



**ВИРТУАЛЬНАЯ КОММУНИКАЦИЯ  
И СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ**  
VIRTUAL COMMUNICATION & SOCIAL NETWORKS

Том 1 № 4  
2022

## Виртуальная коммуникация и социальные сети (Virtual Communication and Social Networks)

Учредитель, издатель: Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Кемеровский государственный университет».

Адрес учредителя, издателя: Россия, Кемеровская область – Кузбасс, 650000, г. Кемерово, ул. Красная, 6; +7(3842)58-12-26; rector@kemsu.ru

Свидетельство о регистрации СМИ:  
ПИ № ФС 77-82961. Выдано Роскомнадзором.

Издается с 2022 года. Выходит 4 раза в год.

ISSN 2782-4799 (print); 2782-4802 (online).

Адрес редакции: Россия, Кемеровская область – Кузбасс, 650000, г. Кемерово, ул. Красная, 6; оф. 4109; +7(3842)55-87-61; jsocnet@mail.ru

Позиция редакции может не совпадать с мнением авторов.

Плата за публикацию не взимается. Журнал издается за счет средств Кемеровского государственного университета.

Журнал включен в Российский индекс научного цитирования.

Все научные статьи, соответствующие требованиям журнала, проходят двойное слепое рецензирование (Double-blind review).

Статьи распространяются на условиях лицензии CC BY 4.0 International License.

Сведения о политике журнала, правилах для авторов, архив полнотекстовых выпусков размещены на сайте издания: <https://jsocnet.ru>

Founder and publisher: Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education "Kemerovo State University".

Address of the founder and publisher: 6, Krasnaya St., Kemerovo, Kemerovo region (Kuzbass), Russia, 650000. +7(3842)58-12-26; rector@kemsu.ru

Certificate of registration: PI no. FS 77-82961. Registered in the Federal Service for Supervision of Communications, Information Technology and Mass Communications.

Founded in 2022. Published 4 times a year.

ISSN 2782-4799 (print); 2782-4802 (online).

Editorial Office Address: off. 4109, 6, Krasnaya St., Kemerovo, Kemerovo region (Kuzbass), Russia, 650000; +7(3842)55-87-61; jsocnet@mail.ru

Opinions expressed in the articles published in the Journal are those of their authors and may not reflect the opinion of the Editorial Board.

The Bulletin is funded by Kemerovo State University. Authors do not have to pay any article processing charge or open access publication fee.

The Journal is included into the database of the "Russian Science Citation Index".

The scientific articles, drawn up according to the rules of the journal, undergo double-blind peer review.

The articles are distributed under the terms of the CC BY 4.0 International License.

For more information about our publishing politics, instructions for authors, and archives of full-text issues, please visit our website: <https://jsocnet.ru>

16+

---

### Контакты для сотрудничества / Contacts for co-operation:

Голев Николай Данилович, главный редактор.  
Nikolay D. Golev, Editor-in-Chief.  
[ngolevd@mail.ru](mailto:ngolevd@mail.ru)

Ким Лидия Густовна, заместитель главного редактора.  
Lidia G. Kim, Vice Editor-in-Chief.  
[kimli09@mail.ru](mailto:kimli09@mail.ru)



**Главный редактор**



**Голев Николай Данилович**  
д-р филол. наук, проф., КемГУ (Кемерово,  
Россия).  
**Nikolay D. Golev**, Editor-in-Chief, Dr.Sci.  
(Philol.), Prof., Kemerovo State University  
(Kemerovo, Russia).

**Заместитель главного редактора**



**Ким Лидия Густовна**  
д-р филол. наук, доцент, КемГУ (Кемерово,  
Россия).  
**Lidia G. Kim**, Vice Editor-in-Chief for  
Philology, Dr.Sci.(Philol.), Assoc. Prof.,  
Kemerovo State University (Kemerovo, Russia).

**Редакционная коллегия / Editorial board**



**Бреслер Михаил Григорьевич**  
канд. филос. наук, доцент, Уфимский  
государственный нефтяной технический  
университет (Уфа, Россия).  
**Mikhail G. Bresler**, Cand.Sci.(Philos.),  
Assoc. Prof., Ufa State Oil Technical University  
(Ufa, Russia).



**Сологуб Ольга Павловна**  
д-р филол. наук, доцент, Национальный  
Тайваньский университет (Тайбэй, Тайвань).  
**Olga P. Sologub**, Dr.Sci.(Philol.), Assoc. Prof.,  
National Taiwan University (Taipei, Taiwan).



**Бушев Александр Борисович**  
д-р филол. наук, проф., Тверской  
государственный университет (Тверь, Россия).  
**Alexander V. Bushev**, Dr.Sci.(Philol.),  
Tver State University (Tver, Russia).



**Тагаев Мамед Джакыпович**  
д-р филол. наук, проф., Кыргызско-  
Российский Славянский университет  
имени Б. Н. Ельцина (Бишкек, Киргизия).  
**Mamed Dzh. Tagaev**, Dr.Sci.(Philol.), Prof.,  
Kyrgyz-Russian Slavic University (Bishkek,  
Kyrgyzstan).



**Кобзева Ольга Викторовна**  
магистр теоретической, прикладной  
лингвистики и перевода, Высшая школа  
перевода (Пиза, Италия).  
**Olga V. Kobzeva**, Master in Theoretical,  
Applied Linguistics and Translation, Graduate  
School of Translation (Pisa, Italy).



**Шестопал Елена Борисовна**  
д-р филос. наук, проф., Московский  
государственный университет  
им. М. В. Ломоносова (Москва, Россия).  
**Elena B. Shestopal**, Dr.Sci.(Philos.), Prof.,  
Lomonosov Moscow State University (Moscow,  
Russia).



**Кранзеева Елена Анатольевна**  
зам. главного редактора (социология), канд.  
социол. наук, доцент, КемГУ (Кемерово,  
Россия).  
**Elena A. Kranzeeva**, Vice Editor-in-Chief  
for Sociology, Cand.Sci.(Sociol.), Assoc. Prof.,  
Kemerovo State University (Kemerovo, Russia).



**Яницкий Михаил Сергеевич**  
зам. главного редактора (психология),  
д-р психол. наук, проф., КемГУ (Кемерово,  
Россия).  
**Mikhail S. Yanitskiy**, Vice Editor-in-Chief for  
Psychology, Dr.Sci.(Psychol.), Prof., Kemerovo  
State University (Kemerovo, Russia).



**Рабенко Татьяна Геннадьевна**  
д-р филол. наук, проф., КемГУ (Кемерово,  
Россия).  
**Tatiana G. Rabenko**, Dr.Sci.(Philol.), Prof.,  
Kemerovo State University (Kemerovo, Russia).

**Над выпуском работали:**

Литературный редактор и корректор – И. А. Максимлюк.  
Литературный редактор (английский язык) – Н. В. Рабкина.  
Верстка и дизайн – Н. В. Митько.

Literary editors and Proof-reader – I. A. Maksimlyuk.  
Literary editor (Eng.) – N. V. Rabkina.  
Layout and design – N. V. Mitko.

**Медиакоммуникации  
и журналистика**

Алгоритм фактчекинга в работе  
региональных сетевых СМИ

*Комлева В. Ю., Соломин В. Е.*

167

**Media Communications  
and Journalism**

Fact-Checking Algorithm in Regional  
Network Media

*Komleva V. Y., Solomin V. E.*

167

**Междисциплинарные  
исследования языка**

*Abortion Ban* в англоязычных социальных  
медиа в 2022 г.: лингвопрагматические  
аспекты онлайн-коммуникации

*Гнедаш А. А., Катермина В. В.*

172

**Interdisciplinary Linguistics**

*Abortion Ban* in English Social Media  
in 2022: Pragmatic Linguistics of Online  
Communications

*Gnedash A. A., Katermina V. V.*

172

Жанрово-тематическая специфика  
авторских трэвел-блогов

*Оленев С. В., Славников Н. А.*

179

Travel Blogs: Genre and Topics

*Olenev S. V., Slavnikov N. A.*

179

**Новые дискурсивные практики  
в социальных сетях**

О центристской тенденции  
в комментировании новостей в социальных  
сетях

*Голев Н. Д., Сушкина М. А.*

185

**New Discursive Practices  
in Social Networks**

Centripetal Trend in Comments to News  
in Social Networks

*Golev N. D., Sushkina M. A.*

185

Сетевой фрейм *враждебное столкновение*  
в русскоязычных интернет-комментариях

*Девятияров Д. В.*

191

Network Frame *Hostile Encounter* in Russian  
Internet Comments

*Devyatyyarov D. V.*

191

Корпоративный сайт как средство создания  
образа успешной адвокатской организации  
(на материале сайта московской коллегии  
адвокатов «Жорин и партнеры»)

*Кондратьева О. Н., Рогожникова С. Ю.*

196

Corporate Website as a Means of Image  
Cultivation: The Case of the Zhorin  
and Partners Bar Association, Moscow

*Kondratyeva O. N., Rogozhnikova S. Yu.*

196

Экспликация категории тональности  
в текстах виртуального жанра

*Рядовых Н. А.*

203

Category of Tonality Explicated in Virtual  
Texts

*Ryadovykh N. A.*

203

**Психология и социология  
виртуальной коммуникации**

Виртуальная коммуникация как ведущий  
формат социального общения молодежи

*Иркова А. В.*

208

**Psychology and Sociology  
of Virtual Communication**

Virtual Communication as the Main Format  
of Social Communication of Young People

*Irkova A. V.*

208

Кросс-региональный анализ настроений  
пользователей сетевых сообществ  
ВКонтакте «Типичный Краснодар»  
и «Типичный Кемерово»

*Рябченко Н. А., Малышева О. П.*

215

Category of Tonality Explicated in the Texts  
of Virtual Genre

*Ryabchenko N. A., Malysheva O. P.*

215

Указатель статей, изданных за 2022 г.

221

Index of articles published in 2022

224

оригинальная статья

## Алгоритм фактчекинга в работе региональных сетевых СМИ

Комлева Владлена Юрьевна

Кемеровский государственный университет, Кемерово, Россия

Соломин Валентин Евгеньевич

Кемеровский государственный университет, Кемерово, Россия

solominve@yandex.ru

Поступила в редакцию 03.08.2022. Принята после рецензирования 30.08.2022. Принята в печать 28.09.2022.

**Аннотация:** Освещена проблема распространения фейков и необходимости верификации информации в масс-медиа, особенно региональных, т. к. они зачастую пренебрегают фактчекингом – процессом проверки фактов. Это может объясняться тем, что в деятельности корреспондентов региональных сетевых СМИ происходит смещение акцентов с качества информации на оперативность ее подачи, что подтверждает анализ публикаций региональных сетевых изданий, отобранных методом случайной выборки. Объект исследования – фактчекинг, предмет – приемы фактчекинга в работе региональных сетевых СМИ. Цель – формирование единого алгоритма фактчекинга для работы журналистов сетевых СМИ. Представлены основные подходы к фактчекингу. Предложен единый алгоритм фактчекинга для журналистов сетевых СМИ, включающий в себя проверку имен собственных, источников информации, цитат, деталей и визуальных элементов публикации. Предлагаемый алгоритм является многокомпонентным методом проверки информации на достоверность.

**Ключевые слова:** сетевая журналистика, региональные СМИ, фейк, фактчекинг, алгоритм фактчекинга, достоверность информации, проверка достоверности информации

**Цитирование:** Комлева В. Ю., Соломин В. Е. Алгоритм фактчекинга в работе региональных сетевых СМИ. *Виртуальная коммуникация и социальные сети*. 2022. Т. 1. № 4. С. 167–171. <https://doi.org/10.21603/2782-4799-2022-1-4-167-171>

full article

## Fact-Checking Algorithm in Regional Network Media

Vladlena Y. Komleva

Kemerovo State University, Kemerovo, Russia

Valentin E. Solomin

Kemerovo State University, Kemerovo, Russia

solominve@yandex.ru

Received 3 Aug 2022. Accepted after peer review 30 Aug 2022. Accepted for publication 28 Sep 2022.

**Abstract:** The article raises the problem of fake news verification in mass media. Regional media are particularly notorious for poor fact-checking because their reporters often prefer promptness to quality. The analysis involved random news published on the local Kuzbass news platforms. The authors developed their own unified fact-checking algorithm that can facilitate the work of online media journalists. It works as a multicomponent verification method. The procedure includes checking proper names, information sources, quotations, details, and visual elements.

**Keywords:** network journalism, regional media, fake, fact-checking, fact-checking algorithm, reliability of information, verification of the reliability of information

**Citation:** Komleva V. Y., Solomin V. E. Fact-Checking Algorithm in Regional Network Media. *Virtual Communication and Social Networks*, 2022, 1(4): 167–171. (In Russ.) <https://doi.org/10.21603/2782-4799-2022-1-4-167-171>

### Введение

С глобальным распространением информационных технологий, в частности сети Интернет, люди стали чаще сталкиваться с дезинформацией, доверять фейкам и непроверенной информации из-за отсутствия навыков

критического мышления. Фейковые новости способны отвлечь внимание аудитории от действительно важных новостей: фейки более яркие, скандальные, привлекающие внимание, интригующие, загадочные за счет

отсутствия источников и т. д. Широкое распространение фейковых новостей является проблемой информационного общества.

Важно уметь отличать фейковую новость от настоящей, ведь то, что на первый взгляд кажется правдоподобным, может оказаться очередной «уткой», пущенной ради собственной выгоды или по каким-либо иным причинам. Для выявления такого рода новостей редакторы и журналисты проводят *фактчекинг* – проверку достоверности фактов и сведений.

Проблема заключается в том, что с широким распространением интернет-технологий производить, распространять и получать информацию может практически любой человек, имеющий выход в Интернет. Так как для журналистов важную роль играет инфоповод, некоторые в погоне за сенсацией стараются публиковать новость как можно быстрее, не осведомляясь, кто стоит за распространением этой новости. Пренебрежение фактчекингом порождает все больше и больше дезинформации.

В связи с нестабильной ситуацией в мире, фактчекинг актуален как никогда. Проверка новости, журналист оказывает услугу не только своим читателям, но и самому себе, поскольку любая недостоверная новость лишь усилит ажиотаж и ухудшит репутацию СМИ. Читателям фактчекинг необходим для того, чтобы избегать дезинформации и рассматривать любые новости критически.

Источниками фейковой информации чаще всего выступают сетевые региональные СМИ в связи с тем, что федеральные СМИ, как правило, тщательнее проверяют факты. В погоне за тем, чтобы быть самыми оперативными среди региональных конкурентов, издания пренебрегают фактчекингом.

На наш взгляд, данное явление особенно часто встречается в работе региональных сетевых СМИ. Приведем комментарий о специфике работы журналиста сетевого издания VSE42.RU: «Специфика работы в интернет-портале VSE42.RU заключается в оперативном освещении последних событий из жизни региона, страны и мира. В среднем на подготовку одной новости у корреспондента уходит максимум 20 минут, а если новость срочная и общественно значимая – 10 минут. В силу этого времени на самостоятельную проверку достоверности информации не хватает, приходится надеяться на авторитетные федеральные СМИ»<sup>1</sup>.

В практике журналистов сетевых СМИ встречаются попытки сокрытия источников информации и вальсирования реальной картины мира в визуальной составляющей

публикаций. Определить достоверность публикуемых информационных сообщений для среднестатистического читателя зачастую не представляется возможным ввиду отсутствия конкретизированных ссылок на источники информации и несоответствующих тексту публикации визуальных элементов. В большинстве случаев они лишь тематически дополняют материал, осложняя проверку достоверности информации. Как показывает практика, сами журналисты нередко обращаются к другим изданиям и комментариям в социальных сетях, которые, в свою очередь, могут оказаться ложными и требуют дополнительной проверки. Доказательством может послужить информационный эксперимент, проведенный Кемеровским государственным университетом.

1 апреля 2022 г. пресс-служба Кемеровского государственного университета опубликовала в социальных сетях запись в стилистике официальных сообщений: «В Кемеровском государственном университете в новом учебном году откроют горный институт. Ранее в вузе презентовали медицинский институт и магистратуру по теологии. Планируется обучение студентов по специальностям: маркшейдерское дело, обогащение полезных ископаемых, технологическая безопасность и горно-спасательное дело. В связи с открытием горного института планируется создание нескольких новых кафедр»<sup>2</sup>.

Информация начала распространяться с высокой скоростью: в течение двух часов новость опубликовали ведущие сетевые СМИ региона, такие как A42.RU, Сибдепо, Комсомольская правда и др. Как подчеркивает руководитель пресс-службы КемГУ В. П. Дзвоник, «журналисты изданий не обращались за подтверждением информации, вероятно, ссылаясь на авторитетность источника новости – официальное сообщество КемГУ ВКонтакте, приравнивая его к сайту университета. Позднее представители СМИ действительно отметили, что сайт и официальные социальные сети организации в их понимании равны по уровню достоверности информации. Нами же было принято решение о проведении эксперимента исключительно в социальных сетях, фактическая информация на официальном сайте оставалась неизменной». Любая информация, написанная официальным языком и размещенная в официальных сообществах в социальных сетях или электронных СМИ, принимается за «чистую монету». «Этим экспериментом мы призываем вас проверять любую информацию, прежде чем поверить в ее действительность.

<sup>1</sup> Корреспондент пожелал остаться неизвестным. Цитата получена в личной беседе.

<sup>2</sup> В Кемеровском государственном университете в новом учебном году откроют горный институт. *Сообщество КемГУ ВКонтакте*. 01.04.2022. URL: [https://vk.com/kemsu\\_ru](https://vk.com/kemsu_ru) (дата обращения: 20.06.2022).

Самый простой способ сделать это – получить подтверждение или опровержение у представителей организации или конкретного лица, если речь идет о действиях человека. Обращаем ваше внимание на то, что вся официальная информация, а также решения руководства размещаются в первую очередь на официальном сайте университета [kemsu.ru](https://kemsu.ru). Данная новость размещена не была<sup>3</sup>, – опубликовали представители пресс-службы вуза дополнение к скандальной новости.

На наш взгляд, данный эксперимент подтверждает необходимость качественного фактчекинга, особенно в работе региональных сетевых СМИ.

## Методы и материалы

При подготовке исследования методом случайной выборки было отобрано 10 публикаций региональных сетевых изданий VSE42.RU, Сибдепо и А42.RU<sup>4</sup>. Анализ показал, что проверка фактов в СМИ на региональном уровне развита слабо, оперативность подачи информации оказывается важнее качества информации.

## Результаты

Перед написанием статьи, заметки, репортажа недостаточно проверить текст лишь на орфографические ошибки. Необходимо досконально изучить текст и проверить изложенные в нем факты, убедиться в их достоверности. Именно для проверки фактов был изобретен фактчекинг.

Словарное определение существительного *fact-checking* в Cambridge Dictionary гласит, что «Фактчекинг – процесс проверки правильности всех фактов в тексте, новостной статье, речи и т.д.» ("the process of checking that all the facts in a piece of writing, a news article, a speech, etc. are correct")<sup>5</sup>. Термин более актуален в медиaprостранстве, где и началось его применение. Тема фактчекинга связана с феноменом фейковых новостей. Цель фактчекинга – отсеять противоречия, искажения и недостоверные материалы, ликвидировать сомнительные ресурсы.

В некоторых отечественных исследованиях фактчекинг приравнивается к верификации информации – неотъемлемой части создания и распространения новостного контента, требующей точного определения происхождения источника информации и ее содержания.

Другие исследователи рассматривают фактчекинг отдельно, придавая ему более важную роль. Фактчекинг в таком понимании направлен на выявление правдивой информации, проверку ее соответствия эмпирической действительности. К примеру, в работах Д. В. Соколовой фактчекинг рассматривается как «процесс проверки достоверности сведений, аудиовизуальной информации, их соответствия действительной реальности, направленный на выявление фактов искажения, в том числе и преднамеренного» [Соколова 2018: 7].

По мнению Д. В. Соколовой, журналисту и читателям необходимо использовать простые правила проверки фактов:

1. Исследователь должен подвергать любой факт сомнению, не упуская ни один факт.
2. В ходе проверки необходимо обращаться к первоисточникам и выстраивать логические цепочки.
3. Информацию необходимо проверять, пользуясь разными источниками, учитывая мнение противоположных сторон.
4. Следует проверять аккаунт человека, которой опубликовал новость, т.к. аккаунт может оказаться фейковым.

Проверка фактов является последним шагом в подготовке статьи и может стать самым затруднительным этапом, отнимающим достаточно большое количество времени и сил. В ходе исследования было выявлено, что процесс фактчекинга занимает от нескольких минут до получаса [Соколова 2018].

Можно выделить объективные и субъективные факторы, препятствующие проверке информации: одни связаны с источниками информации, вторые – с условиями работы в редакции, навыками работы журналиста или его личностными особенностями.

<sup>3</sup> Информационный эксперимент. *Сообщество КемГУ ВКонтакте*. 01.04.2022. URL: [https://vk.com/kemsu\\_ru](https://vk.com/kemsu_ru) (дата обращения: 20.06.2022).

<sup>4</sup> Бережливые технологии помогли химикам повысить эффективность производства. *А42.RU*. URL: <https://gazeta.a42.ru/lenta/news/132805-berezlyvye-tehnologii-pomogli-ximikam-povysit-effektivnost-proizvodstva>; В минсельхозе Кузбасса прокомментировали ситуацию с производством продуктов питания для региона. *А42.RU*. URL: <https://gazeta.a42.ru/lenta/news/132520-v-minselkhozе-kuzbassa-prokommentirovali-situaciyu-s-proizvodstvom>; Власти Кузбасса сообщили, когда заработает программа лояльности для поездов в Шерегеш. *А42.RU*. URL: <https://gazeta.a42.ru/lenta/news/129031-vlasti-kuzbassa-soobshhili-kogda-zarabotaet-programma-loyalnosti-dlya>; Плохая видимость: мэр Новокузнецка сообщил об ограничении движения из-за горящих полей. *А42.RU*. URL: <https://gazeta.a42.ru/lenta/news/135796-plokhaya-vidimost-mer-novokuznеcka-soobshhил-ob-ограничении-dvizheniya-iz-za>; В Кемерове неожиданные для вуза специальности появятся в КемГУ. *Сибдепо*. URL: <https://sibdepo.ru/news/v-кемерове-neozhidannye-dlya-vuza-spetsialnosti-poyavyatsya-v-кемгу.html>; Под Кемеровом в страшной аварии погибли четыре человека. *Сибдепо*. URL: <https://sibdepo.ru/news/pod-кемеровом-v-strashnoj-avarii-pogibli-chetyre-cheloveka.html>; Часть Кемерова в этом году сильно изменится. *Сибдепо*. URL: <https://sibdepo.ru/news/chast-кемерова-v-etom-godu-silno-izmenitsya.html>; Кемеровские чиновники пойдут под суд по обвинению во взяточничестве. *VSE42.RU*. URL: <https://vse42.ru/news/33501523>; Миграция населения из Кузбасса ускорилась. *VSE42.RU*. URL: <https://vse42.ru/news/33511610>; Иностранцы реже стали получать российское гражданство. *VSE42.RU*. URL: <https://vse42.ru/news/33508858> (дата обращения: 20.06.2022).

<sup>5</sup> Fact-checking. *Cambridge Dictionary*. URL: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/fact-checking> (accessed 10 Jun 2022).

Фактчекинг понимается как нечто простое, однако в реальности это совсем не так. Для его проведения требуется как теоретическое понимание процесса, так и тренировка практических навыков.

М. С. Корнев, один из первых исследователей фактчекинга в России, советует следовать пяти базовым рекомендациям:

1. Докопаться до сути: искать первоисточник или подтверждение информации по нескольким независимым источникам.

2. Выявить мотивы: спрашивать противоположные стороны.

3. Выловить фейки: учиться распознавать фейки.

4. Сбалансировать скорость и качество: помнить, что точность важнее сенсации.

5. Исследовать цифровые следы и выявлять социальные связи: использовать социальные медиа осторожно<sup>6</sup>.

Исследователи школы коммуникаций и информации *Rutgers* выделяют следующие стандарты качества журналистики: медиа должны предоставлять исчерпывающую и релевантную информацию; информация должна быть объективной (точной, честной, достаточно полной, соответствующей реальности, проверяемой, факты должны быть отличны от мнений) и беспристрастной (все стороны и интерпретации должны быть представлены равнозначно и непредвзято)<sup>7</sup>.

Международная фактчекинг-сеть (International FactChecking Network, IFCN) Пойнтеровского института разработала собственный кодекс принципов верификации информации в медиа<sup>8</sup>.

Основные пункты включают:

- одинаковые стандарты фактчекинга для проверки всех фактов вне зависимости от стороны, представившей их;
- выводы на основании полученных свидетельств, а не выбор свидетельств для поддержки выводов;
- возможность независимой проверки фактов читателями (информация и ссылки на источники в объеме, достаточном для воспроизведения результатов расследования в случаях, когда это не компрометирует личную безопасность и приватность);
- прозрачность методологии, используемой в выборке, поиске, обработке фактов и фактчекинге.

По мнению С. С. Распоповой и Е. Н. Богдан, важным дополнением к техническим новшествам по выявлению и маркировке фейков в журналистской работе можно считать многочисленные проекты по медиаграмотности в начальном, среднем и высшем образовании в разных странах [Распопова, Богдан 2017].

Современным журналистам приходится все чаще сталкиваться с фейковыми новостями. Несмотря на то, что проблема существует уже давно, именно в век цифровых изданий проблема становится более актуальной. Опубликовать непроверенную новость легко может как журналист, так и обычный пользователь Интернета. Сложно оценить весь масштаб проблемы, но чтобы не усугублять ее, важно помнить о фактчекинге. Проблема доверия к журналистике и борьба с дезинформацией вошла в список четырех основных тем на первой Глобальной конференции по свободе СМИ<sup>9</sup>.

В первом пункте Глобальной хартии этики журналистов, принятой 12.06.2019 в Тунисе, отмечено: «Уважение к фактам и праву общества на достоверную информацию является первейшей обязанностью журналиста»<sup>10</sup>. Проверка информации становится отдельным этапом работы, поэтому некоторые редакции вводят штатные должности по фактчекингу, разрабатывают собственные стратегии по проверке фактов.

В российской журналистике исследователи говорят о фактчекинге как об инструменте, который применяется при создании материала, или как о заключительной процедуре на этапе сбора информации: «46 % журналистов просят собеседника после беседы еще раз уточнить факты, даты, названия, фамилии; еще 24 % визируют запись у собеседников; от 30 до 40 % журналистов проверяют информацию по официальным источникам, в пресс-службах. Но в основном проверяют в интернете, связываются с источником информации в сети или другим способом» [Кобызева 2021].

В Вестнике Московского государственного университета опубликованы результаты опроса журналистов, цель которого – установить степень использования фактчекинга. Большинство журналистов каждый день сталкивается с необходимостью проверки информации. Журналисты печатной периодики, интернет-ресурсов; сотрудники федеральных телеканалов, занимающие

<sup>6</sup> Корнев М. С. Фактчекинг: 5 надежных способов проверить информацию. *Блог аналитическо-консалтинговой компании MediaToolbox*. 2015. URL: <http://mediatoolbox.ru/factchecking/> (дата обращения: 01.06.2022).

<sup>7</sup> Lacy S., Rosenstiel T. Defining and measuring quality journalism. *Rutgers. School of Communication and Information*. 2015. URL: <http://mpi.rutgers.edu/wp-content/uploads/sites/129/2015/04/Defining-and-Measuring-Quality-Journalism.pdf> (accessed 1 Jun 2022).

<sup>8</sup> The commitments of the code of principles. *International Fact-Checking Network*. URL: <https://ifcncodeofprinciples.poynter.org/know-more/the-commitments-of-the-code-of-principles> (accessed 3 Jun 2022).

<sup>9</sup> Global conference for media freedom: London 2019. *GOV.UK*. URL: <https://www.gov.uk/government/topical-events/global-conference-for-media-freedom-london-2019> (accessed 3 Jun 2022).

<sup>10</sup> Глобальная хартия журналистской этики. URL: <https://profjur.org/globalnaja-hartija-zhurnalistskoj-jetiki> (дата обращения: 05.06.2022).

позиции шеф-редактора, продюсера, комьюнити-менеджера, верифицируют информацию несколько раз в неделю [Соколова 2018]. Редакторы и продюсеры каналов чаще всего сталкиваются с необходимостью проверки фактов. Проверка фактов и видеоматериалов занимает от 30 минут до часа. Журналисты печатных и сетевых СМИ затрачивают на фактчекинг несколько часов.

Необходимо найти равновесие между оперативностью и качеством публикуемой информации. Для того чтобы упростить задачу журналистам сетевых изданий, мы предлагаем единый оперативный алгоритм верификации информации для журналистов сетевых СМИ – *алгоритм «5П»*, который включает следующие действия:

1. Проверка имен собственных (личные имена, географические названия, названия учреждений и организаций), адресов, терминов, специальной лексики из разных областей знаний и сфер трудовой деятельности, дат, цифр, статистических данных и др.

2. Проверка источников информации: официальные заявления в СМИ, в том числе корпоративные, комментарии, интервью, социальные сети и др. Добавление ссылок на источники.

3. Проверка цитат. Все цитаты должны быть подкреплены аудио-, видео-, текстовыми документами, сообщениями с официальных сайтов. Расшифровка всех интервью / комментариев начинается за минуту до цитаты и заканчивается через минуту после окончания цитаты, приведенной в тексте. Если цитата переводится, то должна быть соблюдена точность перевода.

4. Проверка деталей. Чем больше неточностей в тексте, тем выше вероятность того, что информация ошибочная или ложная.

5. Проверка визуальных элементов публикации: фотографии, видео, инфографики и т.д. (где и когда сделаны материалы, изменялись ли изображения, был ли элемент опубликован ранее) вручную либо с использованием специальных интернет-сервисов.

## Литература / References

- Кобызева В. О. Подходы к исследованию фактчекинга: научный обзор. *Знак: проблемное поле медиаобразования*. 2021. № 2. С. 194–199. [Kobyzeva V. O. Approaches to the study of fact-checking: a scientific review. *Znak: problemnoe pole mediaobrazovaniya*, 2021, (2): 194–199. (In Russ.)] <https://doi.org/10.47475/2070-0695-2021-10222>
- Распопова С. С., Богдан Е. Н. Фейковые новости: природа происхождения. *Вестник Челябинского государственного университета*. 2017. № 11. С. 48–53. [Raspopova S. S., Bogdan E. N. Fake news: the nature of origin. *Bulletin of Chelyabinsk State University*, 2017, (11): 48–53. (In Russ.)] EDN: YLQNIIF
- Соколова Д. В. Фактчекинг и верификация информации в российских СМИ: результаты опроса. *Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика*. 2018. № 4. С. 3–25. [Sokolova D. V. Fact checking and information verification in Russian media: survey results. *Vestn. Mosk. un-ta. Ser. 10: Zhurnalistika*, 2018, (4): 3–25. (In Russ.)] <https://doi.org/10.30547/vestnik.journ.4.2018.325>

## Заключение

Предлагаемый алгоритм фактчекинга представляет собой действенный многокомпонентный метод проверки информации на достоверность. Универсальность алгоритма объясняется отсутствием жестких границ, тематическим разнообразием упоминаемых видов публикаций и источников информации. Таким образом, алгоритмом может воспользоваться журналист любого издания.

Однако необходимо подчеркнуть, что проверка должна проводиться по всем предлагаемым пунктам. В реальности же наблюдается упущение некоторых из них, например источников информации, деталей и визуальных элементов, что, в свою очередь, может напрямую сказываться на достоверности информации и, как следствие, уровне доверия аудитории.

