основоположников марксизма-ленинизма и руководителей партии в советскую эпоху (Кронгауз, 2008) → классическая литература (отмечается литературоцентричность, характерная для коммуникативного поведения русских – Денисова, 2003; Ворожцова, 2007) → киноцитаты (*Тепленькая пошла!* из фильма *Ирония судьбы, или С легким паром!*; *Спасибо, я пешком постою* из фильма *Мимино*) → реклама (*Вы все еще кипятите? Тогда мы идем к вам!*, *Tide*, ср. осуждение внешней политики США при помощи слогана из российской рекламы *Вы еще не верите в демократию? Тогда мы летим к Вам*) → высказывания современных российских политиков (*Мы все будем работать плодотворно, и это не закончится никогда*²).

4. Определена *степень прецедентности* явлений согласно их долговечности с выделением *сильных* (популярных) и *слабых* (склонных к забвению) текстов. Сильными текстами считаются произведения классической русской литературы XIX в. (Кузьмина, 2011). Также выделены *ядерные* тексты (Денисова, 2003), носящие вневременной характер. Они относятся к образовательному канону (Пушкин, Толстой, Достоевский) и формируются школьной программой. Прецедентные феномены, отражающие традиционные ценности социума, подвергаются «атаке» с целью модификации культурной парадигмы (Гудков, 2003) во время флуктуаций социально-экономической си-

² Миронов С. URL : <https://www.aphorism.ru/comments/qjeieq49ey.html> (дата обращения: 05.04.2021).

стемы (например, в период разрушения СССР). Отмечено и противоположное явление – ностальгия по ушедшим культурным ценностям. Их романтизация проявляется в нестабильные кризисные периоды при помощи ретро-технологий (Линдстром, 2012). Так, прецедентные феномены играют существенную роль в ностальгическом движении по советскому времени (песня *Я родился в Советском Союзе, сделан я в СССР*; названия ресторанов *Спецбуфет № 7*, *Служебный вход*, *Полевая кухня*, *Жигули* и др.).

5. Ряд исследований посвящен вопросу *узнаваемости* прецедентных феноменов в коммуникации, неверной атрибутируемости цитат из классических произведений (Боярских, 2007; Елистратов, 2000; Кузьмина, 2011). В работах отмечается, что молодое поколение часто не понимает цитат, используемых журналистами, что свидетельствует об изменениях в структуре прецедентного поля и модификациях национального культурного кода.

В настоящей работе в качестве объекта исследования фигурируют прецедентные единицы в медиатексте, а в качестве предмета исследования – роль когниции в их интерпретации.

Особенности реализации прецедентных единиц в медиатексте. Мы понимаем прецедентный феномен (Моисеенко, 2021) как рекуррентный фрагмент любого дискурса (художественного, публицистического, рекламного и др.), который закреплен в сознании языковой личности и функционирует в дискурсе как культурный знак в соответствии с интенциями говорящего.

Современный медиатекст характеризуется интертекстуальностью, понимаемой как включенность одного текста в другой. Интертекст функционирует как полилог автора, читателя и самого текста (Иванова, 2005), как семиотический механизм, элементом которого выступает человек во взаимодействии с текстом (Лотман, 2002). Если художественный интертекст характеризуется совмещением позиций «автор» – «читатель» и открыт для многочисленных интерпретаций (Лотман, 2002), то медиальный интертекст обусловлен прагматической интенцией автора и допускает только те интерпретации, которые отражают авторскую позицию. Автороцентристский характер медиатекста направлен на создание автором медиареальности, которая может значительно отличаться от действительности.

Для современного масс-медийного дискурса характерно смешение информационного и художественного дискурсов, гибридизация (сочетание различных дискурсивных жанров). При этом информационный контент редуцируется, а не-фактологический контекст оказывается более интересным, чем сама информация. Актуализация прецедентной единицы в медиатексте – это всегда экспрессия на фоне нейтральных языковых средств.

Вторичность языковой репрезентации является конституирующим признаком прецедентной единицы, которая соотносится со своим прецедентом как первым случаем использования, то есть вторичность прецедентной единицы связана с ее рекуррентностью.

В отношении прецедентных единиц мы также выделяем вторичный семиозис, то есть формирование нового, не предусмотренного языковой системой значения. Например, ср.: *Пушкин – великий русский поэт*, где Пушкин – прецедентное имя (в денотативном значении), характеризующееся вторичностью языковой репрезентации. И то же прецедентное имя в предложении:

Кто платит будет, Пушкин? (Елистратов, 2000: 8), где ПИ *Пушкин* получает новое значение – *неизвестно кто; Бог его знает, кто* (нереферентное значение), что позволяет отнести указанное явление к вторичному семиозису.

Медиатекст как сфера-источник прецедентных единиц. Российская журналистика считается прецедентной (Елистратов, 2010) из-за страсти журналистов к цитированию и к игре с цитатой. При этом СМИ не только используют известные прецедентные феномены, но и порождают новые. Особенно плодотворными на прецеденты оказались события на Украине 2014 года. Прецедентная единица *Крым наш*; и хэштег *#крымнаш* стала главным словом 2014 года, для нее отмечено 109 включений в Газетном корпусе русского языка.

И главный вопрос, рефреном: «Миша, ты вот скажи, как на духу, *Крым наш?*»³

Крымская весна обогатила русский язык такими прецедентами как *няш-мяш* (песня «Ах, какая няша прокурор Наташа») *вежливые люди* (Тимофеев, 2018) – 102 включения в Газетном корпусе русского языка⁴. Например:

...выступила депутат Госдумы Наталья Поклонская. Если к тому времени кто-то и продолжал видеть в парламентарии прекрасную «*Няш-мяш*», то конфликт с киноиндустрией расставил точки над *i*⁵.

Первый такой магазин был открыт в мае 2016 года в Москве на Садовом кольце напротив посольства США. В ассортименте несколько фирменных линеек одежды под брендами «Армия России» и «*Вежливые люди*»⁶.

Официальный представитель Госдепартамента США Дженнифер Рене Псаки стала чуть ли не самым мифологизированным персонажем российских СМИ с первых дней украинского кризиса. Ее фамилия стала синонимом «чуши», а русский язык обогатился терминами «псакинг», «псака», люди *псаки-уровня*:

...*псакинг* начался в феврале, когда обострились отношения между Москвой и Вашингтоном из-за Киева⁷.

Социальные сети переполнились шутками типа: надпись на американском заборе: «Осторожно! Злая *псака!*»⁸.

Фраза о том, что 6-й флот США будет немедленно переброшен к берегам Белоруссии в случае ее вторжения на территорию Украины, свидетельствует о незначительных познаниях Дж. Псаки в географии (Белоруссия не имеет выхода к морю)⁹.

³ Новая газета. 2016.05.04.

⁴ Газетный корпус русского языка. URL : <https://ruscorpora.ru/new/search-paper.html> (дата обращения: 05.04.2021).

⁵ Lenta.ru. 2017.12.18.

⁶ Lenta.ru. 2017.06.15.

⁷ Комсомольская правда. 2014.07.03.

⁸ Сама Джен Псаки считает себя жертвой «российской пропаганды» и уверена, что стала объектом критики за озвучивание официальной позиции Вашингтона (Комсомольская правда. 2014.06.11). Существует мнение, что «феномен Псаки» был создан специально для осуществления информационных кампаний с целью ухода от ответа на «неудобные» вопросы со стороны руководства США (Сергеев, 2016).

⁹ Высказывание не было зафиксировано документально. Тем не менее пресс-служба Лукашенко восприняла эту угрозу соответственно: «Если шестой флот США подойдет

На этот счет (рис. 1), а также на уход Дж. Псаки из Госдепартамента по случаю декретного отпуска (рис. 2) социальные сети отреагировали интернет-мемами¹⁰: Как мы будем по ней скучать! Верните ее, нам скучно! :) #SavePsaki #lovePsaki #needPsaki #SavePsaki pic.twitter.com/XV9GvbkDTv

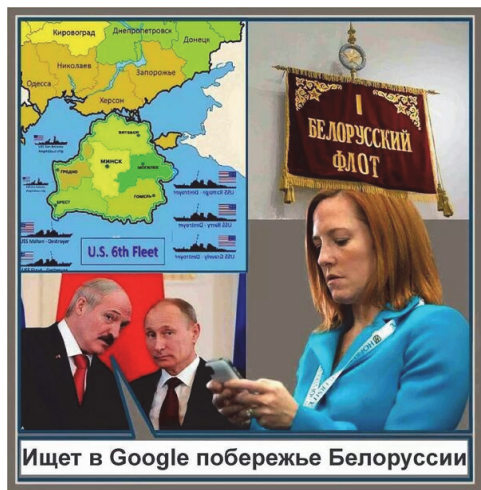


Рис. 1. Реакция социальных сетей на познания Дж. Псаки в географии¹¹

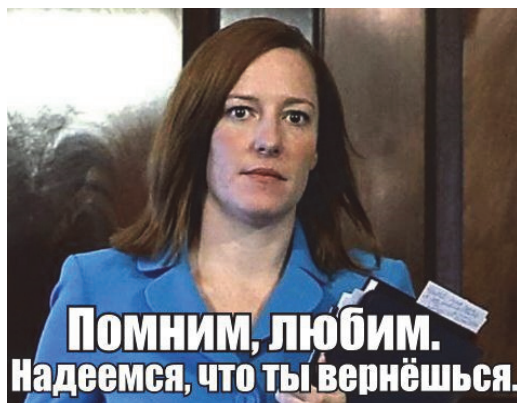


Рис. 2. Реакция социальных сетей на уход Дж. Псаки в декретный отпуск

Некоторые прецедентные единицы имеют высокий индекс представленности в отечественных СМИ. Так, согласно Газетному корпусу русского языка, ПЕ *Хотели как лучше, а получилось как всегда* имеет 222 включения; *За державу обидно!* (слова из фильма «Белое солнце пустыни») – 90 включений. Значительно реже – 10 включений – представлена ПЕ *Никогда такого не было и вот опять* (В. С. Черномырдин). Например:

Подробнее о последствиях ссоры между лидерами США и Канады читайте в публикации «Ъ» «Канадцам стало за державу обидно»¹².

«„Классик“ Черномырдин говорил – „Хотели как лучше, а получилось как всегда“. Не надо перегибать, не надо дури, этого унижительного отношения к людям. Я против», – отметила Валентина Матвиенко¹³.

Никогда такого не было и вот опять – в России появится очередная строка в платежке ЖКХ¹⁴.

Набор прецедентных имен различается в профессиональной и гражданской журналистике, где сейчас, к примеру, очень актуальны прецедентные имена вездесущих *Петрова* и *Баширова* (рис. 3).

к берегам Белоруссии, 17-й космический белорусский флот немедленно атакует Вашингтон» (FB. 2015.10.04).

¹⁰ URL : pic.twitter.com/k9tWAlcWn6 (дата обращения: 05.04.2021);

<https://mobile.twitter.com/SpiritOfRussia/status/474482478984753153/photo/1> (дата обращения: 05.04.2021);

https://twitter.com/au_auk/status/474450247377485824 (дата обращения: 05.04.2021).

В 2020 г. Джейн Псаки была назначена пресс-секретарем Белого дома.

¹¹ URL : <http://anek-worlds.ru/archives/9784> (дата обращения: 05.04.2021).

¹² Коммерсант. 2018.06.16.

¹³ Коммерсант. 2018.12.24.

¹⁴ Московский комсомолец. 2018.09.18.



Рис. 3. Новые прецедентные имена: Петров и Баширов

Как видим, современный медиатекст служит не только сферой актуализации прецедентных феноменов, транслирующих культурные ценности, но и мощным генератором новых прецедентных единиц.

Текстопорождение, смыслообразование, формирование лексического значения прецедентных единиц. Медиальное пространство интертекста позволяет реализовать важную для лингвопрагматической организации медиатекста стратегию – стратегию текстостости, которая включает такие процессы, как текстопорождение и смыслообразование. Текстопорождение находит формальное выражение в актуализации прецедентных единиц в *заголовочном комплексе, начальной и конечной фразах* (сильных позициях).

Обычно актуализация прецедентной единицы в сильной позиции сопровождается трансформацией (деконструкцией) базовой языковой структуры: *На нет – и ссуды нет; Преступление и условное наказание; Ход коньком; Прошла любовь... осталась ипотека; Богатство – не порок; Укрощенные доллары; Пить или не пить?* и др. Например:

В общем, интерес России к Кипру всеми западными СМИ объясняется насущными и чисто прагматическими причинами и мотивами. То есть получается, что Кипр так *стоит российской «мессы»*? Помнится, со времен Генриха Наваррского слова *«Париж стоит мессы»* означают *оправдание сделки или компромисса ради личной выгоды*¹⁵.

Механизм деконструкции стандартной ПЕ (*Париж стоит мессы* → Кипр так *стоит российской «мессы»*), создавая интеллектуальную напряженность, формирует экспрессивное средство медиатекста.

Прецедентные единицы, в основе которых лежат вторичные когнитивные структуры, способны создавать дополнительные смыслы. Например.

¹⁵ Биржевой лидер. 2013.03.27.

Путин ответил на обвинения в адрес Сирии в химатаке фразой «*Скучно, девочки*»¹⁶.

Владимир Путин: у России есть информация о готовящихся провокациях в Сирии. Хочется сказать: «*Скучно, девочки* – это все мы уже видели, наблюдали», – сказал президент¹⁷.

Фраза из романа «Двенадцать стульев» И. Ильфа и Е. Петрова «*Скучно, девочки*» создает новый смысл – уже однажды виденного и слышанного. Ср. также формирование дополнительных смыслов в выражении *печеньки Госдепа*.

Госдеп забудет о *печеньках*.

Госдеп США, наверное, самое узнаваемое словосочетание в России..., а «*печеньки Госдепа*» стали устоявшимся выражением... Вместе с тем если забыть о пресловутых «*печеньках*», усиление Пентагона в пику Госдепу вряд ли обрадует российские власти¹⁸.

Как прецедентная может быть охарактеризована ситуация раздачи печенья сторонникам Майдана Викторией Нуланд (ноябрь 2013 г.). Слово *печеньки*, рассматриваемое в нашем контексте как прецедентная единица, приобретает новое значение – американской поддержки и антироссийских выпадов.

Нуланд готовит новые *печеньки* для революции.

Визит Светланы Тихановской в Белый дом закончился угощением *печеньем* со стороны лидера Соединенных Штатов Джо Байдена¹⁹.

Рассмотрим особенности формирования структуры значения на примере одной из распространенных прецедентных единиц современных СМИ – универсально-прецедентного имени *Золушка*. В русском языке в концепте *Золушка* можно выделить следующие концептуальные смыслы: *девушка из народа; моет, убирает, трет; внезапно получила признание и успех; потеряла туфельку*. Например:

Потерявшую туфлю на параде «*ставропольскую Золушку*» поощрили. Как оказалось, девушка, потеряв туфлю, не сбилась с шага и продолжила маршировать, несмотря на сильный дождь²⁰.