Помимо проверки информации по предлагаемому алгоритму, на наш взгляд, журналистам сетевых СМИ необходимо формировать собственную базу контактов сотрудников различных организаций, которые могут предоставить информацию о достоверности того или иного сообщения. Возможность быть на связи с надежными информаторами значительно повышает оперативность верификации информации.

**Конфликт интересов:** Авторы заявили об отсутствии потенциальных конфликтов интересов в отношении исследования, авторства и / или публикации данной статьи.

**Conflict of interests:** The authors declared no potential conflict of interests regarding the research, authorship, and / or publication of this article.

**Критерии авторства:** Авторы в равной степени участвовали в подготовке и написании статьи.

**Contribution:** All the authors contributed equally to the study and bear equal responsibility for information published in this article.

оригинальная статья

## ***Abortion Ban* в англоязычных социальных медиа в 2022 г.: лингвопрагматические аспекты онлайн-коммуникации**

**Гнедаш Анна Александровна**

Кубанский государственный университет, Краснодар, Россия  
<https://orcid.org/0000-0002-3516-107X>

**Катермина Вероника Викторовна**

Кубанский государственный университет, Краснодар, Россия  
<https://orcid.org/0000-0001-9141-9867>  
katermina\_v@mail.ru

Поступила в редакцию 02.09.2022. Принята после рецензирования 27.11.2022. Принята в печать 02.12.2022.

**Аннотация:** Рассматривается онлайн-взаимодействие пользователей на платформах социальных сетей в конфликтном дискурсе о запрете абортов в ряде современных стран. Эмпирической базой исследования послужила сплошная выгрузка сообщений из социальной сети Twitter по ключевым словам *women* и *abortion* с 01.05.2022 по 31.07.2022, что соответствует периоду зафиксированных всплесков гражданской активности в онлайн- и офлайн-пространствах в связи с антиабортной политикой на национальных уровнях в современных государствах. Выборка составила более 3 млн сообщений на английском языке. Полученный веб-корпус сетевых лингвистических данных (датасеты) был подвергнут процедурам многомерного анализа (Data Science, математическое моделирование, реляционная социология, корпусная лингвистика и лингводискурсивный анализ). Проведенный многомерный анализ смоделированного англоязычного асинхронного мультимодального дискурсивного поля в социальной сети Twitter позволил визуализировать онлайн-коммуникации в социальных сетях; выявить и описать лингводискурсивные аспекты онлайн-коммуникации сторонников и противников принятия закона об абортах; проанализировать лингвопрагматический потенциал сетевых сообществ по текущей политической повестке; выявить и охарактеризовать конфликтный потенциал пользователей социальных сетей, способный конвертироваться из коммуникационных практик в онлайн-пространстве в социально-политические действия в офлайн-пространстве.

**Ключевые слова:** социальные медиа, онлайн-коммуникация, закон об абортах, англоязычный дискурс, Twitter, лингводискурсивный анализ

**Цитирование:** Гнедаш А. А., Катермина В. В. *Abortion Ban* в англоязычных социальных медиа в 2022 г.: лингвопрагматические аспекты онлайн-коммуникации. *Виртуальная коммуникация и социальные сети*. 2022. Т. 1. № 4. С. 172–178. <https://doi.org/10.21603/2782-4799-2022-1-4-172-178>

full article

## ***Abortion Ban* in English Social Media in 2022: Pragmatic Linguistics of Online Communications**

**Anna A. Gnedash**

Kuban State University, Krasnodar, Russia  
<https://orcid.org/0000-0002-3516-107X>

**Veronika V. Katermina**

Kuban State University, Krasnodar, Russia  
<https://orcid.org/0000-0001-9141-9867>  
katermina\_v@mail.ru

Received 2 Sep 2022. Accepted after peer review 27 Nov 2022. Accepted for publication 2 Dec 2022.

**Abstract:** The present research featured the conflict discourse of online communication in social networks on the topic of abortion ban. The empirical base included 3,000,000 Twitter messages in English. The sampling by keywords *women* and *abortion* covered the period from May 1 to July 31, 2022, which saw an outburst of online and offline civic activities regarding some national anti-abortion policies. The resulting web corpus of network linguistic data (datasets) was

subjected to multidimensional analysis using such methods as Data Science, mathematical modeling, relational sociology, corpus analysis, discourse analysis, etc. All these procedures combined resulted in a multidimensional comprehensive analysis of the simulated English asynchronous multimodal discursive field in Twitter. The models made it possible to visualize online communications in social networks, as well as to describe the discourse of online communication between pro-choice and pro-life. The authors analyzed the pragmatic potential of network communities on the current political agenda. The method might help to identify the conflict potential that can evolve from online communication into offline socio-political actions.

**Keywords:** social media, online communication, abortion law, English discourse, Twitter, pragmatic linguistics

**Citation:** Gnedash A. A., Katermina V. V. *Abortion Ban* in English Social Media in 2022: Pragmatic Linguistics of Online Communications. *Virtual Communication and Social Networks*, 2022, 1(4): 172–178. (In Russ.) <https://doi.org/10.21603/2782-4799-2022-1-4-172-178>

## Введение

На протяжении XX века происходила постепенная либерализация законодательства в отношении искусственного прерывания беременности как в развитых, так и в развивающихся странах [Сакевич 2016]. Однако в XXI веке вопрос о запрете / разрешении аборт стал крайне политизированным, даже с учетом волн феминистского движения и борьбы женщин за право на образование, труд и т. д., возникавших в прошлом. Например, в октябре 2021 г. в Иране врачей обязали сообщать о беременных пациентках, чтобы фиксировать случаи родов и прерывания беременности; иранская незамужняя женщина не может обратиться в женскую консультацию из-за боязни наказания, в результате чего растет число криминальных абортов<sup>1</sup>. Несмотря на акции протеста в октябре 2020 г. в Польше, фактически отменили право на аборт, что явно свидетельствует о преобладании патриархальных взглядов у политиков и стремлении решить демографические вопросы в стране<sup>2</sup>.

В США вопрос абортов – одно из ключевых разногласий демократов и республиканцев на политической арене. Демократы – сторонники свободы репродуктивного выбора, а республиканцы считают, что жизнь зарождается с момента зачатия и аборт на любом сроке равнозначен убийству. Легализация абортов на уровне Конституции произошла в США в 1973 г., но условия применения закона об абортах устанавливались в каждом штате индивидуально<sup>3</sup>. Например, в 2021 г. губернатор Техаса Г. Эббот подписал закон о запрете

на аборты после появления сердцебиения у плода, что возможно уже на шестой неделе, когда женщина может еще не знать, что она беременна<sup>4</sup>. В июне 2022 г. Верховный суд США, несмотря на беспрецедентные протесты среди американского населения, отменил решение 1973 г. о том, что прерывание беременности – это конституционное право женщины. Теперь вопрос об абортах с федерального уровня полностью переведен на уровень штатов, в результате чего некоторые «про-республиканские» штаты (например Техас, Оклахома, Арканзас, Луизиана, Алабама, Миссисипи, Миссури, Южная Дакота и др.) полностью запретили аборты и в течение 2022 г. анонсировали принятие поправок о введении уголовного наказания как для врачей, предлагающих медицинские услуги по прерыванию беременности, так и для женщин, сделавших аборт. Как отмечают аналитики, на выборах президента США в 2024 г. вопрос о запрете абортов будет ключевым в ходе избирательной кампании республиканцев<sup>5</sup>.

В то же время в некоторых странах в результате давления феминистского движения, частичного ослабления религиозных элит, тенденции демократизации прав женщин и смертельных случаев женщин, которым из-за жестких законов не смогли прервать беременность даже при наличии угрозы их жизни, произошло законодательное ослабление в отношении запрета абортов. Так, в 2019–2020 гг. аборт был декриминализован в Северной Ирландии; в апреле 2022 г. в Испании

<sup>1</sup> Malekian S. Iranian authority mandates pregnant women be reported to prevent "criminal abortions". *ABC News*. 6 Oct 2021. URL: <https://abcnews.go.com/International/iranian-authority-mandates-pregnant-women-reported-prevent-criminal/story?id=80416961> (accessed 5 Jul 2022).

<sup>2</sup> Конституционный суд Польши подтвердил ужесточение запрета абортов. *РИА Новости*. 28.01.2021. URL: <https://ria.ru/20210127/aborty-1594861637.html?ysclid=l7gbhh7v3g234249787> (дата обращения: 09.07.2022).

<sup>3</sup> Abortion Laws by State. *2022 World Population Review*. URL: <https://worldpopulationreview.com/state-rankings/abortion-laws-by-state> (accessed 9 Jul 2022).

<sup>4</sup> Тягай Е. «Закон о сердцебиении»: как в Техасе запретили аборты и открыли охоту на ведьм. *Forbes*. 14.09.2021. URL: <https://www.forbes.ru/forbes-woman/439947-zakon-o-serdcebienii-kak-v-tehase-zapretili-aborty-i-otkryli-ohotu-na-ved-m> (дата обращения: 09.07.2022).

<sup>5</sup> Edsall T. B. Abortion has never been just about abortion. *The New York Times*. 15 Sep 2021. URL: <https://www.nytimes.com/2021/09/15/opinion/abortion-evangelicals-conservatives.html> (accessed 12 Jul 2022).

были приняты изменения закона об аборт, согласно которым врачам и активистам у клиник запрещено отговаривать женщин от искусственного прерывания беременности, а также угрожать и оскорблять их под страхом наказания вплоть до уголовной ответственности.

Примеры доказывают, что вопрос о запрете и / или разрешении абортов в настоящее время находится на острие публичной политики, вызывая дискуссии в онлайн-пространстве и мобилизуя граждан на протестные акции (как *pro-life*, так и *pro-choice*) в современных странах. В связи с чем актуальным становятся исследования, направленные на анализ лингвопрагматического потенциала пользователей социальных сетей, способного конвертироваться в социально-политические действия граждан в офлайн-пространстве.

Под *сетевым дискурсом* мы понимаем коммуникативное взаимодействие людей, осуществляемое через Интернет или локальную сеть. П. Е. Кондрашов при исследовании сетевого дискурса опирается на его оригинальное обозначение в английском языке – *online discourse* [цит. по: Павлов 2017]. Наряду с этим можно встретить словосочетание *network discourse*, что уже является понятием, более близким к русскому переводу (сетевой дискурс). Также в отечественных исследованиях сетевого дискурса используются такие определения, как *компьютерный дискурс*, *электронный дискурс*, *виртуальный дискурс* и т. д.

Е. Н. Галичкина считает необходимым разграничить понятия *виртуальный дискурс* и *сетевой дискурс*: в данном случае под виртуальностью подразумевается одна из характеристик сетевого дискурса [цит. по: Павлов 2017]. А. Г. Абрамова предлагает понятие *электронный дискурс*, определяя его как «речевое общение на Интернет-сайтах» и отождествляя это понятие с общением в чате, при этом какие-либо другие методы общения в интернете не рассматриваются [цит. по: Павлов 2017]. Однако «электронность» такого дискурса – не основополагающий факт, а лишь одна из его характеристик, поэтому понятие *сетевой дискурс* является наиболее приемлемым понятием для обозначения общения в Интернете или локальных сетях [Павлов 2017].

Сетевой дискурс оказывает «существенное воздействие на развитие современного общества и способствует перестройке сложившихся типов общения, в котором личностная и статусная самопрезентация приобретают новые способы выражения» [Карасик 2019: 55]. Структурное своеобразие сетевого дискурса видится Е. В. Гориной «в трехмерности его пространства, что выражается в составном характере Интернета. Всемирная Сеть – это глобальное дискурсивное

образование, состоящее из множества субдискурсов, связанных между собой гиперссылками, вступающих в интертекстуальные связи. Трехмерность сетевого пространства заключается в том, что каждый из субдискурсов, входящих в состав глобального дискурса Интернета, может носить главенствующий или подчинительный характер по отношению к другим субдискурсам» [Горина 2014: 65–66].

## Методы и материалы

Лингвопрагматический анализ представляет собой «разновидность функционального метода исследования с логически дополненными техниками систематизации, объективизации и сравнительного описания содержания коммуникативного сообщения или жанра, предусматривающая не только исследование функционирования языковых знаков в речи, но также изучение вопросов, связанных с адресантом (субъектом), адресатом (получателем сообщения), их взаимодействием в акте коммуникации» [Шевцова 2020: 60].

Под *лингвопрагматическим потенциалом* понимается «комплекс вербальных и невербальных средств реализации коммуникативных интенций адресанта, способных вызвать ожидаемую перлокутивную реакцию адресата» [Махортова 2007: 3]. Лингвопрагматический потенциал формируется «путем использования специфических вербальных и невербальных средств, обеспечивающих реализацию интенций адресанта» [Махортова 2007: 5].

В период с 1 мая 2022 г. по 31 июля 2022 г. мы провели эмпирическое исследование масштаба *big data*. Данный период примечателен всплесками гражданской активности в онлайн- и офлайн-пространствах в связи с антиабортной политикой на национальном уровне в современных государствах. Эмпирической базой исследования послужила сплошная выборка сообщений из социальной сети Twitter по ключевым словам *women* и *abortion*. Социальная сеть Twitter является своего рода политическим рупором современного мира [Катермина и др. 2020: 49–62].

При помощи API-интерфейса Twitter были составлены дата-сету сообщений на английском языке по 5 контрольным точкам для отслеживания динамики изменения сетевых данных: 1 точка выгрузки данных 1–12 мая 2022 г.; 2 точка – 13–30 мая 2022 г.; 3 точка – 1–30 июня 2022 г.; 4 точка – 1–12 июля 2022 г.; 5 точка – 13–31 июля 2022 г. Общее количество сообщений, входящих в дата-сету, составило более 3 млн. Сетевые данные представлены в виде cvs- и gexf-файлов (Graph Exchange XML Format – формат, позволяющий анализировать данные как социальный граф).

Методикой, позволяющей проводить эффективный анализ лингвопрагматических аспектов онлайн-коммуникации в социальной сети Twitter, применяемой в данном исследовании, является использование методов data science (позволяющих работать с неструктурированными сетевыми данными, которыми являются данные, выгружаемые с платформ социальных сетей), математического моделирования, реляционной социологии, корпусной лингвистики и лингвистического анализа. Данная методика разработана и апробирована научным коллективом Н. А. Рябченко, О. П. Малышевой, В. В. Катерминой и А. А. Гнедаш [Рябченко и др. 2018; Рябченко и др. 2019; Рябченко и др. 2021а; Рябченко и др. 2021б].

Аналитическая работа с данными проводилась в три этапа. На первом этапе осуществляется определение точки входа; выгрузка релевантного блока данных по ключевым словам; составление веб-корпуса сетевых лингвистических данных.

На втором этапе с помощью авторского программного комплекса «Мониторинг и анализ социальных сетей, сообществ и пользователей в интернет-пространстве»<sup>6</sup> проводится работа с веб-корпусом сетевых лингвистических данных, формирование и обработка дата-сетов. Программный комплекс, интегрирующий аналитический инструментальный data science, Gephi, лексикон VADER и API Twitter, был разработан исследовательской группой для анализа данных социальных сетей на основе построения 3D-моделей дискурсивных полей. На третьем этапе проводится описание и интерпретация построенных 3D-моделей (метод укладки Network Splitter 3D).

## Результаты

Полученная 3D-модель (рис.) представляет собой 10 взаимосвязанных слоев; 10 слой – это ключевое слово и точка входа; чем ниже номер слоя, тем меньше взаимосвязь, частота употребления и вес этой дискурсивной тематики в исследуемый период.

### Анализ данных по ключевому слову *Abortion*

В 1 точке второй слой представлен тремя ключевыми лексемами: *people, women, rights*. Те же самые лексемы повторяются в точках 2–5. Исключение составляют точки 2 и 3 лексемы *women*, где она начинает занимать слой 3, показывая важность и приоритетность данного слова.

В 4 точке отметим появление лексемы *states* в третьем слое, а также передвижение лексем *rights, people, women* в третий слой.

Появление лексемы *states* в 4 точке не является случайным, т. к. здесь можно отметить наличие лексем, связанных с юридическим дискурсом. Данные лексемы занимают второй слой: *court, supreme, decision, access, today, legal*.

В 1 точке были зафиксированы лексемы, которые не встречаются ни в одной из последующих точек – *Satan, killing, gender, money, victims, rapists, Canada, import*.

Во 2 точке были выделены следующие лексемы, которые не встречались в первой точке: *today, senate, health, voting, supreme, America(n), protect, federal, illegal, point, religious, majority, scotus, lives, reproductive, mother, public, clinics, party, fight, medical, black, healthcare, covid, power*. Их семантика связана преимущественно с юридическим и политическим дискурсами. Однако следует также отметить медицинский, религиозный дискурсы и дискурс, связанный с материнством.

В 3 точке новыми лексемами являются *Oklahoma, marriage, Christian, Trump, EUBanks*. Как можно заметить, немногочисленные новые лексемы представлены названиями штатов и фамилией бывшего президента США Д. Трампа, упоминанием европейских банков, а также лексемой, относящейся к религиозному дискурсу.

В 4 точке отметим новые лексемы *constitution, freedom, travel, overturn, contraception, marriage, justice, birth, autonomy, dangerous, outlawing, marginalized*. Наблюдается увеличение количества лексем, связанных с идеями демократии – конституция, свобода, переворот, справедливость, автономия. Также заметны слова, связанные с дискурсом материнства – контрацепция, замужество, рождение. Отдельно выделим три последние лексемы – *dangerous, outlawing, marginalized*.

В 5 точке отмечено название еще одного американского штата – Флорида, фамилия действующего президента США – Д. Байдена, а также слова, принадлежащие к политическому дискурсу – *federal, political*.

### Анализ данных по ключевому слову *Women*

В 1, 2 и 3 точках основным слоем является первый слой. Второй слой представлен в 4 точке двумя лексемами – *rights* и *people*. В 5 точке второй слой представлен одной лексемой – *people*. Отметим, что данная лексема представлена во всех слоях и занимает лидирующие позиции.

В связи с наличием только одного слоя практически во всех 5 точках, рассмотрим 7 лексем в каждой из точек. 1 точка состоит из следующих лексем – *black, people, white, woman, children, rights, girls*. Отметим, что семантика данных лексем охватывает цвет кожи, гендер, возраст и права человека.

<sup>6</sup> Свидетельства о государственной регистрации программы для ЭВМ № 2018665564; № 2020610498; № 2021610435; № 2021610436.

Во 2 точке лексема *rights* выходит на первое место по значимости цитирования. Из отмеченных в первой точке лексем во 2 точке также присутствуют лексемы *people, children, black, woman*. Добавляются лексемы *abortion* и *health*, а лексемы *girls* и *white* снижаются по цитируемости.

В точку 3 входят лексемы *people, woman, children, black, girls, white, rights*. Отметим движение лексемы *rights* – в данной точке она занимает седьмой слой. Отметим также идентичный состав первых семи лексем в данной точке, что свидетельствует об их важности.

В 4 точке лексема *rights* опять занимает лидирующую позицию, что не является случайным, т.к. в этой точке среди семи лексем появляются слова, принадлежащие одному и тому же дискурсивному полю – *court, supreme,*

*today, decision*. Отметим также повторное появление лексемы *abortion*, связанной с данным дискурсивным полем.

Точка 5 представлена новыми лексемами *trans* и *pregnant*. В список лидирующих семи лексем также входят слова *people, black, rights, woman, abortion*.

Проследим появление новых лексем в пяти точках. Только в 1 точке можно отметить лексемы *infinity* – бесконечность, *crazy* – сумасшедший и *winter* – зима. Во 2 точке подобными лексемами являются слова, входящие в экономический дискурс: *better* – лучше, *effects* – эффекты, *economy* – экономика. Точка 3 предлагает слова, связанные с гендерным дискурсом: *abuse* – жестокое обращение, *feminist* – феминистический, а также лексему *saint* – святой. Только в 4 точке присутствуют лексемы, входящие в политический и конституционный

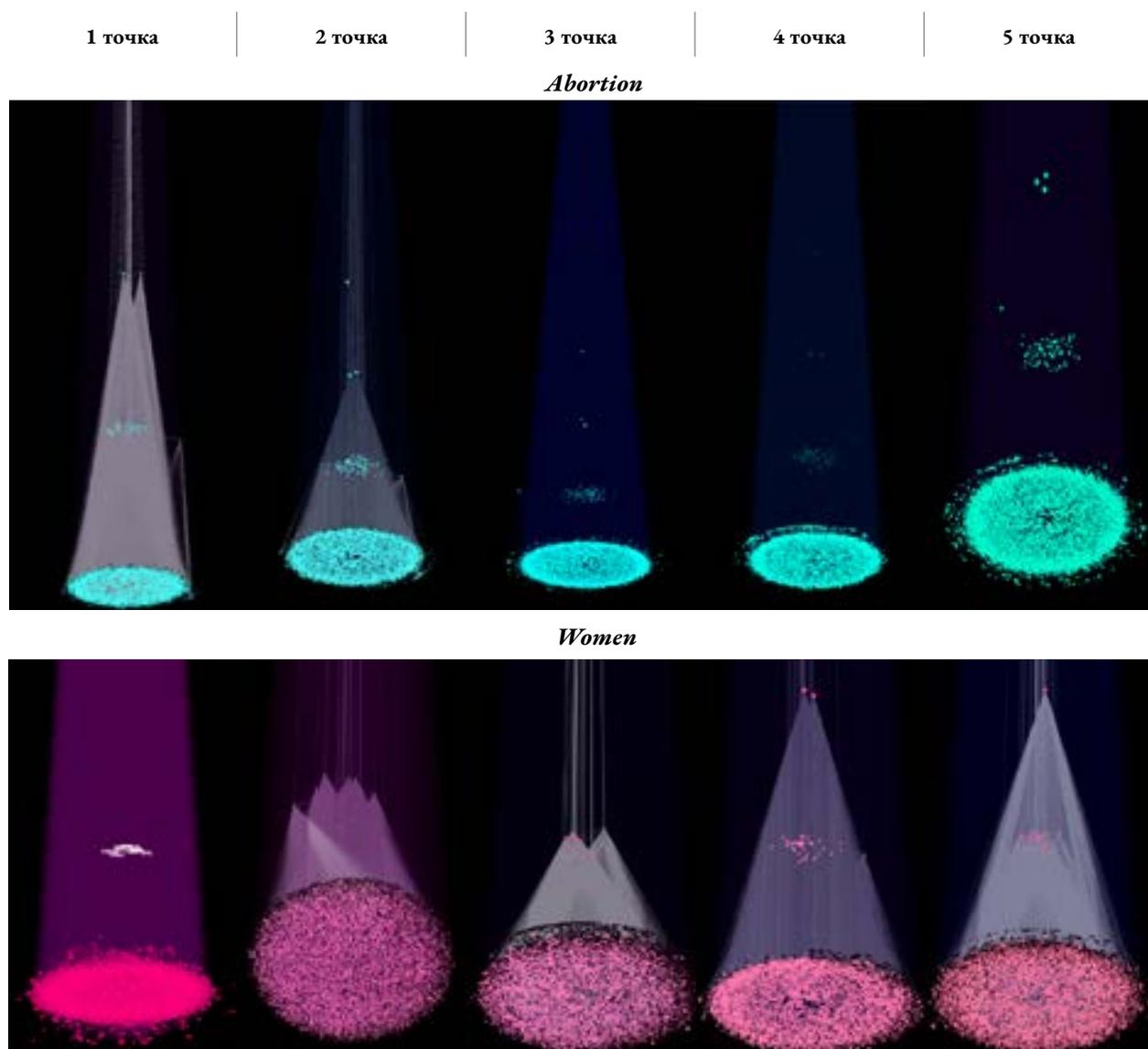


Рис. Визуализация слоев в 5 контрольных точках по ключевым словам *abortion* и *women*  
Fig. Visualization of layers for *abortion* and *women* keywords at 5 data download points

дискурс: *supreme* – верховный, *decision* – решение, *states* – штаты, *America* – Америка, *country* – страна, *ruling* – правящий, *overturn* – переворот, *Scotus* – Верховный Суд США, *autonomy* – автономия. Только в 5 точке отмечены слова *deny* – отрицать, *refills* – пополнения, *reading* – чтение, *potential* – потенциальный, *saving* – сбережения.

### Заключение

Онлайн- и офлайн-дискуссии вокруг права женщин на аборт (либо его отсутствия) остаются крайне актуальными в современном обществе. Лексема *abortion*, независимо от временной точки входа в дискурсивное поле, оказывается неразрывно связана с лексемами *people*, *women*, *rights*. В зависимости от характера онлайн-коммуникации в дискурсе *pro-life* возникают религиозно-нравственные лексемы *Satan*, *killing*, *money*, *victims*, а в дискурсе *pro-choice* появляются юридические лексемы *court*, *supreme*, *decision*, *access*, *today*, *legal*. Медицинские лексемы характеризуют дискурс *pro-choice*, а семейно-материнские лексемы апеллируют к дискурсу *pro-life*.

Тезис о том, что вопрос аборт в американской публичной сфере крайне политизирован, подтвержден взаимосвязью лексем, характеризующих республиканцев в дискурсе запрета аборт и демократов в контексте прав женщин на возможность прерывания беременности вне зависимости от медицинских или социальных показателей. Выявленные лексемы позволяют семантически визуализировать дискурс и определить триггеры социально-политического дискурса. Таким образом мы прогнозируем усиление лингвопрагматического потенциала дискурса *abortion ban* в контексте предстоящих выборов президента США в 2024 г.

### Литература / References

- Горина Е. В. Дискурс Интернета: определение понятия и методология исследования. *Филологические науки. Вопросы теории и практики*. 2014. № 11-2. С. 64–67. [Gorina E. V. Discourse of the Internet: definition and research methodology. *Philology. Theory & Practice*, 2014, (11-2): 64–67. (In Russ.)] EDN: STGOGB
- Карасик В. И. Жанры сетевого дискурса. *Жанры речи*. 2019. № 1. С. 49–55. [Karasik V. I. Genres of network discourse. *Speech Genres*, 2019, (1): 49–55. (In Russ.)] <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2019-1-21-49-55>
- Катермина В. В., Гнедаш А. А., Николаева М. В. Комплексный анализ лингвистических паттернов коммуникации топовых российских журналистов в официальных аккаунтах социальных платформ ВКонтакте, Facebook, Instagram, Twitter. *Вестник Чувашского государственного педагогического университета им. И. Я. Яковлева*. 2020. № 4. С. 49–62. [Katermina V. V., Gnedash A. A., Nikolaeva M. V. Comprehensive analysis of linguistic communication patterns of top Russian journalists in the official accounts of social platforms VKontakte, Facebook, Instagram, Twitter. *I. Yakovlev Chuvash State Pedagogical University Bulletin*, 2020, (4): 49–62. (In Russ.)] <https://doi.org/10.37972/chgpu.2020.109.4.006>
- Махортова Т. Ю. Лингвопрагматический потенциал PR-жанра в пространстве банковского дискурса (на материале немецкоязычных банковских проспектов): дис. ... канд. филол. наук. Волгоград, 2007. 190 с. [Makhortova T. Yu. *Linguapragmatic potential of the PR genre in the space of banking discourse based on the material of German-language bank prospectuses*. Cand. Philol. Sci. Diss. Volgograd, 2007, 190. (In Russ.)]

Подобные исследования позволяют визуализировать онлайн-коммуникации в социальных сетях, анализировать лингвопрагматический потенциал и прогнозировать развитие конфликтного потенциала пользователей социальных сетей, способного конвертироваться в социально-политические действия в офлайн-пространстве.

**Конфликт интересов:** Авторы заявили об отсутствии потенциальных конфликтов интересов в отношении исследования, авторства и / или публикации данной статьи.

**Conflict of interests:** The authors declared no potential conflict of interests regarding the research, authorship, and / or publication of this article.

**Критерии авторства:** Авторы в равной степени участвовали в подготовке и написании статьи.

**Contribution:** All the authors contributed equally to the study and bear equal responsibility for information published in this article.

**Финансирование:** Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ (Отделение гуманитарных и общественных наук) в рамках научного проекта № 20-012-00033 «Лингвистические модели социально-политической коммуникации в online-пространстве: дискурсивные поля, паттерны и гибридная методология анализа сетевых данных» (2020–2022 гг., рук. В. В. Катермина).  
**Funding:** The research was supported by The Russian Foundation for Basic Research (Department of Humanitarian and Social Science), research project no. 20-012-00033: Linguistic models of online sociopolitical communication: discursive fields, patterns, and hybrid methodology of network data analysis (2020–2022; project leader – V. V. Katermina).

- Павлов М. А. Понятие сетевого дискурса в современной лингвистике. *Наука и образование: новое время. Научно-методический журнал*. 2017. № 1. С. 9–13. [Pavlov M. A. The network discourse concept in modern linguistics. *Nauka i obrazovanie: novoe vremya. Nauchno-metodicheskii zhurnal*, 2017, (1): 9–13. (In Russ.)] EDN: YHNPZZ
- Рябченко Н. А., Гнедаш А. А., Малышева О. П., Катермина В. В. Управление политическим контентом в онлайн-пространстве современных государств: как Twitter не позволил Д. Трампу выиграть президентские выборы в 2020 г.? *Политическая наука*. 2021а. № 4. С. 135–160. [Ryabchenko N. A., Gnedash A. A., Malysheva O. P., Katermina V. V. Managing political content in the online space of modern states: how Twitter prevented D. Trump from winning the 2020 presidential election? *Political science*, 2021, (4): 135–160. (In Russ.)] <https://doi.org/10.31249/poln/2021.04.06>
- Рябченко Н. А., Катермина В. В., Гнедаш А. А., Малышева О. П. Политический контент социальных движений в online-пространстве современных государств: методология анализа и исследовательская практика. *Южно-российский журнал социальных наук*. 2018. Т. 19. № 3. С. 139–162. [Ryabchenko N. A., Katermina V. V., Gnedash A. A., Malysheva O. P. Political content of social movements in the online space of modern states: analysis methodology and research practices. *South Russian Journal of Social Sciences*, 2018, 19(3): 139–162. (In Russ.)] <https://doi.org/10.31429/26190567-19-3-139-162>
- Рябченко Н. А., Малышева О. П., Гнедаш А. А. Управление политическим контентом в социальных сетях в период предвыборной кампании в эпоху постправды. *Полис: Политические исследования*. 2019. № 2. С. 92–106. [Ryabchenko N. A., Malysheva O. P., Gnedash A. A. Political content management in social networks during the election campaign in the era of post-truth. *Polis: Political Studies*, 2019, (2): 92–106. (In Russ.)] <https://doi.org/10.17976/jpps/2019.02.07>
- Рябченко Н. А., Малышева О. П., Катермина В. В., Гнедаш А. А. Модель коммуникации «говорящий – слушающий» в условиях цифровизации лингвистического поворота: опыт сетевого и лингводискурсивного анализа контента видеохостинга «YouTube». *Политическая лингвистика*. 2021б. № 1. С. 81–94. [Ryabchenko N. A., Malysheva O. P., Katermina V. V., Gnedash A. A. Communication model "Speaker–Listener" in the context of digitalization of the linguistic turn: experience of network and linguodiscursive analysis of YouTube content. *Political Linguistics*, 2021, (1): 81–94. (In Russ.)] [https://doi.org/10.26170/1999-2629\\_2021\\_01\\_07](https://doi.org/10.26170/1999-2629_2021_01_07)
- Сакевич В. И. От аборта к контрацепции. *Демоскоп Weekly*. 2016. № 687-688. С. 1–25. [Sakevich V. I. From abortion to contraception. *Demoskop Weekly*, 2016, (687-688): 1–25. (In Russ.)] EDN: WWMHIX
- Шевцова В. А. Лингвопрагматический анализ политического дискурса. *Иностранные языки: инновации, перспективы исследования и преподавания: мат-лы III Междунар. науч.-практ. конф. (Минск, 26–27 марта 2020 г.)* Минск: БГУ, 2020. С. 60–63. [Shevtsova V. A. Linguo-pragmatic analysis of political discourse. *Foreign languages: innovations, research prospects, and teaching: Proc. III Intern. Sci.-Prac. Conf., Minsk, 26–27 Mar 2020, 2020, 60–63.* (In Russ.)] EDN: GDELKC

оригинальная статья

## Жанрово-тематическая специфика авторских трэвел-блогов

**Оленев Станислав Владимирович**

Северо-Восточный нефтяной университет, Дацин, Китай  
stanislav.olenev@gmail.com

**Славников Никита Алексеевич**

Кемеровский государственный университет, Кемерово, Россия

Поступила в редакцию 05.08.2022. Принята после рецензирования 15.09.2022. Принята в печать 28.09.2022.

**Аннотация:** Статья посвящена изучению жанровой специфики русскоязычных авторских трэвел-блогов, размещаемых на видеохостинге YouTube. Интерес к предмету связан с необходимостью понимания специфики современных трэвел-блогов как феноменов авторской журналистики и формирования прогнозов относительно перспектив их развития. Творчество новых мультимедийных журналистов характеризуется адаптивностью, независимостью от редакционной политики, мобильностью и технологичностью. Если ранее авторы кинопутешествий были ограничены ТВ-каналами или журналами узкой направленности, то сегодня создается все больше проектов, не зависящих от редакционной политики и развивающих свой индивидуальный авторский стиль. Охарактеризованы специфические жанры видеоблогинга, представленные в творчестве Антона Птушкина, Леонида Пашковского и Антона Лядова. Анализ позволяет сделать вывод, что каждый автор трэвел-блога уникален, тематика, жанры и способы подачи – исключительны, что формирует большой потенциал этого жанра независимой журналистики.

**Ключевые слова:** жанр, тематика, трэвел-блог, авторская журналистика, мультимедийный журналист, авторский блог

**Цитирование:** Оленев С. В., Славников Н. А. Жанрово-тематическая специфика авторских трэвел-блогов. *Виртуальная коммуникация и социальные сети*. 2022. Т. 1. № 4. С. 179–184. <https://doi.org/10.21603/2782-4799-2022-1-4-179-184>

full article

## Travel Blogs: Genre and Topics

**Stanislav V. Olenev**

Northeast Petroleum University, Daqing, China  
stanislav.olenev@gmail.com

**Nikita A. Slavnikov**

Kemerovo State University, Kemerovo, Russia

Received 5 Aug 2022. Accepted after peer review 15 Sep 2022. Accepted for publication 28 Sep 2022.

**Abstract:** Online travel blogs are a phenomenon of auteur journalism. This article describes the genre specifics of Russian-language travel blogs posted on Youtube video hosting and its development prospects. The new multimedia journalism is highly adaptable, mobile, feasible, and independent. Travel writers used to be limited to a narrow segment of TV channels and magazines; modern travel bloggers develop their own style and do not have to conform to that of the editorial board. The research featured such travel bloggers as Anton Ptushkin, Leonid Pashkovsky, and Anton Lyadov. Each blog proved to be unique in its topics, genres, and methods of presentation, which means that this sector of auteur journalism has a great potential.

**Keywords:** Blog, genre, topic, travel blog, journalism, author's blog

**Citation:** Olenev S. V., Slavnikov N. A. Travel Blogs: Genre and Topics. *Virtual Communication and Social Networks*, 2022, 1(4): 179–184. (In Russ.) <https://doi.org/10.21603/2782-4799-2022-1-4-179-184>

### Введение

В последние годы видеоблогинг в его разнообразных жанровых, тематических и стилевых проявлениях стал значимым объектом исследования не только лингвистики, медиалогии и теории массовой коммуникации

ции, но и прикладных научных направлений, связанных со сферой туризма, практической психологии, маркетинга и др. [Боровенков 2016; Штейман, Покачалова 2019; Вахрушев, Морозова 2020; Ермоленкина, Костяшина 2022; Рабкина, Бахтина 2022 и др.].

Однако несмотря на активное развитие интернет-лингвистики как новой сферы научных интересов со своим специфическим в коммуникативном плане объектом исследования, трэвел-блогинг (в текстовом формате и в различных мультимедийных проявлениях), как и его предтеча – трэвел-журналистика, все же остаются недостаточно изученными явлениями. И. В. Показаньева исследует ряд вопросов, не имеющих в современной науке однозначного ответа: Кто такой трэвел-журналистический блогер? Чем он отличается от трэвел-блогера? Синонимичны ли эти понятия? Занимается ли трэвел-блогер трэвел-журналистикой? Могут ли журналисты заниматься трэвел-блогингом? Являются ли посты журналистов о путешествиях в их персональных блогах продуктами трэвел-журналистики? [Показаньева 2015].

Анализ современной научной литературы позволяет обнаружить распространенное предубеждение против авторских трэвел-блогов. Исследователи считают, что данное направление не имеет радикально важных свойств, преобразующих журналистику или язык и общество в целом. На сегодняшний день изучение журналистики путешествий зачастую ограничивается жанром путевой очерк. Такой подход является устаревшим, поскольку способы представления путешествий для широкой аудитории сильно изменились благодаря технологическому скачку, который породил современную эпоху авторских блогов, в частности видеоблогов. В них мы видим, как разные журналисты экспериментируют с жанрами, форматами и способами подачи, при этом «главным отличием трэвел-блога от любого другого ресурса является наличие автора, обладающего особой целью. Миссия блогера-путешественника – провести читателя по новым местам, рассказать о них так, чтобы пользователь ощутил на себе эффект присутствия» [Паниковская 2016: 89]. Можно говорить об уникальности трэвел-блогов в YouTube-среде. Именно поэтому сегодня важно понять, какие жанры приобрели значимость в данном направлении и почему они не сводятся к путевому очерку как единственно верному жанру.

Когда мы говорим о современной трэвел-журналистике, стоит понимать, насколько сильно она изменилась в интернет-среде. Если ранее журналист имел возможность заниматься путешествиями только находясь в штате редакции, профессионально развивающейся в теме исследования других стран, то сегодня у автора есть возможность быть независимым. Это произо-

шло в первую очередь благодаря развитию Интернет-технологий, фото- и видеосъемки. Теперь представитель СМИ может искать источники финансирования самостоятельно, становясь инфлюэнсером и предоставляя площадку для размещения рекламы. Одна из самых популярных и завершённых форм такого взаимодействия журналиста с аудиторией – авторский блог. О нем стоит поговорить подробнее, разделив это понятие на две части и разобрав каждую из них.

По мнению Т. Е. Евсюковой, «блог – это небольшой сайт, основное содержимое которого – регулярно добавляемые записи, изображения и мультимедиа с очень простой системой управления и возможностью обратной связи с читателем» [цит. по: Силкин, Акоюн 2020]. Для понимания того, что такое авторский блог, стоит также сказать об авторской журналистике как определяющем моменте в блоге. В. В. Коломина утверждает, что под авторской журналистикой следует понимать продукт, воплощающий идею отдельного журналиста, но в выпуске которого принимает участие вся редакция [Коломина 2007]. При этом авторская точка зрения может не совпадать с мнением редакционного коллектива, т.е. в журналистском произведении доминирует авторское начало, которое выражается в открытой авторской позиции (автор дает понять, что выражает именно свою точку зрения), в противовес анонимной журналистике. Открытость и независимость авторской позиции – универсальные характеристики авторской журналистики, присущие ей независимо от того, по какому каналу происходит передача сообщения.

Полагаясь на эти определения, мы можем сделать вывод, что авторский блог – это некая платформа, служащая каналом связи между журналистом и его материалами, а также читателями, зрителями и т.д., которая не зависит от редакционной политики и базируется только на тех представлениях, которые имеет сам создатель блога.

Можно утверждать, что у разных авторских блогов может быть совершенно разная жанрово-тематическая палитра материалов. Могут различаться качество и количество их использования, степень внимания к той или иной тематике и т.д. Можно с уверенностью говорить, что это относится и к трэвел-блогам. Например, традиционные СМИ трэвел-направления преимущественно используют путевой очерк и беседу, в то время как интернет-среда стала больше использовать интервью, документальное кино и расследование. Поэтому цель предпринятого исследования заключается в анализе медиапродукции трех ярких представителей данного направления, что позволит понять, насколько

они могут отличаться друг от друга и чем это может объясняться.

## Методы и материалы

Для понимания жанрово-тематического своеобразия каждого из трэвел-журналистов мы использовали жанровый анализ, благодаря которому можно выделить характерные направления для каждого из авторов и понять направление развития трэвел-журналистики на платформе YouTube.

Для анализа было использовано по 8 материалов каждого блогера, охватывающих разные временные промежутки, от первых проектов до недавно вышедших (актуально на конец 2021 г.). Так, у А. Птушкина<sup>1</sup> это: Исландия на автомобиле. Большой выпуск (17.09.2018); Фарерские острова – рай интроверта. Большой выпуск (16.10.2018); Австралия, которую вы не знаете. Большой выпуск (20.03.2019); Япония, которая взрывает мозг. Большой выпуск (16.04.2019); Канада: эмиграция, красоты. Большой выпуск (09.07.2019); Швейцария. Почти идеальная страна. Большой Выпуск (15.10.2019); Швеция. Как жить в кайф в стране с плохим климатом. Большой Выпуск (05.11.2020); Гавайи. Остров Оаху во всей красе. Большой Выпуск (23.02.2021); Намибия. Африка, в которую вам захочется поехать. Большой Выпуск (01.07.2021); Норвегия. Богатая и очень красивая. Большой Выпуск (16.11.2021).

У Л. Пашковского были проанализированы материалы<sup>2</sup>: "Хочу домой" из Пакистана – 1 серия. Белуджистан» (12.02.2017); Тайные вечеринки и черный рынок алкоголя в Иране, живущем под санкциями 40 лет (27.03.2017); Куба – как живут на 30\$ в месяц. Бедно, но красиво и весело (16.04.2018); Русский в Шаолинь – Постиг мудрость и кунг-фу в 30 лет (03.07.2019); Гориллы выгнали дикое племя из леса в Африке. Уганда (29.06.2020); Хасиды – евреи, которые купили Нью-Йорк. Раскрываем их секреты (22.09.2020); Страшно крутой Египет: как выжить и кайфануть в Каире (18.01.2021); Страна рабства, многоженства и батонов. Мавритания – безумная прогулка. Нуакшот. Африка (12.04.2021); Ливан – как угробить богатую страну за три года и сделать людей нищими (13.12.2021); Евреи забрали у них страну? Палестинские беженцы застряли в Ливане на 70 лет (20.10.2021).

У А. Лядова были исследованы следующие выпуски видеоблога<sup>3</sup>: Самый опасный город мира. Венесуэла (28.05.2019); Пешком через Закрытую Границу.

Колумбия – Венесуэла (24.06.2019); Пустынные города Монголии (11.12.2019); Южная Корея. Самая развитая страна Азии (08.01.2020); США – Канада. Самая необычная граница Мира (19.06.2020); Мексика – США. Как перебираются через Границу (16.10.2020); Южный Судан. Война Племен в диких Джунглях (18.03.2021); Курилы. Бывшая Япония. Итуруп (24.10.2021); Исландия: Самая дорогая страна Мира (18.11.2021); Опасная Эфиопия. Самая воюющая страна Африки в 2021 (30.12.2021).

Отобранные материалы были исследованы методом комплексного риторического анализа, который предполагает установление специфики коммуникативных переменных (время, место, тональность, тема, код, фактура, канал, обстановка, технология и т.д.), которые обуславливают своеобразие коммуникативных целей и средств их достижения у конкретного блогера.

## Результаты

Первым рассмотрим творчество А. Птушкина, одного из самых известных представителей трэвел-журналистики на YouTube. Более всего Антон известен высоким качеством операторской работы, которая является его основным преимуществом при описании страны и фиксировании путешествия. Также стоит отметить, что для А. Птушкина характерно описывать страну за один выпуск. Вероятно, что эта традиция, определившая специфику ведения авторского блога, появилась со времен его работы в телепередаче «Орел и Решка». Остальные журналисты стараются осветить страну или регион за два выпуска и даже больше, хотя бывают и исключения.

Выделим основные жанры, которые характерны для трэвел-блога А. Птушкина:

1. Путевой очерк. Задачей данного жанра является рассказ самого журналиста о том, где он путешествует, что чувствует и каково его мнение о месте, в котором он находится. Это основной жанр любого трэвел-журналиста, однако форма его подачи может отличаться. Так, А. Птушкин делает упор на современные приемы съемки, помогающие показать то, что он видит своими глазами. Он не погружается в культурные и социальные аспекты жизни посещаемой страны

<sup>1</sup> Антон Птушкин. URL: <https://www.youtube.com/@ptuxermann>

<sup>2</sup> ХОЧУ ДОМОЙ – Путешествия, в которые вы не поедете. URL: <https://www.youtube.com/@hochudomoy>

<sup>3</sup> The Люди. URL: <https://www.youtube.com/playlist?list=PLHKivXmagkCPPVsK9bHYa0x0L-EwWoLW>

глубоко, в отличие от остальных двух журналистов. Поэтому можно сказать, что хоть это и основной жанр для трэвел-журналистики в целом, но в своих тематических направлениях и способах подачи он сильно различается – от поверхностного взгляда до попытки глубокого исследования региона.

2. Путеводитель. Для данного жанра характерно описание мест, городов и стран с туристической точки зрения. Однако есть существенный недостаток – путеводитель предлагает не погружение в страну, а лишь общее ее описание. Там, где автор мог бы задать вопросы местным жителям, рассказать больше о культуре и традициях, он просто показывает красивую картинку, не раскрывая страну концептуально.

Очерк и путеводитель – это основные жанры, которые использует А. Птушкин, а тематика его путешествий не выходит за рамки туристической поездки по стране, хоть и имеются вкрапления диалогов с местными.

Перейдем к блогу Л. Пашковского, который тоже имеет свой характерный стиль и подход к ведению авторского блога. Из представленных блогеров именно Л. Пашковский умеет лучше всего передавать мысли, чувства и взгляды людей, которых он повстречал в пути. Если сопоставить его видео с видео А. Птушкина, то мы можем хорошо увидеть, насколько сильны бывают различия между блогами одного тематического направления. Если А. Птушкин предпочитает описывать страну в общем, расставляя для людей метки, которые можно посетить, подобно путеводителю, то Л. Пашковский скорее полностью погружается в культурно-религиозную среду людей, страну которых посещает. Также здесь играет роль то, что первый делает упор на уже известные западные страны, близкие зрителю культурно, в то время как второй, наоборот, берет максимально экзотические и малопонятные страны, такие как Пакистан, Иран, Куба и т.д., показывая, как живут люди в тех регионах. Трэвел-журналистика Л. Пашковского более аналитического склада, что позволяет составить полноценное мнение о необычных местах и их жителях.

Теперь стоит выделить основные жанры, которые присущи данному трэвел-блогу:

1. Путевой очерк. О нем уже говорилось ранее, но в случае Л. Пашковского роль играет направленность и специфика погружения в страну. Здесь автор проявляет куда больший интерес к людям и общению с ними. Он старается дать зрителям возможность взглянуть на страну не столько своими глазами, сколько глазами ее жителей.

2. Интервью. Это специфический для трэвел-блогинга жанр, который Л. Пашковский смог раскрыть

максимально удачно. Если А. Птушкин делает акцент на визуальной подаче или своем восприятии страны, то Л. Пашковский предоставляет возможность оценить страну местным жителям. Таким образом у него получается раскрыть даже самые экзотические страны мира, которые кажутся нам слишком далекими и непонятными.

3. Документальное кино (*документальный* – основанный на документах, на фактах) – род кинематографа, снимающий и показывающий реальных людей в окружении реального мира либо сам этот мир с его событиями и явлениями [Романовский, 2004: 101]. Документальным является такой фильм, в основу которого легли подлинные события и реальные лица. Этот жанр тоже присутствует в блоге Л. Пашковского, но он прослеживается не так ярко.

Основные жанры Л. Пашковского – это путевой очерк, интервью и документальное кино. Каждый из них играет важную роль в формировании самого материала. Именно акцент на общении с местными жителями, т.е. использование жанра интервью, более всего отличает материалы Л. Пашковского от работ других трэвел-блогеров.

Третьим в ряду рассмотренных блогов стал авторский проект А. Лядова «The Люди», который наиболее ярко выделится своим подходом к выбору тем, силе подачи и разнообразию жанров. А. Лядов начал свою деятельность как интервьюер, целью которого было рассказать как об известных личностях (вроде А.Моргенштерна), так и сложных социальных темах (например, современное рабство). Впоследствии он смог найти свой собственный стиль и подход. Сейчас он делает больший упор на социально-проблемные места России и мира (например, Сомали или Судан). Его основная задача – рассказать о значимых явлениях и социальных проблемах стран. Когда А. Лядов путешествует по России, то прежде всего посещает те места, где есть сложности с экологией, защитой прав и т.д. Когда он путешествует по миру, то отдает предпочтение странам с тяжелой обстановкой в сфере жизни, образования и безопасности. Блог также отличает разговорная и экспрессивная речь: автор не стесняется в выражениях и может ярко описать те эмоции, которые испытал, пока находился в определенном месте.

Выделим приоритетные жанры А. Лядова (не учитывая традиционно используемые):

1. Расследование. Это отличительная особенность А. Лядова, который чаще других использует этот жанр, не совсем привычный для трэвел-журналистики. Расследование отлично подходит этому авторскому блогу, т.к. хорошо ложится на тематику и проблематику материалов. Автор раскрывает проблемные моменты

разных уголков России, будь то свалка, отравляющая город, или завод, наносящий вред окружающей среде. Тематика способствует использованию жанра, который создает ощущение погружения трэвел-журналиста не только в общие культурные моменты, но и в глубокую социальную проблематику.

2. Репортаж. Данный жанр раскрыт у А. Лядова более явно, чем у прочих трэвел-журналистов, вероятно потому, что до этого автор работал корреспондентом на ТВ-каналах. При всей нетипичности этого жанра для путешествий, он хорошо показывает данное направление с иной стороны, когда зритель больше погружается в проблематику и актуальные темы Африки, Кавказа и т. д. Это позволяет говорить о некой уникальности авторского блога «The Люди», который использует репортаж как способ раскрытия зарубежных стран и регионов России.

### Заключение

Можно сказать, что А. Лядов более всего раскрыл себя в таких жанрах, как путевой очерк, репортаж и расследования. Он использовал эту выразительную жанровую палитру для наибольшего погружения в актуальную проблематику той или иной страны. Там, где Л. Пашковский рассказывает о быте и культуре, а А. Птушкин формирует общее визуальное впечатление (эстетически конвенциональное), А. Лядов более всех стремится показать насущные социально-экономические проблемы региона, дополняя их яркой авторской оценкой и характерной речью, которая лишь усиливает его и без того особенную подачу.

Мы можем утверждать, что авторские блоги о путешествиях хоть и объединены общей тематикой, но различа-

ются в использовании жанров, подходах к связи с аудиторией и т. д. Аудитория рассмотренных блогов может как различаться, так и пересекаться, поскольку то, на какие страны они обращают внимание, на какие аспекты жизни они смотрят более пристально и насколько погружаются в быт, культуру и социальные проблемы, показывает различие, хоть и не фундаментальное. Там, где А. Птушкин выбирает культурно близкую нам страну для общей красоты визуальной части, Л. Пашковский предпочитает такие неизведанные и экзотические страны, как Пакистан или Тибет. Там, где Л. Пашковский максимально вливается в местную жизнь и показывает ее изнутри, А. Лядов посещает самые опасные места, чтобы с большой долей адреналина, динамично, живо и ярко раскрыть их проблемы с самой неожиданной стороны.

Можно утверждать, что каждый трэвел-блог уникален, как и выбор их тематики, жанров и способов использования, поэтому стоит обратить внимание на эту часть журналистики, ведь сегодня она получает все больший потенциал для воздействия на аудиторию.

**Конфликт интересов:** Авторы заявили об отсутствии потенциальных конфликтов интересов в отношении исследования, авторства и / или публикации данной статьи.

**Conflict of interests:** The authors declared no potential conflicts of interests regarding the research, authorship, and / or publication of this article.

**Критерии авторства:** Авторы в равной степени участвовали в подготовке и написании статьи.

**Contribution:** All the authors contributed equally to the study and bear equal responsibility for information published in this article.

### Литература / References

- Боровенков А. Е. Videоблогинг: сетевые коммуникации и коммуникативные позиции. *Человек. Культура. Образование*. 2016. № 1. С. 17–23. [Borovenkov A. E. Videoblogs: network communication and communication position. *Chelovek, kultura i obrazovanie*, 2016, (1): 17–23. (In Russ.)] EDN: XERBHH
- Вахрушев И. Б., Морозова Е. Е. Трэвел-журналистика как вид продвижения туристских территорий: анализ тенденций, тренды, перспективы для Республики Крым. *Ученые записки Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского. География. Геология*. 2020. Т. 6. № 2. С. 42–55. [Vakhrushev I. B., Morozova E. E. Travel journalism as a type of promotion of tourist territories: analysis of trends, trends, prospects for the Republic of Crimea. *Uchenye zapiski Krymskogo federal'nogo universiteta imeni V. I. Vernadskogo. Geografiya. Geologiya*, 2020, 6(2): 42–55. (In Russ.)] EDN: VWTNWL
- Ермоленкина Л. И., Костяшина Е. А. Механизмы дискурсивной трансформации институциональной психологической практики в пространстве массмедиа (на материале блога М. Лабковского и радиопрограмм с его участием). *Виртуальная коммуникация и социальные сети*. 2022. Т. 1. № 2. С. 78–84. [Yermolenkina L. I., Kostyashina Ye. A. Discourse transformation tools of institutional psychological practice in mass media: M. Labkovskiy's blog and radio programs. *Virtual Communication and Social Networks*, 2022, 1(2): 78–84. (In Russ.)] EDN: VAPWAM

- Коломина В. В. Современные тенденции развития авторской журналистики в контексте интернет-пространства. *Вестник Чувашского университета*. 2007. № 4. С. 295–298. [Kolomina V. V. Modern trends in the development of online auteur journalism. *Bulletin of the Chuvash University*, 2007, (4): 295–298. (In Russ.)] EDN: JWXDEX
- Паниковская М. А. Специфика трэвел-журналистики в блогосфере. *Медиасреда*. 2016. № 11. С. 85–91. [Panicovskaya M. A. The specifics of travel journalism in the blogosphere. *Mediasreda*, 2016, (11): 85–91. (In Russ.)] EDN: XENXDD
- Показаньева И. В. Теоретическое осмысление основ трэвел-блогинга. Функциональные отличия трэвел-блогера и трэвел-журналиста. *Universum: филология и искусствоведение*. 2015. № 3-4. [Pokazanyeva I. V. Theoretical foundations of travel blogging. functional differences between travel blogger and travel journalist. *Universum: filologiya i iskusstvovedenie*, 2015, (3-4). (In Russ.)] URL: <http://7universum.com/ru/philology/archive/item/2083> (дата обращения: 10.07.2022).
- Рабкина Н. В., Бахтина Л. С. Beauty- и fashion-блоги: трудности перевода. *Виртуальная коммуникация и социальные сети*. 2022. Т. 1. № 3. С. 143–149. [Rabkina N. V., Bakhtina L. S. Beauty and fashion blogs: lost in translation. *Virtual Communication and Social Networks*, 2022, 1(3): 143–149. (In Russ.)] <https://doi.org/10.21603/2782-4799-2022-1-3-143-149>
- Романовский И. И. Масс-медиа: Словарь терминов и понятий. М.: Союз журналистов России, 2004. 477 с. [Romanovskii I. I. *Mass media: dictionary of terms and concepts*. Moscow: Soyuz zhurnalistov Rossii, 2004, 477. (In Russ.)]
- Силкин В. В., Акоюян П. Р. Феномен и специфика блога как социокультурного явления. *StudNet*. 2020. № 10. [Silkin V. V., Akopyan P. R. Blog phenomenon and specificity as a sociocultural phenomenon. *StudNet*, 2020, (10). (In Russ.)] URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/fenomen-i-spetsifika-bloga-kak-sotsiokulturnogo-yavleniya> (дата обращения: 10.07.2022).
- Штейман М. С., Покачалова А. В. Тенденции развития и функционирования трэвел-журналистики в информационном поле российских СМИ. *Вопросы теории и практики журналистики*. 2019. Т. 8. № 1. С. 129–146. [Shteyman M. S., Pokachalova A. V. Tendencies of the development and functioning of travel journalism in the information field of Russian media. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki*, 2019, 8(1): 129–146. (In Russ.)] [https://doi.org/10.17150/2308-6203.2019.8\(1\).129-146](https://doi.org/10.17150/2308-6203.2019.8(1).129-146)

оригинальная статья

## О центростремительной тенденции в комментировании новостей в социальных сетях

Голев Николай Данилович

Кемеровский государственный университет, Кемерово, Россия

Сушкина Мария Анатольевна

Кемеровский государственный университет, Кемерово, Россия

mariya.sushkina@mail.ru

Поступила в редакцию 18.08.2022. Принята после рецензирования 18.09.2022. Принята в печать 28.09.2022.

**Аннотация:** В статье рассматривается соотношение центростремительной и центробежной тенденций комментирования публикаций в Интернете. Основное внимание уделено центростремительной тенденции. Цель – исследование аспекта системности комментирования новостей в социальных сетях. Выбор подхода и методики обусловлен научной гипотезой о саморазвивающемся характере общения в социальных сетях, что может позволить выяснить, в какой мере субъектность обсуждения новостей в Интернете может быть передана самому диалогу через текст комментариев. Первоначальный текст, размещенный в Интернете, становится основой для комментариев, также являющихся самостоятельными текстами (в большинстве случаев ориентированными на изначальный), и трансформируется в сложную разветвленную сеть. Так, отклики формируют целые цепочки и ветви обсуждений. Такие цепочки выступают предметом исследования. Материалы – интернет-текст из социальной сети ВКонтакте и комментарии к нему, составленная по ним ментальная карта. Было доказано, что соотношение центростремительной и центробежной тенденций системно; системность первоначального текста обуславливает системность комментариев к нему. Выявление закономерностей их соотношения показывает, как саморазвивающийся характер общения создает новые, требующие изучения лингвистические явления. Тема имеет исследовательские перспективы как в интернет-лингвистике, так и в текстодериватологии при изучении лингвосинергетических факторов текстовой динамики.

**Ключевые слова:** социальные сети, интернет-текст, комментарии, комментаторы, центростремительная тенденция, центробежная тенденция

**Цитирование:** Голев Н. Д., Сушкина М. А. О центростремительной тенденции в комментировании новостей в социальных сетях. *Виртуальная коммуникация и социальные сети*. 2022. Т. 1. № 4. С. 185–190. <https://doi.org/10.21603/2782-4799-2022-1-4-185-190>

full article

## Centripetal Trend in Comments to News in Social Networks

Nikolay D. Golev

Kemerovo State University, Kemerovo, Russia

Maria A. Sushkina

Kemerovo State University, Kemerovo, Russia

mariya.sushkina@mail.ru

Received 18 Aug 2022. Accepted after peer review 18 Sep 2022. Accepted for publication 28 Sep 2022.

**Abstract:** The article considers the ratio of centripetal and centrifugal tendencies in online commenting. The research objective was to describe the consistency of comments to news texts published in social networks. This article focuses on the results obtained on the centripetal trend. The approach and methodology were based on the scientific hypothesis about the self-developing nature of communication in social networks. According to this hypothesis, the degree of subjectivity of online news discussion can be transmitted to the dialogue through the text of its comments. The original news text becomes the basis for comments, which are independent texts focused on the original news. As a result, the original text turns into a complex branched network. Comments develop as chains or branches of discussion responses, which can be analyzed. This research featured an Internet text from the Vkontakte social network, its comments, and their mental map. The ratio of centripetal and centrifugal tendencies revealed a certain pattern: the consistency of the original text determined

the consistency of comments. The patterns of their correlation showed how the self-developing nature of communication created new linguistic phenomena. The article is of interest to specialists in Internet communication and social networks.

**Keywords:** social networks, internet text, comments, commentators, centripetal trend, centrifugal trend

**Citation:** Golev N. D., Sushkina M. A. Centripetal Trend in Comments to News in Social Networks. *Virtual Communication and Social Networks*, 2022, 1(4): 185–190. (In Russ.) <https://doi.org/10.21603/2782-4799-2022-1-4-185-190>

## Введение

Одна из многих нерешенных проблем в сфере изучения различных феноменов и закономерностей общения в сети Интернет связана с субъектностью коммуникативного процесса и динамикой текстовой деятельности. Традиционно коммуникативный процесс связывается с такими субъектами, как адресант или адресат сообщения. Для адресата часто актуализируется позиция интерпретатора сообщения, полученного адресатом от адресанта. В статье акцент сделан на саморазвивающемся характере общения в социальных сетях. Рассматривается, в какой мере субъектность обсуждения новостей в Интернете может быть передана самому диалогу или даже тексту комментариев, в которых он воплощен. Мы исходим из положения, что языковой материал является живым материалом, имеющим свою внутреннюю энергетику, и считаем правомерным рассматривать движение языкового материала как синергетический процесс со своими внутренними закономерностями. Статья посвящена их выявлению и описанию.

Интернет создает особые импульсы, благодаря которым происходит саморазвитие диалога комментаторов вокруг какого-либо текста, выступающего как воплощение в языковой форме какой-либо социально значимой новости. С одной стороны, развитие связано с исходным текстом, в котором участники видят какие-то свои интересы и предпочтения, требующие обсуждения, и тем самым вольно или невольно «перетягивают» других участников диалога на свою «площадку», провоцируют оппонентов высказать свое мнение. Таким образом, текст как объективный феномен представляет собой эпицентр центростремительных тенденций, которые противостоят центробежным тенденциям, формирующимся уже в поле диалога и уходящим от первоначального текста.

Рассмотрим центростремительную тенденцию комментирования (диктум). Текст новости дается в диалогическом пространстве интернет-обсуждения как основа для комментирования. В статье внимание акцентировано на том, что исходный текст организован объективным фактором (без мнения автора, в отличие от субъективного комментария). Представление исходного текста как развивающегося процесса актуализирует деривационную сторону диалогообразования (один фрагмент диалога образуется от другого, исходный текст детерминирует производный).

В лингвистической литературе по дериватологии активно выявляются определенные особенности и элементы очерченного процесса. Его деривационный аспект, в том числе влияние на организацию персоналогического пространства текста, изучали многие отечественные лингвисты [Мурзин, Штерн 1991; Мельник 2013, Гусар 1995 и др]. В диалогической лингвистике значительный вклад в изучение механизмов саморазвития диалога внесла Н. Н. Шпильная [Шпильная 2019]. Несмотря на значимые результаты дериватологии, многие вопросы, непосредственно связанные с интернет-общением, остались нерешенными.