Ну так ведь только в сказках бывает, чтобы все в мгновение перевернулось, и *Золушка* стала принцессой²¹.

Иностранцы думают, что на Украине, да и в России с Белоруссией, все живут за чертой бедности. Они в наших женщинах видят *Золушек*, а себя чувствуют принцами²².

При этом самое частое употребление прецедентного имени *Золушка* в российской прессе связано с *внезапным признанием и успехом*. Например:

«Нижегородская *Золушка*» Наталья Водянова побывала на благотворительном турнире «Добрый мяч»²³.

Модель из Ярославля выходит замуж за Бориса Ельцина.

¹⁶ Lenta.ru. 2017.04.11.

¹⁷ Коммерсант. 2017.04.11.

¹⁸ Рамблер. 2017.08.01.

¹⁹ Народные новости. 2021.07.29.

²⁰ Lenta.ru. 2017.05.11.

²¹ Советский спорт. 2011.05.18.

²² Комсомольская правда. 2011.12.16.

²³ Комсомольская правда. 2013.08.29.

А живет ярославская *золушка* теперь в Лос-Анджелесе. Что касается звездного жениха, то о пристрастии Бориса к девушкам модельной внешности известно всем²⁴.

Несколько иначе представлено прецедентное имя *Золушка* в других культурах. Так, новый закон в Великобритании, применяемый к родителям за жестокое обращение с детьми, окрестили *Законом Золушки*²⁵, в Южной Корее *Закон Золушки* (Cinderella Law или Shutdown Law) направлен против компьютерной зависимости подростков до 16 лет и вводит запрет на компьютерные игры с 23.30 до 6.00²⁶. Комплексом *Золушки* называют в Америке боязнь женщин быть независимыми, ожидание принца, который изменит их жизнь (Dowling, 1981). Для венгров (Завьялова, 2007) Золушка – это детская сказка, которая никогда не станет реальностью. И только в русском сознании эта сказочная история может произойти с каждым.

Как видим, один и тот же персонаж сказки (Шарль Перро/братьев Гримм) получает различную интерпретацию в разных языках и культурах, что объясняется спецификой когнитивных структур, закрепленных за этим прецедентным именем в конкретном социуме.

Заключение

Проведенное исследование дополняет имеющиеся научные достижения в области изучения прецедентных феноменов, которые касаются демаркации прецедентного поля русской языковой личности, таксономии прецедентных феноменов, их источников и продуктивности, степени прецедентности и атрибутируемости прецедентных единиц.

Проанализированные особенности медиального интертекста и когнитивный ракурс позволили выявить роль прецедентных единиц в процессах текстопорождения и создания дополнительных коммуникативных смыслов в медиатексте. Немаловажной представляется архитектура вторичного семиозиса как процесса создания лексического значения прецедентной единицы, который осуществляется на основе когнитивных структур с выходом в область экстралингвистического знания.

В дальнейшем представляется перспективным изучение корпуса и структуры прецедентных единиц, релевантных для медиатекста, создаваемого как профессиональной, так и гражданской журналистикой. Прецедентное поле, функционирование прецедентных единиц, механизм моделирования значения должны иметь свои особенности в гражданской журналистике, охватывающей социальные сети, блогосферу, интернет-комментарии к инициальному медиатексту.

Список литературы

Боярских О.С. Прецедентное высказывание в газетном тексте : особенности читательского восприятия // Политическая лингвистика. 2007. № 1 (21). С. 65–69.

²⁴ Комсомольская правда. 2012.09.07.

²⁵ Русскоязычная Великобритания. 2014.04.01.

²⁶ ProGamer. 2011.11.24.

- Ворожцова О.А. Прецедентные феномены в российском и американском предвыборном президентском дискурсе 2004 года // Политическая лингвистика. 2007. № 3 (23). С. 69–73.
- Гудков Д.Б. Теория и практика межкультурной коммуникации. М. : Гнозис, 2003. 288 с.
- Денисова Г.В. В мире интертекста : язык, память, перевод. М. : Азбуковник, 2003. 298 с.
- Добросклонская Т.Г. Медиалингвистика : системный подход к изучению языка СМИ : современная английская медиаречь. М. : Наука, 2008. 264 с.
- Елистратов В.С. Словарь крылатых фраз российского кино. М. : АСТ-Пресс, 2010. 336 с.
- Елистратов В.С. Словарь русского арго : материалы 1980–1990 гг. М. : Русские словари, 2000. 694 с.
- Завьялова К.В. Функционирование прецедентного текста и прецедентного имени : сказка «Золушка» в русской, американской, испанской и венгерской лингвокультурах : дис. ... канд. филол. наук. М., 2007. 237 с.
- Захаренко И.В., Красных В.В., Гудков Д.Б., Багаева Д.В. Прецедентное имя и прецедентное высказывание как символы прецедентных феноменов // Язык, сознание, коммуникация : сб. статей / под ред. В.В. Красных, А.И. Изотова. М. : Филология, 1997. С. 82–103.
- Иванова М.В. От Ломоносовского риторика к «образу автора» // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия : Лингвистика. 2005. № 7. С. 156–161.
- Карасик В.И. Жанры сетевого дискурса // Жанры речи. 2019. № 1 (21). С. 49–55.
- Караулов Ю.Н. Роль прецедентного текста в структуре и функционировании языковой личности // Научные традиции и новые направления в преподавании русского языка и литературы : доклады советской делегации на VI конгрессе МАПРЯЛ. М., 1986. С. 105–123.
- Клещенко Л.Л. «Русский медведь» в испаноязычном медиадискурсе // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2021. Т. 12. № 3. С. 806–822. <http://dx.doi.org/10.22363/2313-2299-2021-12-3-806-822>
- Красных В.В. «Свой» среди «чужих» : миф или реальность? М. : Гнозис, 2003. 375 с.
- Кронгауз М.А. Русский язык на грани нервного срыва. М. : Языки славянских культур : Знак, 2008. 232 с.
- Кузьмина Н.А. Интертекст : тема с вариациями. Феномены языка и культуры и интертекстуальной интерпретации. М. : ЛИБРОКОМ, 2011. 272 с.
- Кушнерук С.Л. Сопоставительное исследование прецедентных имен в российской и американской рекламе : дис. ... канд. филол. наук. Челябинск, 2006. 213 с.
- Линдстром М. Вынос мозга. Как маркетологи манипулируют нами и убеждают покупать их товары / пер. с англ. Н. Макаровой. М. : Альпина Бизнес Букс, 2012. 304 с.
- Лисенкова А.А. Новые медиа : от Web 1.0 к семантической паутине Web 4.0 // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. 2018. № 1 (81). С. 110–118.
- Лотман Ю.М. Искусство в ряду моделирующих систем // Статьи по семиотике культуры и искусства. СПб. : Академический проект, 2002. С. 274–293. (Серия «Мир искусств»).
- Митягина В.А. Интернет-комментарий как коммуникативное действие // Жанры и типы текста в научном и медийном дискурсе : межвузовский сборник научных трудов. Орел : ОГИИК : ПФ «Картуш», 2012. С. 189–195.
- Моисеенко Л.В. Прецедентность в лингвокогнитивном ракурсе (на примере медиатекста) : монография. Воронеж : Научная книга, 2021. 320 с.
- Нахимова Е.А. Теория и методика когнитивно-дискурсивного исследования прецедентных онимов в современной российской массовой коммуникации : дис. ... д-ра филол. наук. Екатеринбург, 2011. 408 с.

- Олизько Н.С.* Семиотико-синергетическая интерпретация особенностей реализации категорий интертекстуальности и интердискурсивности в постмодернистском художественном дискурсе : дис. ... д-ра филол. наук. Челябинск, 2009. 343 с.
- Панарина А.С.* Психолингвистическое моделирование механизма реализации прецедентности : дис. ... канд. филол. наук. М., 2017. 257 с.
- Полонский А.В.* Медийный текст как феномен современной культуры // *Тексты нового века : материалы Межрегионального круглого стола (г. Орел, 28 февраля 2019 г.)*. Орел : Орловский гос. ин-т культуры, 2019. С. 31–34.
- Сергеев И.В.* Дженнифер Псаки – инструмент информационного противоборства // *Евразийский союз ученых*. 2016. № 6 (27). С. 92–93.
- Слышкин Г.Г.* Лингвокультурные концепты и метаконцепты : автореф. дис. ... д-ра филол. наук. Волгоград, 2004. 53 с.
- Тимофеев С.Е.* Составное наименование *Вежливые люди* в современном политическом и массмедиа дискурсе // *Филология. Вестник Нижегородского университета имени Н.И. Лобачевского*. 2018. № 5. С. 236–244.
- Aguirre Romero J.M.* Intertextualidad : algunas aclaraciones // *Opinión – Colaboraciones*. 2001. URL : <http://www.literaturas.com/16colaboraciones2001jmaguirre.htm> (дата обращения : 05.04.2021).
- Casado Velarde M.* Algunas estrategias discursivas en el lenguaje periodístico de hoy // *Boletín Hispánico Helvético*. 2008. Vol. 12. Pp. 71–97.
- Dowling C.* The Cinderella complex : women's hidden fear of independence. New York : Hardcover and Jacket, 1981. 209 p.
- Luque Durán J.D.* de El diccionario intercultural e interlingüístico y su aplicación a la traducción de culturemas // *III Jornadas Internacionais da Tradução da Universidade da Evora (6–11 de octubre, 2009)*. Evora : Universidade da Evora, 2009. Pp. 177–188.
- Molina Martínez L.* El otoño del pingüino : análisis descriptivo de la traducción de los culturemas. Castellón de la Plana : Publicaciones de la Universitat Jaume I, 2006. 284 p.
- Rodríguez R., Mora K.* Frankenstein y el cirujano plástico. Una guía multimedia de semiótica de la publicidad. Alicante : Univer. de Alicante, 2002. 296 p.
- Rojo N.* Interdiscursividad. La relación del discurso publicitario con el literario // *Revista de Ciencia y Técnica de la Universidad Siglo XXI*. 2008. No. 2. URL : www.21.edu.ar/descargas/institucional/ciencia_tecnica/ (accessed : 05.04.2021).
- Sánchez Vega R.* Intertextualidad y reescritura // *Letras*. 2009. Vol. 51. No. 78. URL : <http://www.scielo.org.ve/scielo.php?pid=S0459> (accessed : 05.04.2021).
- Vyshnya N., Sevilla Muñoz J.* Civilización y cultura. La base cognitiva de una cultura tradicional // *Eslavística Complutense*. 2007. No. 7. Pp. 159–170.

Сведения об авторах:

Моисеенко Лилия Васильевна, доктор филологических наук, доцент, заведующая кафедрой лингвистики и профессиональной коммуникации в области права, Московский государственный лингвистический университет. Почетный работник высшего профессионального образования Российской Федерации» (2010), президент Ассоциации испанистов России. Автор более 130 научных работ. *Сфера научных интересов*: язык СМИ, политический дискурс, профессиональные дискурсы, когнитивная семантика, испанский язык. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7703-2965> E-mail: liliamoiseenko@gmail.com

Керо Хервилья Энрике, выпускник филологического факультета МГУ (1995), кандидат филологических наук (МГЛУ, 1999), декан факультета устного и письменного перевода, Гранадакский университет. Директор научного журнала «Mundo Eslovo // Славянский мир», издаваемого в Гранадакском университете. С 2015 г. президент Профессиональной ассоциации преподавателей русского языка и литературы Испании (AEPRU), директор Русского центра Гранадакского университета (при финансовой поддержке Русского ми-

ра). *Сфера научных интересов*: сопоставительная грамматика русского и испанского языков, русский язык, перевод, языковая картина мира, анализ дискурса, методика преподавания русского языка для испаноговорящих. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1240-8121> E-mail: efquero@ugr.es


DOI 10.22363/2618-8163-2021-19-4-453-465

Research article

The precedent context of Russian mass media discourse

Lilia V. Moiseenko¹  , Enrique Quero Gervilla² 

¹*Moscow State Linguistic University,
38 Ostozhenka St, Moscow, 119034, Russian Federation*

²*University of Granada,
3, Calle Prof. Vicente Callao, Campus Universitario de Cartuja, Granada, 18011, Kingdom of Spain*
 liliamoiseenko@gmail.com

Abstract. The role of precedent phenomena in the media space, in the processes of text generation and meaning formation of the media text is studied. Today, the media are modeling the reality. It may differ from the reality as it is, which is not reflected, but presented through diverse interpretations. In interpreting a statement/message, a significant role belongs to precedent phenomena and the underlying knowledge structures. The problems of the media text, a socially significant communicative environment of our time, determined the relevance of the research. The purpose of the study is to characterize the role of precedent units in interpreting the media text (at the level of meaning and significance). The materials of the research are Russian newspapers, the Newspaper Corpus of the Russian Language, the National Corpus of the Russian Language, and internet sources in Russian. The authors used methods of the discursive level, discourse analysis of precedent phenomena, taking into account their extralinguistic dimension; the cognitive projection of the study assumed linguo-cognitive analysis and linguo-cognitive modeling as modeling the structure of meaning, text formation and sense formation based on precedent units. The study provides a discourse analysis of precedent phenomena taking into account their extralinguistic dimension and a linguocognitive analysis in order to model additional meanings and the structure of the meaning of precedent units. The cognitive approach identified the role of extralinguistic knowledge in forming the meaning of the text and the precedent unit. Thematized (invariant) knowledge shared by communicants is the key to the successful interpretation of the precedent unit and the functional effectiveness of the media text. Prospects: in the future, it seems promising to study the corpus of precedent units relevant to professional and citizen journalism, their structure, differences, spheres of functioning, as well as modeling the meaning of precedent units in social networks, memes, and the blogosphere.

Keywords: media text, precedent phenomena, extralinguistic knowledge, thematized knowledge, cognitive structures of knowledge representation

Article history: received 17.04.2021; accepted 05.07.2021.

For citation: Moiseenko, L.V., & Quero Gervilla, E. (2021). The precedent context of Russian mass media discourse. *Russian Language Studies*, 19(4), 453–465. <http://dx.doi.org/10.22363/2618-8163-2021-19-4-453-465>



DOI 10.22363/2618-8163-2021-19-4-466-480


Научная статья

Специфика русских медийных новообразований в отражении социальных реалий

Л.В. Рацибурская  , Е.А. Жданова 

Национальный исследовательский

*Нижегородский государственный университет имени Н.И. Лобачевского,
Российская Федерация, 603092, Нижний Новгород, пр-кт Гагарина, д. 23*

 racib@yandex.ru

Аннотация. Включенность медийной речи в практическую деятельность общества обуславливает актуальность изучения компонентов медийного текста в экстралингвистическом аспекте. Социальная обусловленность медийных новообразований способствует их рассмотрению в лингвопрагматическом и социокультурном аспектах. Цель исследования – выявить специфику русских новообразований в отражении актуальных социальных реалий. Материалом послужили лексико-словообразовательные инновации в текстах печатных и электронных СМИ начала XXI века. Использовались методы структурно-семантического анализа новообразований, словообразовательного анализа, контент-анализа, контекстуального анализа, описательный и классификационный методы. Выявлены тематические группы новообразований, отражающих актуальные российские реалии (неодериваты пандемийной тематики; неодериваты, отражающие цифровую действительность, интернет-реалии, бизнес-реалии и др.); определены актуальные словообразовательные средства и способы создания рассматриваемых новообразований (узуальные способы суффиксации, префиксации, префиксоидации, сложения агглютинативного типа; неузуальный способ контаминации, а также неузуальные способы создания поликодовых новообразований, в частности дефисация, парентезис, квотация, использование идеограмм и цифр, шрифтовые и цветовые выделения); в результате контекстуального анализа медиатекстов охарактеризованы основные функции новообразований (номинативная, экспрессивно-оценочная, игровая). Проведенное исследование отличается новизной речевого и языкового материала и должно способствовать выявлению специфики социокультурного и лингвокогнитивного освоения действительности современным языковым сознанием представителей российского социума. Результаты исследования вносят вклад в решение практических задач журналистской деятельности.

Ключевые слова: массмедиа, медиатекст, лингвопрагматика, социокультурные аспекты, русский язык, лексико-словообразовательные инновации, актуальные словообразовательные способы и средства, функции медийных новообразований

История статьи: поступила в редакцию 16.05.2021; принята к печати 18.07.2021.

Для цитирования: Рацибурская Л.В., Жданова Е.А. Специфика русских медийных новообразований в отражении социальных реалий // Русистика. 2021. Т. 19. № 4. С. 466–480. <http://dx.doi.org/10.22363/2618-8163-2021-19-4-466-480>

© Рацибурская Л.В., Жданова Е.А., 2021



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Введение

Новообразования в медийных текстах в разные периоды существования лингвистики привлекали пристальное внимание ученых, исследующих функционирование и развитие русского языка. В работах по дериватологии, неологии и неографии представлены структурно-семантический анализ новообразований (Земская, 2004; Касьянова, 2006; Намитокова, 2015; Попова и др., 2005; Сенько, 2007; Улуханов, 1996 и др.), исследования их лингвокогнитивной составляющей (Кубрякова, 2004; Маркова и др., 2020; Плотникова, 2003 и др.), функционально-стилистическая их характеристика (Коряковцева, 2016; Николина, 2015 и др.). В последние годы особую актуальность приобрели исследования новообразований в социокультурном и лингвопрагматическом аспектах (Ильясова, Амири, 2009; Социокультурные и лингвопрагматические аспекты..., 2018). Полифункциональность лексико-словообразовательных инноваций узуального и неuzuального характера обуславливает их высокий прагматический потенциал. В современных медиа неодериваты выполняют прежде всего номинативную, экспрессивно-оценочную и игровую функции. Исследование новообразований в функциональном аспекте актуально для выявления их социокультурной и лингвопрагматической специфики, их роли в современном медийном тексте, обусловленной экстралингвистическими факторами.

По своему назначению «медиа речь всегда связана с определенными координатами социального пространства-времени» (Коньков, 2019: 327). Как отмечается в научных исследованиях, медийная речь «непосредственно включена в общую практическую деятельность общества. Медиа речь по природе утилитарна, медийные публикации являются частью нашей общей, а не только речевой жизни» (Коньков, 2019: 327).

В настоящее время достаточно хорошо изучены явления, связанные с экстралингвистической основой медийной речи. «Они проявляются в доминировании электронных СМИ; увеличении доли материалов с ярко выраженным авторским я; повышении значимости фактора адресата <...>; активности диалога наряду с монологическим видом речи; экспансии разговорных жанров; <...> активизации развлекательной функции» (Вещикова, 2019: 91–92).

В начале XXI века изменения в научной парадигме связаны со стремительным развитием массмедиа. «Процессы медиатизации всех сторон жизни общества выдвинули язык средств массовой информации с периферии литературного языка в его центр» (Клушина, Николаева, 2020: 13). Ученые отмечают медицентричность современной культуры (Клушина, 2018; Тошович, 2018; Чернявская, 2013, 2015). «Под медиатизацией ученые понимают распространение влияния медиа на важнейшие области социальной жизни и обратный процесс вовлечения в информационную сферу различных сторон общественной деятельности, то есть создание зон пересечения медиа и социальных феноменов... Медиатизация общественной жизни – важнейшая социальная функция современных СМИ» (Клушина, 2018: 49), которая влияет на общественную жизнь и общественное сознание.

В настоящее время ученые говорят о смене книжной эпохи информационно-медийной эпохой. В наше время интернета и цифровых технологий «моду на речевое поведение социума диктуют именно медиа, именно медиа

создают новые коммуникативные нормы, особую медиакультуру, формируют языковое сознание масс и формируют медийный вариант литературного языка» (Клушина, 2018: 7).

Вопросы влияния интернета на современное общество, науку, и в частности лингвистику, рассматриваются во многих исследованиях (Интернет-коммуникация..., 2012; Иванова, 2018; Иванова, Клушина, 2018; Клушина, Николаева, 2020; Русский язык в интернет-коммуникации..., 2021; Тошович, 2014). Интернет рассматривается как новая речевая формация и новое коммуникативное и социальное пространство, как своеобразное стилистическое пространство.

В исследованиях современной медиаречи «особое внимание уделяется проблемам лингвоэкологии, напрямую связанным с развитием цифровых технологий. Это такие вопросы, как речевая агрессия, троллинг, кибербуллинг и др.» (Клушина, Николаева, 2020: 18; Ефремов, 2019).

В последние годы исследователи много пишут о мультимедиальности медиaprостранства, включая интернет-коммуникацию.

В исследованиях российских и зарубежных ученых на смену логоцентризму пришли мультимодальность, поликодовость как ключевые слова в объяснении процессов понимания и смыслопорождения (Jancsary et al., 2016; Kress, 2010). При таком подходе «учитывается не только вербальный уровень текста, но и его медийное измерение, что значительно расширяет границы текста, превращая его в поликодовый и наделяя новыми структурно-смысловыми характеристиками, обусловленными медийно-технологическими свойствами того или иного СМИ-носителя» (Добросклонская, 2019: 188).

Исследователи не раз подчеркивали усиление авторского начала в современных медиа (Кормилицына, 2005 и др.) наряду с тенденцией к интеллектуализации.

Указанные тенденции в современной русскоязычной медийной практике рассматриваются на различном материале, отражающем функционирование разных единиц и подсистем русского языка. Особый научный интерес в начале XXI века в этом плане представляют новообразования узуального и неuzuального характера, которые широко представлены в русскоязычных медийных текстах и отражают креативную речевую практику носителей языка.

Исследование русских неoдериватов в социокультурном и лингвопрагматическом аспектах с точки зрения указанных тенденций составляет актуальность и новизну данной статьи и должно способствовать выявлению специфики социокультурного и лингвокогнитивного освоения действительности современным языковым сознанием представителей российского социума.

Результаты исследования могут использоваться в журналистской практике при подготовке медийных текстов и их дальнейшей лингвистической интерпретации, а также в лексикографической (неографической) практике. **Цель** данной работы – показать структурно-семантическую и функциональную специфику русских новообразований в отражении актуальных социальных реалий.

Методы и материалы

Материалом исследования послужили лексико-словообразовательные инновации из русскоязычных текстов печатных и электронных российских СМИ начала XXI века («Коммерсантъ», «Московский Комсомолец», «РИА

Новости», «Российская газета», «Россия-24», www.1tv.ru, www.5-tv.ru и др.). Большинство приведенных в статье речевых и языковых фактов – это новейшие новообразования, зафиксированные в текстах преимущественно 2020–2021 годов.

В ходе исследования применялись методы структурно-семантического анализа новообразований с использованием приема компонентного анализа, словообразовательного анализа, контент-анализа, контекстуального анализа; описательный и классификационный методы. При анализе новообразований привлекались данные лексикографических, в том числе неографических, источников.

Результаты

1. В результате проведенного исследования выявлены тематические группы новообразований узуального и неузуального характера, отражающих актуальные социальные реалии: неографемы пандемийной тематики; неографемы, отражающие цифровую действительность, интернет-реалии, бизнес-реалии и др.

2. Определены актуальные словообразовательные средства русского языка и способы создания рассматриваемых новообразований: узуальные способы суффиксации, префиксации, префиксоидации, сложения агглютинативного типа; неузуальный способ контаминации, а также неузуальные способы создания поликодовых новообразований, в частности дефисация, парентезис, квотация, использование идеограмм и цифр, шрифтовые и цветовые выделения.

3. В результате контекстуального анализа русскоязычных медиатекстов охарактеризованы основные функции новообразований: номинативная, экспрессивно-оценочная, игровая.

4. Результаты исследования вносят вклад в решение практических задач журналистской деятельности.

Обсуждение

1. Российская публицистика «всегда имела идеологический модус, она всегда была направлена на утверждение в обществе базовых идеологем и создание аксиологических координат, соответствующих конкретным задачам эпохи» (Клушина, 2018: 100).

Массовизация культуры – еще один из медиаэффектов. В медийных текстах желтой прессы наблюдается «индивидуализация не процессов творчества, процессов потребления, где выбор способов осуществления активности задается властными структурами, а потребление органично вписывается в процедуры тотального управления человеком и его потребностями» (Костина, 2009: 20). Язык медиа влияет на формирование особого массмедийного сознания. «Медиа становятся мощнейшим средством влияния на человеческий разум не только благодаря фактам, доводам и интерпретации, но и благодаря изменению форм мышления» (Клушина, 2018: 77).

Особую сферу медийного пространства представляют интернет-СМИ. «С появлением Интернета и развитием цифровых технологий, – как отмеча-

ют ученые, – возникли новые возможности и новые способы для осуществления массовой, групповой и межличностной коммуникации» (Клушина, Николаева, 2020: 17).

В современных условиях некоторые формы коммуникации могут проявляться в агрессивном речевом поведении: «в эпоху конкуренции медиа-продуктов и переизбытка предложения на информационном рынке автор стремится использовать любые способы фасцинации, не задумываясь об экологии интернет-пространства» (Клушина, Николаева, 2020: 45).

Современные электронные и печатные СМИ создают широкие возможности для использования различных визуальных технологий, что обуславливает мультимедиальность медиaproстранства. «С точки зрения мультимедиальности можно рассматривать любой текст, в котором, кроме букв, имеются рисунки, фотографии и другие знаки небуквенной природы» (Клушина, Николаева, 2020: 157), в частности, цвет, графика, шрифт, символы, звуковое сопровождение, видео и под. Иначе такой текст называют поликодовым.

Поликодовость, мультимедиальность усиливают экспрессивный потенциал текста за счет новой небуквенной информации, которую несет в себе мультимедиальный знак (Чернявская, 2013; Тошович, 2018). Значимость визуального фактора «возросла благодаря развитию новых медиальных форматов, визуальных технологий и электронной среды, того, что называется «дигитальная культура» (Чернявская, 2021: 174).

Начало XXI века характеризуется усилением авторского присутствия в медийных текстах. «В подборе фактов отражается авторская позиция точно так же, как и находит свое выражение она в отборе языковых средств <...>. Диапазон субъективизации в медийной материале очень широк – от подчеркнуто документального до подчеркнуто личностного изображения происходящего» (Клушина, Николаева, 2020: 211–212).

Одна из главных функций медийных текстов – функция воздействия, убеждения – обеспечивается личным авторитетом адресанта, авторской интерпретацией действительности с помощью креативного использования языковых средств, способами субъективизации высказывания и другими факторами.

Еще одна отмечаемая исследователями черта современных медиа – тенденция к интеллектуализации. Тенденция к интеллектуализации языка СМИ проявляется, в частности, в языковой игре, основанной прежде всего на прецедентности и требующей от адресата высокого интеллектуального и культурного уровня. Кроме того, все более влиятельным становится дискурс развлечения: «игровые стратегии привлекают адресата, дают большую свободу адресанту и нацелены на креатив <...>. Адресант развлекательного дискурса использует завышенную экспрессивность и бульваризацию в подаче информации, интригу и рекламность» (Клушина, 2018: 35).

Рассмотренные характеристики массмедиа в той или иной степени находят отражение в новообразованиях, представленных в русскоязычных текстах российских СМИ.

2. Словообразовательные новации русского языка и русской речи исследуются в современной науке в аспекте разговорных тенденций общения в массмедиа и Интернете, устно-письменного характера коммуникации, экспрессивизации речи, креативных функций языка в медийной и интернет-коммуникации.

Если рассматривать влияние внешних и внутренних факторов, в частности, на лексику, то надо учитывать, что «автономные процессы, происходящие внутри лексической подсистемы языка и направленные на совершенствование системы обозначений, в конечном счете опосредованы внешним стимулом, в частности актуализацией каких-либо общественных явлений, понятий» (Волков, Сенько, 1983: 45). При этом последнее «приводит в действие языковой механизм, стремящийся дать уже известному понятию удобное для данного состояния языковой системы обозначение, соответствующее тем или иным тенденциям в ее современном развитии» (Волков, Сенько, 1983: 45).

В современной науке, отечественной и зарубежной, не существует единого, принимаемого всеми исследователями, подхода к определению неологизма. В частности, дискуссионным является вопрос о разграничении неологизмов как единиц, закрепившихся в языке, и окказионализмов как уникальных речевых единиц, употребляющихся однократно. Так, в справочной литературе под неологизмами нередко понимаются не только закрепившиеся в узусе новые языковые единицы, но и неузусальные новообразования, которые определяются как индивидуально-авторские неологизмы.

В исследованиях по неологии, кроме термина *неологизм*, используются термины *новация* и *инновация*, *новообразование*, *новое слово*, *неолексема*, *неодериват*, *неоним*, а также *эфемеризм*, *окказионализм* и мн. др. (подробнее: Алаторцева, 1999; Касьянова, 2006; Коряковцева, 2016; Сенько, 2007 и др.).

Многие исследователи предпочитают называть все новые слова *неологизмами*, поскольку этот термин представляется семантически наиболее емким, терминологически четким и оправданным (Касьянова, 2006). В данной работе термины *новация* и *инновация* используются как общие наименования любых новых явлений в языке и речи, то есть как родовые по отношению к термину *неологизм*. Под *неологизмами* (в том числе словообразовательными) понимаются только узусальные образования, а термины *новообразование* и *неодериват* применяются по отношению к узусальным и неузусальным (окказиональным) новым словам, созданным на русской почве различными словообразовательными способами. Для решения задач, поставленных в данном исследовании, противопоставление указанных терминов и соответствующих явлений не имеет существенного значения, поскольку и узусальные и неузусальные новообразования актуальны при отражении значимых социальных реалий.