Считаем важным подчеркнуть, что мы не связываем центростремительную тенденцию обсуждения новостей в интернете исключительно с объективной (материализованной) стороной диалога (самого обсуждаемого текста, реплик и комментариев участников). Мы считаем, что субъективная сторона также способствует центростремлению и преодолению расширяющегося в бесконечной субъективной вариативности текста. В. Гумбольдт в свое время глубоко вскрыл диалектику индивидуальной и социальной природы языка и речи. Социальная сторона общения подразумевает, что участники не только индивидуумы со своей неповторимой комбинацией особенных черт, но и типовые представители языкового коллектива. Индивидуальное – особенное – общее присутствует в каждом диалоге и в каждой его реплике. Индивидуум выступает в обсуждении новостей и как центр притяжения, и как центр отталкивания. Причем и то и другое имеет как центробежный, так и центростремительный потенциал.

Здесь же отметим, что центробежные тенденции в первую очередь олицетворяют субъективную природу языковой личности участника интернет-обсуждения. Данный аспект широко представлен в интернет-лингвистике: изучены типы виртуальной личности в интернете [Кондрашева, Тонких 2019; Зекерьяев 2019 и др.], особенности комментария как интернет-текста [Иванова, Зубарева 2013; Карпоян 2015; Колокольцева 2011; Топчий 2020]. Также активно изучаются тенденции комментирования, выявляются типы комментаторов как языковых личностей.

Неверно было бы утверждать, что исходный или вторичный текст, будучи объективным феноменом,

не содержит центробежного потенциала. Любой текст объективно неоднороден как по модусу, так и по диктуму и представляет собой сложную совокупность разнозаряженных точек, фрагментов, линий и пунктиров, давая возможность его интерпретатору актуализировать разные смыслы и модальности. Это касается в том числе и текста диалога, который неизбежно неоднороден в этом смысле.

Таким образом, исходная гипотеза исследования, которая состояла в том, что центристскую тенденцию организует объективный фактор (обсуждаемая новость), центробежную – субъективный (различие общественных и индивидуальных интересов и типов личностей, участвующих в обсуждении), трансформировалась в гипотезу о более сложной природе названных тенденций [Зекерьяев 2019].

Важным исходным посылом работы являлся тезис, что все комментарии, написанные к одному посту, составляют целостный текст, организованный как системно-структурное образование, являющееся результатом равновесия двух тенденций. Системная целостность диалогического текста организуется взаимодействием двух тенденций – к центру и от центра. По мнению Л. Н. Мурзина и А. С. Штерна, «диалог мы можем рассматривать как один текст. Но ничто нам не мешает и в каждой реплике (которая, например, может состоять из нескольких предложений) видеть особый текст, тогда все смежные реплики будут его окружением (дистрибуцией)» [Мурзин, Штерн 1991: 8]. Иначе говоря, рассмотрению может подлежать как цепочка комментариев, так и вся система в целом, поскольку каждый комментарий является отдельным текстом, особенности образования которого следует изучить. Также исследователи считают, что «нет ничего удивительного в том, что на уровне текста, где число единиц становится фактически бесконечным, синтагматические и парадигматические отношения перестают быть заданными, заранее фиксированными, как бы "навязанными" говорящим со стороны языка» [Мурзин, Штерн 1991: 9]. Таким образом, язык свободен, тем более в Интернете, где пользователи с помощью текста комментария выражают свою позицию разными способами и подходами.

## Методы и материалы

Материалом является новостной текст из социальной сети ВКонтакте, опубликованный 1 октября 2021 г.<sup>1</sup> в сообществе «Типичный Кемерово» и 115 единиц комментариев к нему. В рамках цепочек для выявления

механизма развития диалога 44 комментария рассмотрены подробнее. Выявлялась их связь с первотекстом (опирается ли комментатор на определенные слова из первотекста или предыдущего комментария, какой ход принимает обсуждение с каждым новым комментарием), а также соотношение объективности и субъективности первотекста и комментариев.

По материалу составлена ментальная карта. Использованы такие эмпирические методы, как наблюдение и описание (при сборе материала). Из теоретических методов применены анализ и индукция (анализ цепочек комментариев и общий вывод на его основе).

Практическая часть исследования заключается в анализе цепочек комментариев, выявлении особенностей механизма образования и некоторых других важных параметров.

## Результаты

Прежде чем перейти к анализу, стоит отметить некоторые замечания, которые подтверждают целесообразность целостно-системного исследования комментариев в их связи с первотекстом.

Одним из двух основополагающих факторов центробежной тенденции является наличие субъективных и объективных текстовых факторов. Анализ центристского аспекта в нашем исследовании осуществляется следующим образом: в первую очередь отмечается, на какие именно слова (или тематику) последовала реакция комментатора и как продолжилась эта тема в дальнейшем (и продолжилась ли вообще). Показаны также изменения темы: остается ли она первоначальной или меняется по ходу диалога: расширяется, выходя за рамки конкретного предмета, или сужается, полностью уходя в «рамки». Иначе говоря, анализируется текстовая «сцепка» поста и комментария.

Вторым основополагающим фактором центристской тенденции является персонный фактор, отражающий индивидуальную, личностную сторону тенденции. Объектом персонного фактора являются типы персон (в нашем случае – комментаторов), а также их отталкивания и притягивания. Субъективный элемент заключается в том, что каждый комментатор, делая «сцепку» с первоначальным текстом, изъясняя свою мысль, проявляет определенные личностные качества и показывает возможное отношение какого-либо личностного типа к конкретному тексту или отрывку из текста.

В процессе исследования была составлена ментальная карта анализируемого поста из социальной

<sup>1</sup> Кемерово и Новокузнецк станут городами-миллионниками? *Типичный Кемерово*. URL: [https://vk.com/wall-32699126\\_1727848](https://vk.com/wall-32699126_1727848) (дата обращения: 02.09.2022).

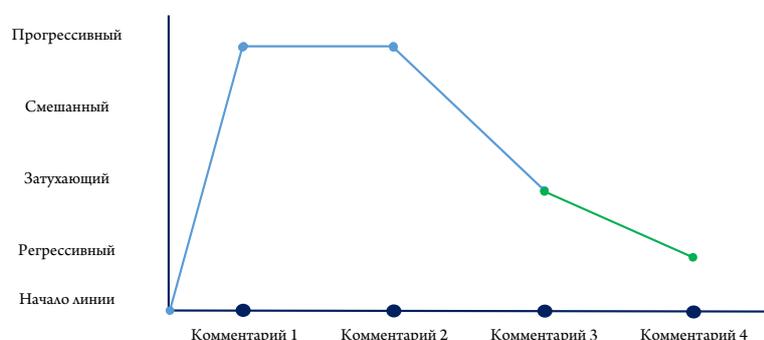
сети ВКонтакте<sup>2</sup>. Ментальная (интеллектуальная) карта – это «особый вид записи материала в виде радиальной структуры, то есть структуры, которая исходит от центра к краям, постепенно разветвляющейся на более мелкие части» [Гаврилова, Таран 2019: 2]. В случае с анализом поста карта позволила наглядно рассмотреть цепочки комментариев и объединить их по «сцепкам»

с первотекстом, отображая путь центростремительной связи комментариев с постом.

Для анализа цепочек комментариев были составлены графики по типу развития дискуссии: прогрессивному, смешанному, затухающему и регрессивному. Наглядный анализ цепочки комментариев представлен в табл.<sup>3</sup>, график типа развития диалога – на рис.

Табл. Анализ цепочки комментариев  
Tab. Comment chain analysis

Комментарий	Анализ
<i>Татьяна Липатова:</i> Не смогли продумать транспортную развязку на Московскую площадь элементарно! Интересно, как подобными мозгами собираются грамотно продумать обеспечение приезжающих, как они думают, работой/ жильем/дорогами/парковками.... ТЦ все позакрывали - негде стало элементарно одеваться нормально, не говоря уже о чем то ещё!!!!	Цепочка проблемы населения – транспортная развязка и осуждение управления региона. Прогрессивный тип развития.
<i>Серёжа Фартов:</i> Татьяна, все комментаторы делятся на тех кого бесит открытие новых ТЦ, и тех кого бесит закрытие старых 🤔	Второй комментатор иронизирует над первым, при этом значительно сужая тему первого комментария (причем не в рамках глобального значения этой темы, а в рамках обсуждения других цепочек комментариев под этим постом). Прогрессивный тип развития.
<i>Татьяна Липатова ответила Серёже:</i> Серёжа, я не про ТЦ говорила! Это только 10 часть из моего послания!!!	Первый комментатор реагирует на сужение темы, показывая, что материала для обсуждения еще много. Затухающий тип развития.
<i>Город Кемерово ответил Татьяне:</i> Татьяна Липатова, здравствуйте. В настоящее время продолжают работы по благоустройству территории в районе Московской площади. До площади можно добраться на маршрутах 8т и 83т. В настоящий момент вопрос о запуске муниципальных маршрутов по пр. Притомскому находится на рассмотрении в управлении транспорта и связи администрации города Кемерово. Торговые центры в городе закрыты в связи с выявленными нарушениями требований пожарной безопасности. Собственники зданий проводят мероприятия по устранению выявленных нарушений. После устранения выявленных нарушений работа торговых центров будет возобновлена.	Третьим участником диалога является официальная страница города Кемерово. Возвращается первоначальная тема обсуждения: транспортная развязка и закрытие торговых центров. Поясняются причины и предположительное время разрешения проблемы. Регрессивный тип развития.



Прим.: синяя линия – основная линия обсуждения, диалог, который ведется между двумя пользователями; зеленая линия – переход на обсуждение с другим пользователем.

Рис. График типа развития диалога  
Fig. Type of dialogue development

<sup>2</sup> Ментальная карта поста «Кемерово и Новокузнецк станут городами-миллионниками?». *MindMeister*. URL: <https://www.mindmeister.com/ru/2083260090?t=XZYeQX5T4m> (дата обращения: 04.09.2022).

<sup>3</sup> Цитаты приведены с сохранением орфографии авторов.

## Заключение

Проанализированы цепочки комментариев, разработана типология их связи с текстом, выявлены деривационные закономерности развития исходного текста, в частности, доказано, что центростремительная тенденция имеет свои движущие силы.

Можно сделать вывод, что сформулированная научная гипотеза подтверждена: комментарии к интернет-тексту (в данном случае – к посту в социальной сети ВКонтакте) составляют целостную систему, формируемую воздействием как центростремительной тенденции (комментарии ориентируются на интернет-текст и социальную персонную детерминацию диалога, на систему персон-участников коммуникации), так и центробежной тенденции (комментарии изначального текста, организуемые в соответствии с субъективными данными, которые пользователи пишут друг другу, как бы продолжают первотекст и извлекают из него различающиеся компоненты и планы).

Центростремительную тенденцию составляет объективный фактор (обсуждаемая новость) и субъективный фактор (общность, в отдельных случаях разность интересов комментаторов, объединяющих фрагменты обсуждения в текстовые единства), а центробежную – субъективный (индивидуальные и общественные интересы, проявляющиеся в диалоге и типы личностей

комментаторов). В числе центробежных факторов находится и текстовая неоднородность, стимулирующая избрание комментатором разных пресуппозиций для своей ветви обсуждения. В статье основное внимание уделено центростремительной тенденции, обуславливающей системность комментирования и текста комментариев как текстового единства.

Полагаем, что тема имеет перспективы в контексте исследования как в интернет-лингвистике, так и в текстодериватологии при изучении лингвосинергетических факторов текстовой динамики.

**Конфликт интересов:** Авторы заявили об отсутствии потенциальных конфликтов интересов в отношении исследования, авторства и / или публикации данной статьи.

**Conflict of interests:** The authors declared no potential conflicts of interests regarding the research, authorship, and / or publication of this article.

**Критерии авторства:** Авторы в равной степени участвовали в подготовке и написании статьи.

**Contribution:** All the authors contributed equally to the study and bear equal responsibility for information published in this article.

## Литература / References

- Гаврилова А. С., Таран В. Н. Интеллектуальные карты (ментальные карты). Применение интеллект-карт в учебной деятельности, планировании и управлении. *Наука и перспективы*. 2019. № 4. С. 3–8. [Gavrilova A. S., Taran V. N. Mind map (mental cards). Application of intelligence cards in educational activities. *Nauka i perspektivy*, 2019, (4): 3–8. (In Russ.)] EDN: RDVIVS
- Гусар Е. Г. Роль суппозитивного фактора в деривации означаемого лексической единицы текста (на материале современного русского языка): дис. ... канд. филол. наук. Барнаул, 1995. 140 с. [Gusar E. G. *The role of a positive factor in the derivation of the signified lexical unit of the text (based on the material of the modern Russian language)*. Cand. Philol. Sci. Diss. Barnaul, 1995, 140. (In Russ.)]
- Зекерьяев Р. И. Типы виртуальной личности интернет-пользователя. *Ученые записки. Электронный научный журнал Курского государственного университета*. 2019. № 1. С. 255–263. [Zekeriaev R. I. Types of virtual personality of an Internet user. *Uchenye zapiski. Elektronnyi nauchnyi zhurnal Kurskogo gosudarstvennogo universiteta*, 2019, (1): 255–263. (In Russ.)] EDN: EBKDOWN
- Иванова С. В., Зубарева В. М. Жанровые особенности коммента как интернет-текста. *Вестник Башкирского университета*. 2013. Т. 18. № 4. С. 1147–1151. [Ivanova S. V., Zubareva V. M. Genre characteristics of comment as Internet-texts. *Vestnik Bashkirskogo universiteta*, 2013, 18(4): 1147–1151. (In Russ.)] EDN: RUOZNP
- Карпоян С. М. Функции комментария на различных коммуникативных платформах социальных сетей. *Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки*. 2015. № 11-2. С. 242–245. [Karpoyan S. M. The function of commentary on the various communication platforms of social networks. *Humanities, Social-economic and Social Sciences*, 2015, (11-2): 242–245. (In Russ.)] EDN: VBGWGD
- Колокольцева Т. Н. Диалог и диалогичность в интернет-коммуникации. *Известия Волгоградского государственного педагогического университета*. 2011. № 8. С. 128–133. [Kolokoltseva T. N. Dialogues in Internet communication. *Izvestia of the Volgograd State Pedagogical University*, 2011, (8): 128–133. (In Russ.)] EDN: OOARSB

- Кондрашева Е. В., Тонких М. С. Текст и личность в виртуальной реальности. *Эпоха науки*. 2019. № 18. С. 130–133. [Kondrasheva E. V., Tonkikh M. S. Text and personality in virtual reality. *Era of Science*, 2019, (18): 130–133. (In Russ.)] <https://doi.org/10.24411/2409-3203-2018-11829>
- Мельник Н. В. Деривационное функционирование русского текста в персонологическом пространстве. *Филология и человек*. 2013. № 3. С. 115–129. [Melnik N. V. Derivational functioning of the Russian discourse in the personological area. *Philology & Human*, 2013, (3): 115–129. (In Russ.)] [https://doi.org/10.14258/filichel\(2013\)3-14](https://doi.org/10.14258/filichel(2013)3-14)
- Мурзин Л. Н., Штерн А. С. Текст и его восприятие. Свердловск: УрФУ, 1991. 171 с. [Murzin L. N., Shtern A. S. *Text and its comprehension*. Sverdlovsk: UrFU, 1991, 171. (In Russ.)]
- Топчий И. В. Комментарий в социальных медиа. *Знак: проблемное поле медиаобразования*. 2020. № 2. С. 157–162. [Topchy I. V. Commentary in social media. *Znak: problemnoe pole mediaobrazovaniya*, 2020, (2): 157–162. (In Russ.)] <https://doi.org/10.24411/2070-0695-2020-10216>
- Шпильная Н. Н. Гомологическая симметрия лексемы и текста как семиотическое условие деривационного функционирования текста (на материале текстов повседневной сетевой коммуникации). *Вестник МГПУ. Серия: Филология. Теория языка. Языковое образование*. 2019. № 3. С. 51–61. [Shpilnaya N. N. Homological symmetry of lexeme and text as semiotic condition of derivational functioning of the text (based on the routine network communication texts). *Vestnik MGPU. Seriya: Filologiya. Teoriya yazyka. Yazykovoe obrazovanie*, 2019, (3): 51–61. (In Russ.)] <https://doi.org/10.25688/2076-913X.2019.35.3.06>

оригинальная статья

## Сетевой фрейм *враждебное столкновение* в русскоязычных интернет-комментариях

Девятияров Дмитрий Владимирович

Новосибирский военный ордена Жукова институт имени генерала армии И. К. Яковлева войск национальной гвардии  
Российской Федерации  
Новосибирск, Россия  
d.devyatiarov@yandex.ru

Поступила в редакцию 20.08.2022. Принята после рецензирования 27.09.2022. Принята в печать 28.09.2022.

**Аннотация:** В связи со сложной политической обстановкой в мире многие интернет-ресурсы, в том числе видеохостинг YouTube, становятся площадкой для ведения информационно-психологической войны. Просмотр видеороликов и чтение комментариев к ним может оказывать манипулятивное воздействие на пользователей, т.к. в результате взаимодействия ментальных структур и структур языка возникают фреймы. Предмет – структура и содержание сетевого фрейма *враждебное столкновение*, объект – тексты интернет-комментариев к русскоязычному видеоролику, посвященному специальной военной операции на территории Украины. Изучено содержание фреймов в интернет-комментариях и выдвинуто предположение, что за счет таких особенностей сетевого дискурса, как анонимность и модерация со стороны владельцев интернет-ресурса, в сети формируются особые сетевые варианты фреймов. Анализ фрейма *враждебное столкновение* позволил выявить лексические единицы, составляющие его основу и проанализировать содержание его обязательных и необязательных элементов в рамках лингвистики информационно-психологической войны.

**Ключевые слова:** Интернет, интернет-коммуникация, лингвистика информационно-психологической войны, сетевые фреймы, наивный политический дискурс, интернет-комментарии

**Цитирование:** Девятияров Д. В. Сетевой фрейм *враждебное столкновение* в русскоязычных интернет-комментариях. *Виртуальная коммуникация и социальные сети*. 2022. Т. 1. № 4. С. 191–195. <https://doi.org/10.21603/2782-4799-2022-1-4-191-195>

full article

## Network Frame *Hostile Encounter* in Russian Internet Comments

Dmitriy V. Devyatiarov

Novosibirsk Military Institute of the National Guard Troops of the Russian Federation  
Novosibirsk, Russia  
d.devyatiarov@yandex.ru

Received 20 Aug 2022. Accepted after peer review 27 Sep 2022. Accepted for publication 28 Sep 2022.

**Abstract:** The article deals with the structure and content of the network frame *hostile encounter* in the Internet comments to a Russian video that featured the special military operation in Ukraine. The current political situation has turned many Internet resources into a platform of information-psychological warfare. Network discourse is anonymous and moderated by the resource owners. For instance, YouTube videos and comments can have a manipulative effect on Internet users, who develop certain mental frames as a result of interaction of mental and language structures. Charles Fillmore defined frames as structured knowledge that unites elements and associations related to specific cultural realities, situations, and events from human experience. The author believes that Internet comments may shape certain network variants of frames. The analysis of the network frame *hostile encounter* made it possible to identify the lexical units that make up its core, as well as to analyze the content of its obligatory and non-obligatory elements within the linguistics of information-psychological warfare.

**Keywords:** Internet, Internet communication, linguistics of information-psychological warfare, network frames, naive political discourse, Internet comments

**Citation:** Devyatiarov D. V. Network Frame *Hostile Encounter* in Russian Internet Comments. *Virtual Communication and Social Networks*, 2022, 1(4): 191–195. (In Russ.) <https://doi.org/10.21603/2782-4799-2022-1-4-191-195>

## Введение

В связи с обострившейся политической обстановкой в мире все более актуальными становятся исследования в области политической лингвистики. Большой интерес вызывает изучение не только институционального дискурса, но и наивного политического дискурса, который находится «на пересечении политического и бытового дискурсов, в нем отражается обыденное политическое сознание рядового носителя языка» [Мельник 2017: 47].

К такому типу дискурса, в частности, относят политические интернет-комментарии, лингвопрагматические особенности которых рассматриваются в рамках изучения виртуальной коммуникации [Рольгайзер 2022]. Необходимость их изучения объясняется тем, что в отличие от традиционных СМИ, в комментариях способ передачи информации является горизонтальным, а не вертикальным, т. е. она передается от пользователя к пользователю, а не от государства к обществу [Ибрагимов 2015].

Тексты комментариев могут вызывать у читателей доверие и использоваться в качестве инструмента информационно-психологической войны, прочно занимающая свое место в современном медиапространстве, являющемся «ценностным пространством современных средств массовой информации – "ареной" ценностного взаимодействия участников коммуникации, "трибуной" трансляции значимых ориентиров общественного развития» [Энс 2022: 16].

В настоящее время активно развивается новая отрасль языкознания – лингвистика информационно-психологической войны. Приверженцы когнитивно-дискурсивного направления при изучении этого феномена рассматривают информационную войну как концептуальную структуру. В качестве элементов этой структуры многие исследователи предлагают рассматривать фреймы [Кушнерук 2020; Цыцаркина 2018; Гуторович 2017; Константинов 2015]. Изучив содержание фреймов в интернет-комментариях, автор предполагает, что в сети формируются их особые сетевые варианты, что обусловлено особенностями сетевого дискурса (модерация, анонимность).

Поскольку в настоящий момент Россия проводит специальную военную операцию на территории Украины, автор

рассматривает содержание сетевого фрейма *враждебное столкновение* на материале русскоязычных интернет-комментариев. Таким образом, объектом исследования служат тексты интернет-комментариев, предметом – сетевой фрейм *враждебное столкновение*.

## Методы и материалы

Для исследования сетевого варианта русскоязычного варианта фрейма *враждебное столкновение* были выбраны комментарии к видеоролику «СПЕЦОПЕРАЦИЯ, ПРОСТИТЕ. Что будет с Россией?» от 9 марта 2022 г. на видеохостинге YouTube<sup>1</sup>. В качестве источников были использованы: словарь Даля<sup>2</sup>, Ефремовой<sup>3</sup>, Большой энциклопедический словарь<sup>4</sup> и др.

Исследование опирается на предыдущую работу, в которой был изучен сетевой вариант фрейма *hostile encounter* (враждебное столкновение) на материале англоязычных комментариев к видеоролику "Why Russia is invading Ukraine" на видеохостинге YouTube [Девятыйarov 2022].

## Результаты

Изначально фрейм *hostile encounter* был описан Ч. Филлмором и его последователями и размещен на интернет-ресурсе *FrameNet*, представляющем собой обширную базу фреймов. Вслед за Ч. Филлмором под фреймами мы понимаем структуру знаний, в которой различные элементы и ассоциации соотносятся с конкретными реалиями культуры, ситуациями и событиями из человеческого опыта [Филлмор 1988].

Ресурс *FrameNet* дает фрейму *hostile encounter* следующее определение: "This frame consists of words that describe a hostile encounter between opposing forces (Side\_1 and Side\_2, collectively conceptualizable as Sides) over a disputed Issue and / or in order to reach a specific Purpose" (Этот фрейм состоит из слов, описывающих враждебное столкновение между противоборствующими силами (сторона 1 и сторона 2, совместно концептуализируемые как стороны) из-за спорного вопроса и / или для достижения определенной цели)<sup>5</sup>.

Из определения следует, что помимо ядерных лексических единиц, фрейм включает в себя ряд обязательных элементов, таких как *сторона 1, сторона 2, спорный*

<sup>1</sup> СПЕЦОПЕРАЦИЯ, ПРОСТИТЕ. Что будет с Россией? *You Tube*. URL: <https://youtu.be/oGDPc9WFYBE> (дата обращения: 03.09.2022).

<sup>2</sup> Даль В. И. Толковый словарь живого великорусского языка; совмещ. ред. изд. В. И. Даля и И. А. Бодуэна де Куртенэ, науч. ред. Л. В. Беловинский. М.: ОЛМА Медиа Групп, 2009. 573 с.

<sup>3</sup> Ефремова Т. Ф., Костомаров В. Г. Словарь грамматических трудностей русского языка: более 2 500 слов. М.: Астрель, 2009. 379 с.

<sup>4</sup> Большой энциклопедический словарь, гл. ред. А. М. Прохоров. М.; СПб.: Советская энциклопедия; Фонд «Ленингр. галерея», 2002. 1628 с.

<sup>5</sup> Hostile encounter. *Frame Index*. URL: [https://framenet2.icsi.berkeley.edu/fnReports/data/frameIndex.xml?frame=Hostile\\_encounter](https://framenet2.icsi.berkeley.edu/fnReports/data/frameIndex.xml?frame=Hostile_encounter) (accessed 15 Jul 2022). Здесь и далее по тексту перевод выполнен автором статьи.

*вопрос* и *цель*. На странице, посвященной данному фрейму, указываются некоторые необлигаторные элементы, которые также могут входить в его состав – *место, время, описание* и др.

Автор предположил, что фрейм *hostile encounter* характерен не только для английского языка, но может конструироваться и в сознании носителей русского языка. Сделана попытка его реконструкции на основе словарных статей, описывающих слова, связанные с конфликтной тематикой (конфликт, война, вражда, противостояние, столкновение, сражение и др.).

Анализ словарных статей позволил выявить наличие всех облигаторных компонентов, характерных для англоязычной версии этого фрейма. Например, указание на участников враждебного столкновения прямо или косвенно присутствует во всех статьях, описывающих рассматриваемые лексические единицы: «конфликт – столкновение между спорящими несогласными»<sup>6</sup>. Облигаторный компонент *спорный вопрос* также выражен достаточно эксплицитно: «столкновение – спор, ссора на почве разногласий»<sup>7</sup>. Облигаторный компонент *цель* можно проиллюстрировать следующим примером: «атака – решительные действия с целью добиться чего-л»<sup>8</sup>.

Дальнейший фреймовый анализ заключался в определении ключевых лексических единиц исследуемого сетевого фрейма, а также его облигаторных и необлигаторных элементов. Из 300 наиболее популярных комментариев к русскоязычному ролику были выделены лексические единицы, объективирующие в них сетевой фрейм *враждебное столкновение: война – 41 %, нападать – 15 %, убивать – 11 %, конфликт – 7 %, воевать – 6 %, бомбить – 5 %, спецоперация – 2 %, атаковать – 1 %, обстреливать – 1 %, избивать – 1 %, уничтожение – 1 %, наступать – 1 %, уничтожить – 1 %, расхерачить – 1 %, бой – 1 %, поглощать – 1 %, конфликтовать – 1 %, враждующий – 1 %, травливать – 1 %, вторгаться – 1 %.*

Далее была рассмотрена номинация каждого из облигаторных элементов сетевого фрейма *враждебное столкновение* лексическими единицами. Облигаторный элемент *сторона 1* в русскоязычных комментариях в 15 % случаев номинирован фамилией Президента РФ – Путин:

- *даже зеленский перед тем как путин объявил войну сказал что собирает для нашей страны ядерную бомбу а ты жалуешься что тебе инстаграмм отключат*<sup>9</sup>.

Лексические единицы *Украина, Америка и люди* занимают положение данного облигаторного компонента в 11 % случаев каждая. Лексические единицы *Россия, Запад и НАТО* насчитывают по 7 % случаев употребления. Русскоязычный вариант фрейма не содержит каких-либо доминирующих блоков лексических единиц при наполнении облигаторного элемента *сторона 1*.

Похоже наполнен облигаторный элемент *сторона 2*. Наиболее часто употребляемыми лексическими единицами в данном случае являются *люди – 16 %, мирные жители – 9 %, Россия – 7 %, дети – 5 %, больницы – 5 %, дома – 5 %*:

- *Собственно само НАТО создало военных конфликтов за последние 30 лет кучу, и мирных людей убивало не жалея, собственно в одном только Иране 600к мирных погибло.*

Частотность употребления других лексических единиц не превышает 1–2 %.

Из компонентов *спорный вопрос* и *цель* наиболее полно представлен с точки зрения его номинации лексическим материалом первый из них. В компоненте *спорный вопрос* можно выделить две основные тематические группы, которые мы можем условно назвать *незнание причин конфликта – 30 %*: «люди сами идут на войну сами того не зная зачем» и *угроза ядерной войны – 30 %*:

- *Если вы угрожаете государству ядерной войной, если на ближней территории строите заводы по производству биологического оружия при поддержке Америки, то конечно же начнется война.*

В остальных случаях в комментариях прослеживаются смыслы *запрет разговаривать на родном языке, отсутствие настоящей демократии, суверенитет ЛНР и ДНР*.

Облигаторный компонент *цель* представлен в комментариях очень скудно и не имеет единого тематического основания. В связи с недостаточным количеством лексического материала нельзя делать какие-либо предварительные выводы.

Что касается необлигаторных элементов, то из них представлены *место, время, образ действия* и *средство*. Необлигаторный элемент *место* выражается тремя лексическими единицами в различных сочетаниях: *Украина, Донбасс* и *Одесса*:

- *Украинцы молчали, когда убивали людей в Донбассе, в Одессе.*

<sup>6</sup> Ушаков Д. Н. Большой толковый словарь современного русского языка. М.: Аделант, 2014. 800 с.

<sup>7</sup> Ожегов С. И. Толковый словарь русского языка: Около 100 000 слов, терминов и фразеологических выражений, ред. Л. И. Скворцова. 27 изд., испр. М.: АСТ; Мир и Образование, 2018. 1360 с.

<sup>8</sup> Там же.

<sup>9</sup> Здесь и далее сохранена орфография автора.

Из этого следует, что комментаторы сосредотачивают свое внимание на событиях, происходящих в настоящий момент либо происходивших в недалеком прошлом непосредственно на Украине.

Необлигаторный элемент *время* в 60 % случаев представлен лексическими единицами, описывающими 8-летний военный конфликт на Донбассе:

- *а кто виноват в том, что 8 лет бомбили донбасс?*

Также в связи с происходящими событиями комментаторами часто (в 30 % случаев) обсуждается история военных конфликтов США, НАТО и СССР:

- *НАТО создало военных конфликтов за последние 30 лет кучу.*

Что касается необлигаторного элемента *средство*, то на данном этапе он в 50 % случаев номинируется прилагательным *ядерный* (ядерная война, ядерный конфликт). Встречаются и другие варианты (информационная война; воевать руками Европы; атаковать ракетным ударом и др.).

В номинации необлигаторного компонента *образ действия* тематического единства на текущем этапе исследования выявить не удалось. Примерами лексических единиц могут служить *настоящая война, холодная война, гражданская война, повторное нападение, военный конфликт* и др.

## Заключение

На материале русских толковых словарей удалось реконструировать русскоязычный вариант фрейма *враждебное столкновение*. Анализ словарных статей позволил выявить в нем все облигаторные компоненты, характерные для англоязычной версии этого фрейма.

Анализ сетевого варианта фрейма показал, что его описание позволяет рассмотреть определенные фрагменты картины мира интернет-пользователей. Ключевой

лексической единицей, объективирующей фрейм *враждебное столкновение* в интернет-комментариях, является *война*. Анализ облигаторных элементов сетевого фрейма выявил тенденцию к тому, что текущий конфликт на Украине рассматривается членами русскоязычного интернет-сообщества как противостояние между людьми / персоналиями, в то время как в англоязычных комментариях он описывается, скорее, как противостояние на уровне государств. Содержание необлигаторных элементов *место, время, средство, образ действия* сосредоточено на описании текущего конфликта. В англоязычных комментариях предлагается более широкий контекст. В необлигаторном элементе *средство* четко прослеживается тема опасения ядерной войны.

В массиве исследуемых комментариев наблюдается противоборство мнений. Соответственно, люди, которые сомневаются в выборе собственной оценки развивающегося конфликта, могут отчасти строить свое мнение на прочитанных комментариях и содержащихся в них фреймах, что и делает данный тип дискурса потенциальной площадкой для ведения информационно-психологической войны.