3. В массмедиа словотворчество – неиссякаемый ресурс осмысления актуальной повестки дня. В 2020–2021 гг. особенно актуальной в СМИ стала пандемийная тематика, связанная с эпидемией коронавируса COVID-19. Коронавирус «коренным образом изменил наш образ жизни. Социальная и экономическая жизнь была почти полностью парализована» (Зеленин, Буцева, 2020: 98). Отражение пандемии в массмедиа «позволяет выявить ценности, с одной стороны, определяющие картину мира наших современников, с другой – показывающие столкновения разных точек зрения» (Карасик, 2020: 40).

По мнению ученых, «реакция общества на все это породила новый словарь, ставший утилитарным инструментом для обсуждения проблем, свя-

занных с эпидемией коронавируса. Появление новых речевых метафор, мемов, лексических, словообразовательных инноваций, связанных с этой проблематикой <...>, демонстрирует языковое творчество как неотъемлемую часть языка, адаптирующее наши способы и формы взаимодействия с внеязыковой реальностью» (Зеленин, Буцева, 2020: 98; Новое в русской лексике..., 2021; Русский язык коронавирусной эпохи..., 2021).

На базе ключевых слов пандемической эпохи (*коронавирус, ковид, пандемия, прививка, маска, вакцина* и др.) создаются суффиксальные неологизмы, а также дериваты с продуктивными префиксами противопоставления, отрицания, отсутствия (*анти-, без-*), временной семантики (*до-, пост-*): *Несмотря на «коронавирусные» ограничения, фестиваль продолжается¹; Поэтому лучше не экспериментировать, не рисковать здоровьем, не устраивать «ковидные вечеринки»²; Не знаю, может, мне показалось, но в фильмах и сериалах пандемической поры актеры держали между собой «социальные дистанции»...³; В Европе новый **вакцинальный** скандал⁴; Код **анти-вируса**⁵; **Антиковидные** меры никто не отменяет⁶; Все большую мощь год за годом набирает движение **антипрививочников**. И вот новая напасть – «секта **безмасочников**» <...> В соцсетях регулярно появляются видео, как из общественного транспорта, магазинов, зрелищных площадок с полицией выводят таких вот принципиальных **антимасочников**⁷; **Антивакцинаторы**... всякую чушь несут⁸; С 1 декабря 2020 года начала работать в **бесковидном** режиме больница 19...⁹; На карте России не осталось белых, **безвакцинных** пятен¹⁰; Возвращение туризма на **докоронавирусный** уровень в планах пока не значится¹¹; **Ковидные** госпитали переходят к **доковидной** жизни¹²; Эксперт спрогнозировал возвращение в 2022 году безработицы на **допандемический** уровень¹³; В **допандемическое** время количество участников форума превышало...¹⁴; Отдых в **посткоронавирусную** эпоху будет другим¹⁵; **Постковидный** синдром сегодня всесторонне исследуется учеными <...> появление бессонницы после коронавирусной инфекции стало одним из главных симптомов **постковида** <...> Впервые за последние 7 лет появилась навязчивая идея жениться <...> Согласен с детьми, с ипотекой, даже на **постковидницу**¹⁶.*

¹ День города. 29.07–04.08.2020.

² Российская газета. 28.04.2021.

³ Российская газета. 26.04.2021.

⁴ 1-й канал. 25.04.2021.

⁵ Российская газета. 27.04.2021.

⁶ Российская газета. 26.03.2021.

⁷ Наша Версия. 02–08.11.2020.

⁸ Вести FM. 11.02.2021.

⁹ Om1.ru. 26.03.2021.

¹⁰ Россия-1. 26.03.2021.

¹¹ Россия-24. 13.05.2020.

¹² Россия-1. 07.06.2020.

¹³ Известия. 26.02.2021.

¹⁴ 5-й канал. 29.05.2021.

¹⁵ 1-й канал. 27.04.2020.

¹⁶ Московский комсомолец. 28.04.–04.05.2021.

Средства массовой информации и соцсети «оказались одним из главных факторов активного языкового творчества, распространения лексики ковид-словаря в социолингвистическом пространстве и ее адаптации» (Зеленин, Буцева, 2020: 98). Негативная оценочность подобных новообразований связана как с семантикой аффиксов (*анти-*), так и с семантикой исходных слов, которые отражают негативные социальные явления.

Социально значимые слова нередко выступают в качестве первых частей сложных неударяемых, созданных по типу агглютинации, с несклоняемой первой частью. Исходными для подобных дериватов являются слова, называющие реалии коронавирусной эпохи, интернет-коммуникации, цифровой действительности, сферы бизнеса: *Во Владивостоке появились желтые ковид-маршрутки*¹⁷; *Несколько дней мы лечились дома, но состояние становилось все хуже, и ее госпитализировали в ижевский ковид-центр*¹⁸; *У психиатров уже появились новые диагнозы: коронаневроз, коронапсихоз и далее по списку, в зависимости от количества масок, перчаток, пакетов на голове, количества дезинфекций всего и вся и т. д. Кроме шуток*¹⁹; *...в мире говорят о третьем пришествии коронакризиса*²⁰; *Я очень благодарен проекту Маска, который разбавил эту корона-ситуацию*²¹; *По оценке ученых, большой объем частных инвестиций в ряде регионов привел к стремительному развитию бизнес-коррупции и сокращению бытового взяточничества*²²; *Что навязывают своим свидетелям «просветленные» интернет-учителя*²³; *Предлагается прописать правила для онлайн-процессов*²⁴; *Честно говоря, не понимаю, что мешало элементарно позвонить мне и узнать, что я-то думаю про эти «телеграм-разоблачения», – написала она в инстаграме*²⁵; *Надо начинать с того, чтобы установить ответственность вплоть до уголовной к тем лицам, которые организуют или формируют такой треш-контент, треш-стрим <...> Проверенной и хорошей практики правового регулирования проблемы треш-стриминга нет*²⁶; *Крупные и богатые IT-компании продолжают игнорировать требования Роскомнадзора <...> IT-гиганты зарабатывают в нашей стране огромные деньги, но при этом не платят налоги в бюджет...*²⁷ В связи с активизировавшимся в последнее время движением BlackLivesMatter в сложных дериватах стала актуальной аббревиатура *BLM*: *...адепты прогрессивных ценностей не намерены ограничиваться BLM-активизмом и расовыми вопросами*²⁸. Данная тема поддерживается и другими новообразованиями, в которых используется

¹⁷ Российская газета. 12.11.2020.

¹⁸ Российская Газета. Неделя. 31.03.2021.

¹⁹ Севастопольский городской Форум. 25.10.2020.

²⁰ НТВ. 06.04.2021.

²¹ НТВ. 02.05.2021.

²² Российская газета. 22.04.2021.

²³ Россия-24. 31.07.2020.

²⁴ Российская газета. 08.04.2021.

²⁵ РИА Новости. 27.05.2021.

²⁶ Российская газета. 22.01.2021.

²⁷ Российская газета. 20.04.2021.

²⁸ Российская газета. 26.04.2021.

ставшее прецедентным имя преступника Д. Флойда: *В Америке очередной виток флорид-безумия*²⁹.

В сложных неодериватах негативная оценочность, как правило, связана с семантикой исходных слов (*коронаневроз, коронапсихоз, коронакризис, бизнес-коррупция, телеграм-разоблачения* и др.).

Современная цифровая действительность также находит отражение в медийных новообразованиях, в частности в неодериватах с префиксоидами *кибер-, крипто-*. Так, префиксоид *кибер-* маркирует дериваты, связанные не только с цифровизацией общества, но и с обозначением различных проявлений киберпреступности: *Именно таким кибергородом видят этот город будущего*³⁰; *На киберполигон перебросят новых участников*³¹; *Если есть киберпреступники, то должны быть киберследователи*³²; *...надо расширять полномочия Роскомнадзора и создавать киберполицию...*³³; *Киберпрокурор. За год количество преступлений, совершенных с использованием информационно-коммуникационных технологий, увеличилось на 74 процента*³⁴; *Всерьез и очень серьезно надо относиться к киберконфликтам*³⁵; *Киберкриминальный обзор... Все это – дело рук кибервымогателей*³⁶; *Как вышло, что в главном трубопроводе Америки зияют огромные кибербреши, в ФБР решили не уточнять*³⁷; *...все киберзвуковые разработки киберсекретны*³⁸.

Актуальные неодериваты образуются также с помощью префиксоида *крипто-* с семой ‘скрытый’: *...Цуг (Швейцарский кантон. – прим. авт.) уже давно приобрел репутацию «криптодолины»: там работают или регистрируют свою деятельность многие блокчейн-стартапы и криптовалютные компании*³⁹; *...киберпреступники добиваются прогресса в разработке и развертывании атак на основе роя. <...> возможная угроза может быть реализована, если сейчас не будут предприняты приготовления для противодействия ей путем принятия крипто-гибкости. <...> В результате организации необходимо будет подготвиться к переходу на квантоустойчивые криптоалгоритмы <...>*⁴⁰; *Редакторы не нашли этого материала. Может, они криптонавальнята?*⁴¹ О социальной значимости указанных префиксоидов свидетельствуют достаточно широкие их синтагматические возможности, вследствие которых данные префиксоиды сочетаются с основами одушевленных и собственных имен существительных.

Производные с префиксоидами *кибер-, крипто-* нередко имеют терминологический характер и выполняют номинативную функцию. Негативная

²⁹ 1-й канал. 13.07.2020.

³⁰ Россия-1. 13.02.2021.

³¹ Коммерсантъ. 03.12.2020.

³² Радио России. 18.01.2020.

³³ Российская газета. 22.01.2021.

³⁴ Российская газета. 26.04.2021.

³⁵ 1-й канал. 11.03.2021.

³⁶ НТВ. 14.05.2021.

³⁷ Пятый канал. 16.05.2021.

³⁸ Бизнес FM. 18.05.2021.

³⁹ Российская газета. 08.04.2021.

⁴⁰ Российская газета. 06.04.2021.

⁴¹ Вести FM. 10.02.2021.

экспрессия подобных производных обусловлена прежде всего семантикой и оценочностью исходных слов (*киберконфликты, киберпреступники, кибервымогатели, криптонавальнята* и под.).

Ярко выраженный креативный характер неодериватов проявляется в словообразовательной игре. Экспрессивно-игровое начало особенно характерно для новообразований, созданных неузualmente способами, в частности контаминацией. В заголовке «*Холуин*»⁴² контаминируются название западного праздника *Хэллоуин* и инвективное *холуй*: *Экс-президент Кравчук называет всю Беларусь – «холуями» <...> Президент Зеленский заявляет, что только членство Украины в военном блоке НАТО может решить все ее проблемы...*⁴³ В данном контексте налицо элементы речевой агрессии.

В некоторых случаях при создании контаминированного новообразования обыгрываются прецедентные тексты: *Неопровержимые рассказательства*⁴⁴ – *рассказать* + (*неопровержимые*) *доказательства*; *Ковиду не подает*⁴⁵ – *ковид* + *виду* (*не подает*). Нередко в создании контаминированных образований участвуют личные имена собственные: *...попытки Ходорковского создать ходосячью партию*⁴⁶ – *Ходорковский* + *пороссячья*; *Владимир Путин проявил медведчуткость. ...14 мая на совещании с постоянными членами Совета безопасности президент России Владимир Путин неожиданно страстно вступился за украинского политика Виктора Медведчука*⁴⁷ – *Медведчук* + *чуткость*. Обыгрывание имен собственных может способствовать формированию агрессивного контекста.

Ученые связывают подобные всплески словообразовательной активности в СМИ с ситуациями, которые могут быть подвергнуты комической трактовке и тем самым послужить толчком для языковой игры. «Ярко выраженная экспрессивность и оценочность большинства подобных новообразований способствует, в первую очередь, реализации воздействующей функции СМИ» (Радченко 2021: 658).

Как проявление языковой игры нередко рассматриваются поликодовые новообразования, в которых наряду с буквенными знаками используются небуквенные средства, в частности графические средства языка (дефис, скобки, кавычки и др.), идеограммы, цифры, шрифтовые и цветовые выделения (Попова, 2013; Тошович, 2018; Чернявская, 2013).

Так, при дефисации исходное слово может разбиваться дефисом на части, соответствующие самостоятельным словам. *Мара-фон* – узualmente *марафон* в заголовке статьи разбивается дефисом в соответствии с именем собственным *Мара*: *Перед премьерой «Девушки с татуировкой дракона» наш лос-анджелесский корреспондент Галя Галкина поболтала с Руни Мара: девушкой, которая обошла Скарлетт Йохансон, Кристен Стюарт и Натали Портман в борьбе за роль в главном фильме января*⁴⁸.

⁴² Российская газета. 07.04.2021.

⁴³ Российская газета. 07.04.2021.

⁴⁴ Коммерсантъ. 18.12.2020.

⁴⁵ Российская газета. 04.02.2021.

⁴⁶ Вести FM. 18.03.2021.

⁴⁷ Коммерсантъ. 15.05.2021.

⁴⁸ Elle Girl. январь 2012.

Дефисация может сопровождать контаминацию: *Кот-астрофа! Дикие коты захватили почти всю Австралию*⁴⁹ – контаминация слов *кот* и *катастрофа* с формальным видоизменением последнего; *Еле-сеевский Гастроном-легенда остался без товаров и покупателей*⁵⁰ – контаминация наречия *еле* и названия известного московского гастронома «*Елисейевский*». Контаминация сопровождается дефисацией для выделения оценочного наречия.

Одна из частей узуального слова может выделяться также скобками (парентезис), создавая возможность амбивалентного осмысления нового конструкта: *Темно и (не)страшно: город отпраздновал Хэллоуин*⁵¹; *(Не)хорошо, что перенесли: плюсы и минусы переноса декабрьского сочинения*⁵².

Одна из частей исходного слова может выделяться кавычками (квотация): «*МиГ*»*нужь* не успеете. Новые МиГи-35 будут собирать на заводе «Сокол» в Нижнем Новгороде⁵³.

К поликодowości относится также сочетание элементов разных кодовых систем в составе новообразования – кодографикация. При кодографикации могут использоваться элементы алфавита естественного языка и цифры, идеограммы: *100ЛИЦА. Журнал о людях во Владимире*⁵⁴; *Сбербанк ОнЛ@йн: Шаг к мобильности – это шаг вперед!*⁵⁵.

К поликодовым относятся также конструкты с шрифтовыми и цифровыми выделениями: *Самые сКАННдальные платья фестиваля*⁵⁶ – о кинофестивале в Каннах. В заголовке *ГУД БАЙДЕН, ТРАМП. Сможет ли новый президент выгнать из Белого дома старого?*⁵⁷ цветом выделяется транслитерированная английская формула этикетного прощания *goodbye*, что символизирует и прощание с бывшим президентом Трампом, и приход к власти нового президента Байдена.

Поликодовые новообразования, как синтез вербальных и невербальных средств, как результат взаимодействия различных кодовых систем стали одной из характерных черт современных медийных текстов и в настоящее время являются ярким экспрессивно-оценочным средством, эффективным средством воздействия на сознание адресата.

Заключение

Новообразования как компонент медиатекста характеризуются социальной обусловленностью, которая проявляется в их структурно-функциональных характеристиках. Так, новообразования типовой структуры, созданные узуальными способами словообразования, характеризуются как номинативной, так и экспрессивно-оценочной функциями, которые обусловлены семантикой и оценочностью словообразовательных средств и исходных слов.

⁴⁹ Faktom.ru. 10.01.2017.

⁵⁰ Российская Газета. Неделя. 31.03.2021.

⁵¹ Диалог. 02.11.2019.

⁵² ГодЛитературы.РФ. 10.12.2020.

⁵³ Патриоты Нижнего. 26.07.2017.

⁵⁴ Журнал 100 лиц. URL : <http://100lic.com/>

⁵⁵ Snews. 25.02.2013.

⁵⁶ Комсомольская правда. 18.05.2019.

⁵⁷ Московский комсомолец. 11–18.11.2020.

Для новообразований нетиповой структуры, созданных незуальными способами, приоритетными оказываются экспрессивно-оценочная и игровая функции, обусловленные окказиональным характером способов словообразования. Языковые и речевые инновации отражают изменения в языковом сознании членов российского социума, новые форматы знаний об изменившейся реальности. В связи с этим актуально дальнейшее исследование словообразовательных инноваций современных медиа в лингвокогнитивном аспекте.

Список литературы

- Алаторцева С.И.* Проблемы неологии и русская неография : автореф. дис. ... д-ра филол. наук. СПб., 1999. 42 с.
- Вещикова И.А.* Роль и место функциональной стилистики в эпоху формирования новых лингвистических направлений // Настоящее и будущее стилистики : сб. науч. ст. М. : Флинта, 2019. С. 85–94.
- Волков С.С., Сенько Е.В.* Неологизмы и внутренние стимулы языкового развития // Новые слова и словари новых слов. Л. : Наука, 1983. С. 43–57.
- Добросклонская Т.Г.* Стилиевая динамика современной медиаречи // Настоящее и будущее стилистики : сб. науч. ст. М. : Флинта, 2019. С. 187–191.
- Ефремов В.А.* Речевая агрессия в интернет-дискурсе как синтез традиции и новаторства // Настоящее и будущее стилистики : сб. науч. ст. М. : Флинта, 2019. С. 196–201.
- Зеленин А.В., Буцева Т.Н.* От сидидомцев до коронапофигистов (наименования лиц в период пандемии коронавируса) // Русский язык в школе. 2020. Т. 81. № 6. С. 97–106.
- Земская Е.А.* Язык как деятельность. Морфема. Слово. Речь. М. : Языки славянской культуры, 2004. 688 с.
- Иванова М.В.* Публицистика в цифровую эпоху // Язык и речь в Интернете : личность, общество, коммуникация, культура : сб. науч. трудов. М. : РУДН, 2018. Т. 1. С. 347–353.
- Иванова М.В., Клушина Н.И.* Публицистика в истории русского литературного языка : от древнерусской словесности к интернет-коммуникации // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Русский и иностранные языки и методика их преподавания. 2018. Т. 16. № 1. С. 50–62.
- Ильясова С.В., Амири Л.П.* Языковая игра в коммуникативном пространстве СМИ и рекламы. М. : Флинта : Наука, 2009. 296 с.
- Интернет-коммуникация как новая речевая формация / под ред. Т.И. Колокольцевой, О.В. Лутовиновой. М. : Флинта, 2012. 328 с.
- Карасик В.И.* Эпидемия в зеркале медийного дискурса : факты, оценки, позиции // Политическая лингвистика. 2020. № 2. С. 25–35.
- Касьянова Л.Ю.* Векторы неологизации в современном русском языке : монография. Астрахань : Астраханский ун-т, 2006. 148 с.
- Клушина Н.И.* Медиастилистика. М. : Флинта, 2018. 183 с.
- Клушина Н.И., Николаева А.В.* Введение в интернет-стилистику. М. : Флинта, 2020. 240 с.
- Коньков В.И.* Онтология медийной речи // Настоящее и будущее стилистики : сб. науч. ст. М. : Флинта, 2019. С. 326–331.
- Кормилицына М.А.* Средства создания эмоциональной тональности газетного текста // Проблемы речевой коммуникации. Саратов, 2005. Вып. 5. С. 16–25.
- Коряковцева Е.И.* Очерки о языке современных славянских СМИ (семантико-словообразовательный и лингвокультурологический аспекты). Siedlce : Wydawnictwo Uniwersytetu Przyrodniczo-Humanistycznego w Siedlcach, 2016. 152 с.
- Костина А.В.* Соотношение и взаимодействие традиционной, элитарной и массовой культур в социальном пространстве современности : дис. ... д-ра культурологии. М., 2009. 408 с.

- Кубрякова Е.С.* Роль словообразования и производного слова в обработке знаний // *Язык и знание*. М. : Языки славянской культуры, 2004. 560 с.
- Маркова Е.М., Радбиль Т.Б., Рацибурская Л.В., Ручина Л.И. и др.* Лингвокогнитивные аспекты изучения национальных концептосфер в синхронии и диахронии : коллективная монография / под ред. Л.В. Рацибурской. Нижний Новгород : Изд-во ННГУ имени Н.И. Лобачевского, 2020. 248 с.
- Намитокова Р.Ю.* Авторские новообразования : структура и функционирование (на материале русской поэзии второй половины XX века). Майкоп : Изд-во АГУ, 2015. 359 с.
- Николина Н.А.* Новообразования-интертексты в современной художественной речи // *Вестник Нижегородского университета имени Н.И. Лобачевского*. 2015. № 2. С. 493–495.
- Новое в русской лексике. Словарные материалы – 2020 / сост. Е.С. Громенко, А.Ю. Кожевников, Н.В. Козловская, Н.А. Козулина, С.Д. Левина, М.Н. Приемышева, Ю.С. Ридецкая ; под ред. А.С. Павловой, М.Н. Приемышевой, Ю.С. Ридецкой. СПб. : Институт лингвистических исследований РАН, 2021. 486 с.
- Плотникова Л.И.* Словотворчество как феномен языковой личности : монография. Белгород : Изд-во Белгородского государственного университета, 2003. 332 с.
- Попова Т.В.* Креолизованные дериваты как элемент русской письменной коммуникации рубежа XX–XXI вв. // *Лингвистика креатива*. Екатеринбург : Уральский государственный педагогический университет, 2013. С. 147–175.
- Попова Т.В., Рацибурская Л.В., Гуцунава Д.В.* Неология и неография современного русского языка. М. : Флинта : Наука, 2005. 168 с.
- Радченко М.В.* Особенности современного медийного словотворчества в русском и хорватском языках // *Активные процессы в современном русском языке : национальное и интернациональное* : сб. науч. ст. М. : Флинта, 2021. С. 649–660.
- Русский язык в интернет-коммуникации : лингвокогнитивный и прагматический аспекты* / под ред. Л.В. Рацибурской. М. : Флинта, 2021. 328 с.
- Русский язык коронавирусной эпохи : коллективная монография* / Т.Н. Буцева, Х. Вальтер, И.Т. Вепрева, Р.И. Воронцов, Е.Н. Геккина, Е.С. Громенко, И.Б. Дягилева, В.А. Ефремов, А.В. Зеленин, Н.В. Козловская, М.А. Кронгауз, Н.А. Купина, Т.В. Куприна, С.Д. Левина, Е.В. Маринова, З.И. Минеева, Й. Митурска-Бояновска, В.М. Мокиенко, И.В. Нечаева, А.С. Павлова, М.Н. Приемышева, Н.А. Прокофьева, Л.В. Рацибурская, Ю.С. Ридецкая, В.Д. Черняк, Е.А. Щеглова, С. Янурик ; под ред. Е.С. Громенко, А.С. Павловой, М.Н. Приемышевой, Ю.С. Ридецкой. СПб. : Институт лингвистических исследований РАН, 2021. 610 с.
- Сенько Е.В.* Неологизация в современном русском языке конца XX века : межуровневый аспект. СПб. : Наука, 2007. 354 с.
- Социокультурные и лингвопрагматические аспекты современных словообразовательных процессов : коллективная монография* / Т.Б. Радбиль, Л.В. Рацибурская, Е.В. Щеникова, Н.А. Бакич, В.А. Торопкина, Е.А. Жданова ; под ред. Л.В. Рацибурской. М. : Флинта : Наука, 2018. 232 с.
- Тошович Б.* Интернет-стилистика. М. : Флинта, 2014. 238 с.
- Тошович Б.* Мультимедиа́льная стилистика // *Мултимедијална стилистика*. Баня-Лука, 2018. С. 131–152.
- Улуханов И.С.* Единицы словообразовательной системы русского языка и их лексическая реализация. М. : Ин-т рус. яз. им. В. В. Виноградова, 1996. 221 с.
- Чернявская В.Е.* Медиальный поворот в лингвистике : поликодовые и гибридные тексты // *Вестник Иркутского государственного лингвистического университета*. 2013. № 2 (23). С. 122–127.
- Чернявская В.Е.* Медиальность : опыт осмысления в формирующейся парадигме в лингвистике // *Медиалингвистика*. 2015. № 1 (6). С. 7–14.
- Чернявская В.Е.* Текст и социальный контекст : социолингвистический и дискурсивный анализ смыслопорождения. М. : ЛЕНАНД, 2021. 208 с.

Jancsary D., Höllerer M.A., Meyer R.E. Critical analysis of visual and multimodal texts // Methods of critical discourse studies / ed. by R. Wodak, M. Meyer. London : SAG Publications, 2016. Pp. 180–204.

Kress G. Multimodality : a social semiotic approach to contemporary communication. Abingdon, UK : Routledge, 2010. 212 p.

Сведения об авторах:

Рацибурская Лариса Викторовна, доктор филологических наук, профессор, заведующая кафедрой современного русского языка и общего языкознания, Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет имени Н.И. Лобачевского. Председатель диссертационного совета Д 999.061.03 при Национальном исследовательском Нижегородском государственном университете имени Н.И. Лобачевского. Под руководством Л.В. Рацибурской подготовлено 13 кандидатов и один доктор филологических наук. Неоднократно участвовала в подготовке и реализации грантовых проектов РГНФ и РФФИ. Член комиссий по славянскому словообразованию и по социолингвистике при Международном комитете славистов. Член редколлегий восьми российских и зарубежных научных журналов. Почетный работник высшего профессионального образования РФ. *Сфера научных интересов*: дериватология, неология, язык СМИ. Автор более 300 научных публикаций. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9332-050X> E-mail: racib@yandex.ru

Жданова Елена Александровна, кандидат филологических наук, преподаватель кафедры современного русского языка и общего языкознания, Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет имени Н.И. Лобачевского. *Сфера научных интересов*: неология, неография, дериватология, язык интернета. Автор более 30 научных публикаций. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3700-0613> E-mail: e-a-zhdanova@inbox.ru


DOI 10.22363/2618-8163-2021-19-4-466-480

Research article

The specificity of Russian media neoderivatives reflecting social realia

Larisa V. Ratsiburskaya  , Elena A. Zhdanova 

National Research Lobachevsky State University of Nizhny Novgorod,
23 Prospekt Gagarina, Nizhny Novgorod, 603022, Russian Federation

 racib@yandex.ru

Abstract. The involvement of media speech in the society activities determines the relevance of studying the media text components in the extralinguistic aspect. The social conditionality of media neoderivatives contributes to their research in linguopragmatic and socio-cultural aspects. The purpose of the article is to identify the specifics of Russian neoderivatives reflecting current social realities. The research material include lexical and word-formation innovations in the texts of printed and electronic media of the beginning of the 21st century. In the course of the study, the methods of structural and semantic analysis of neoderivatives, word-formation analysis, content analysis, contextual analysis, descriptive and classification methods were used. As a result of the research, thematic groups of neoderivatives reflecting current Russian realities were identified (neoderivatives on pandemic topics; neoderivatives reflecting digital reality, Internet realities, business realities, etc.); the actual word-formation

means and methods of creating the considered neoderivatives are determined (the usual methods of suffixation, prefixation, prefixoidation, addition of agglutinative type; the non-usual method of contamination, as well as the non-usual methods of creating polycode neoderivatives, in particular hyphenation, parenthesis, quotation, the use of ideograms and numbers, font and color selections); as a result of contextual analysis of media texts, the main functions of neoderivatives are characterized (nominative, expressive-evaluative, ludic). The conducted research is characterized by the novelty of the speech and language material and identifies the specifics of the socio-cultural and linguocognitive perception of reality in the modern language consciousness of the representatives of Russian society. The results of the research contribute to the solution of practical problems of journalism.

Keywords: mass media, media text, linguopragmatics, socio-cultural aspects, Russian language, lexical and word-formation innovations, actual word-formation methods and means, functions of media neoderivatives

Article history: received 16.05.2021; accepted 18.07.2021.

For citation: Ratsiburskaya, L.V., & Zhdanova, E.A. (2021). The specificity of Russian media neoderivatives reflecting social realia. *Russian Language Studies*, 19(4), 466–480. <http://dx.doi.org/10.22363/2618-8163-2021-19-4-466-480>



DOI 10.22363/2618-8163-2021-19-4-481-495


Научная статья

Имплицитные способы выражения авторской позиции в публицистическом дискурсе блогосферы Рунета

С.А. Шумилина¹  , В.Н. Левина² 

¹Литературный институт имени А.М. Горького,
Российская Федерация, 123104, Москва, Тверской б-р, д. 25

²Российский университет дружбы народов,
Российская Федерация, 117198, Москва, Миклухо-Маклая, д. 6

 shumilina.swet@yandex.ru

Аннотация. Современный анализ публицистического дискурса цифровой сферы строится с учетом многих экстралингвистических факторов: этнокультурных особенностей социальной среды, создающей и поддерживающей дискурс, условий политической лояльности и направленности распространения публицистического дискурса на целевую аудиторию, источников пополнения дискурса и условий его саморазвертывания в общей дискурсообразующей среде. Эти факторы оказывают непосредственное влияние на формирование специфических способов донесения информации русскоязычными авторами публицистического сообщения до индивидуального реципиента и массовой аудитории. Актуальность исследования определяется, прежде всего, изучением особенностей функционирования русского языка в интернете, что вписывается в передовую проблематику современной русистики. Новизна связана с анализом конкретных способов языкового выражения авторской позиции в публицистике Рунета, которые до сих пор в русистике специально не изучались. Цель исследования – рассмотреть способы выражения оценки в текстах авторов блогов Рунета. Показано, что использование неявных способов выражения авторской оценки в текстах публицистического дискурса Рунета осуществляется с той же целью, что и любое другое оценочное высказывание: оказание особого воздействия на адресата. Исследованный материал свидетельствует, что оценочность высказываний авторов блогосферы Рунета, тесно взаимодействуя с экспрессивностью и эмоциональностью, зависит от их субъективного восприятия информации и помогает им выразить свою точку зрения. Освещаются имплицитные способы выражения авторской позиции, которые позволяют автору в неявной, но понятной форме донести до реципиента смысл своего высказывания. В исследовании использованы материалы блогов Рунета, наиболее ярко и репрезентативно позволяющие представить некоторые особенности публицистического дискурса русскоязычного сетевого пространства. При работе с речевым материалом применялись аналитические методы: описательный (дескриптивно-аналитический) и контрастивный, что дало возможность представить языковую специфику публицистического дискурса, выявить и интерпретировать внутриконтекстуальные и интертекстуальные связи, установить особенности коммуникации, а также исследовательские подходы дискурс-анализа и стилистики. Изученный материал и полученные при этом результаты позволяют сделать вывод, что имплицитные способы выражения авторской позиции достигают тех же целей, что и

© Шумилина С.А., Левина В.Н., 2021



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

явные оценочные суждения: эмоционально воздействуют на реципиента и точно передают смысл высказывания. Вместе с тем имплицитность в русском языке успешно работает над решением задачи создания и поддержания авторской индивидуальности. Перспективы данного исследования видятся в использовании полученных результатов в дальнейших научных разработках разновидностей имплицитных способов выражения авторской позиции в публицистике Рунета для осмысления новых процессов в русском языке, в формировании публицистического дискурса и в русской коммуникации цифрового пространства.