Перспективы исследования заключаются, во-первых, в расширении выборки комментариев и дальнейшем уточнении содержания исследуемого сетевого фрейма на материале как русского, так и английского языков, а во-вторых, в осуществлении сопоставительного анализа этих двух вариантов фрейма.

**Конфликт интересов:** Автор заявил об отсутствии потенциальных конфликтов интересов в отношении исследования, авторства и / или публикации данной статьи.

**Conflict of interests:** The author declared no potential conflicts of interests regarding the research, authorship, and / or publication of this article.

## Литература / References

- Гуторович О. В. Информационная война как отражение стратегии развития человечества. *Труды Военно-космической академии имени А. Ф. Можайского*. 2017. № 657. С. 155–163. [Gutorovich O. V. Information warfare as a reflection of the human development strategy. *Trudy Voennno-kosmicheskoi akademii imeni A. F. Mozhaiskogo*, 2017, (657): 155–163. (In Russ.)] EDN: ZUMBPL
- Десятаров Д. В. Репрезентация сетевого фрейма "Hostile encounter" / «Враждебное столкновение» в англоязычных интернет-комментариях. *Политическая лингвистика*. 2022. № 3. С. 20–26. [Devyatyyarov D. V. Representation of the network frame "Hostile encounter" in English internet comments. *Political Linguistics*, 2022, (3): 20–26. (In Russ.)] EDN: CGVIDV
- Ибрагимов Л. Х. Технологии интернет-манипуляции в сетевом пространстве политики. *Контуры глобальных трансформаций: политика, экономика, право*. 2015. Т. 8. № 2. С. 34–40. [Ibragimov L. H. Technologies of Internet-manipulation in the politics' network space. *Outlines of Global Transformations: Politics, Economics, Law*, 2015, 8(2): 34–40. (In Russ.)] EDN: TUGKGN
- Константинов М. С. Политический цинизм в контексте российско-украинской информационной войны (статья 1). *Политическая концептология: журнал метадисциплинарных исследований*. 2015. № 2. С. 225–230.

- [Konstantinov M. S. Political cynicism in the context of the Russian-Ukrainian information war (Article 1). *The Political Conceptology: Journal of Metadisciplinary Research*, 2015, (2): 225–230. (In Russ.)] EDN: UWPFAR
- Кушнерук С. Л. Дискурсивный мир информационно-психологической войны: репрезентационная структура по данным корпуса. *Политическая лингвистика*. 2020. № 5. С. 12–21. [Kushneruk S. L. Discourse world of information and psychological warfare: representational structure in the corpus. *Political Linguistics*, 2020, (5): 12–21. (In Russ.)] <https://doi.org/10.26170/pl20-05-01>
- Мельник Н. В. Лингвоперсоналогия политического интернет-комментария. *Политическая лингвистика*. 2017. № 5. С. 47–51. [Melnik N. V. Linguopersonology of political Internet comments. *Political Linguistics*, 2017, (5): 47–51. (In Russ.)] EDN: ZULUBR
- Рольгайзер А. А. Лингвопрагматические особенности франкоязычного интернет-комментария (на примере политической новостной статьи). *Виртуальная коммуникация и социальные сети*. 2022. Т. 1. № 3. С. 136–142. [Rolgaizer A. A. Internet comments to French political news: linguapragmatic features. *Virtual Communication and Social Networks*, 2022, 1(3): 136–142. (In Russ.)] <https://doi.org/10.21603/2782-4799-2022-1-3-136-142>
- Филлмор Ч. Фреймы и семантика понимания. *Новое в зарубежной лингвистике: Вып. XXIII. Когнитивные аспекты языка*, сост. и ред. В. В. Петров, В. И. Герасимов. М.: Прогресс, 1988. С. 52–92. [Fillmore Ch. Frames and the semantics of understanding. *New in foreign linguistics: Iss. XXIII. Cognitive aspects of language*, eds. Petrov V. V., Gerasimov V. I. Moscow: Progress, 1988, 52–92. (In Russ.)]
- Цыцаркина Н. Н. Информационная война и лингвокогнитивное моделирование вооруженного конфликта в политическом медиадискурсе. *Вестник Курганского государственного университета*. 2018. № 1. С. 26–29. [Tsytsarkina N. N. Information warfare and linguo-cognitive modeling of an armed conflict in political media discourse. *Vestnik Kurganskogo gosudarstvennogo universiteta*, 2018, (1): 26–29. (In Russ.)] EDN: YMZTCX
- Энс Е. С. Гиперхэштег как составляющая интерпретационного поля адресата в современном медиапространстве. *Виртуальная коммуникация и социальные сети*. 2022. Т. 1. № 1. С. 15–18. [Ens E. S. Hyperhashtag as a component of the interpretative field of the recipient in the modern media space. *Virtual Communication and Social Networks*, 2022, 1(1): 15–18. (In Russ.)] EDN: HNOXVM

оригинальная статья

## Корпоративный сайт как средство создания образа успешной адвокатской организации (на материале сайта московской коллегии адвокатов «Жорин и партнеры»)

Кондратьева Ольга Николаевна

Кемеровский государственный университет, Кемерово, Россия  
<https://orcid.org/0000-0001-9469-3634>  
Olnik25@mail.ru

Рогожникова Светлана Юрьевна

Кемеровский государственный университет, Кемерово, Россия

Поступила в редакцию 15.08.2022. Принята после рецензирования 10.09.2022. Принята в печать 28.09.2022.

**Аннотация:** На материале анализа сайта московской коллегии адвокатов «Жорин и партнеры» верифицирована гипотеза о значимой роли корпоративного сайта в конструировании образа успешной адвокатской организации. Проанализированы основные структурные элементы сайта, выявлены актуализируемые с их помощью особенности коллегии и ее представителей, отмечена высокая степень интерактивности сайта, удачное соотношение статичного и динамичного контента. Выявлено и описано пять стратегий конструирования положительного образа адвокатской организации, определены языковые средства, характерные для каждой из выявленных стратегий. Сайт московской коллегии адвокатов «Жорин и партнеры» отличается продуманной структурой, удачно подобранным и структурированным контентом, качественным лингвистическим дизайном и разнообразием используемых коммуникативных стратегий. Все элементы сайта эффективно работают на формирование положительного имиджа адвокатской организации и успешное продвижение ее услуг.

**Ключевые слова:** корпоративный сайт, корпоративный дискурс, адвокатская организация, коммуникативная стратегия, образ, имидж

**Цитирование:** Кондратьева О. Н., Рогожникова С. Ю. Корпоративный сайт как средство создания образа успешной адвокатской организации (на материале сайта московской коллегии адвокатов «Жорин и партнеры»). *Виртуальная коммуникация и социальные сети*. 2022. Т. 1. № 4. С. 196–202. <https://doi.org/10.21603/2782-4799-2022-1-4-196-202>

full article

## Corporate Website as a Means of Image Cultivation: The Case of the Zhorin and Partners Bar Association, Moscow

Olga N. Kondratyeva

Kemerovo State University, Kemerovo, Russia  
<https://orcid.org/0000-0001-9469-3634>  
Olnik25@mail.ru

Svetlana Yu. Rogozhnikova

Kemerovo State University, Kemerovo, Russia

Received 15 Aug 2022. Accepted after peer review 10 Sep 2022. Accepted for publication 28 Sep 2022.

**Abstract:** Corporate websites play an important role in cultivating the image of a successful law firm. The authors analyzed the website of Zhorin and Partners Bar Association, Moscow, to verify this hypothesis. Various structural elements were responsible for highlighting particular features of the firm and its employees, e.g., professionalism, success, high profile, etc. The site proved to be interactive and demonstrated an admirable ratio of static and dynamic content. The analysis revealed five strategies of positive image cultivation: the firm was described as accredited, authoritative, successful, and prestigious, sometimes in an exaggerated way. Each strategy had its own language means. The website of Zhorin and Partners demonstrated an elaborate structure, a well-structured content, a high-quality linguistic design, and a variety of communication strategies. All the elements of the website contributed to a positive image of the law firm and its public promotion.

**Keywords:** corporate website, corporate discourse, law firm, communication strategy, image, reputation

**Citation:** Kondratyeva O. N., Rogozhnikova S. Yu. Corporate Website as a Means of Image Cultivation: The Case of the Zhorin and Partners Bar Association, Moscow. *Virtual Communication and Social Networks*, 2022, 1(4): 196–202. (In Russ.) <https://doi.org/10.21603/2782-4799-2022-1-4-196-202>

## Введение

Одним из основных трендов XXI века становится интенсивное использование интернета как ключевого канала воздействия на целевую аудиторию, что проявляется, в том числе и в активном развитии корпоративных сайтов. Корпоративный сайт представляет собой «сайт компании, знакомящий с предоставляемыми услугами и направлениями деятельности и включающий весь функционал интернет-представительства. Кроме этого, сайт содержит интерактивные элементы взаимодействия с пользователем: например, регистрация постоянных клиентов и предоставление им дополнительной информации или сервисов» [Дронова 2011: 142].

Значение сайта организации постоянно возрастает: изначально это была своеобразная визитная карточка, существование которой воспринималось как дополнительный бонус. Сегодня же сайт представляет собой особый инструмент для коммуникации с потребителями, инвесторами, партнерами организации; является точкой продаж. Продуктивность работы корпоративного сайта напрямую зависит как от понимания необходимости использования данного инструмента, так и от его качественной организации, что во многом определяет интерес лингвистов к изучению феномена корпоративного сайта [Потеряхина 2013; Сидорова 2007; Хаматова 2017; Челикова 2013 и др.].

В сфере адвокатских услуг в последние годы значительно усиливается конкуренция, следовательно, адвокатским организациям для привлечения новых клиентов и доверителей уже недостаточно просто оказывать квалифицированные услуги. Необходимо также тщательно работать над собственным имиджем и узнаваемостью, чему может способствовать создание и продвижение корпоративных сайтов адвокатских организаций.

Исследование строится на гипотезе, что корпоративный сайт является инструментом конструирования успешного образа адвокатской организации. Для создания такого образа компания совместно со специалистами тщательно продумывает структуру сайта, его лингвистический дизайн, наполняет сайт качественным контентом, использует ряд коммуникативных стратегий и тактик, оказывающих воздействие на посетителей

сайта. История большинства успешных компаний «подтверждает, что хорошая репутация является стратегическим ресурсом, без которого развитие бизнеса становится невозможным» [Олтаржевский 2014: 21].

Коммуникативная стратегия в данном случае является частью стратегического плана компании или бренда, она направлена на продвижение организации и формирование эффективного обмена информацией с целевыми аудиториями. Для верификации выдвинутой гипотезы проведен анализ корпоративного сайта одной из наиболее авторитетных и успешных адвокатских организаций – московской коллегии адвокатов «Жорин и партнеры».

Методологическую базу исследования составили научные труды отечественных и зарубежных лингвистов в области юридической лингвистики, речевого жанроведения, коммуникативной лингвистики и интернет-лингвистики. В ходе работы использовались как общенаучные методы (анализ, синтез, интерпретация, классификация, обобщение), так и лингвистические методы (дискурс-анализ, контент-анализ), метод объяснительного описания.

*Методы и материалы.* Материалом исследования является корпоративный сайт адвокатской организации «Жорин и партнеры»<sup>1</sup>, зарегистрированной в 2007 г. В состав коллегии входят высокопрофессиональные юристы, бухгалтеры и адвокаты, которые оказывают квалифицированную юридическую помощь физическим и юридическим лицам. Адвокатская коллегия приобрела известность благодаря ее основателю Сергею Викторовичу Жорину, работе с медийными персонами и грамотному продвижению в СМИ и интернет-пространстве.

## Результаты

### Структурные элементы сайта адвокатской организации

Структура официального сайта корпорации, как правило, включает в себя главную страницу с самой общей или актуальной информацией (микроуровень) и следующие за ней основные разделы [Потеряхина 2011: 112]. Так, главная страница сайта московской коллегии

<sup>1</sup> Официальный сайт коллегии адвокатов «Жорин и партнеры». URL: <http://zhorin.com/> (дата обращения: 29.05.2021).

«Жорин и партнеры» включает в себя боковое всплывающее окно с разделами *О коллегии, Услуги, Новости, Процессы, Статьи, Контакты*; крупным шрифтом выделен номер, по которому потенциальный клиент может получить консультацию (рис. 1).

На сайте подробно представлено описание оказываемых услуг, среди которых раздел имущества, налоговые споры, арбитражная практика и т.д. Переходя по каждой из представленных ссылок, пользователь попадает на страницу с информацией по выбранной теме. Далее потенциальному клиенту предлагается схема действий для решения проблемы по интересующей теме. Справа располагается анкета доверителя, в которой необходимо указать личные данные: номер телефона, имя, комментарий по проблеме. Внизу анкеты расположена ссылка для отправления заявки *Получить консультацию*.

Разделы *Судебные процессы* и *СМИ* посвящены судебным процессам с участием представителей адвокатской коллегии и их освещению в массмедиа. Показательно соотношение информации, представленной в данных разделах: в разделе *Судебные процессы* представлена информация только об одном наиболее резонансном в данный момент процессе (например, о разбирательстве по делу А. Моргенштерна), в то время как раздел *СМИ* включает в себя сразу 20 рубрик, посвященных адвокатской деятельности С. В. Жорина и его партнеров. Материалы в данном разделе представляют собой интервью и комментарии, размещенные в разнообразных массмедиа. Подобная насыщенность раздела свидетельствует об умении представителей адвокатской коллегии «Жорин и партнеры» работать с прессой и о стремлении организации привлечь внимание потенциальных клиентов на успешность и медийность организации.

В блоке *Главная новость* публикуется информация об основных изменениях в сфере законодательства (например, разрешение физическим лицам регистрировать товарные знаки; внесение в госдуму законопроекта, направленного на защиту семьи и др.). Раздел *Опросы* содержит голосования для пользователей по наиболее острым и злободневным вопросам, например, *Контроль в соцсетях и мессенджерах. Безопасность или нарушение конституционных прав?* Подобные опросы позволяют активизировать посетителей сайта, а адвокатская организация получает представление о настроениях, характерных для общества в данный момент времени и имеет возможность мобильно выявить отношение к тому или иному законопроекту.

Привлекает внимание раздел *Звездные клиенты* (рис. 2). Всего по данным официального сайта насчитывается 32 звездных клиента. Судя по новостным лентам ряда других сайтов, коллегия предоставила не все имена медийных личностей.

Разделы имеют иерархическую структуру, каждый раздел содержит еще несколько подразделов. Такая текстовая организация помогает облегчить навигацию по сайту, что позволяет быстро ориентироваться и находить нужную информацию о компании. Вся информация на сайте разбита на небольшие тексты, связанные между собой гиперссылками, благодаря чему текст становится открытым. Открытость корпоративного сайта – это еще одна особенность, способствующая успешному продвижению услуг компании. Корпоративный сайт как отражение деятельности юридической фирмы должен производить впечатление прозрачности и открытости, что достигается с помощью обеспечения доступа к актуальным контактам фирмы, информации о ее руководстве, ключевых сотрудниках и т.д.

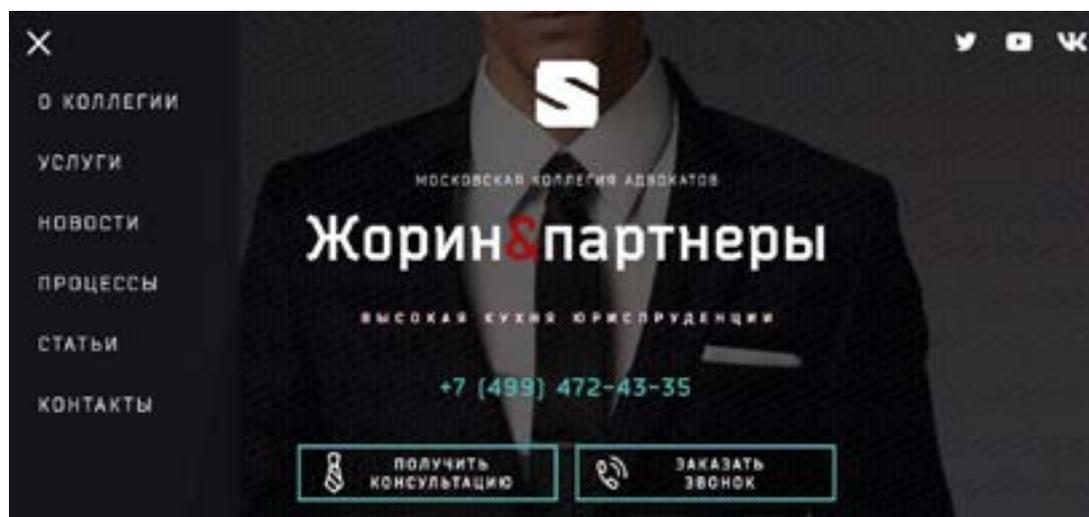


Рис. 1 / Fig. 1

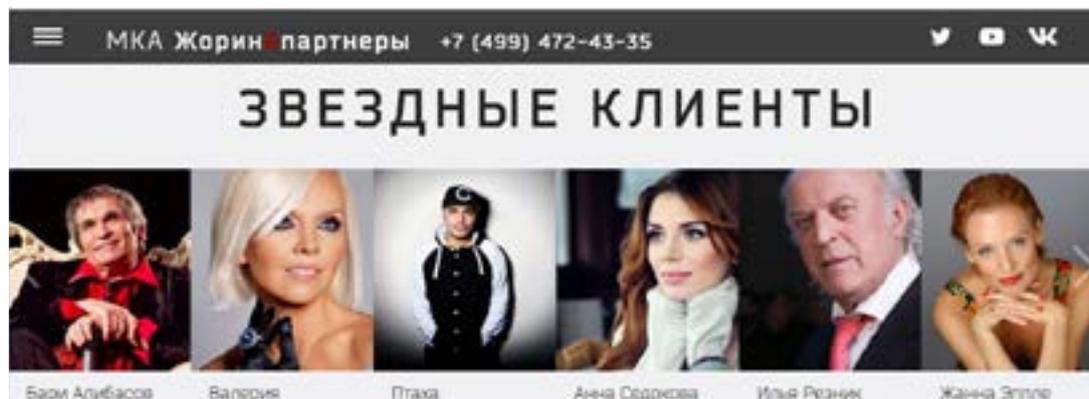


Рис. 2 / Fig. 2

В нижней части главной страницы размещена контактная информация, в том числе ссылки на профили С. В. Жорина в социальных сетях и на YouTube. В данный момент активны профили в Telegram и ВКонтакте, ранее также были размещены ссылки на профили в Instagram, Twitter, Facebook<sup>2</sup>. Для популяризации своей деятельности с 2018 г. коллегия ведет канал на YouTube<sup>3</sup>, доступным языком рассказывая зрителям, как самостоятельно защитить себя и своих близких в тех или иных ситуациях, например при расторжении брака, разделе имущества и т.д. Подобная активность в интернет-пространстве демонстрирует стремление к взаимодействию с потенциальными клиентами на любой удобной для них платформе.

Важная особенность корпоративного сайта заключается в балансе статичного и динамичного контента [Халиулин 2015: 69]. Специалисты полагают, что обновляемый сайт отрицательно сказывается на образе адвокатской организации и ее конкурентоспособности. Под статичным контентом мы понимаем краткую информацию об организации, ее истории, специализации, контакты и т. д. Динамичный контент предполагает регулярное обновление новостной ленты, освещение проектов и публикаций. На корпоративном сайте коллегии «Жорин и партнеры» регулярно проводятся опросы и обновляется новостная лента. Отметим, что организация обновляет контент значительно чаще, чем некоторые другие адвокатские организации. Например, ранее на официальном сайте коллегии располагалась ссылка на Instagram-аккаунт С. В. Жорина. Сейчас ссылка не действует, а значок социальной сети удален, поскольку демонстрация символики данной социальной сети запрещена.

Виртуальное пространство позволяет разработчикам использовать и размещать фотографии, анимации, всплывающие окна, слайды и т.д. На сайте коллегии практически каждый подзаголовок подкреплён фоновым изображением, соответствующим заданной теме. Например, опрос под названием *Контроль в соцсетях и мессенджерах* размещен поверх изображения ряда социальных сетей, а *Сказ о том, как Моргенштерна «судили»* зафиксирован на фотографии с изображением С. В. Жорина и А. Моргенштерна. В разделе *СМИ* каждая новость сопровождается фотографией с места события. Анимации на данном сайте реализованы в виде плавающих стрелок, указывающих вниз, а наведение курсора на некоторые гиперссылки провоцирует появление движения – смены цвета, приближения изображения и т.д.

После посещения сайта таргетированная реклама московской коллегии «Жорин и партнеры» появляется практически на любом другом сайте, где есть какая-либо реклама (рис. 3). Реклама не транслирует недопустимой информации, которая вводила бы потенциальных клиентов в заблуждение относительно характеристик адвоката и оказываемой им юридической помощи путем ложных заявлений.

Содержимое рекламы представляет собой виртуальную визитку, на которой размещены название организации, направление практик и ссылка для перехода на официальную страницу. В других случаях на визитке изображена фотография управляющего компании и ее название. Клик по такой рекламе открывает корпоративный сайт. Таким образом, адвокатская компания продвигает юридические услуги не только с помощью корпоративного сайта, но и за счет таргетированной рекламы на других сайтах и платформах, при этом реклама зачастую становится «вирусной».

<sup>2</sup> Компания Meta Platforms, владеющая социальными сетями Facebook и Instagram, признана экстремистской организацией, ее деятельность запрещена на территории РФ. *Meta Platforms, the parent company of Facebook and Instagram, is banned in the Russian Federation as an extremist organization.*

<sup>3</sup> Официальный канал Московской коллегии адвокатов «Жорин и партнеры». URL: <https://www.youtube.com/channel/UCkAsi3VkBxycyDU1YLaKtA> (дата обращения: 17.01.2022).

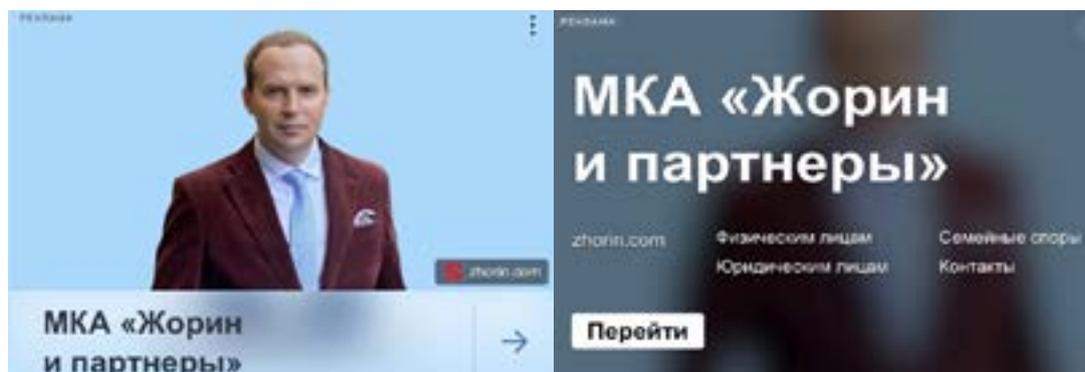


Рис. 3 / Fig. 3

Создание грамотного текстового, графического и визуального наполнения, соответствующего деятельности компании, позволяет наиболее удобным для посетителя образом сохранить читаемость и иерархичность всех текстовых элементов, направить пользователя от вводной информации к основному наполнению сайта [Шевякова 2021: 231]. Основные разделы, представленные на сайте коллеги адвокатов «Жорин и партнеры», позволяют потенциальному клиенту получить информацию о профессиональном опыте адвокатов, оценить их успешность, внимание СМИ и востребованность среди медийных персон, что в совокупности создает образ успешной и востребованной организации.

### Коммуникативные стратегии, используемые на сайте адвокатской организации

Виртуальная среда предоставляет корпорации возможность конструировать свой позитивный образ. Используемые на корпоративном сайте коммуникативные стратегии призваны актуализировать сильные стороны организации и вызвать интерес потенциальных заказчиков. В создании образа адвокатской организации участвует несколько коммуникативных стратегий, актуализирующих значимые для данной профессиональной сферы характеристики – законность, авторитетность, успешность, престижность.

1. Стратегия акцентирования внимания на законности деятельности адвокатской организации. Реализуется посредством ссылок на учредительные, уставные документы, а также через указание на высшие судебные инстанции. На языковом уровне стратегия репрезентируется посредством ключевых слов *постановление, закон, законодательство, правительство, министерство* и др.: *Мы действуем исключительно по закону, но всегда находим кратчайший путь к победе; Согласно новому Постановлению Правительства от 02 апреля 2020 года № 417, граждане, помимо уже существующих обязанностей, также обязаны соблюдать...*

Значительное количество ссылок на юридические и административные тексты обнаруживается на сайте коллегии в разделе *Статьи*, где представлены различные материалы в сфере права, подготовленные партнерами коллегии и позволяющие пользователям ознакомиться с нормативной базой, регламентирующей деятельность в определенной сфере: *Адвокаты МКА «Жорин и партнеры» подготовили таблицу по «кредитным каникулам» для физических лиц, индивидуальных предпринимателей и юридических лиц. 03 апреля 2020 года был принят Федеральный закон от 03.04.2020 № 106-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О Центральном банке Российской Федерации (Банке России)», в соответствии с которым у граждан и юридических лиц появилась возможность отсрочить платежи по кредитам.*

2. Стратегия конструирования образа авторитетной адвокатской организации. Заключается в указании на то, что та или иная компания является признанным экспертом в своей области. Реализуется с помощью демонстрации результатов и достижений корпорации, званий и регалий ее специалистов, выступлений представителей корпорации в качестве экспертов в СМИ [Ромашова 2020: 369].

Для стратегии характерно использование прилагательных *авторитетный, профессиональный, существенный авторитет, эксперт, профессионал, профессионализм* и др. Например, в разделе *О коллегии* указано: *при сохранении безусловных принципов работы, свойственных адвокатуре вообще, таких как профессионализм и независимость адвоката – мы хотим создать индивидуальный стиль, а над ссылкой Оставьте заявку на консультацию размещен заголовок Доверьте свой вопрос профессионалам.* Это говорит о том, что партнеры дают высокую оценку качеству выполняемой ими адвокатской работы.

Об авторитетности организации свидетельствует также список ее клиентов, являющихся известными и авторитетными личностями. Потенциальный клиент

должен понять, что если медийные персоны доверили представлять свои интересы адвокатской организации, то они уверены в ее высоком профессионализме. На сайте «Жорин и партнеры» представлен специальный раздел *Звездные клиенты*, содержащий фамилии и фотографии известных персон, пользующихся услугами адвокатской организации.

3. Стратегия конструирования образа успешной адвокатской организации. Акцентирует внимание на профессиональных успехах представителей коллегии и успешно завершенных судебных делах, внесших значительный вклад в имидж организации. На сайте «Жорин и партнеры» информацию об успешных судебных делах адвокатов можно найти на главной странице в блоке СМИ. Стратегия реализуется с помощью перечисления выигранных партнерами дел. Используются глаголы *раскрыл, добился, выиграл*, а также существительные *победа, выигрыш* и др.: *Адвокат Александр Никитин и певица Азиза рассказали о своей победе в суде в деле о защите чести и достоинства; Сергей Жорин раскрыл детали расследования ограбления Тимура Родригеса.*

4. Стратегия конструирования образа престижной адвокатской организации. Заключается в целенаправленной работе над созданием имиджа элитной организации и реализуется через самохарактеристику с помощью лексем с корнем *престиж-* или указание на престижные награды, полученные компанией [Ромашова 2020: 370]. На языковом уровне реализуется с помощью прилагательных *престижный, лучший*; существительных *рейтинг, лауреат* и др. В разделе *О коллегии* отмечено: *Работать в нашей команде престижно, потому что мы создаем практику.*

5. Стратегия гиперболизации образа адвокатской организации. Представляет собой обобщение, при котором происходит намеренное преувеличение свойства, качества, особенностей предмета, явления или процесса. Действие гиперболизации в рамках данной стратегии заключается в создании масштабного образа корпорации, играющей эпохальную роль в жизни людей [Ромашова 2020: 370].

Основными способами реализации обозначенной стратегии являются гиперболизация и метафоризация. Показателен в этом отношении слоган адвокатской коллегии: *Высокая кухня юриспруденции*. Рассматривая определение словосочетания *высокая кухня*, можно отметить ряд характеристик, которыми, по мнению компании, обладают ее представители. Так, высокая кухня

квалифицируется как направление, для которого свойственно тщательное приготовление пищи и творческий подход. В деле используются только высококачественные, натуральные, редкие и дорогие продукты. Блюда высокой кухни подают в роскошных ресторанах мира, готовят их великие шеф-повара. Описание принципов и целей компании в разделе *О коллегии* косвенно повторяет определение высокой кухни: *Мы хотели создать индивидуальный стиль принципиально иных отношений с нашими доверителями; Целеустремленность, дерзость, скорость, изобретательность – то, за что нас уважают одни и ненавидят другие.*

### Заключение

Корпоративный сайт адвокатской коллегии «Жорин и партнеры» отличается продуманной структурой, позволяющей продемонстрировать наиболее сильные стороны организации (профессионализм, успешность, медийность). Для сайта характерна интерактивность (проведение опросов, наличие онлайн-форм для взаимодействия, ссылки на внешние ресурсы организации, в том числе на YouTube-канал), позволяющая выстроить взаимодействие с потенциальными клиентами. Для характеристики организации эффективно используются пять коммуникативных стратегий, позиционирующих деятельность компании как легитимную, авторитетную, престижную, успешную. Имиджевые характеристики отчасти преувеличены с целью придания яркости образу. Грамотно организованный корпоративный сайт, отличающийся удачно подобранным и структурированным контентом, качественным лингвистическим дизайном и продуманной коммуникативной стратегией, оказывает существенное влияние на формирование положительного имиджа адвокатской организации и успешное продвижение ее услуг.

**Конфликт интересов:** Авторы заявили об отсутствии потенциальных конфликтов интересов в отношении исследования, авторства и / или публикации данной статьи.

**Conflict of interests:** The authors declared no potential conflicts of interests regarding the research, authorship, and / or publication of this article.

**Критерии авторства:** Авторы в равной степени участвовали в подготовке и написании статьи.

**Contribution:** All the authors contributed equally to the study and bear equal responsibility for information published in this article.