Ключевые слова: информация, русский язык, интернет, публицистика, блог, автор, план содержания, план выражения

История статьи: поступила в редакцию 16.04.2021; принята к печати 18.08.2021.

Для цитирования: Шумилина С.А., Левина В.Н. Имплицитные способы выражения авторской позиции в публицистическом дискурсе блогосферы Рунета // Русистика. 2021. Т. 19. № 4. С. 481–495. <http://dx.doi.org/10.22363/2618-8163-2021-19-4-481-495>

Введение

Русский язык на сегодняшний день не утратил своей социальной сущности: являясь средством общения, он продолжает функционировать с целью донесения информации другому лицу или определенно-значимой аудитории. Его информативная функция в наше время сжимается, освобождая потенциальные ресурсы для реализации воздействующей функции, усиливающейся с невероятной скоростью и эффективностью благодаря появлению сетевого пространства. Многие исследователи сегодня изучают язык интернета (Алефиренко, 2012; Басовская, 2019; Гнедаш, Рябченко, 2018; Ергалиева, 2018; Иванова, 2018, 2019; Иванова, Клушина, 2021; Катермина, 2015; Шляховой, 2017 и мн. др.).

Исторически сложившиеся разновидности русского языка – функциональные стили – теряют свои специфические стилевые и жанровые особенности, гибридизируясь и подвергаясь диффузному воздействию на просторах интернета. Сохраняя экстралингвистическое единство, стили сближаются еще и внутриязыковыми признаками – способами организации и употребления речевых средств. Лингвисты обращают внимание на то, что интернет способствует направленности этого процесса в сторону усиления воздействующей функции русского языка (Водоватова, 2006; Клушина, 2012; Курьянович, 2018; Монгуш, 2017; Шаховский, 2018). «Язык – это инструмент, используемый для воздействия на общественное сознание и побуждение массы к действию. Он дает возможность достигнуть поставленных целей, если они будут правильно наименованы» (Катермина, Гнедаш, 2018).

Публицистический текст обладает рядом специфических особенностей, на которые указывает Н.И. Клушина, говоря, что подобные тексты воспринимаются коммуникативной стилистикой как социально опосредованная авторская деятельность, обусловленная его желанием убедить реципиента в правоте своей позиции (Клушина, 2011). Максимальное использование автором собственной оценки происходящих событий – отличительный признак современной не только русскоязычной, но и мировой публицистики.

Цель работы – исследовать разновидности имплицитных способов выражения авторской позиции в публицистическом дискурсе Рунета.

Функция воздействия русского языка (пропаганды, агитации, формирования определенного мнения), сращиваясь с информативной функцией (донесение нужной информации), в публицистическом дискурсе приобретает все более конфабулирующий характер. Помимо общеглобалистических процессов, затрагивающих все сферы жизни человеческого сообщества, этому способствует и тот факт, что сетевые ресурсы, в которых по большей части и формируются сообщения публицистического дискурса, пользуются высоким уровнем доверия у массового пользователя (реципиента). Данная проблема привлекает внимание лингвистов всего мира. Изучением усиления воздействующей функции языка (в сетевом пространстве публицистического дискурса особенно) занимаются ученые, работающие внутри русской языковой среды (Иценко, 2018; Катермина, 2015; Лапина, 2017; Уделькина, 2018; Чернявская, 2003 и др.), и ученые из других стран (Garrod, Pickering, 2013; Givón, 2017; Martin, 2011; Stewart et al., 2010 и др.). **Проблематика** данной статьи относится именно к этой исследовательской сфере и посвящена изучению усиления воздействующей функции русского языка в сетевом пространстве публицистического дискурса.

Сегодня публицистический дискурс является основным формирующим компонентом общественно-политической литературы, информационных ресурсов (сетевых СМИ) и блогосферы Рунета. Изучение дискурса в современной лингвистической науке занимает существенное место, многие аспекты развития русского языка сейчас трудно представить и объяснить, не прибегая к дискурсивным методам исследования. Вопросы имплицитности, нарушений грамматических норм, наблюдаемых в публицистическом дискурсе (Лисоченко, 1992; Магеррамов, 2017 и др.), специфики метаязыкового сознания (Иванников, 2018; Larouk, 2017 и др.), общей теории дискурса (Арутюнова, 1990; Карасик, 2000; Martin, Rose, 2003; McElhinny, Muehlmann, 2009 и др.) и текста (Валгина, 2003 и др.) давно и успешно обсуждаются в науке.

Таким образом, **актуальность** исследования определяется, прежде всего, изучением особенностей функционирования русского языка в интернете, что вписывается в передовую проблематику современной русистики. **Новизна** связана с анализом конкретных способов языкового выражения авторской позиции в публицистике Рунета, которые до сих пор специально не изучались в русистике. Лингвистический анализ современного публицистического дискурса в Сети, выявление и научная разработка разновидностей имплицитных способов выражения авторской позиции в публицистике Рунета являются **перспективными** для дальнейшего осмысления новых процессов в русском языке, в формировании публицистического дискурса и в русской коммуникации цифрового пространства.

Методы и материалы

Аналитические лингвистические методы используются при изучении процессов создания и интерпретации значений и смыслов в публицистическом контенте, формируемом блогосферой Рунета. Русскоязычный публицистический контент как семантическое ядро публицистического дискурса принято изучать дискурсивно-аналитическими методами: они позволяют рассматривать его с учетом не только конкретной коммуникативной ситуации,

в рамках которой он создается, но и в системе факторов, обуславливающих само существование публицистического дискурса – сетевого, в нашем случае.

При работе с речевым материалом русскоязычных блогов Рунета применялись аналитические методы: описательный (дескриптивно-аналитический) и контрастивный, что дало возможность представить языковую специфику публицистического дискурса, закономерности ее формирования, выявить и интерпретировать внутриконтекстуальные и интертекстуальные связи, установить особенности коммуникации. Привлекался метод критической лингвистики при выявлении имплицитных смыслов.

В данном исследовании использованы авторские материалы блогов Рунета, наиболее ярко и репрезентативно позволяющие представить особенности публицистического дискурса русскоязычного сетевого пространства.

Результаты

Исследование материалов публицистического дискурса блогосферы Рунета показало, что чаще всего имплицитность в них проявляется в способе выражения отрицания авторской позиции, оформляемое неформальными языковыми средствами; в неформальном способе самопрезентации автора блога; в интенциональности высказывания в выражении авторской позиции; в иронии. Имплицитные свойства текста, созданного на русском языке, поддерживаются осознанием реципиентом своей включенности в процесс адекватного восприятия информации, когда ему удастся расшифровать скрытые смыслы сообщения. Как правило, в публицистическом тексте для актуализации имплицитности авторской позиции может быть использован целый комплекс средств как имплицитных, так эксплицитных.

Проведенное исследование позволяет предположить, что русскоязычные тексты блогосферы Рунета, являющиеся частью публицистического дискурса, будут и дальше формироваться с большой степенью имплицитности. Имплицитность как способ выражения авторской позиции будет преобладать в сравнении с другими способами донесения оценочного суждения до реципиента. Во многом это обуславливается вуалирующей функцией, дающей возможность избежать критики авторской позиции и при этом высказать свое мнение.

Обсуждение

Современный русскоязычный публицистический дискурс формируется благодаря включению публицистического текста в интерактивную коммуникативную ситуацию. Сетевое пространство предоставляет практически неограниченные возможности как для моделирования коммуникативной ситуации, так и для адаптации к ней самого публицистического текста. Авторы информационных сообщений не только передают факты объективной реальности, но и соотносят их с общими культурными ценностями и собственными ценностными установками.

Пытаясь охватить сетевую аудиторию, привлечь внимание читателей к информационным сообщениям, блогеры используют в своем языковом арсенале самые разнообразные средства и приемы. Одним из таких эффективных и выразительных приемов можно считать имплицитные способы выра-

жения авторской мысли, которые и являются предметом исследования данной статьи.

Имплицитность как способ выражения отрицательной авторской позиции неформальными языковыми средствами. Имплицитность в русском языке является смысловой языковой категорией, она возникает при отсутствии явной выраженности элементов значения формальными средствами языка. Имплицитность можно наблюдать во всех языковых системах, благодаря ей достигается многозначность высказывания. Этому вопросу сегодня посвящено огромное число исследований, но несмотря на это единого понимания самого термина «имплицитность» не существует. Иногда в русском языке это понятие связывают с импликацией, которая включает в себе подсмысл, а это не совсем точное определение имплицитности. Имплицитностью чаще всего считают асимметрию плана содержания и плана выражения. Использование неформальных средств языка для обоснования своей оценки передаваемой информации помогает автору привлечь внимание читателя к скрытым, глубинным смыслам высказывания. При этом имплицитность публицистического текста выполняет ряд функций: смыслообразующую, воздействующую, оценочную, вуалирующую (использование имплицитных способов выражения авторской мысли позволяет автору избежать критических замечаний, которые могли бы последовать в случае прямого высказывания и открытой передачи информации формальными языковыми средствами), гедонистическую, интригующую.

Задача определения наличия имплицитности в публицистическом тексте позволяет говорить о существовании как минимум трех путей вариантов ее решения: языковом, текстовом, видеOVERBальном. Последний вариант определения имплицитности русскоязычного публицистического текста выходит за рамки данного исследования. Относительно двух первых можно сказать, что при выражении авторской позиции имплицитность проявляется на языковом и текстовом уровнях. В русском языке имплицитность выражения реализуется на языковом уровне как модифицирование элементов различных языковых систем (лексической, синтаксической), способных порождать множественность смыслов высказывания, так и в процессе ненормированного словообразования, недопустимого с точки зрения употребления языка, но вероятностного с точки зрения возможностей системы русского языка. На текстовом уровне в русском языке имплицитность проявляется как связующие моменты внутри конкретного текста, так и взаимосвязи между разными текстами. К первым можно отнести лексические повторы, синтаксические параллелизмы, определенные авторские приемы, служащие для акцентирования внимания читателя на значимых моментах высказывания. Такие взаимодействия играют большую роль в формировании скрытых смыслов, заставляя читателя погружаться в процесс их обнаружения и надолго удерживая его внимание к тексту. Связи между разными публицистическими текстами детерминируются самим публицистическим дискурсом и особенностями сетевого пространства Рунета, предполагающими интертекстуальность как один из способов формирования информационных сообщений.

Блогосфера Рунета, относящаяся к публицистическому дискурсу, в большом количестве предоставляет языковой материал, демонстрирующий исполь-

зование русскоязычными авторами имплицитных способов выражения при формировании текстов нейтральной и положительной степени оценочности. И здесь нет ничего удивительного: это распространенный вид имплицитности, характерный для любого вида дискурса, а для публицистического – особенно, поскольку за счет использования неформальных средств языкового выражения автору сообщения удастся достичь большей убедительности и оказать на реципиента большее воздействие. Именно с этой целью авторы прибегают к использованию в русском языке неформальных средств выражения мысли. В этом плане довольно редким явлением можно считать использование имплицитных способов выражения для оформления отрицательной позиции автора к передаваемой им информации. Однако в блогах публицистического дискурса Рунета авторы нередко обращаются к отрицанию в имплицитной форме, чем достигается большая содержательная глубина и смысловая вариативность высказывания. Автор словно предоставляет читателю (реципиенту) самому решать, как именно понимать его позицию.

Так, в публикации блогера *sly2m* от 05.11.2011 г. читаем: *«Некоторые бло(г)еры, добившись популярности личного дневника, решили, что теперь можно и подзаработать. Вполне понятное желание, в нем самом нет ничего плохого, это персональное дело каждого, и никто в данном случае бло(г)еру не указ, кроме его собственной совести»*¹.

Далее в той же публикации он пишет:

*«Были предложения (слава Богу, не прошедшие) считать СМИ любой блог, имеющий более 1000 постоянных читателей, что само по себе является юридическим бредом, показывающим насколько далеки представители законодательной власти от народа Интернета»*².

Данные примеры высказываний обнаруживают в себе характерные признаки публицистического стиля: материал насыщен социально значимой информацией, автор открыто доносит читателю свое мнение, его оценка происходящего очевидна, она характеризует и самого автора как личность, раскрывает его взгляды и убеждения.

Здесь авторская позиция определена как негативная самим автором: *«предложения (слава Богу, не прошедшие)», «само по себе является юридическим бредом», насколько далеки... власти от народа Интернета»*³.

В данном случае негативное авторское отношение к готовящемуся законопроекту о блогерах и есть главная информационная составляющая публикации. Выбор языковых средств русского языка подчиняется коммуникативной установке автора: убедить читателя в том, что с принятием закона о блогерах будут нарушены их права и их ожидания получения прибыли от публицистической деятельности не будут оправданы. Момент выбора конкретных языковых средств для выражения своей оценки для автора всегда является очень важным.

¹ *sly2m*. Блог или СМИ? URL : <https://sly2m.livejournal.com/425487.html/> (дата обращения : 07.07.2021).

² Там же.

³ Там же.

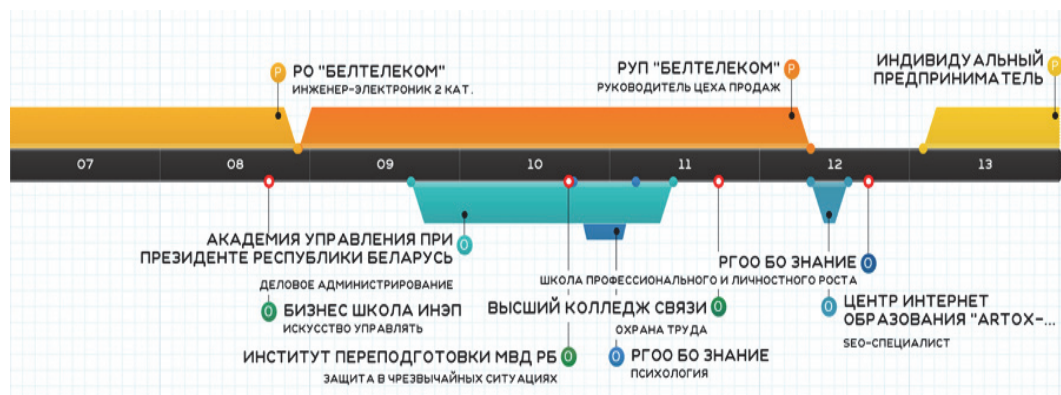
Имплицитность отрицания проявляется в том, что на грамматическом уровне автор в основном избегает использования отрицательных конструкций, которые однозначно выражали бы негативную оценку происходящего. Даже смысл глагола «быть» в отрицательном значении «нет», использованный блогером во втором предложении приведенного фрагмента текста, в сочетании с субстантивированным прилагательным «плохое» нейтрализуется двойным отрицанием, наполняя высказывание «нет ничего плохого» семантическим содержанием «это хорошо». Автор уходит от эксплицитного способа выражения и с помощью имплицитного достигает нужной, на его взгляд, убедительности текста и степени его воздействия на читателя. Имплицитность в данном случае проявляется в асимметрии плана содержания и плана выражения. Он не говорит, что блогер, ставший популярным и решивший на этом заработать, плохой и не может рассчитывать на успех, прямо. Но, применив вместо глагола «заработать» форму с префиксом «под-», в некоторых случаях придающим глаголу значение совершения действия скрытно, незаметно или слегка, не достигая нужного результата, автор тем самым обращает внимание читателя на невозможность исполнения подобных намерений. А далее в этом же фрагменте, вроде бы, признавая желание «подзаработать» понятным и хорошим, он, тем не менее, отсылает это решение к совести блогера, что сразу создает неоднозначное восприятие сказанного.

План содержания высказывания во втором фрагменте выглядит следующим образом: «не существует юридических оснований *считать СМИ любой блог, имеющий более 1000 постоянных читателей, представители законодательной власти*, утверждающие обратное, ничего не понимают в специфике работы блогера». Используя альтернативный план выражения высказывания, автор уходит от грамматического способа оформления отрицательного отношения к ситуации. Имплицитно автор обозначает свою позицию, внешне соглашаясь с заявленными тезисами, но на самом деле, опровергая их.

Таким образом, в данном примере авторская позиция формулируется с помощью альтернативного плана выражения имплицитным способом, что помогает автору достичь большей убедительности и, воздействуя на читателя, формировать у него нужное восприятие информации. Видимая конструкция соответствует основным признакам не только «новой публицистики», но и всего публицистического дискурса Рунета, как одна из специфических особенностей развития системы русского языка. Альтернативный план выражения используется в тех случаях, когда прямая номинация недостаточна по мысли автора.

Имплицитность, используемая в самопрезентации автора блога. В русском языке часто встречается такое явление, когда говорится одно, а подразумевается совсем другое. Смысл высказывания и то, каким образом он представлен в нем языковыми единицами, зачастую представляет собой сложное отношение. Это обусловливается существованием в русском языке возможности выразить один и тот же содержательный момент множеством способов. Русский язык позволяет использовать альтернативный план выражения для создания контента успешными блогерами: вместо привычной автобиографической справки автор блога размещает пост с привлекательным для потенциальных читателей введением, наполняет контент графическими примерами.

Так, в рубрике «Об авторе» блога Максима Довженко, никнейм *Paladin*, после слов (орфография и пунктуация воспроизведены авторские): «В 2012 году я решил уйти из под опеки дяди и перешел в фрилансеры. Закончил курсы seo-специалиста, начал предоставлять услуги по поисковому продвижению. Ну, а уже в следующем, 2013 году, решил открыть свое ИП.»⁴ размещена инфографика, содержащая информацию, которая обычно содержится в резюме (рисунок).



Резюме в форме инфографика блогера Максима Довженко
A resume as infographic of blogger Maxim Dovzhenko

Применение альтернативных планов выражения помогает авторам сделать свой контент если не уникальным, то узнаваемым.

Интенциональность высказывания как проявление имплицитного способа выражения авторской позиции. Альтернативным планом выражения в русском языке можно считать и использование в контенте идиоматических выражений и интенциональных высказываний. Так, блог Варламова, лидирующий в рейтинге новостных блогов, открывается интенциональным лозунгом:

*«Только крокодилы спасут эту страну от мудаков!»*⁵

Этот же автор, характеризуя впечатления от принятой Государственной Думой поправки, приравнивающей блогеров к СМИ (пост от 18 апреля 2014 года), замечает:

*«Вообще эту новость обсуждают все, кому не лень, уже недели две»*⁶.

Блогер с никнеймом *anticor* 28 декабря 2019 года опубликовал пост под заголовком «Профессионально некомпетентный глава» с введением следующего содержания: «*«Вождеденный «третий срок» Главы Чувашской Республики Михаила Игнатъева в свете фактов и мнений относительно ситуации с крахом «Чувашкредитпромбанка», разоблачающих данного политика «до трусов»*»⁷.

⁴ Довженко М. Авторский сайт Максима Довженко (seo, аналитика...). URL : <https://maksimdovzhenko.ru> (дата обращения : 09.07.2021).

⁵ Варламов И. Илья Варламов – Teletype. URL : <https://varlamov.ru> (дата обращения : 07.07.2021).

⁶ Там же.

⁷ LiveJournal. URL : <https://anticor-21.livejournal.com/625772.html> (дата обращения : 07.07.2021).

Этот же автор 26.12.2019 написал пост с явно альтернативным планом выражения своей позиции к опубликованной информации под названием: «*Прокитайский Игнатъев пусть чешет в Пекин! Там бы его ждал расстрел...*»⁸

Пост блогера *sly2m* в LiveJournal от 05.11.2011 г., посвященный размышлениям о различиях между блоготом и СМИ, изобилует альтернативными планами выражения, что делает авторский текст не просто эмоциональным, а провокационно направленным на читателя.

Блогер Игорь Петренко в декабре 2018 г. разместил пост «Статистика и тренды блогосферы: опрос блогеров рунета 2018», в котором основные мысли автора оформлены мини-статьями с собственными подзаголовками – форма подачи информации сама по себе является альтернативным планом выражения, но и некоторые подзаголовки также представляют собой этот прием, например: «*Как так случилось*», «*Встречают по одежке*», «*Как собирались респонденты (блогеры)*».

Ирония как признак имплицитности. В русском языке конструкции, содержащие иронический подтекст, несут в себе ярко выраженную интенциональность, что часто проявляется в экспрессивности и обуславливается наличием авторской оценки, лежащей в основе таких конструкций. Как любое суждение, содержащее в себе оценочность, конструкция с ироническим подтекстом, призванная выражать отрицание имплицитным способом выражения, усиливает его благодаря повышенной эмоциональности. Интенциональность таких структур становится одной из причин их фразеологизации. Иронический подтекст сам по себе придает высказыванию негативный признак в оценке и являет собой пример наибольшей асимметрии между содержательным и выразительным планами.

Это еще одна форма имплицитного отрицания, встречающаяся в блогах публицистического дискурса Рунета.

Так, в статье Татьяны Богдановой: «Копить себе яму. Как в пенсионных резервах оказались миллиарды излишков», опубликованной в сети АиФ 13.01.20 подзаголовки частей «*Откуда деньги, Зин? Сколько залежалось в резервах?*»⁹ с помощью вопросительных высказываний достигается цель привлечения внимания читателя к материалу. Альтернативный план выражения в первом подзаголовке проявляется в перефразировании слов песни В. Высоцкого «Диалог у телевизора»:

*К тому же эту майку, Зин,
Тебе напяль – позор один.
Тебе шитья пойдет аршин –
Где деньги, Зин?..*¹⁰

⁸ LiveJournal. URL : <https://anticor-21.livejournal.com/625772.html> (дата обращения : 07.07.2021).

⁹ Богданова Т. Копить себе яму. Как в пенсионных резервах оказались миллиарды излишков. URL : https://aif.ru/money/economy/kopit_sebe_yamu_kak_v_pensionnyh_rezervah_okazalis_milliardy_izlishek (дата обращения : 13.07.2021).

¹⁰ Высоцкий В. Диалог у телевизора. URL : <https://www.culture.ru/poems/10394/dialog-u-televizora> (дата обращения : 13.07.2021).

Подобные аллюзии настраивают читателя на ироническое восприятие того, о чем говорится далее. Интенционально окрашенный глагол «залежалось» второго подзаголовка формирует у реципиента многоплановость смыслового восприятия как самого высказывания, так и всего последующего текста статьи.

Аналогичный языковой прием видим в статье Евгении Крючковой «Депутаты выставляют счет» с подзаголовком «Либерализация контроля за зарубежными средствами граждан будет ограничена», опубликованной в сети журналом «Коммерсантъ» 15.11.2019. Материал снабжен гиперссылкой на предыдущую публикацию того же издания «Как проходит новая волна амнистии капиталов», являющей собой пример альтернативного плана выражения смысловой определенности текста.

В статье Алексея Доспехова «Гонщик пришел к полному финишу» с подзаголовком «Португальский мотоциклист погиб на „Дакаре“» того же информационного источника альтернативный план выражения, примененный автором в заглавии, проявляется в использовании двойственности семантического содержания словосочетания «полному финишу».

Ироническое высказывание не менее наглядно, чем отрицательное, демонстрирует использование механизма имплицитности в текстах публицистического дискурса Рунета.

Заключение

Говоря об имплицитности как о языковой смысловой категории русского языка, как о способе, позволяющем с помощью неформальных языковых средств максимально точно, но неявно выразить авторскую позицию, следует отметить тот факт, что это явление можно наблюдать на любом уровне языковой системы, содержащем коннотативные компоненты. Имплицитность в публицистическом тексте выполняет прежде всего смыслообразующую функцию. Если речь идет о заголовке статьи, то имплицитность ставит перед читателем/реципиентом задачу самостоятельной интерпретации и привлекает тем самым его внимание ко всему тексту. В основе речевого имплицитного смысла лежит деавтоматизируемое знание. Имплицитные способы выражения в публицистическом дискурсе тесно связаны со стереотипностью человеческого мышления, индуцирующего отдельные свойства и проявления в картину, проявляющую неявные смыслы. Исследование материалов русскоязычного публицистического дискурса блогосферы Рунета показало, что чаще всего имплицитность в них проявляется в способе выражения отрицания авторской позиции, оформляемое неформальными языковыми средствами; в неформальном способе самопрезентации автора блога; в интенциональности высказывания в выражении авторской позиции; в иронии. Изученные в данной статье имплицитные свойства текстов, созданных на русском языке и обнаруженных в блогосфере Рунета, усиливаются гедонистической функцией, связанной с желанием человека почувствовать удовлетворение от постижения тайных смыслов, осознать свои возможности. Как правило, в публицистическом тексте для актуализации имплицитности авторской позиции может быть использован целый комплекс средств как имплицитных, так и эксплицитных.

Представляется возможным считать, что русскоязычные тексты блогосферы Рунета, являющиеся частью публицистического дискурса, будут и дальше формироваться с большой степенью имплицитности. Кажется допустимым момент преобладания имплицитности как способа выражения авторской позиции в сравнении с другими способами донесения оценочного суждения до реципиента. Во многом это обусловливается вуалирующей функцией, позволяющей избежать критики авторской позиции и дающей при этом возможность высказать свое мнение. По-видимому, причиной усиления неосновных имплицитных функций публицистического текста в ближайшее время можно считать особенности социально-политической среды, оказывающей непосредственное влияние на формирование публицистического дискурса и русского языка в целом.

Список литературы

- Алефиренко Н.Ф.* Теория речевых жанров и прагматика дискурса // Вестник КемГУ. 2012. Т. 3. № 4 (52). С. 16–21.
- Арутюнова Н.Д.* Дискурс // Лингвистический энциклопедический словарь. М. : Советская энциклопедия, 1990. С. 136–137.
- Басовская Е.Н.* Дискурсивная глубина медиапространства : текст – отзыв – комментарий // Ялтинский дискурсологический кружок. Результаты и перспективы совместной деятельности. 2019. Т. 19. № 3. С. 8–11.
- Валгина Н.С.* Теория текста. Функциональный и прагматический аспекты в изучении текста. М. : Логос, 2003. URL : <https://evartist.narod.ru/text14/05.htm> (дата обращения : 01.07.2021).
- Водоватова Т.Е.* Семантика и прагматика языкового высказывания в свете инференциальной теории смысла. Самара : Изд-во СГПУ, 2006. 262 с.
- Гнедаш А.А., Рябченко Н.А.* Сетевой анализ современных протестных движений (на примере социальной сети «Women’s march») // Социолог 2.0 : трансформация профессии : материалы VIII Междунар. социологической Грушинской конференции (18–19 апреля 2018 г.) / отв. ред. А.В. Кулешова. М. : ВЦИОМ, 2018. С. 404–409. URL : https://wciom.ru/fileadmin/file/nauka/grusha_2018/tezisi_2018.pdf (дата обращения : 20.07.2021).
- Ергалиева С.Ж.* Лингвоперсонологическое описание комментария к политической статье в виртуальном пространстве // Современная наука : актуальные проблемы теории и практики. Серия : Гуманитарные науки / под ред. С.Ж. Ергалиевой, Н.В. Мельник. 2018. № 5 (2). С. 100–106.
- Иванников Е.Б.* Метаязыковое сознание : структура и содержание понятия // Вестник Волгоградского государственного ун-та. Серия 2 : Языкознание. 2018. Т. 17. № 2. С. 143–150.
- Иванова М.В.* Публицистика в цифровую эпоху // Язык и речь в Интернете : личность, общество, коммуникация, культура : сборник статей II Международной научно-практической конференции. М. : РУДН, 2018. Т. 1. С. 347–353.
- Иванова М.В.* Речевая система Рунета // Настоящее и будущее стилистики : сб. научных статей. М., 2019. С. 232–239.
- Иванова М.В., Клушина Н.И.* Креативные возможности языка в интернет-коммуникации // Вестник Российского фонда фундаментальных исследований. Гуманитарные и общественные науки. 2021. № 1. С. 52–62.
- Иценко А.В.* Языковые особенности современных газет российских немцев Германии : нарушения языковой нормы // Современная наука : актуальные проблемы теории и практики. Серия : Гуманитарные науки. 2018. № 6 (1). С. 89–93.