## Литература / References

- Дронова Е. А. Разработка корпоративного сайта фирмы как эффективного инструмента маркетинга. *Вестник академии*. 2011. № 1. С. 142–144. [Dronova E. A. Developing company's corporate website as an effective marketing tool. *Academy Bulletin*, 2011, (1): 142–144. (In Russ.)] EDN: NJCKZP
- Олтаржевский Д. О. Роль корпоративных медиа в социализации бизнеса. *Медиаскоп*. 2014. № 2. [Oltarzhewskiy D. O. Role of corporate media in business socialization. *Mediascope*, 2014, (2). (In Russ.)] URL: [https://www.elibrary.ru/download/elibrary\\_21642149\\_89391000.pdf](https://www.elibrary.ru/download/elibrary_21642149_89391000.pdf) (дата обращения: 15.06.2022).
- Потеряхина И. Н. Языковые особенности корпоративных сайтов. *Вестник Челябинского государственного университета*. 2011. № 33. С. 111–113. [Poteryakhina I. N. Linguistic features of corporate sites. *Bulletin of the Chelyabinsk State University*, 2011, (33): 111–113. (In Russ.)] EDN: OZMWWT
- Потеряхина И. Н. Жанрообразующие элементы корпоративного сайта. *Вестник Челябинского государственного университета*. 2013. № 37. С. 49–51. [Poteryakhina I. N. Genre-creative elements of a corporate site. *Bulletin of the Chelyabinsk State University*, 2013, (37): 49–51. (In Russ.)] EDN: RVUQHX
- Ромашова И. П. Стратегии и тактики легитимации в корпоративном дискурсе. *Коммуникативные исследования*. 2020. Т. 7. № 2. С. 365–376. [Romashova I. P. Legitimation strategies and tactics in corporate discourse. *Communication Studies*, 2020, 7(2): 365–376. (In Russ.)] [https://doi.org/10.24147/2413-6182.2020.7\(2\).365-376](https://doi.org/10.24147/2413-6182.2020.7(2).365-376)
- Сидорова Т. И. Специфика web-сайта организации как инструмента формирования корпоративной культуры. *Вестник Челябинского государственного университета*. 2007. № 8. С. 99–104. [Sidorova T. I. Corporate website as a tool of corporate culture development. *Bulletin of the Chelyabinsk State University*, 2007, (8): 99–104. (In Russ.)] EDN: NBFVXL
- Халиулин Д. Р. Корпоративный сайт как инструмент продвижения юридических услуг: зарубежный опыт. *Панорама*. 2015. Т. 18. С. 67–71. [Khaliulin D. R. Corporate website as a tool for promoting legal services: foreign experience. *Panorama*, 2015, 18: 67–71. (In Russ.)] EDN: XBSNTF
- Хаматова Л. М. Использование социальных сетей для создания имиджа организации. *Аллея науки*. 2017. Т. 2. № 9. С. 855–858. [Khamatova L. M. The use of social networks for the creation of the image of the organization. *Alleya nauki*, 2017, 2(9): 855–858. (In Russ.)] EDN: YULCVL
- Челикова А. В. Роль дискурсивной практики «история организации» в создании имиджа коммерческой организации. *Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки*. 2013. № 8. С. 97–109. [Chelikova A. V. The part of discursive practice "history of business organization" in creating firms image. *Vestnik of Moscow State Linguistic University. Humanities*, 2013, (8): 97–109. (In Russ.)] EDN: PZVQHZ
- Шевякова Е. А. Особенности дизайн-проектирования структурных блоков сайтов. Выявление графических и технических задач дизайнера в зависимости от назначения контента. *Дизайн и архитектура: синтез теории и практики*: сб. науч. труд. V Междунар. науч.-прак. конф. (Краснодар, 27–29 апреля 2021 г.) Краснодар: КубГУ, 2021. С. 230–233. [Shevyakova E. A. Design features of structural blocks of sites. Identification of graphic and technical tasks of the designer depending on the purpose of the content. *Design and architecture: a synthesis of theory and practice*: Proc. V Intern. Sci.-Prac. Conf., Krasnodar, 27–29 Apr 2021. Krasnodar: KubSU, 2021, 230–233. (In Russ.)] EDN: IUIDAX

оригинальная статья

## Экспликация категории тональности в текстах виртуального жанра

Рядовых Наталья Александровна

Уральский государственный юридический университет им. В. Ф. Яковлева, Екатеринбург, Россия  
2013071@mail.ru

Поступила в редакцию 20.08.2022. Принята после рецензирования 27.10.2022. Принята в печать 02.12.2022.

**Аннотация:** Цель – выявить специфику категории тональности в связи с коммуникативно-прагматической направленностью виртуального жанра. Предмет – категория тональности, эксплицируемая в текстах «Официального сообщества студентов, выпускников, преподавателей и сотрудников Уральского государственного юридического университета им. В. Ф. Яковлева» в социальной сети ВКонтакте. Применен метод категориально-текстового анализа. Определены разновидности тональности, составляющие тональное поле виртуальной коммуникации рассматриваемого жанра; описаны языковые средства экспликации основных видов тональности на лексическом, морфологическом, синтаксическом и графическом языковых уровнях. Отмечена специфичная трансформация тональных разновидностей как характерная особенность гибридного виртуального жанра, сочетающего в себе два компонента – монологический текст и рефлексивный комментарий к нему. Нейтральная и доброжелательная тональности, составляющие ядро тонального поля монологического текста, дополняются периферийными разновидностями текста-комментария – просительной и неодобрительной тональностями, при этом в текстах комментариев тональность доброжелательности остается ядерной, в то время как нейтральная тональность становится периферийной. Использование тональных разновидностей обусловлено интенционально. Выявление доброжелательной тональности в ядре тонального поля монологических текстов и комментариев к ним, трансформация нейтральной тональности монологического текста в доброжелательную тональность комментария позволяют говорить о положительном решении коммуникативно-прагматической задачи, направленной на позитивное восприятие излагаемой информации адресатом сообщения.

**Ключевые слова:** виртуальная коммуникация, виртуальный жанр, категориально-текстовый анализ, тональность

**Цитирование:** Рядовых Н. А. Экспликация категории тональности в текстах виртуального жанра. *Виртуальная коммуникация и социальные сети*. 2022. Т. 1. № 4. С. 203–207. <https://doi.org/10.21603/2782-4799-2022-1-4-203-207>

full article

## Category of Tonality Explicated in the Texts of Virtual Genre

Natalia A. Ryadovykh

V. F. Yakovlev Ural State Law University, Ekaterinburg, Russia  
2013071@mail.ru

Received 20 Aug 2022. Accepted after peer review 27 Oct 2022. Accepted for publication 2 Dec 2022.

**Abstract:** The research dealt with the category of tonality explicated in the texts of virtual communication. It featured the official community of students, graduates, academics, and employees of the Ural State Law University in the Vkontakte social network. The research objective was to identify the specifics of tonality in the communicative and pragmatic aspects of the virtual genre. The method of categorical-textual analysis revealed the types of tonality that made up the tonal field of virtual communication, as well as their linguistic explication means at the lexical, morphological, syntactic, and graphical levels. A specific transformation of tonal varieties proved to be a characteristic feature of the hybrid virtual genre: it combined a monologue text and a reflective commentary on it. The neutral and benevolent tonalities of the monologue tonal core were complemented by peripheral varieties of the commentary text with pleading and disapproving tonalities. In the commentary texts, the tonality of benevolence remained in the core, while the neutral tonality became peripheral. The communicative and pragmatic solution was evaluated as positive when the tonality in the tonal core of monologue texts and comments was benevolent, or when the neutral tonality of the monologue text turned benevolent in the commentary. These tactics yielded a positive perception of the information presented by the sender of the message.

**Keywords:** virtual communication, virtual genre, categorical text analysis, tonality

**Citation:** Ryadovykh N. A. Category of Tonality Explicated in the Texts of Virtual Genre. *Virtual Communication and Social Networks*, 2022, 1(3): 203–207. (In Russ.) <https://doi.org/10.21603/2782-4799-2022-1-4-203-207>

## Введение

В XXI в. коммуникативное взаимодействие активно осуществляется в виртуальном пространстве. Выделяются специфические черты интернет-общения, которые служат «для реализации отдельных интенций пользователя» [Селютин 2009: 138]. Называются общие признаки: доступность, мгновенность (отсутствие пространственных и временных ограничений), анонимность [Курбатов 2013: 58]; «дистантность, поликодовость сообщений, разнообразие жанровых воплощений» [Колокольцева 2016], обозначаются частные проявления специфики виртуальной коммуникации: автореферативность, нацеленная на самореализацию, самопрезентацию, самоутверждение [Дахалаева 2013: 24].

Ученые уделяют пристальное внимание изменениям в жанровой системе текстов интернет-пространства. В виртуальной коммуникации выделяются не только традиционные жанры (перенесенные в интернет-пространство без изменений или же трансформированные), но и совершенно новые жанры [Макаров 2005]: чаты, дискуссионные группы [Иванов 2000], форум, гостевая книга, мгновенное сообщение, блог и др. [Лутовина 2009: 169–281].

## Методы и материалы

Объектом исследования является виртуальная коммуникация на интернет-платформе «Официального сообщества студентов, выпускников, преподавателей и сотрудников Уральского государственного юридического университета им. В. Ф. Яковлева» в социальной сети ВКонтакте. Процесс коммуникативного взаимодействия в формате социальных сетей происходит с использованием виртуального жанра, который характеризуется гибридностью, обусловленной соединением нескольких жанров [Горошко 2009]. В нашем случае гибридность выражается «в сочетании свойств монологического и диалогического общения» и может реализовываться в жанре комментария «когда изначально монологический текст становится информационным поводом для диалога читателей».

Жанры реализуются в конкретных текстах, которые являются «формами жанра» или «жанровыми образованиями»<sup>1</sup> [Hauseblas 1972: 15]. В настоящем исследовании тексты изучаются с помощью метода категориально-текстового анализа, подразумевающего развернутый

подход к осмыслению текста, при котором объект научных изысканий переносится из «плоскостной» интерпретации [Матвеева 1990: 9] в объемную, многомерную. Принимаются во внимание не только информационно-смысловые (семантические) и формально-грамматические аспекты, но и «широкий экстралингвистический контекст» [Кожина 1995: 38].

Многомерность текста соотносится с системностью, которая имеет коммуникативную природу. Для исследования виртуальной коммуникации представление о коммуникативности текста приобретает актуальность, поскольку выражает идею «продолжающегося диалога», в котором слово автора вне зависимости от времени произнесения / написания «будет услышано, отвечено, переосмыслено» [Бахтин 1975: 5]. При этом коммуникативность как суперкатегория текста [Головин 2005: 195] воспринимается в качестве «интегральной, объединяющей языковые, функциональные, системные категории, присущие тексту» [Сидоров 1987: 53]. В категориально-текстовом аспекте суперкатегория коммуникативности определяет особенности прочих текстовых категорий, находящихся на более низком уровне научной абстракции.

Текстовая категория, понимаемая как «признак, который свойственен всем текстам и без которого не может существовать ни один текст» [Матвеева 1990: 13], характеризует общую специфику текстов рассматриваемого типа. В качестве предмета исследования выбрана категория тональности. Тональность является интегрирующей категорией, которая отражает «эмоционально-волевою установку автора текста, его психологическую позицию по отношению к излагаемому, а также к адресату и ситуации общения» [Купина, Матвеева 2017: 125]. Тональность представляется своего рода внутренним камертоном текста, задающим общее звучание с помощью выбора определенных стилистических средств. Если перефразировать известное выражение Ш. Балли, можно сказать, что в категории тональности заключается «душа текста» [Балли 2018: 222]. Выявление особенностей тонального поля текста [Шаховский 1988: 12] способствует многомерному осмыслению исследуемого текстового материала, позволяет делать генерализирующие заключения относительно его коммуникативно-прагматической направленности.

<sup>1</sup> Здесь и далее по тексту перевод выполнен автором статьи.

## Результаты

Как показывают наблюдения, в основных монологических текстах ядро поля тональности формируется нейтральной и мажорной тональными разновидностями. Нейтральная тональность монологических текстов характеризуется объективизированностью изложения, при котором субъективно-психологический компонент имеет предельно малую значимость. Экспликация нейтральной тональности на лексическом уровне осуществляется с помощью эмотивно-нейтральной лексики: *абитуриенты, выпускники, практическое применение, распоряжение Правительства РФ, стажировка, уровень знаний*; посредством использования клишированных конструкций: *цифровая трансформация в органах исполнительной власти, продлен срок подачи документов, информация о результатах конкурса поступит на портал Госуслуг*.

В синтаксическом выражении нейтральная тональность проявляется с помощью употребления сложных предложений, а также причастных и деепричастных оборотов:

- *в конце июля у абитуриентов, определившихся с вузом, вопросов не становится меньше, но теперь их интересует другое;*
- *объединение «Территория авангарда», занимающееся популяризацией наследия Свердловска 1920–1930-х гг., передало в дар Библиотеке УрГЮУ книгу о конструктивистских городках, среди которых городок юстиции, где 56 лет размещался корпус Свердловского юридического университета.*

На графическом уровне сигналом нейтральной тональности является отсутствие восклицательных знаков, а также дополнительных символов, применяемых в виртуальной коммуникации.

На шкале эмотивности нейтральная (или нулевая) тональность может противопоставляться мажорной тональности, которая увязывается с выражением «положительных оценок и эмоций, активной энергии, общего оптимистического настроения» [Матвеева 2014: 693]. В монологических текстах «Официального сообщества студентов, выпускников, преподавателей и сотрудников Уральского государственного юридического университета им. В. Ф. Яковлева» мажорная тональность носит характер доброжелательности и эксплицируется с помощью различных сигналов.

Доброжелательная тональность интенционально обеспечивает соиздательную помощь адресату, настраивая последнего на позитивное восприятие сообщения и побуждая его к конструктивным действиям. В монологических текстах выделяются лексико-семантические группы, имеющие дериваты следующих мотивирующих лексем:

- радость: *мы искренне радуемся этому результату; как вы радуетесь приказам о зачислении?; спешим вас обрадовать; в радостной эйфории не забываете про дела; мы рады, что представители вуза отлично выступили;*
- счастье: *а вот список счастливыхчиков; может сделать тебя счастливым;*
- мечта: *мечтаешь заняться этим?; иди к своей мечте;*
- любовь: *любимое место для прогулок и походов; такой любви к спорту можно только позавидовать.*

Доброжелательная тональность эксплицируется с помощью эмоционально-оценочной лексики: *прекрасная игра на рояле, установленном в небоскребе; здорово, что у наших преподавателей есть такие увлечения; с завидным постоянством мы рассказываем; крутое увлечение; классный выпускной, где для тебя исполнит медлячок директор института*. Кроме того, доброжелательная тональность усиливается с помощью слов-интенсификаторов: *с большим удовольствием будем ставить лайки; дружно ставим лайки; особенно хорошо расслабиться надо выпускникам*. Еще одним средством выражения доброжелательной тональности становится использование различных тропов, передающих положительные эмоции: *волною свежести врывается в наши с вами будни*.

Значимым сигналом доброжелательной тональности является эмоционально-доверительное обращение к адресату: *друзья; дорогие инициативные студенты; дорогие абитуриенты*. Ты-обращение (посредством личного местоимения *ты* и / или глагольных форм второго лица единственного числа) воспринимается как личностно-заинтересованное отношение к адресату, который в качестве реципиента имплицитно участвует в доброжелательном диалоге: *хочешь быстро разобраться, в какой университет ты попал; хочешь стать ученым; поступаешь на бюджет на направления бакалавриата или специалитета в УрГЮУ*.

Активное использование средств диалогизации расценивается как проявление доброжелательной тональности. Стремление установить контакт, вовлечь адресата в общение становится коммуникативно-прагматической основой доброжелательной тональности. Авторы монологических текстов применяют личные и притяжательные местоимения *мы, наш*: *привет, наш будущий студент! мы будем вместе следить за проведением конкурса; глагольные формы первого лица множественного числа: давайте вспомним, как проходила презентация книги М. Ф. Казанцева; вопросно-ответные конструкции: А вы узнали фасад ГУКа на первом фото? Из нынешних студентов никто не видел его таким!*

Характерный экспликатор доброжелательной тональности – глагольная форма повелительного наклонения, используемая в контексте призыва к позитивному действию: *пишите в комментариях и отправляйте реакции, если вам нравится наша новая рубрика; ликуйте те, кто прошел отбор и был зачислен на бюджет; вливайся в студенчество с первых дней и тебе точно будет что вспомнить; прояви себя во внеучебной жизни.*

Авторы монологических сообщений широко используют юмор, поддерживая атмосферу доброжелательности. Применяются слова с суффиксами субъективной оценки: *это вам не шуточки*; стилистический прием смешения нейтральной и книжной лексики: *родители всегда переживают, чем будет питаться их чадо, вырвавшееся из отчего дома*; перефразируются прецедентные фразы: *завтра перевернем календарь, а там 3 августа* (отсылка к популярному интернет-мему, построенному на строке из песни М. Шуфутинского: *Я календарь переверну – и снова третье сентября*).

Заметными сигналами экспликации доброжелательной тональности являются графические средства: восклицательные знаки, различные комбинации символов, идеограмм, пиктограмм.

В комментариях, являющихся рефлексивным продолжением монологического текста, сохраняются нейтральная и мажорная (доброжелательная) тональности. Важным наблюдением является то, что тональность монологического текста не влияет на выбор тональности текстового комментария. Например, нейтральная тональность монологического сообщения:

- *Более 100 килограммов гуманитарной помощи было собрано Институтом юстиции для Донецкой и Луганской народных республик. Это одежда, продукты длительного хранения, перевязочные материалы, средства гигиены*

трансформируется в доброжелательную тональность комментариев, которые представляют собой стикеры и символы, передающие эмоции радости, поддержки, одобрения. Встречаются противоположные трансформации, при которых мажорная (доброжелательная) тональность монологического текста модулируется в нейтральную тональность комментария:

- *предлагаем всем преподавателям принять участие в Неделе спорта и отправлять свои спортивные фотографии, а мы с большим удовольствием будем ставить лайки! Эстафету начинает В. С. Белых, заведующий кафедрой предпринимательского права* (доброжелательная тональность монологического текста);
- *Училась у Владимира Сергеевича* (нейтральная тональность комментария).

Крайне редкое проявление нейтральной тональности относит последнюю на периферию тонального поля. Ядерной является тональность доброжелательности. К периферии также можно отнести просительную и неодобрительную тональности. Данные разновидности носят спорадический характер употребления.

Примеры:

- *можно, пожалуйста, попросить загрузить все фото первого и второго дня* (периферийная просительная тональность);
- *отучился парнишка, молодец, но, как оказалось, мы не нужны, вот и престижный вуз; это Вы не нужны, не Леша* (периферийная неодобрительная тональность)

Ядерная тональность доброжелательности в комментариях эксплицируется посредством восклицательных знаков, символов и «образов с клишированными смыслами» [Курбатов 2013: 61–62], стикеров, фото- и видеоизображений, выражающих общую эмоцию одобрения, радости, согласия. Иными словами, в качестве особенности выражения доброжелательности следует выделить активное употребление средств графического, т.е. невербального уровня. Вербальные тексты в комментариях предельно кратки, но достаточно выразительны с точки зрения экспликации доброжелательной тональности. В вербальных комментариях используются междометия, выражающие положительные эмоции: *ух ты! вау!*; применяется мелиоративная эмоционально-оценочная лексика: *молодцы; красавицы; неплохо; классная идея; мы умницы; Соня самая лучшая*. Более развернутыми в вербальном выражении являются комментарии периферийных тональностей: нейтральной, просительной или неодобрительной.

## Заключение

Монологические тексты «Официального сообщества студентов, выпускников, преподавателей и сотрудников Уральского государственного юридического университета им. В. Ф. Яковлева» в социальной сети ВКонтакте эксплицируют две ядерные тональности – нейтральную и мажорную (доброжелательную), которые формируют тональный отклик в комментариях. Наличие доброжелательной тональности в ядре тонального поля комментариев, а также обнаруженная трансформация нейтральной тональности монологического текста в мажорную (доброжелательную) тональность комментария позволяет с определенной степенью уверенности констатировать реализацию коммуникативно-прагматической направленности монологического текста на позитивное восприятие излагаемой информации адресатом сообщения.

**Конфликт интересов:** Автор заявил об отсутствии потенциальных конфликтов интересов в отношении исследования, авторства и / или публикации данной статьи.

**Conflict of interests:** The author declared no potential conflicts of interests regarding the research, authorship, and / or publication of this article.

## Литература / References

- Балли Ш. Язык и жизнь. М.: УРСС, 2018. 230 с. [Balli Sh. *Language and life*. Moscow: URSS, 2018, 230. (In Russ.)]
- Бахтин М. М. Вопросы литературы и эстетики. М.: Художественная литература, 1975. 504 с. [Bakhtin M. M. *Issues of literature and aesthetics*. Moscow: Khudozhestvennaya literatura, 1975, 504. (In Russ.)] EDN: WTJALN
- Дахалаева Е. Ч. Автореферентные жанры интернет-дискурса. *Вестник Иркутского государственного лингвистического университета*. 2013. № 4. С. 24–29. [Dakhalaeva E. Ch. Self-referent genres of Internet discourse. *Vestnik Irkutskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta*, 2013, (4): 24–29. (In Russ.)] EDN: RTRZDX
- Головин Б. Н. Введение в языкознание. М.: URSS, 2005. 230 с. [Golovin B. N. *Introduction to linguistics*. Moscow: URSS, 2005, 230. (In Russ.)]
- Горошко Е. И. Текст эпохи веб 2.0: психолингвистический анализ. *Вопросы психолингвистики*. 2009. № 9. С. 267–280. [Goroshko E. I. Text of the Web 2.0 era: psycholinguistic analysis. *Journal of Psycholinguistics*, 2009, (9): 267–280. (In Russ.)] EDN: QRTUZH
- Иванов Л. Ю. Язык Интернета: заметки лингвиста. *Словарь и культура устной речи*. М.: Азбуковник, 2000. С. 131–147. [Ivanov L. Yu. The language of the Internet: notes of a linguist. *Vocabulary and culture of oral speech*. Moscow: Azbukovnik, 2000, 131–147. (In Russ.)]
- Кожина М. Н. Целый текст как объект стилистики текста. *Stylistyka*. 1995. № 4. С. 33–54. [Kozhina M. N. The whole text as an object of text stylistics. *Stylistyka*, 1995, (4): 33–54. (In Russ.)]
- Купина Н. А., Матвеева Т. В. Стилистика современного русского языка. М.: Юрайт, 2017. 415 с. [Kupina N. A., Matveeva T. V. *The style of the modern Russian language*. Moscow: Yurait, 2017, 415. (In Russ.)]
- Колокольцева Т. Н. Диалогичность в жанрах интернет-коммуникации (чат, форум, блог). *Жанры речи*. 2016. № 2. С. 96–104. [Kolokoltseva T. N. Dialogism in the genres of Internet communication: chat, forum, and blog. *Speech genres*, 2016, (2): 96–104. (In Russ.)] <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2016-2-14-96-104>
- Курбатов В. И. Виртуальная коммуникация, виртуальное сетевое мышление и виртуальный язык. *Гуманитарий Юга России*, 2013. № 4. С. 56–68. [Kurbatov V. I. Virtual communication, virtual network thinking and virtual language. *Gumanitariy Yuga Rossii*, 2013, (4): 56–68. (In Russ.)] EDN: SBUMZN
- Лутовинова О. В. Лингвокультурологические характеристики виртуального дискурса. Волгоград: Перемена, 2009. 477 с. [Loutvinova O. V. *Linguistic and cultural characteristics of virtual discourse*. Volgograd: Peremena, 2009, 477. (In Russ.)] EDN: TLHDAT
- Макаров М. Л. Жанры в электронной коммуникации. Саратов: Колледж, 2005. 157 с. [Makarov M. L. *Genres in electronic communication*. Saratov: Kolledzh, 2005, 157. (In Russ.)]
- Матвеева Т. В. Функциональные стили в аспекте текстовых категорий: синхронно-сопоставительный очерк. Свердловск: УрФУ, 1990. 172 с. [Matveeva T. V. *Functional styles in the aspect of text categories: synchronous-comparative essay*. Sverdlovsk: UrFU, 1990, 172. (In Russ.)]
- Матвеева Т. В. Тональность текста. *Эффективное речевое общение (Базовые компетенции)*, ред. А. П. Сковородников. Красноярск: СФУ, 2014. С. 692–694. [Matveeva T. V. The tonality of the text. *Effective speech communication (Basic competencies)*, ed. Skovorodnikov A. P. Krasnoyarsk: SFU, 2014, 692–694. (In Russ.)]
- Селютин А. А. Жанры как форма коммуникативного выражения онлайн-личности. *Вестник Челябинского государственного университета*. 2009. № 35. С. 138–141. [Selyutin A. A. Genres as a form of communicative expression of online personality. *Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta*, 2009, (35): 138–141. (In Russ.)] EDN: LAULRP
- Сидоров Е. В. Проблемы речевой системности. М.: Наука, 1987. 138 с. [Sidorov E. V. *Problems of speech consistency*. Moscow: Nauka, 1987, 138. (In Russ.)]
- Шаховский В. И. Категоризация эмоций в лексико-семантической системе: (на материале английского языка): автореф. дис. ... д-ра филол. наук. М., 1988. 39 с. [Shakhovskiy V. I. *Categorization of emotions in the lexical and semantic system of the English language*. Dr. Philol. Sci. Diss. Abstr. Moscow, 1988, 39. (In Russ.)]
- Hausenblas K. *Výstavba jazykových projevů a styl*. Praha: Univerzita Karlova, 1972, 184. [Hausenblas K. *Construction of linguistic manifestations and style*. Prague: Univerzita Karlova, 1972, 184. (In Czech)]

оригинальная статья

## Виртуальная коммуникация как ведущий формат социального общения молодежи

Иркова Анна Валентиновна

Кемеровский государственный университет, Кемерово, Россия  
a.irkova@mail.ru

Поступила в редакцию 06.11.2022. Принята после рецензирования 01.12.2022. Принята в печать 02.12.2022.

**Аннотация:** Рассмотрены особенности коммуникативного поведения молодежи в сетевом дискурсивном пространстве. Цель – оценка характерных языковых особенностей молодежи в социальных сетях. Материалом послужили данные анкетирования, направленного на выявление мотивов и целей молодежи в сетевой коммуникации. Опрошено 150 студентов разных факультетов и курсов; 100 школьников в возрасте 12–17 лет прошли анонимный опрос. На молодежных площадках Рунета собраны данные интернет-обсуждений, комментарии участников общения. Результаты показали, что реконструирование портрета языковой личности молодого пользователя социальных сетей связано с несколькими факторами. Во-первых, в интернет-пространстве формируется особая цифровая языковая личность. Она выступает как синтез реальной языковой личности с ее сконструированным образом. Ей свойственны свои языковые особенности, которые раскрываются в новом, видоизмененном самой молодежью лексиконе, сленге. У современного студента в контексте социальных сетей происходит синтез двух сфер – образовательной и коммуникативной. Словарный запас современного подростка сводится к простым разговорным выражениям, часто ненормативной лексике (нецензурным словам), жаргону. Речь подростков стала весьма повседневной и реальной. Большинство слов современного сленга имеет несколько особенностей: в основном это сокращенные и заимствованные слова. Динамичность современного мира отражается в весьма частотном употреблении глаголов и имен существительных с событийным значением. Во-вторых, на этом фоне текст все чаще сопровождается иллюстрациями, стикерами, смайлами и др. Подчеркивается важность социальных сетей для самовыражения молодежи.

**Ключевые слова:** коммуникативный портрет, языковая личность, социальная сеть, дискурс, молодежный дискурс

**Цитирование:** Иркова А. В. Виртуальная коммуникация как ведущий формат социального общения молодежи. *Виртуальная коммуникация и социальные сети*. 2022. Т. 1. № 4. С. 208–214. <https://doi.org/10.21603/2782-4799-2022-1-4-208-214>

full article

## Virtual Communication as the Main Format of Social Communication of Young People

Anna V. Irkova

Kemerovo State University, Kemerovo, Russia  
a.irkova@mail.ru

Received 6 Nov 2022. Accepted after peer review 1 Dec 2022. Accepted for publication 2 Dec 2022.

**Abstract:** The features of the communicative behavior of young people in the network discursive space are considered. The purpose of the study is to assess the characteristic linguistic features of young people in social networks. The research material was the data of a questionnaire aimed at identifying the motives and goals of young people in network communication. About 150 people (students of different faculties and courses) were interviewed. An anonymous survey was conducted by 100 schoolchildren (the age of teenagers ranged from 12 to 17 years). On the youth platforms of the Runet, data from Internet discussions and comments from communication participants are collected. The results of the study showed that the reconstruction of the portrait of the linguistic personality of a young user of social networks is associated with the following factors. Firstly, a special digital linguistic personality is being formed in the Internet space. It acts as a synthesis of a real linguistic personality with its constructed image. It has its own language features. They are

revealed in a new vocabulary, modified by the youth itself, slang. A modern student in the context of social networks has a synthesis of two spheres – educational and communicative. The vocabulary of a modern teenager is reduced to simple colloquial expressions, often profanity (obscene words), jargon. The speech of teenagers has become very everyday and real. Most words of modern slang have several features: these are mostly abbreviated and borrowed words. The dynamism of the modern world is reflected in the very frequent use of nouns with event meaning and verbs. Secondly, against this background, the text is increasingly accompanied by illustrations, stickers, emoticons and many others. The importance of social networks for the self-expression of young people is emphasized.

**Keywords:** communicative portrait, linguistic personality, social network, discourse, youth discourse

**Citation:** Irkova A. V. Virtual Communication as the Main Format of Social Communication of Young People. *Virtual Communication and Social Networks*, 2022, 1(4): 208–214. (In Russ.) <https://doi.org/10.21603/2782-4799-2022-1-4-208-214>

## Введение

На сегодняшний день Интернет стал ежедневной, жизненно важной необходимостью для людей. По данным аналитиков Statista<sup>1</sup>, на апрель 2022 г. в мире насчитывалось 5 млрд пользователей Интернета. Китай занимает первое место по количеству пользователей Интернета среди стран. Благодаря непрерывному и быстрому экономическому развитию, а также культурной склонности к технологиям, более 1 млрд из примерно 1,4 млрд человек в Китае пользуются Интернетом. Другим известным развивающимся рынком является Индия, где по прогнозам к 2025 г. число интернет-пользователей достигнет 1134 млн. Английский остается наиболее распространенным языком в Интернете, несмотря на то, что на нем говорят около 26 % от общего числа пользователей, большинство из которых проживают в Азиатско-Тихоокеанском регионе, в частности в Китае.

Согласно отчету Brand Analytics<sup>2</sup>, в октябре 2022 г. число активных авторов в социальных сетях в России составило 62 млн. Авторы написали более 1,5 млрд публичных сообщений – постов, репостов и комментариев (в октябре 2021 г. – 1,1 млрд). Telegram внес наибольший вклад в рост ежемесячного объема контента социальных сетей. Следует отметить, что РФ является одной из немногих стран, имеющих собственные социальные сети, мессенджеры, поисковые системы, электронную почту и многие другие электронные ресурсы.

В мире высоких технологий меняется и рынок труда [Ларионов и др. 2021]. В настоящее время специалисты любой сферы деятельности постоянно сталкиваются

с необходимостью обработки потоков информации: геологи, географы, лесоводы, агрономы и картографы изучают данные, получаемые при аэрофотосъемке; лингвисты исследуют тысячи текстов на разных языках. На сегодняшний день пространство виртуального общения априори формирует особую языковую личность.

Оценка специфики молодежного общения в социальных сетях включена в спектр ключевых задач программы «Приоритет-2030», помимо увеличения доли российской науки на глобальном рынке исследований и разработок, обеспечения условий для формирования цифровых компетенций и навыков использования цифровых технологий у обучающихся, повышения научно-технологического потенциала российских университетов для создания новых технологий, отраслей и конкурентоспособных продуктов, обеспечения условий для формирования цифровых компетенций и навыков использования цифровых технологий у обучающихся, в том числе у студентов ИТ-специальностей<sup>3</sup>.

Приоритет обозначенных направлений отражен в расходах Федерального бюджета на реализацию подпрограммы «Обеспечение глобальной конкурентоспособности российского высшего образования» государственной программы «Научно-технологическое развитие Российской Федерации»<sup>4</sup> с целью внедрения наработок по основным направлениям деятельности Федерального проекта, направленного на повышение глобальной конкурентоспособности высшего образования. На 2021 г. субсидии на создание центров цифрового образования детей составили 585869 тыс. руб.<sup>5</sup>

<sup>1</sup> Countries with the largest digital populations in the world as of January 2022 (in millions). *Statista*. URL: [www.statista.com/statistics/262966/number-of-internet-users-in-selected-countries/](https://www.statista.com/statistics/262966/number-of-internet-users-in-selected-countries/) (accessed 6 Sep 2022).

<sup>2</sup> Социальные сети в России: цифры и тренды, осень 2022. *Brand Analytics*. URL: <https://br-analytics.ru/blog/social-media-russia-2022/> (дата обращения: 08.09.2022).

<sup>3</sup> Программа «Приоритет-2030». *Министерство науки и высшего образования РФ*. URL: <https://minobrnauki.gov.ru/action/priority2030/> (дата обращения: 08.09.2022).

<sup>4</sup> О федеральном бюджете на 2019 г. и на плановый период 2020 и 2021 гг. Федеральный закон № 459-ФЗ от 29.11.2018 (ред. от 02.12.2019). *СПС КонсультантПлюс*.

<sup>5</sup> О федеральном бюджете на 2021 г. и на плановый период 2022 и 2023 гг. Федеральный закон № 385-ФЗ от 08.12.2020. *СПС КонсультантПлюс*.

Необходимо учитывать уже существующий на сегодняшний день опыт Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» (НИУ ВШЭ) по развитию цифровых навыков у студентов. Цифровые компетенции, как правило, интегрированы во все образовательные программы НИУ ВШЭ, например, проект Data Culture реализуется с 2017 г.<sup>6</sup>

В рамках настоящего исследования мы продолжаем линию изучения глубинных (когнитивных и прагматических) и поверхностных (вербально-семантических) уровней реализации языковой личности подростка и студента, которая представлена в ряде работ [Голев, Иркова 2020]. Однако цель данной работы предполагает расстановку принципиально других акцентов по сравнению с предыдущими. Во-первых, виртуальная коммуникация представляет собой зеркало, в котором отражаются черты особой языковой личности молодежи. Во-вторых, раскрывается значимость виртуальной коммуникации как контекста особого рода (детерминирующей среды; дискурса), который не только отражает, но и формирует эти же особенности.

Молодежное общение в Интернете – довольно сложное языковое явление. Социальная сеть представляет собой многопользовательскую интернет-систему, которая позволяет общаться в разных форматах – публиковать, просматривать и оценивать различные файлы (аудио, видео, фотографии, текст), искать знакомства и заводить новых друзей<sup>7</sup>.

За последнее десятилетие количество статей на тему виртуальной коммуникации и социальных сетей почти утроилось [Диков 2022; Фундаментальная лингвистика... 2022; Социальные сети... 2021]. Изучение виртуальных коммуникаций позволяет объяснить социальные явления разнообразными новыми способами [Corbisiero 2022]. Анализ социальных сетей используется для выявления наиболее эффективных людей в рамках реализации строительных проектов [Abbasianjahromi, Etemadi 2022]; исследуются коммуникации сельскохозяйственного научно-образовательного центра в Twitter для разработки стратегии укрепления взаимодействия в социальных сетях и активного привлечения новых подписчиков [Aguilar-Gallegos et al. 2022]; рассматривается поведение людей в социальных сетях, манипулирование общественным мнением [Chen et al. 2022] и т. д. Большое число исследований, предметом которых являются те или иные аспекты общения в социальных сетях, объясняется тем, что проблематика социальных сетей обладает мировой актуальностью.

На сегодняшний день социальные сети отражают широкий спектр сфер жизни общества и его страт, среди которых особенно выделяется страта молодежи. Молодые люди общаются, встречаются, комментируют, спорят, высказывают свое мнение в социальных сетях, другими словами, сопровождают свою жизнь рефлексией о ней, воплощая ее в речи. Поэтому лингвист вправе рассматривать социальные сети как непрерывную речь (речемыслительную деятельность), дискурс и текст.

Ученые выделяют дискурс *новой эмоциональности* и дискурс *новой чувствительности* [Кошкарова, Яковлева 2019; Кошкарова 2021]. Такого рода тексты, как правило, мультимодальны и мультимедийны. Их структура включает в себя разнообразные каналы и коды (визуальные, аудиальные, тактильные и т. д.), а также весьма креативные внешние параметры виртуальной молодежной коммуникации (изображение, письмо, речь и многое другое) [Кибрик 2018].

Полагаем, что общество должно выработать свою принципиальную позицию к такому важному коммуникативному феномену, как социальные сети. На наш взгляд, верная позиция в этом вопросе заключается в позитивном отношении, предполагающем конструктивное использование для улучшения социальной коммуникации в обществе: не запрет или ограничение, а использование данного коммуникативного формата для конструктивного диалога общества и государства с молодежью.

Нередко в противовес телевидению и СМИ, в социальных сетях молодежь находит альтернативную площадку, на которой формируются специфические культура, этика и ментальность. Чтобы говорить с молодежью в социальных сетях, нужно иметь представление об их коммуникативной сущности (кодах, нормах, системе ценностей). Более того, следует трансформировать и образовательные установки, рассматривать социальные сети как предмет обучения и формирования новой культуры. Говоря об обучении, мы имеем в виду не механический перенос кодов и норм, выработанных в интернете, в систему образования и воспитания, а творческое их осмысление. Такая дидактическая задача поставлена в работе Н. Д. Голева [Голев 2021].

Мы считаем, что для реализации названных целевых установок важно предварительно подвергнуть коммуникативный феномен социальных сетей системному объективистскому изучению. Из задач лингвистического исследования выделим семиотические, лингвокультурологические и лингвоперсонологические аспекты.

<sup>6</sup> Data Culture. НИУ ВШЭ. URL: <https://www.hse.ru/dataculture/> (дата обращения: 11.09.2022).

<sup>7</sup> Васильева У. А. Социальные сети в жизни современного подростка. URL: <https://school-science.ru/7/8/39898> (дата обращения: 11.09.2022).

Последние связаны со специфическими особенностями языковой личности коммуникантов в социальных сетях. Этому аспекту посвящена настоящая статья, продолжающая другие наши исследования [Голев, Иркова 2020].

Реальность такова, что социальные сети являются основными компонентами формирования студентов как личности (в том числе как языковой личности, коммуникативной личности, гуманистической личности, личности потребителя, личности героя и т. д.). В связи с этим вопрос коммуникативной активности современных людей в социальных сетях имеет отношение ко всему международному сообществу. Развитие современного общества характеризуется стремительными и масштабными социальными изменениями, в основном за счет новых информационно-коммуникационных технологий. Определение статуса и роли Интернета (международной сети) в современной общественной жизни является актуальной междисциплинарной научной задачей.

Языковое поведение российской молодежи изучалось многими современными исследователями. Например, Р. А. Арзуманова и Г. М. Дрогова изучили особенности коммуникативных портретов современных студентов медицинских вузов и рассмотрели словарный запас студентов-медиков. Авторы пришли к выводу, что коллективный речевой портрет характеризует конкретные детали речи будущего врача на лексическом и фразовом уровнях [Арзуманова, Дрогова 2015]. Многие исследовательские работы направлены на рассмотрение онлайн-производства коммуникативных портретов отдельных лиц и групп людей [Гурулева 2016], изучение информационных и языковых навыков современных детей в контексте новой культуры цифрового общества [Иванов, Фотиева 2014] и многое другое [Безукладников и др. 2018]. Стоит отметить, что в рамках работы отсутствует комплексное исследование коммуникативного поведения молодежи в сетевом дискурсивном пространстве.

Проблематика настоящего исследования актуальна для Кемеровской области – Кузбасса. В монографии «Стратегирование цифрового Кузбасса» раскрывается потенциал цифрового инструментария (киберфизических систем и когнитивных технологий, искусственного интеллекта и т. п.) для многофакторного развития такого мощного промышленного региона, как Кузбасс, в том числе стратегирование его медиасистемы [Стратегирование... 2021].

Целью настоящего исследования является оценка лингвистической специфики особенностей языка молодежи в социальных сетях.

## Методы и материалы

Материалом исследования послужили данные анкетирования, направленного на выявление мотивов и целей молодежи в сетевой коммуникации. Выборка для анкетирования составила 250 респондентов. Было опрошено 150 студентов разных факультетов и курсов. Также 100 школьников 12–17 лет прошли анонимный опрос. На молодежных площадках Рунета собраны данные интернет-обсуждений и комментарии участников общения. Результаты раскрывают системные характеристики коммуникативного поведения современных студентов и школьников.

В ходе исследования были использованы следующие методы: сбор материала, его анализ, систематизация и интерпретация, анализ контента в целом.

## Результаты

Ниже приведен шаблон анкеты, в котором объясняется исследовательская направленность проекта в целом (табл. 1).

**Табл. 1. Анкета, предлагаемая студентам**  
**Tab. 1. Questionnaire offered to students**

№	Содержание
1.	Являетесь ли Вы пользователем социальных сетей? Если да, то в каких сетях Вы зарегистрированы? Объясните Ваш выбор.
2.	Расставьте социальные сети («ВКонтакте», «Facebook», «Instagram») по шкале значимости для Вас от 1 до 10 (10 – самая высокая, далее уменьшение). Объясните свой выбор.
3.	Вы зарегистрированы в соцсетях под своим именем?
4.	Сколько (примерно) часов в день Вы проводите в социальных сетях? От _____ до _____.
5.	Какова для Вас цель использования социальных сетей?
6.	Часто ли Вы используете в сообщениях стикеры, смайлики-эмоции? Если да, то какие предпочитаете смайлики (опишите их; приведите примеры).
7.	Какие слова Вы используете в сообщениях, когда общаетесь с друзьями? (Приведите примеры.)
8.	Какие эмоции Вы переживаете в социальных сетях?
9.	Вы в социальную сеть заходите через компьютер или мобильный телефон? Объясните Ваш выбор.
10.	Что Вы выкладываете в социальные сети? Опишите Вашу страничку. Опишите Вашу стену, что Вы там публикуете.
11.	Ваша страничка всем пользователям доступна? (Открытый профиль или закрытый профиль Вашей странички.) Объясните свой выбор.
12.	Считаете ли Вы, что Ваша социальная сеть, в которой вы зарегистрировались, – это Ваше личное пространство?

На основании результатов опроса были установлены факторы и причины популярности виртуальной коммуникации у молодого поколения. Во-первых, интернет-коммуникация воспринимается через призму коммуникативного гедонизма, что поддерживается положительными оценками («лайками»), приятными комментариями к фотографиям и т. д.

Во-вторых, для студентов оказывается значимой многоканальная передача информации и ее осмысление. Например, Twitter позволяет пользователям обновлять свой профиль через мобильный телефон либо с помощью текстовых сообщений, либо с помощью приложений, выпущенных для определенных смартфонов и планшетов.

Студенты используют социальные сети не только для общения, но и для получения новых знаний, умений и навыков, в том числе цифровых компетенций. Виртуальная коммуникация сокращает расстояние между общением и саморазвитием. Молодежь реагирует на разнообразный контент через посты, блоги, твиты. Таким образом, дискурсивная цифровая личность действует как виртуальная копия реальной языковой личности.

Перейдем к рассмотрению фрагмента анкеты, предложенной школьникам-подросткам (табл. 2).

При помощи 2 вопроса анкеты было установлено, что ВКонтакте является наиболее значимой социальной сетью среди подростков: ее выбрали 80 человек. Только 10 человек предпочли Instagram. По-видимому, школьники отдают предпочтение просмотру фотографий, рассказов; возможности запечатлеть события своей жизни. Ни один из подростков не выбрал Одноклассники, Twitter и Facebook. 10 человек не выбрали ни одну из социальных сетей.

Отдельно выделим аспект, связанный с речевой культурой, демонстрируемой молодежью в социальных сетях. Оценить словарный запас современного школьника весьма трудно. Необходим широкий мониторинг и кумуляция словника, который в ряде случаев предполагает своеобразный перевод специального языка молодежи. Мы сосредоточились на рассмотрении лексического уровня общения между подростками – его нормативном и стилистическом плане, а именно процессах жаргонизации (табл. 3).

Так, словарный запас современного подростка сводится к простым разговорным выражениям, часто ненормативной лексике (нецензурным словам), жаргону. Речь подростков стала весьма повседневной и реальной. Большинство слов современного сленга имеет несколько особенностей: в основном это сокращенные и заимствованные слова. Их комплексное изучение представляет собой отдельную научную задачу.

Табл. 2. Анкета, предлагаемая учащимся-подросткам

Tab. 2. Questionnaire offered to teenage students

№	Содержание
1.	Являетесь ли Вы пользователем социальных сетей? Если да, то в каких сетях Вы зарегистрированы? Объясните Ваш выбор.
2.	Расставьте социальные сети («ВКонтакте», «Одноклассники», «Twitter», «Instagram», «Facebook») по шкале значимости для Вас от 1 до 10 (10 – самая высокая, далее уменьшение). Объясните свой выбор.
3.	Вы зарегистрированы в соцсетях под своим именем? Да / Нет.
4.	Сколько (примерно) часов в день Вы проводите в социальных сетях? От _____ до _____.
5.	Какова для Вас цель использования социальных сетей?
6.	Общаетесь ли Вы со сверстниками в социальных сетях? Если да, то на какие темы предпочитаете вести разговор? (Приведите примеры.)
7.	Обычно я общаюсь на такие темы, как... (приведите примеры своего общения): обсуждение фильмов; обсуждение компьютерных игр; обсуждение уроков; обсуждение домашнего задания; общение с одноклассниками; свои темы.
8.	Часто ли Вы используете в сообщениях стикеры, смайлики-эмоции? Если да, то какие используете смайлики (опишите их; приведите примеры).
9.	Какие слова Вы используете в сообщениях, когда общаетесь с друзьями? (Приведите примеры).
10.	В каких группах Вы состоите, например, «ВКонтакте»? (Опишите эти группы, что Вы там читаете, чем увлекаетесь). Состоят ли Ваши друзья в этих группах?

Табл. 3. Современный молодежный сленг

Tab. 3. Modern youth slang

Слово	Значение
Чел	Молодой человек
Всм	В смысле
Кринж	Испанский стыд
Флексить	Выпендриваться
Ле кринж	Высшая степень стыда
Балдёжный	Очень прикольный
Нифига ты легенда	Крутой
Даровчика	Дружеское приветствие
Чилить	Отдыхать
Тян	Девушка

## Заключение

Реконструирование портрета языковой личности молодого пользователя социальных сетей связано с двумя факторами. Во-первых, в интернет-пространстве формируется особая цифровая языковая личность. Она выступает как синтез реальной языковой личности с ее сконструированным образом и ей свойственными свои языковые особенности, раскрывающиеся в новом, видоизмененном лексиконе, сленге. Динамичность современного мира отражается в весьма частотном употреблении глаголов и имен существительных с событийным значением. Во-вторых, на этом фоне текст все чаще сопровождается иллюстрацией (присутствует наглядность в широком смысле). Школьники, как правило, публикуют в своих социальных сетях картинки, стикеры, смайлы и многое другое. Часто респонденты подчеркивают важность социальных сетей для самовыражения.

Установлено, что двойственность виртуального общения действует одновременно как контекст реализации и генерации новых смыслов, а также как зеркало, отражающее языковую личность коммуникантов.

Интернет, социальные сети, гаджеты и мессенджеры – все это реалии современного мира. Идентифицировать

в этом мире участника коммуникации можно через текст. Социальные сети – особое цифровое пространство общения молодого поколения, которое может быть использовано для решения широкого спектра задач (образовательных, обучающих, исследовательских, мониторинга интернет-контента и др.). Все обозначенные направления еще долго сохранят свою актуальность.

**Конфликт интересов:** Автор заявил об отсутствии потенциальных конфликтов интересов в отношении исследования, авторства и / или публикации данной статьи.

**Conflict of interests:** The author declared no potential conflict of interests regarding the research, authorship, and / or publication of this article.

**Благодарности:** Автор выражает благодарность Е. Бедаевой и А. Чардынцевой за помощь в сборе анкет и первоначальной обработке материала.

**Acknowledgements:** The author expresses gratitude to E. Bedareva and A. Cherdyntseva who helped with the collection of questionnaires and the initial processing of the material.

## Литература / References

- Арзуманова Р. А., Дрогова Г. М. Коммуникативный портрет будущего врача: к постановке проблемы. *Поллингвистичность и транскультурные практики*. 2015. № 1. С. 7–11. [Arzumanova R. A., Drogova G. M. Communicative portrait of a future doctor: to the statement of a problem. *Polylinguality and Transcultural Practices*, 2015, (1): 7–11. (In Russ.)] EDN: TMGDCH
- Безукладников К. Э., Крузе Б. А., Жигалев Б. А., Сорокоумова С. Н., Егорова П. А. Психологическая безопасность в школьном и вузовском лингвистическом образовании. *Язык и культура*. 2018. № 44. С. 134–151. [Bezukladnikov K. E., Kruze B. A., Zhigalev B. A., Sorokoumova S. N., Egorova P. A. Psychological safety in the school and university linguistic education. *Jazyk i kul'tura*, 2018, (44): 134–151. (In Russ.)] <https://doi.org/10.17223/19996195/44/9>
- Голев Н. Д. О конкуренции акустико-аудиального и мануально-визуального кодов современной письменной коммуникации. *Вестник Кемеровского государственного университета*. 2021. Т. 23. № 4. С. 1024–1031. [Golev N. D. Codes of modern written communication: acoustic-auditory vs. manual-visual. *Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta*, 2021, 23(4): 1024–1031. (In Russ.)] <https://doi.org/10.21603/2078-8975-2021-23-4-1024-1031>
- Голев Н. Д., Иркова А. В. Коммуникативный портрет современного российского студента и школьника – пользователей социальных сетей и других форм виртуального общения. *Фундаментальные проблемы гуманитарных наук: опыт и перспективы развития исследовательских проектов РФФИ: мат-лы Всерос. науч. конф. с междунар. участием*. (Барнаул, 24–26 сентября 2020 г.) Барнаул: АлтГПУ, 2020. С. 221–224. [Golev N. D., Irkova A. V. Communicative portrait of the modern Russian schooler and student – users of social networks and other forms of virtual communication. *Fundamental problems of the humanities: experience and development prospects of RFBR research projects: Proc. All-Russ. Sci. Conf. with Intern. participation*, Barnaul, 24–26 Sep 2020. Barnaul: AltSPU, 2020, 221–224. (In Russ.)] EDN: KYGWNE
- Гурулева Т. Л. Сопоставительный анализ коммуникативного поведения этнической языковой личности: параметры и технология описания речевого портрета. *Культура и цивилизация*. 2016. Т. 6. № 6А. С. 326–335. [Guruleva T. L. Comparative analysis of the communicative behavior of the ethnic language personality: parameters and technology of the description of a speech portrait. *Kul'tura i tsivilizatsiya*, 2016, 6(6A): 326–335. (In Russ.)] EDN: YRPMGF

- Диков А. В. Цифровые образовательные ресурсы и социальные сети. М.: Ай Пи Ар Медиа, 2022. 256 с. [Dikov A. V. *Digital educational resources and social networks*. Moscow: Ai Pi Ar Media, 2022, 256. (In Russ.)] EDN: NWEXFE
- Иванов А. В., Фотиева И. В. Социально-психологический портрет современной молодежи: оценка системы ценностей. *Мир науки, культуры, образования*. 2014. № 4. С. 394–396. [Ivanov A. V., Fotieva I. V. Social and psychological portrait of modern youth: evaluation of the system of values. *Mir nauki, kul'tury, obrazovaniya*, 2014, (4): 394–396. (In Russ.)] EDN: SYAADJ
- Кибрик А. А. Русский мультиканальный дискурс. Часть I. Постановка проблемы. *Психологический журнал*. 2018. Т. 39. № 1. С. 70–80. [Kibrik A. A. Russian multichannel discourse. Part I. Setting up the problem. *Psichologicheskij zhurnal*, 2018, 39(1): 70–80. (In Russ.)] <https://doi.org/10.7868/S0205959218010075>
- Кошкарлова Н. Н. Аксиологические характеристики дискурса новой чувствительности: как реальность отражается в языке. *Человек: образ и сущность. Гуманитарные аспекты*. 2021. № 2. С. 53–68. [Koshkarova N. N. Axiological characteristics of new sensibility discourse: how language reflects the reality. *Human Being: Image and Essence. Humanitarian Aspects*, 2021, (2): 53–68. (In Russ.)] <https://doi.org/10.31249/chel/2021.02.04>
- Кошкарлова Н. Н., Яковлева Е. М. Дискурс новой эмоциональности: коммуникативные практики цифровой реальности. *Политическая лингвистика*. 2019. № 5. С. 147–152. [Koshkarova N. N., Yakovleva E. M. Discourse of new emotionality: Communicative practices of digital reality. *Political Linguistics*, 2019, (5): 147–152. (In Russ.)] <https://doi.org/10.26170/pl19-05-15>
- Ларионов В. Г., Шереметьева Е. Н., Горшкова Л. А. Цифровая трансформация высшего образования: технологии и цифровые компетенции. *Вестник Астраханского государственного технического университета. Серия: Экономика*. 2021. № 2. С. 61–69. [Larionov V. G., Sheremetyeva E. N., Gorshkova L. A. Digital transformation of higher education: technologies and digital competencies. *Vestnik of Astrakhan State Technical University. Series: Economics*, 2021, (2): 61–69. (In Russ.)] <https://doi.org/10.24143/2073-5537-2021-2-61-69>
- Социальные сети: комплексный лингвистический анализ, отв. ред. Л. Г. Ким. Кемерово: КеМГУ, 2021. Т. 1. 300 с. [*Social Networks: complex linguistic analysis*, ed. Kim L. G. Kemerovo: KemSU, 2021, vol. 1, 300. (In Russ.)] EDN: KEGPIU
- Стратегирование цифрового Кузбасса, науч. ред. В. Л. Квинт. Кемерово: КеМГУ, 2021. 434 с. [*Strategizing of the digital Kuzbass region*. Ed. Kvint V. L. Kemerovo: KemSU, 2021, 434. (In Russ.)] <https://doi.org/10.21603/978-5-8353-2796-6>
- Фундаментальная лингвистика и проблемы судебной экспертизы: социальные сети как объект научного и экспертного анализа: сб. науч. работ по итогам Междунар. науч. конф. (Москва, 5–6 октября 2021 г.) М.: Гос. ИРЯ им. А. С. Пушкина, 2022. 436 с. [*Fundamental linguistics and problems of forensic examination: social networks as an object of scientific and expert analysis*: Proc. Intern. Sci. Conf., Moscow, 5–6 Oct 2021. Moscow: Pushkin Institute, 2022, 436. (In Russ.)] EDN: ZHASCX
- Corbisiero F. How to study online networking: the role of social network analysis. Punziano G., Paoli A. D. *Handbook of research on advanced research methodologies for a digital society*. IGI Global, 2022. С. 360–374. <https://doi.org/10.4018/978-1-7998-8473-6.ch022>
- Abbasianjahromi H., Etemadi A. Applying social network analysis to identify the most effective persons according to their potential in causing accidents in construction projects. *International Journal of Construction Management*, 2022, 22(6): 1065–1078. <https://doi.org/10.1080/15623599.2019.1683688>
- Aguilar-Gallegos N., Klerkx L., Romero-García L. E., Martínez-González E. G., Aguilar-Ávila J. Social network analysis of spreading and exchanging information on Twitter: the case of an agricultural research and education centre in Mexico. *The Journal of Agricultural Education and Extension*, 2022, 28(1): 115–136. <https://doi.org/10.1080/1389224X.2021.1915829>
- Chen L., Chen J., Xia C. Social network behavior and public opinion manipulation. *Journal of Information Security and Applications*, 2022, 64. <https://doi.org/10.1016/j.jisa.2021.103060>

оригинальная статья

## Кросс-региональный анализ настроений пользователей сетевых сообществ ВКонтакте «Типичный Краснодар» и «Типичный Кемерово»

Рябченко Наталья Анатольевна

Кубанский государственный университет, Краснодар, Россия  
<https://orcid.org/0000-0001-6980-2894>  
rrrnatali@mail.ru

Малышева Ольга Петровна

Кубанский государственный университет, Краснодар, Россия  
<https://orcid.org/0000-0001-8285-0508>

Поступила в редакцию 02.09.2022. Принята после рецензирования 10.11.2022. Принята в печать 02.12.2022.

**Аннотация:** Исследование посвящено описанию комплексного метода анализа сетевых лингвистических данных, основанного на семантическом моделировании дискурсивных полей и сетевом анализе. Анализ глобальных дискурсивных полей как социальных графов посредством визуализации и анализа семантических ядер позволяет оперативно выявлять тематики, вызывающие широкий общественный резонанс, и проводить предиктивную аналитику вектора культурных и социально-политических тенденций. Результаты позволили предложить органам власти ряд рекомендаций по организации эффективного информационного управления и нивелирования социальной напряженности в регионах за счет дискурсивного регулирования коммуникативных процессов в онлайн-пространстве.

**Ключевые слова:** дискурсивные поля, онлайн-сообщества, семантическое ядро, сетевая лингвистика, социальные медиа, ВКонтакте, сетевые лингвистические данные

**Цитирование:** Рябченко Н. А., Малышева О. П. Кросс-региональный анализ настроений пользователей сетевых сообществ ВКонтакте «Типичный Краснодар» и «Типичный Кемерово». *Виртуальная коммуникация и социальные сети*. 2022. Т. 1. № 4. С. 215–220. <https://doi.org/10.21603/2782-4799-2022-1-4-215-220>

full article

## Cross-Regional Sentiment Analysis of VKontakte Communities: Typical Krasnodar vs. Typical Kemerovo

Natalia A. Ryabchenko

Kuban State University, Krasnodar, Russia  
<https://orcid.org/0000-0001-6980-2894>  
rrrnatali@mail.ru

Olga P. Malysheva

Kuban State University, Krasnodar, Russia  
<https://orcid.org/0000-0001-8285-0508>

Received 2 Sep 2022. Accepted after peer review 10 Nov 2022. Accepted for publication 2 Dec 2022.

**Abstract:** This research tested a complex analytical method based on semantic modeling of discursive fields and network analysis that can be applied to networked linguistic data. The copyright software package Monitoring and Analysis of Social Networks, Internet Communities, and Users provided automatic data processing to restore the semantic core of the discursive fields generated by Typical Krasnodar and Typical Kemerovo online communities in 2021–2022. The analysis was visualized as social graphs and semantic core models. It identified a number of sensitive topics that generated a lot of feedback. The method also proved efficient in predicting cultural and socio-political trends. The complex methodology provided rapid identification of amplified discursive activity, conditions for social unrest, and bifurcation points for destructive social practices. The results may contribute to effective information management and social strain relief in the regions through discursive control of online communication.

**Keywords:** discursive fields, online communities, semantic core, network linguistics, social media, VKontakte, network linguistic data

**Citation:** Ryabchenko N. A., Malysheva O. P. Cross-Regional Sentiment Analysis of VKontakte Communities: Typical Krasnodar vs. Typical Kemerovo. *Virtual Communication and Social Networks*, 2022, 1(4): 215–220. (In Russ.) <https://doi.org/10.21603/2782-4799-2022-1-4-215-220>

## Введение

Социальные сети и социальные медиа как платформы реализации сетевого коммуникативного взаимодействия в онлайн-пространстве привлекают внимание философов, социологов, политологов, лингвистов, специалистов по большим данным (data scientists), бренд-менеджеров, маркетологов, PR-менеджеров, SMM- и SEO-специалистов, ученых, напрямую не связанных с анализом социальных сетей и больших данных [Aaditi 2020]. Исследователи в области социальных наук рассматривают платформы социальных сетей как фактор, детерминирующий формирование когнитивных и поведенческих моделей пользователей за счет дискурсивного управления. Дискурсивные поля, формируемые в результате дискурсивного взаимодействия пользователей онлайн-сообществ, предопределяют принятие решений на различных уровнях.

Исследования социальных медиа имеют значимые теоретические и прикладные результаты. Изучение особенностей коммуникации пользователей онлайн-сообществ на платформах социальных сетей [McDonald, Forte 2021] открывает перспективы исследования сути (мотивов, факторов, паттернов) социального взаимодействия [Wagner, González-Howard 2018], способствует выработке междисциплинарных подходов к анализу дискурсивных полей, формирующихся на платформах социальных медиа, которые используются для исследования закономерностей дискурсивного управления настроениями пользователей в онлайн- и офлайн-пространстве. Применение методологии изучения больших данных (data science) и когнитивных, корпусных исследований позволяет строить семантические графы («графы знаний» и семантические сети) для машинного обучения [Chen et al. 2022; Ji et al. 2021], разрабатывать программные продукты для автоматической обработки текста и таким образом расширять объемы исследуемого материала, повышая репрезентативность выборки и качество результатов исследования.

Современные исследования социальных сетей и онлайн-сообществ связаны с изучением различных типов или жанров дискурса (медицинского, политического, дидактического, административного, религиозного, дипломатического, рекламного, спортивного) [Wu, Li 2018]; тематик (расистский дискурс,

язык ненависти и неравенства [Papatzani 2021; Pasta 2022]; вопросы вакцинации [Manganello et al. 2022]); дискурсивного поведения политических лидеров [Kalantari et al. 2020]; фейков и дезинформации [Zhang et al. 2021]; аудиовизуальной коммуникации и аудиовизуальных экосистем [Рябченко и др. 2021б]; гендерных вопросов [Гнедаш 2022]; социальных последствий цифрового активизма как явления целенаправленного распространения дискурсов и нарративов в онлайн-пространстве [Leong et al. 2019].

Таким образом, прикладные исследования социальных сетей и дискурсивных взаимодействий набирают популярность в силу высокой практической значимости и эффективности в решении социально-политических проблем, таких как выявление точек пересечения и линий разломов в ожиданиях населения и действиях правительства [Ryabchenko et al. 2019] или формирования и корректировки имиджа субъекта (индивида, организации, региона или страны).

## Методы и материалы

Материалом для кросс-регионального исследования настроений пользователей российского сегмента сети Интернет послужили сетевые лингвистические данные, извлеченные методом сплошной выборки из двух крупных пабликов социальной сети ВКонтакте: «Типичный Краснодар» и «Типичный Кемерово». Сообщества относятся к тематике Lifestyle (стиль жизни) и непрерывно генерируют большое количество контента – постов и длинных веток комментариев, свидетельствующих об актуальности публикуемого контента и заинтересованности в нем пользователей.

Мы определяем сетевые лингвистические данные [Рябченко и др. 2021а], которые генерируются дискурсивными полями, формирующимися на платформах социальных сетей, как массивы неструктурированных или неаннотированных вербальных и невербальных данных, которые представлены в произвольной форме, не соответствуют определенной модели организации данных и не зафиксированы в базах данных, что отличает их от текстовых корпусов.

Объекты массивов сетевых данных могут быть организованы по сетевому принципу и визуализированы

в виде социального графа. Визуализация сетевых лингвистических данных в глобальном масштабе позволяет выявлять имплицитные смыслы дискуссий на платформах социальных сетей, определять доминирующие нарративы, актуальные тенденции социально-культурного развития и вектор формирования культурной идентичности. Таким образом, подобные данные позволяют прогнозировать социальное действие, результат реализации которого может иметь как конструктивные, так и деструктивные последствия для устойчивости социально-политических систем.

Работа с сетевыми лингвистическими данными, функционирующими в рамках дискурсивных полей в онлайн-пространстве, предполагает сплошную выгрузку сетевых данных с платформ социальных сетей и их предобработку: систематизацию и формирование датасетов, которые представляют собой специализированные корпуса текстов – веб-корпусы сообщений и веток комментариев. Автоматическая и полуавтоматическая обработка веб-корпусов сообщений и веток комментариев позволяет визуализировать семантическое ядро дискурсивного поля и оперативно выявлять актуальные проблемы социально-политической жизни.