- Карасик В.И.* О типах дискурса // Языковая личность : институциональный и персональный дискурс : сборник научных трудов / под ред. В.И. Карасика, Г.Г. Слышкина. Волгоград : Перемена, 2000. С. 5–20.
- Катермина В.В.* Оценочные номинации политиков (на материале русской и английской субстандартной лексики) // Политическая лингвистика. 2015. № 3. С. 26–31.
- Катермина В.В., Гнедаш А.А.* Формирование политического контента в онлайн-пространстве : структурно-сетевой и лингводискурсивный анализы современных социальных движений (на примере «Women’s March»). М. : ВЦИОМ, 2018. С. 87–95. URL : https://wciom.ru/fileadmin/file/nauka/grusha2018/tezisi_2018.pdf (дата обращения: 20.07.2021).
- Клушина Н.И.* Коммуникативная стилистика публицистического текста // Язык и дискурс средств массовой информации в XXI веке / под ред. М.Н. Володиной. М. : Академический проект, 2011. С. 144–154.
- Курьянович А.В.* Из опыта комплексного дискурсивного описания речевых жанров // Сибирский филологический журнал. 2018. № 2. С. 277–280.
- Латина Л.Г.* Понятие инклюзии в немецком общественном дискурсе // Социо- и психолингвистические исследования. 2017. Вып. 5. С. 89–92.
- Лисоченко Л.В.* Высказывания с имплицитной семантикой (логический языковой и прагматический аспекты). Ростов н/Д : Изд-во Ростовского университета, 1992. 153с.
- Магеррамов И.А.* О типовых нарушениях синтаксиса в современных медиатекстах // Труды Института русского языка имени В.В. Виноградова. Вып. 13. Культура русской речи. М.: Институт русского языка имени В.В. Виноградова РАН, 2017. С. 275–281.
- Монгуш В.Р.* Современный публицистический дискурс : от типа языковой личности – к коммуникативным стратегиям и тактикам в организации эффективной коммуникативной среды (на материале авторской программы А. Малахова «Пусть говорят») // Вестник Хакасского государственного ун-та. 2017. № 21. С. 78–81.
- Уделькина А.И.* Категория адресованности в полемическом дискурсе (на материале немецкоязычных СМИ) // Вестник Самарского ун-та. История. Педагогика. Филология. 2018. Т. 24. № 1. С. 119–124.
- Чернявская В.Е.* От анализа текста к анализу дискурса : немецкая школа дискурсивного анализа // Филологические науки. 2003. № 3. С. 68–76.
- Шаховский В.И.* Коннотация : история, результаты, перспективы // *Studia Linguistica*. 2018. Вып. 27. С. 9–28.
- Шляховой Д.А.* Жанровые характеристики блогов как электронных средств массовой коммуникации // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия : Теория языка. Семиотика. Семантика. 2017. Т. 8. № 4. С. 939–948.
- Enaction : toward a new paradigm of cognitive science / ed. by J. Stewart, O. Gapenne, E.A. Di Paolo.* Cambridge : The MIT Press, 2010. Vol. XVIII.
- Garrod S., Pickering M.J.* Interactive alignment and prediction in dialogue // *Alignment in Communication : Towards a New Theory of Communication / ed. by I. Wachsmuth, J. de Ruiter, P. Jaecks, S. Kopp.* Amsterdam – Philadelphia : John Benjamins, 2013. Pp. 193–203.
- Givón T.* The grammar of referential coherence as mental processing instructions // *The Story Of Zero.* Amsterdam – Philadelphia, PA : John Benjamins, 2017.
- Larouk O.* Calcul de la présupposition entre propositions textuelles à l'aide des connecteurs : approche logique et sémantique // *Socio Psycho Linguistic Research*. 2017. Issue 5. Pp. 76–79.
- Martin J.R.* Multimodal semiotics : theoretical challenges. London: Continuum, 2011. Pp. 243–270.
- Martin J.R., Rose D.* Working with discourse : meaning beyond the clause. London : Continuum, 2003.
- McElhinny B., Muehlmann S.* Discursive practice theory. Concise encyclopedia of pragmatics / ed. by J.L. Mey. 2nd ed. Oxford : Elsevir Ltd., 2009. Pp. 216–219.

Сведения об авторах:

Шумилина Светлана Александровна, аспирант, кафедра русского языка и стилистики, Литературный институт имени А.М. Горького. *Сфера научных интересов:* медиалингвистика, медиастилистика, язык Рунета, философия. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6212-9227> E-mail: shumilina.swet@yandex.ru

Левина Вера Николаевна, доктор филологических наук, доцент, доцент кафедры русского языка № 1, Российский университет дружбы народов. *Сфера научных интересов:* русский язык, русская языковая культура, теория текста, теория коммуникации, медиалингвистика, лингвокультурология. Автор более 100 научных публикаций. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3732-6990> E-mail: levina_vn@mail.ru

DOI 10.22363/2618-8163-2021-19-4-481-495


Research article

Implicit ways to express the author's opinion in the publicistic discourse of Runet blogosphere

Svetlana A. Shumilina¹  , Vera N. Levina² 

¹*Maxim Gorky Institute of Literature and Creative Writing,
25 Tverskoy Bulvar, Moscow, 123104, Russian Federation*

²*Peoples' Friendship University of Russia (RUDN University),
6 Miklukho-Maklaya St, Moscow, 117198, Russian Federation*

 shumilina.swet@yandex.ru

Abstract. The modern analysis of journalist discourse is based on many extralinguistic factors: ethnocultural characteristics of the social environment, creating and sustaining discourse; conditions of political loyalty and the orientation of journalist discourse to the target audience, sources of discourse replenishment and conditions for its self-development in the general discourse-forming environment. These factors have a direct impact on specific ways of delivering information by the authors of the journalistic message to the individual recipient and the mass audience. The relevance of the research is determined, first of all, by the study of the features of the Russian language functioning on the Internet, which fits into the foremost problems of modern Russian studies. The novelty is associated with the analysis of specific ways of linguistic expression of the author's position in Runet journalism, which have not been specially studied so far. The purpose of the research is to consider the ways of expressing evaluation in the texts of the Runet blogs authors. The article shows that implicit ways of expressing the author's evaluation in the Runet texts have the same function as any other evaluative statements: to specifically influence the addressee. The studied material shows that the evaluativeness of the Runet blogosphere authors statements, closely interacting with expressiveness and emotionality, depends on their subjective perception of information and helps them express their point of view. The article highlights the implicit ways of expressing the author's position, which allow in an implicit but understandable form to convey the meaning of the statement to the recipient. The study used materials from Runet blogs, which most vividly and representatively show the features of the Russian-language network journalistic discourse. When working with speech material, analytical methods were used – descriptive (descriptive-analytical) and contrastive, which revealed the linguistic specifics of journalistic discourse, identified and interpreted intra-contextual and intertextual connections, established communication features. The research approaches of discourse analysis and stylistics were also used. The studied material and the results allow to conclude that implicit ways of expressing the author's position have the same goals as explicit value judgments: they emotionally affect the recipient and accurately convey the meaning of the statement. At the same time, implicit-

ness in the Russian language successfully solves the problem of creating and maintaining the author's individuality. The prospects for this study are seen in further scientific development of various implicit ways of expressing the author's position in Runet journalism for further understanding of new processes in the Russian language, in the formation of journalistic discourse and in Russian communication in the digital space.

Keywords: information, Internet, journalism, blog, author, content plan, expression plan

Article history: received 16.04.2021; accepted 18.08.2021.

For citation: Shumilina, S.A., & Levina, V.N. (2021). Implicit ways to express the author's opinion in the publicistic discourse of Runet blogosphere. *Russian Language Studies*, 19(4), 481–495. (In Russ.) <http://dx.doi.org/10.22363/2618-8163-2021-19-4-481-495>

References

- Alefirenko, N.F. (2012). The theory of speech genres and pragmatics of discourse. *Bulletin of the KemSU*, 3(4(52)), 16–21. (In Russ.)
- Arutyunova, N.D. (1990). Discourse. *Linguistic Encyclopedic Dictionary* (pp. 136–137). Moscow, Soviet Encyclopedia Publ. (In Russ.)
- Basovskaya, E.N. (2019). Discursive depth of the media space: Text – feedback – comment. *Yalta Discourse Circle. Results and Prospects of Joint Activities*, 19(3), 8–11. (In Russ.)
- Ergalieva, S.Zh. (2018). Linguo-personalological description of a commentary on a political article in the virtual space. *Modern Science: Actual Problems of Theory & Practice. Series of "Humanites"*, (5(2)), 100–106. (In Russ.)
- Garrod, S., & Pickering, M.J. (2013). Interactive alignment and prediction in dialogue. In I. Wachsmuth, J. de Ruiter, P. Jaecks & S. Kopp (Eds.), *Alignment in Communication: Towards a New Theory of Communication* (pp. 193–203). Amsterdam, Philadelphia, John Benjamins.
- Givón, T. (2017). The grammar of referential coherence as mental processing instructions. *The Story of Zero*. Amsterdam, Philadelphia, PA: John Benjamins.
- Gnedash, A.A., & Ryabchenko, N.A. (2018). Network analysis of modern protest movements (on the example of the social network "Women's march"). *Sociologist 2.0: Transformation of the Profession: Proceedings of the VIII International Grushinsky Sociological Conference* (18–19 April, Moscow) (pp. 404–409). (In Russ.) Retrieved July 20, 2021, from https://wciom.ru/fileadmin/file/nauka/grusha2018/tezisi_2018.pdf
- Itsenko, A.V. (2018). Language features of modern newspapers of Russian Germans in Germany: Violations of language norms. *Modern Science: Actual Problems of Theory & Practice. Series of "Humanites"*, (6(1)), 89–93. (In Russ.)
- Ivannikov, E.B. (2018). Metalanguage consciousness: structure and content of the concept. *Science Journal of Volgograd State University. Linguistics*, 17(2), 143–150. (In Russ.)
- Ivanova, M.V. (2018). Publicism in the digital era. *Language and Speech on the Internet: Personality, Society, Communication, Culture: Proceedings of the II International Scientific and Practical Conference*, (1), 347–353. (In Russ.)
- Ivanova, M.V. (2019). Runet speech system. *Present and Future of Stylistics: Collection of Scientific Articles* (pp. 232–239). (In Russ.)
- Ivanova, M.V., & Klushina, N.I. (2021). Creative possibilities of language in Internet communication. *RFBR Journal. Series: Humanities and Social Sciences*, (1), 54–62. (In Russ.)
- Karasik, V.I. (2000). On the types of discourse. In V.I. Karasik & G.G. Slisshkin (Eds.), *Language Personality: Institutional and Personal Discourse: Collection of Scientific Papers* (pp. 5–20). Volgograd: Peremena Publ. (In Russ.)
- Katermina, V.V. (2015). Evaluative nomination of politicians (based on Russian and English substandard vocabulary). *Political Linguistics*, (3), 26–31. (In Russ.)
- Katermina, V.V., & Gnedash, A.A. (2018). Formation of political content in the online space: Structural-network and linguistic and discursive analyzes of modern social movements

- (on the example of “Women’s March”). *Sociologist 2.0: Transformation of the Profession Proceedings of the VIII International Grushinsky Sociological Conference* (18–19 April, Moscow) (pp. 87–95). (In Russ.) Retrieved July 20, 2021, from https://wciom.ru/fileadmin/file/nauka/grusha2018/tezisi_2018.pdf
- Klushina, N.I. (2012). Communicative stylistics of publicistic text. In M.N. Volodina (Ed.), *Language and Discourse of Mass Media in the XXI Century* (pp. 144–154). (In Russ.)
- Kuryanovich, A.V. (2018). From the experience of a complex discourse description of speech genres. *Siberian Philological Journal*, (2), 277–280. (In Russ.)
- Lapina, L.G. (2017). The concept of inclusion in German public discourse. *Socio- and Psycholinguistic Research*, (5), 89–92. (In Russ.)
- Larouk, O. (2017). Calcul de la présupposition entre propositions textuelles à l'aide des connecteurs: Approche logique et sémantique. *Socio- and Psycholinguistic Studies*, (5), 76–79. (In French.)
- Lisochenko, L.V. (1992). *Statements with implicit semantics (logical linguistic and pragmatic aspects)*. Rostov-on-Don, Publishing House of Rostov University. (In Russ.)
- Magerramov, I.A. (2017). On typical violations of syntax in modern media texts. *Proceedings of the Institute of the Russian Language of V.V. Vinogradov. Series: The Culture of Russian Speech*, (13), 275–281. (In Russ.)
- Martin, J.R. (2011). *Multimodal semiotics: Theoretical challenges* (pp. 243–270). London: Continuum.
- Martin, J.R., & Rose, D. (2003). *Working with discourse: Meaning beyond the clause*. London, Continuum.
- McElhinny, B., & Muehlmann, S. (2009). Discursive practice theory. *Concise Encyclopedia of Pragmatics* (J.L. Mey, Ed.) (2nd edition, pp. 216–219). Oxford: Elsevir Ltd.
- Mongush, V.R. (2017). Modern publicistic discourse: From the type of linguistic personality – to communicative strategies and tactics in organizing an effective communicative environment (based on the author’s program of A. Malakhov “Let them talk”). *Vestnik Khakasskogo gosudarstvennogo universiteta imeni N.F. Katanova*, (21), 78–81. (In Russ.)
- Shakhovskiy, V.I. (2018). Connotation: history, results, prospects. *Studia Linguistica*, (27), 9–28. (In Russ.)
- Shlyakhovoy, D.A. (2017). Genre features of blogs as electronic means of mass communication. *RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics*, 8(4), 939–948. (In Russ.)
- Stewart, J., Gapenne, O., & Di Paolo, E.A. (Eds.). (2010). *Enaction: Toward a New Paradigm of Cognitive Science* (vol. XVIII). Cambridge, The MIT Press.
- Udelkina, A.I. (2018). The category of addressing in polemic discourse (based on the material of the German-language media). *Vestnik of Samara University. History, Pedagogics, Philology*, 24(1), 119–124. (In Russ.)
- Valgina, N.S. (2003). *Text Theory. Functional and Pragmatic Aspects in the Study of the Text*. (In Russ.) Retrieved July 1, 2021, from <http://evartist.narod.ru/text14/05.htm>
- Vodovatova, T.E. (2006). *Semantics and pragmatics of linguistic utterance in the light of the inferential theory of meaning*. Samara: Publishing House SGPU. (In Russ.)

Bio notes:

Svetlana A. Shumilina, postgraduate student, Department of Russian Language and Stylistics, Maxim Gorky Institute of Literature and Creative Writing. *Research interests*: mediallynguistics, mediastylistics, the language of Runet, philosophy. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6212-9227> E-mail: shumilina.swet@yandex.ru

Vera N. Levina, Doctor of Philology, Associate Professor, Associate Professor of the Russian Language Department No. 1, Peoples’ Friendship University of Russia (RUDN University). *Research interests*: Russian language, Russian linguistic culture, text theory, communication theory, mediallynguistics, applied cultural linguistics. The author of more than 100 scientific publications. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3732-6990> E-mail: levina_vn@mail.ru