Конструирование семантических ядер основано на теории структурного и семантического синтаксиса, грамматике зависимостей [Tesnière 2015] и ядерных синтаксических структур [Chomsky 2002]. Исходя из того, что любая грамматика проецирует конечную совокупность наблюдаемых высказываний на множество грамматически правильных структур, ядерные модели являются основой речевой деятельности. Они могут подвергаться разнообразным трансформациям в зависимости от требований контекста, дополняться второстепенными элементами, однако это не влияет на пропозиционный смысл высказывания. В данном исследовании для конструирования семантического ядра была выбрана лаконичная и показательная с точки зрения характера социального действия структура SVO, в которой S (Subject) и O (Object) – именованные сущности, актуализированные номинативом существительного или личного местоимения, называющего или указывающего на одушевленного или неодушевленного производителя действия, а V (Verb) – глагол, отражающий характер предикативной связи между элементами S и O. Таким образом, семантическое ядро дискурсивного поля,

представленное в виде направленного графа, делает возможным определение не только актуальных тематик, но и семантических ролей акторов (узлов графа).

Построение семантического ядра дискурсивных полей, сформированных сообществами «Типичный Кемерово» и «Типичный Краснодар», проводилось в несколько этапов.

1. Сбор данных. Критериями для определения точки входа для сбора данных стали: тип платформы (ВКонтакте), сетевое сообщество («Типичный Кемерово» и «Типичный Краснодар», считающиеся наиболее популярными и распространенными сообществами с высоким рейтингом доверия ввиду качества новостей и оперативности их публикации), временной интервал (август 2021 – август 2022 гг.), тип и объем выборки. Использование программного интерфейса ВКонтакте (API ВКонтакте) позволило нам отсортировать все посты по популярности, выбрать 1000 наиболее комментируемых постов (89045 и 531462 комментария в выборке постов по сообществам «Типичный Кемерово» и «Типичный Краснодар» соответственно), сформировав датасеты «Топ-1000 Кемерово» и «Топ-1000 Краснодар».
2. Предварительная обработка данных. Датасеты были подвергнуты автоматической обработке с помощью авторского программного комплекса «Мониторинг и анализ социальных сетей, сообществ и пользователей в интернет-пространстве»<sup>1</sup>. После автоматической очистки выборки от стоп-слов были проведены токенизация текста<sup>2</sup>, парсинг с целью анализа синтаксической структуры и выделение связки лексических элементов, соответствующих модели SVO, благодаря чему были сформированы датасеты «Топ-1000 Кемерово-SVO» и «Топ-1000 Краснодар-SVO».
3. Визуализация и интерпретация. Посредством программы визуализации данных Gephi<sup>3</sup>, обработанные данные датасетов были представлены в виде ориентированных графов, анализ которых позволил выделить в анализируемых дискурсивных полях семантическое ядро, определить доминирующие тематики, характер предикативных связей и семантические роли акторов (элементов S и O в описанной модели).

<sup>1</sup> Свидетельства о государственной регистрации программы для ЭВМ № 2018665564; № 2018663499; № 2019666985; № 2020667724; № 2020667728; № 2021610210; № 2020667357.

<sup>2</sup> Natural Language Toolkit. *NLTK Project*. URL: <http://www.nltk.org/> (accessed 17 Aug 2022).

<sup>3</sup> The Open Graph Viz Platform. *Gephi.org*. URL: <https://www.gephi.org> (accessed 17 Aug 2022).

## Результаты

Кросс-региональный анализ дискурсивных полей (рис. 1) показал, что центром семантического ядра дискурсивного поля для обоих регионов является название города – *Кемерово, Краснодар*; президент РФ – *Путин* и жители – *Кемеровчане, Краснодарцы*.

Однако для дискурсивного поля, сформированного сообществом «Типичный Кемерово», центральной тематикой стало обсуждение событий, происходящих во всем регионе – узел *Кузбасс* имеет наибольший диаметр. В дискурсивном поле, сформированном сообществом «Типичный Краснодар», максимальное количество комментариев получили сообщения с единицей *Краснодарцы*. В дискурсивном поле «Типичный Кемерово» предпочтение отдается темам *Кузбасс* и *Россия* в отличие от «Типичного Краснодара», в котором наиболее популярным является обсуждение самих жителей, при этом узел *Краснодарцы* по диаметру в два раза превышает *Кемеровчане*.

В дискурсивном поле, формируемом сообществом «Типичный Краснодар», наблюдается более активное реагирование пользователей на гораздо более широкий круг тематик, чем в дискурсивном поле «Типичный Кемерово». Крупный диаметр узлов *КТТУ, Вакцинация, Автомобилисты, ДТП, Таксист, Видео*, а также *работу России* и *России* свидетельствует о том, что тематики, соответствующие данным объектам, вызывают широкий отклик у пользователей сообщества, а значит являются актуальными или проблемными для данного региона. В дискурсивном поле «Типичный Кемерово», помимо упомянутых выше тем, актуальным стало обсуждение

действий полиции – *Полиция–установила–личность мужчины; Полиция–выясняет–обстоятельства происшествия*. Таким образом, социально-политическая повестка дня, создающаяся публикациями в обоих сообществах, направлена на всестороннее освещение действительности.

Сообщество «Типичный Краснодар» направлено на привлечение максимального количества участников за счет широкого разброса тем, в отличие от «Типичного Кемерово», демонстрирующего сфокусированность на определенном круге тематик.

Анализ предикативных связей в эго-сетях узлов *Кемеровчане* и *Краснодарцы* (рис. 2) показывает, что основными семантическими ролями элементов *Кемеровчане* и *Краснодарцы* являются роль агенса: *Кемеровчане – познают, Краснодарцы – сообщают, интересуются*; бенефактива: *Кемеровчане – смогут* и экспериментера: *Кемеровчане – обеспокоены; Краснодарцы – обеспокоены, расперживались*.

Лингводискурсивный анализ текстов сообщений в датасетах «Топ-100 Кемерово-SVO» и «Топ-1000 Краснодар-SVO» подтвердил, что актуальными социальными проблемами, вызывающими максимальный отклик у Краснодарцев, стали проблемы с вывозом мусора и необъяснимые явления, ассоциирующиеся с повышением уровня опасности в регионе, у Кемеровчан – отсутствие фонтанов. Кемеровчане и Краснодарцы позиционируются как акторы, проявляющие активно-пассивную позицию: они имеют возможность влиять на принятие решений, в частности в определении названий строящихся микрорайонов;

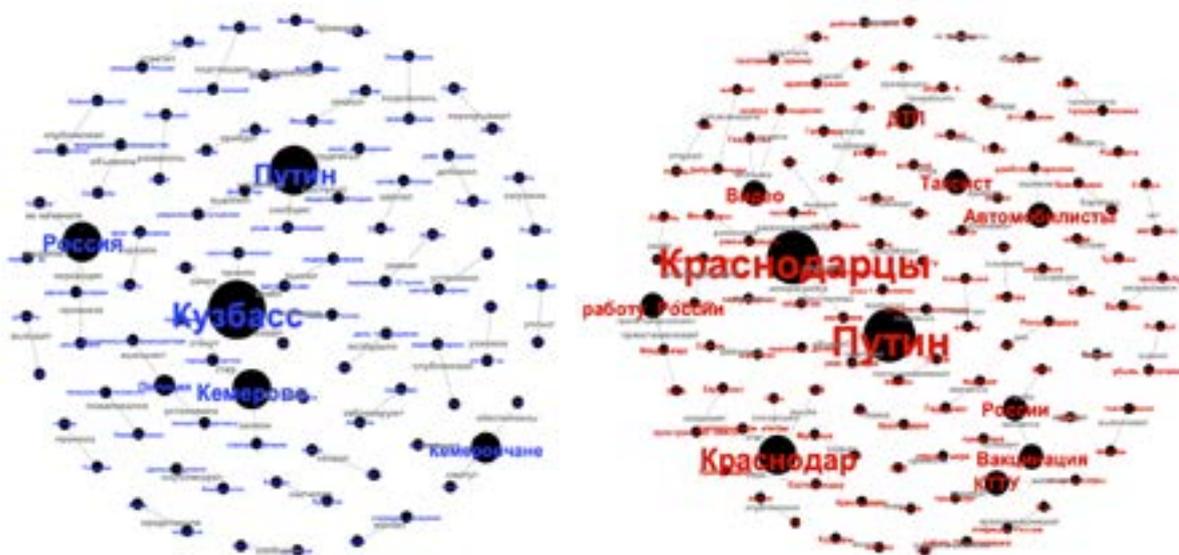


Рис. 1. Семантическое ядро дискурсивных полей, сформированных сообществами «Типичный Кемерово» и «Типичный Краснодар»

Fig. 1. Semantic core of the discursive fields: *Typical Kemerovo* vs. *Typical Krasnodar*

проявляют беспокойность в отношении технического обслуживания города и культуры пользования электрическими самокатами, уровень которой повышается за счет активного участия самих жителей; сообщают о проблемах с вывозом мусора; обращаются за разъяснениями по поводу волнующих их ситуаций и явлений.

Таким образом, внимание местных властей должно быть в первую очередь обращено на решение выявленных проблем: необходимо уделить внимание техническому обслуживанию города (запустить фонтаны; решить проблему с кондиционерами в общественном транспорте). Рекомендованной информационной стратегией для нивелирования напряженности, возникшей в результате распространения тревожных новостей, слухов об экологическом состоянии и острых социально-экономических проблемах в Кузбассе и Краснодаре, может стать публикация новостей о предпринимаемых руководством управленческих решениях и гражданских инициативах или опровержение данных слухов.

### Заключение

Составление веб-корпусов сетевых лингвистических данных и визуализация семантических ядер дискурсивных полей, постоянно формирующихся онлайн-сообществами на платформах социальных сетей, позволяет составлять базы данных, которые в дальнейшем могут быть использованы для обработки естественного языка; разработки новых алгоритмов машинного обучения и выявления областей повышенной дискурсивной активности (информационных каскадов), свидетельствующей о критической фазе социального конфликта, актуализированного в коммуникативном взаимодействии; для совершенствования обучения нейросетей, что позволит оперативно выявлять линии разлома между ожиданиями населения

в отношении актуальных социально-политических проблем и реальными действиями в условиях глобальных кризисов. Помимо этого, прикладная значимость подобных исследований заключается в возможности нивелирования областей социальной напряженности за счет дискурсивного регулирования коммуникативных практик пользователей в онлайн-пространстве.

**Конфликт интересов:** Авторы заявили об отсутствии потенциальных конфликтов интересов в отношении исследования, авторства и / или публикации данной статьи.

**Conflict of interests:** The authors declared no potential conflicts of interests regarding the research, authorship, and / or publication of this article.

**Критерии авторства:** Авторы в равной степени участвовали в подготовке и написании статьи.

**Contribution:** All the authors contributed equally to the study and bear equal responsibility for information published in this article.

**Финансирование:** Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ (Отделение гуманитарных и общественных наук) в рамках научного проекта № 20-012-00033 «Лингвистические модели социально-политической коммуникации в online-пространстве: дискурсивные поля, паттерны и гибридная методология анализа сетевых данных» (2020–2022 гг., рук. В. В. Катермина).

**Funding:** The research was supported by The Russian Foundation for Basic Research (Department of Humanitarian and Social Science), research project no. 20-012-00033: Linguistic models of sociopolitical online communication: discursive fields, patterns, and hybrid methodology of network data analysis (2020–2022; project leader – V. V. Katermina).

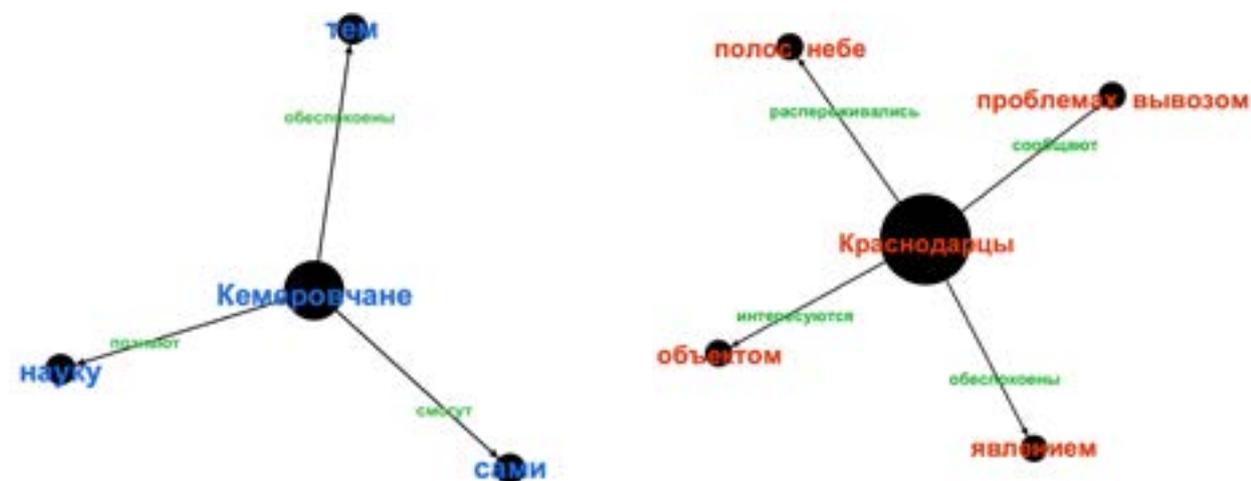


Рис. 2. Визуализация его-сетей узлов Кемеровчане и Краснодарцы  
Fig. 2. Visualization of ego-network nodes: Kemerovo and Krasnodar

## Литература / References

- Гнедаш А. А. Четвертая волна феминизма: политический дискурс и лидеры мнений в социальной сети Твиттер. *Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Политология*. 2022. № 24. С. 64–89. [Gnedash A. A. The fourth wave of feminism: political discourse and opinion leaders in Twitter. *RUDN Journal of Political Science*, 2022, (24): 64–89. (In Russ.)] <https://doi.org/10.22363/2313-1438-2022-24-1-64-89>
- Рябченко Н. А., Гнедаш А. А., Мальшева О. П., Катермина В. В. Управление политическим контентом в онлайн-пространстве современных государств: как Twitter не позволил Д. Трампу выиграть президентские выборы в 2020 г.? *Политическая наука*. 2021а. № 4. С. 135–160. [Ryabchenko N. A., Gnedash A. A., Malysheva O. P., Katermina V. V. Managing political content in the online space of modern states: how Twitter prevented D. Trump from winning the 2020 presidential election? *Political science*, 2021, (4): 135–160. (In Russ.)] <https://doi.org/10.31249/poln/2021.04.06>
- Рябченко Н. А., Мальшева О. П., Катермина В. В., Гнедаш А. А. Модель коммуникации «говорящий – слушающий» в условиях цифровизации лингвистического поворота: опыт сетевого и лингводискурсивного анализа контента видеохостинга «YouTube». *Политическая лингвистика*. 2021б. № 1. С. 81–94. [Ryabchenko N. A., Malysheva O. P., Katermina V. V., Gnedash A. A. Communication model "Speaker–Listener" in the context of digitalization of the linguistic turn: experience of network and linguodiscursive analysis of YouTube content. *Political Linguistics*, 2021, (1): 81–94. (In Russ.)] [https://doi.org/10.26170/1999-2629\\_2021\\_01\\_07](https://doi.org/10.26170/1999-2629_2021_01_07)
- Aaditi K. A Study about Influence of Social Media in Agriculture Marketing with reference to India. *Advances in Management*, 2020, 13(4): 50–65.
- Chen B., Zhu X., Shui H. Socio-semantic network motifs framework for discourse analysis. *LAK22: 12th International Learning Analytics and Knowledge Conference*, 2022, 500–506. <https://doi.org/10.1145/3506860.3506893>
- Chomsky N. *Syntactic Structures*. Berlin, N. Y.: Mouton de Gruyter, 2002. <https://doi.org/10.1515/9783110218329>
- Ji S., Pan S., Cambria E., Marttinen P., Philip S. Y. A survey on knowledge graphs: representation, acquisition, and applications. *IEEE Transactions on Neural Networks and Learning Systems*, 2021, 33(2): 494–514. <https://doi.org/10.1109/TNNLS.2021.3070843>
- Kalantari K. E., Frrokhi B. M. H., Ghonchepour M. A Critical discourse analysis of Trump's tweets based on Van Dijk model. *Journal of Zabanpazhubi*, 2020, 12(34): 155–156.
- Leong C., Pan S. L., Bahri S., Fauzi A. Social media empowerment in social movements: power activation and power accrual in digital activism. *European Journal of Information Systems*, 2019, 28(2): 173–204. <https://doi.org/10.1080/0960085X.2018.1512944>
- Manganello J. A., Chiang S. C., Cowlin H., Kearney M. D., Massey P. M. HPV and COVID-19 vaccines: social media use, confidence, and intentions among parents living in different community types in the United States. *Journal of Behavioral Medicine*, 2022, 17(15): 1–17. <https://doi.org/10.1007/s10865-022-00316-3>
- McDonald N., Forte A. Powerful privacy norms in social network discourse. *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*, 2021, 5(CSCW2): 1–27. <https://doi.org/10.1145/3479565>
- Papatzani E. Encountering everyday racist practices: sociospatial negotiations of immigrant settlement in Athens, Greece. *International journal of urban and regional research*, 2021, 45(1): 61–79. <https://doi.org/10.1111/1468-2427.12984>
- Pasta S. Social network conversations with young authors of online hate speech against migrants. *Cyberhate in the Context of Migrations*. Palgrave Macmillan: Cham, 2022, 187–214. [https://doi.org/10.1007/978-3-030-92103-3\\_8](https://doi.org/10.1007/978-3-030-92103-3_8)
- Ryabchenko N. A., Gnedash A. A., Malysheva O. P., Shestakova A. A., Nikolaeva M. V. Socio-political content and regional discourse of modern Russia: the issues discussed by citizens in the online space and the solutions offered by the candidates for governor in their election manifestos (intersection points and fault lines). *South Russian Journal of Social Sciences*, 2019, 20(4): 27–48.
- Tesnière L. *Elements of structural syntax*. Amsterdam & Philadelphia, PA: John Benjamins, 2015, 780.
- Wagner C. J., González-Howard M. Studying discourse as social interaction: the potential of social network analysis for discourse studies. *Educational Researcher*, 2018, 47(6): 375–383. <https://doi.org/10.3102/0013189X18777741>
- Wu D. D., Li C. Emotional branding on social media: a cross-cultural discourse analysis of global brands on Twitter and Weibo. *Intercultural Communication in Asia. Education, language and values*, eds. Curtis A., Sussex R. Springer, 2018, 225–240. [https://doi.org/10.1007/978-3-319-69995-0\\_11](https://doi.org/10.1007/978-3-319-69995-0_11)
- Zhang J., Featherstone J. D., Calabrese C., Wojcieszak M. Effects of fact-checking social media vaccine misinformation on attitudes toward vaccines. *Preventive Medicine*, 2021, 145. <https://doi.org/10.1016/j.ypmed.2020.106408>

Указатель статей, изданных в 2022 г.  
в журнале «Виртуальная коммуникация и социальные сети»

	Стр.	№
<b>МЕДИАКОММУНИКАЦИИ И ЖУРНАЛИСТИКА</b>		
<i>Блинова М. Д., Соломин В. Е.</i> Комплексный подход к оценке достоверности информации в сетевых СМИ	107	3
<i>Дзвоник В. П.</i> Социальная сеть ВКонтакте как инструмент формирования профессиональных компетенций студентов вуза (на примере направления Журналистика)	114	3
<i>Комлева В. Ю., Соломин В. Е.</i> Алгоритм фактчекинга в работе региональных сетевых СМИ	167	4
<b>МЕЖДИСЦИПЛИНАРНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ ЯЗЫКА</b>		
<i>Бушев А. Б.</i> Французский язык открывает двери в мир франкофонной политологии	118	3
<i>Гнедаш А. А., Катермина В. В.</i> <i>Abortion Ban</i> в англоязычных социальных медиа в 2022 г.: лингвопрагматические аспекты онлайн-коммуникации	172	4
<i>Дашкова С. Ю.</i> Интернет-мемы в сетевой коммуникации (на материале сайтов с развлекательным содержанием)	130	3
<i>Кобзева О. В.</i> Вопросы когнитивной лингвистики, или почему время метафорично? (на материале повседневной речи и социальных сетей)	55	2
<i>Колмогорова А. В., Курилова Е. В.</i> Моделирование когнитивно-дискурсивной категории эмоциональности в комментариях на испанском языке по теме вакцинации от Covid-19	1	1
<i>Ласукова Н. А., Рабкина Н. В.</i> Обзор публикаций о роли социальных сетей и мессенджеров в обучении иностранному языку	8	1
<i>Оленев С. В., Славников Н. А.</i> Жанрово-тематическая специфика авторских трэвел-блогов	179	4
<i>Рольгайзер А. А.</i> Лингвопрагматические особенности франкоязычного интернет-комментария (на примере политической новостной статьи)	136	3
<i>Сологуб О. П.</i> Формирование вторичной языковой личности студента-иностранца в условиях естественной коммуникации (на материале онлайн-переписки тайваньских студентов с носителями русского языка)	59	2
<i>Тармаева В. И., Нарчук В. С.</i> О конфликтных речевых ситуациях в социальных сетях	65	2
<i>Эйс Е. С.</i> Гиперхэштег как составляющая интерпретационного поля адресата в современном медиaprостранстве	15	1
<b>НОВЫЕ ДИСКУРСИВНЫЕ ПРАКТИКИ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ</b>		
<i>Волкова Е. В.</i> Профессиональная коммуникация врача в социальных сетях как новая дискурсивная практика	85	2
<i>Голев Н. Д., Сушкина М. А.</i> О центростремительной тенденции в комментировании новостей в социальных сетях	185	4
<i>Девятияров Д. В.</i> Сетевой фрейм <i>враждебное столкновение</i> в русскоязычных интернет-комментариях	191	4
<i>Кондратьева О. Н., Рогожникова С. Ю.</i> Корпоративный сайт как средство создания образа успешной адвокатской организации (на материале сайта московской коллегии адвокатов «Жорин и партнеры»)	196	4
<i>Оленев С. В., Коростелева В. С.</i> Мимикрия кликбейтного заголовка под информационный в современных региональных интернет-СМИ	91	2
<i>Проскурина А. В., Цимбалова Т. Е.</i> Реклама образовательных услуг в сети Интернет как социокультурная форма диалогической коммуникации в русском лингвокультурном пространстве	96	2
<i>Рабкина Н. В., Бахтина Л. С.</i> Beauty- и fashion-блоги: трудности перевода	143	3
<i>Рядовых Н. А.</i> Экспликация категории тональности в текстах виртуального жанра	203	4
<i>Сатучина Т. Ю.</i> Интернет-рефлексии как объект научного исследования (на примере языкового материала интернет-сообщества «Я люблю русский язык»)	104	2

	Стр.	№
<i>Шпильная Н. Н., Скубиёва Е. Н.</i> Реконструкция интерпретационного уровня в структуре языковой личности как участника виртуальной диалогической коммуникации	150	3
<b>ПСИХОЛОГИЯ И СОЦИОЛОГИЯ ВИРТУАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ</b>		
<i>Дагбаева С. Б., Кимова С. З.</i> Диагностика профессиональных дефицитов учителей в условиях цифровой образовательной среды	71	2
<i>Ермоленкина Л. И., Костяшина Е. А.</i> Механизмы дискурсивной трансформации институциональной психологической практики в пространстве массмедиа (на материале блога М. Лабковского и радиопрограмм с его участием)	78	2
<i>Иркова А. В.</i> Виртуальная коммуникация как ведущий формат социального общения молодежи	208	4
<i>Каменская В. Г., Татьяна Е. В.</i> Условия жизни и обучения подростков в разных городах как детерминанты поведения в виртуальной среде во время пандемии КОВИД-19	19	1
<i>Клопкова Е. А., Микляева А. В.</i> Феноменология электронного академического обмена в студенческой среде	155	3
<i>Кранзеева Е. А., Головацкий Е. В., Орлова А. В.</i> Реактивное взаимодействие власти и населения в социальных сетях: транспортная реформа г. Новокузнецк	24	1
<i>Лыткин М. С., Микляева А. В.</i> Самооценка физического Я подростков, использующих личные фотографии в качестве аватара профилей в социальных сетях	31	1
<i>Рогова Е. Н., Яницкий Л. С.</i> Нарратив как технология вовлечения в социально-психологические группы ВКонтакте	161	3
<i>Рябченко Н. А., Малышева О. П.</i> Кросс-региональный анализ настроений пользователей сетевых сообществ ВКонтакте «Типичный Краснодар» и «Типичный Кемерово»	215	4
<b>ЦИФРОВИЗАЦИЯ: ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ И СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТЫ</b>		
<i>Гурьянова А. М., Синегубова К. В.</i> Школьный фактор формирования интернет-мемов (на материале образа Чацкого)	37	1
<i>Исламов Р. С.</i> Особенности взаимодействия студентов и искусственного интеллекта на занятиях по иностранному языку в эпоху цифровизации высшего образования	42	1
<i>Пфетцер А. А.</i> К проблеме формирования медиакомпетентности студентов в условиях цифровизации высшего образования	49	1

Index of articles published in 2022 in the journal  
Virtual Communication and Social Networks

	Page	Issue
<b>DIGITALIZATION: PEDAGOGICAL ASPECT</b>		
<i>Gurianova A. M., Sinegubova K. V.</i> Chatsky's Image in Internet-Memes	37	1
<i>Islamov R. S.</i> The Features of the Students' Interaction with Artificial Intelligence in Foreign Language Classes in the Era of Digitalization of Higher Education	42	1
<i>Pfettser A. A.</i> Developing Media Competence in University Students in the Conditions of Digitalization	49	1
<b>INTERDISCIPLINARY LINGUISTICS</b>		
<i>Bouchev A. B.</i> French Politology via the French Language	118	3
<i>Dashkova S. Yu.</i> Internet Memes in Network Communication: English Entertainment Sites	130	3
<i>Ens E. S.</i> Hyperhashtag as a Component of the Interpretative Field of the Recipient in the Modern Media Space	15	1
<i>Gnedash A. A., Katermina V. V.</i> <i>Abortion Ban</i> in English Social Media in 2022: Pragmatic Linguistics of Online Communications	172	4
<i>Kobzeva O. V.</i> Cognitive Linguistics, or Why is Time Metaphorical? (based on Everyday Speech and Social Networks)	55	2
<i>Kolmogorova A. V., Kurilova E. V.</i> Modeling the Cognitive-Discursive Category of Emotionality in Internet Comments in Spanish on the Topic of Vaccination against Covid-19	1	1
<i>Lasukova N. A., Rabkina N. V.</i> Social Nets and Messengers in Teaching Foreign Languages	8	1
<i>Olenev S. V., Slavnikov N. A.</i> Travel Blogs: Genre and Topics	179	4
<i>Rolgayzer A. A.</i> Internet Comments to French Political News: Linguapragmatic Features	136	3
<i>Sologub O. P.</i> Secondary Linguistic Personality Development of a Foreign Student in Conditions of Natural Communication: Online Correspondence between Taiwanese Students and Native Russian Speakers	59	2
<i>Tarmaeva V. I., Narchuk V. S.</i> Conflict Speech Situations on Social Media	65	2
<b>MEDIA COMMUNICATIONS AND JOURNALISM</b>		
<i>Blinova M. D., Solomin V. E.</i> Comprehensive Approach to Assessing the Reliability of Information in Online Media	107	3
<i>Dzvonik V. P.</i> Vkontakte Social Network as a Tool of Professional Skills Development in University Students (the example of the educational standard Journalism)	114	3
<i>Komleva V. Y., Solomin V. E.</i> Fact-Checking Algorithm in Regional Network Media	167	4
<b>NEW DISCURSIVE PRACTICES IN SOCIAL NETWORKS</b>		
<i>Devyatyyarov D. V.</i> Network Frame <i>Hostile Encounter</i> in Russian Internet Comments	191	4
<i>Golev N. D., Sushkina M. A.</i> Centripetal Trend in Comments to News in Social Networks	185	4
<i>Kondratyeva O. N., Rogozhnikova S. Yu.</i> Corporate Website as a Means of Image Cultivation: The Case of the Zhorin and Partners Bar Association, Moscow	196	4
<i>Olenev S. V., Korosteleva V. S.</i> Clickbait Titles on Regional Internet Media: Mimicry of News Headlines	91	2
<i>Proskurina A. V., Tsimbalova T. E.</i> Online Advertising of Education Services as Sociocultural Dialog of Russian Linguistic Culture	96	2
<i>Rabkina N. V., Bakhtina L. S.</i> Beauty- and Fashion-Blogs: Lost in Translation	143	3
<i>Ryadovyykh N. A.</i> Category of Tonality Explicated in the Texts of Virtual Genre	202	4
<i>Satuchina T. Yu.</i> Internet Reflections as an Object of Scientific Research: I love the Russian Language Internet Community	104	2
<i>Shpilnaya N. N., Skubieva E. N.</i> Reconstruction of the Interpretive Level in the Structure of a Linguistic Personality as a Participant of Virtual Dialogic Communication	150	3

	Page	Issue
<i>Volkova E. V.</i> Professional Communication of a Doctor in Social Networks as a New Discursive Practice	85	2
<b>PSYCHOLOGY AND SOCIOLOGY OF VIRTUAL COMMUNICATION</b>		
<i>Dagbaeva S. B., Kimova S. Z.</i> Diagnostics of Professional Shortage of Teachers in the Digital Educational Environment	71	2
<i>Irkova A. V.</i> Virtual Communication as the Main Format of Social Communication of Young People	208	4
<i>Kamenskaya V. G., Tatyana E. V.</i> Effect of Living and Learning Conditions of Teenagers from Different Cities on Their On-line Behavior during the COVID-19 Pandemic	19	1
<i>Klopova E. A., Miklyaeva A. V.</i> Phenomenology of Digital Academic Dishonesty at University	155	3
<i>Kranzeeva E. A., Golovatskiy E. V., Orlova A. V.</i> Reactive Interaction between the Government and the Population in Social Networks: Transport Reform of Novokuznetsk	24	1
<i>Lytkin M. S., Miklyaeva A. V.</i> Physical Self-Esteem in Teenagers that Use Personal Photos as an Avatar in Their Social Net Profiles	31	1
<i>Rogova E. N., Yanitskiy L. S.</i> Narrative as Involvement Technology: Socio-Psychological Groups in VKontakte Social Net	161	3
<i>Ryabchenko N. A., Malysheva O. P.</i> Cross-Regional Sentiment Analysis of VKontakte Communities: Typical Krasnodar vs. Typical Kemerovo	215	4
<i>Yermolenkina L. I., Kostyashina Y. A.</i> Discourse Transformation Tools of Institutional Psychological Practice in Mass Media: M. Labkovskiy's blog and radio programs	78	2

Для оформления обложки и титульного листа журнала использовались изображения с сайтов <https://www.klipartz.com/ru/sticker-png-rbayi> и <https://blogs.iadb.org/conocimiento-abierto/es/conocimiento-abierto-derechos-humanos/>

Подписано к печати 21.12.2022.

Дата выхода в свет 26.12.2022.

Печать офсетная. Бумага Sveto Copy.

Формат А4. Усл. печ. л. – 7,2. Уч.-изд. л. – 6.

Тираж 500 экз.

Цена свободная.

Адрес типографии: Россия, Кемеровская область – Кузбасс, 650000, г. Кемерово, пр. Советский, 73.