

ISSN 1998-9911 (Print)
ISSN 2409-1979 (Online)

Том 21. № 3

2022



ВЕСТНИК

ВОЛГОГРАДСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО
УНИВЕРСИТЕТА

Серия 2

ЯЗЫКОЗНАНИЕ

Тема номера: / Theme:

«Языковая личность в цифровой коммуникации»
“Linguistic Personality in Digital Communication”

SCIENCE JOURNAL

OF VOLGOGRAD STATE UNIVERSITY

LINGUISTICS

Volume 21. No. 3

2022



Founder:

Federal State Autonomous
Educational Institution
of Higher Education
“Volgograd State University”

Учредитель:

Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение
высшего образования
«Волгоградский государственный университет»

The journal is registered in the Federal Service for Supervision of Communications, Information Technology and Mass Media (Registration Number **ПИ № ФС77-78163** of March 13, 2020)

Журнал зарегистрирован в Федеральной службе по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (регистрационный номер **ПИ № ФС77-78163** от 13 марта 2020 г.)

The journal is included into “**The Index of Peer-Reviewed Academic Journals and Publications That Must Publish the Main Academic Results of Candidate’s Degree Theses and Doctoral Degree Theses**” that came in force on December 1, 2015

Журнал включен в «**Перечень рецензируемых научных изданий, в которых должны быть опубликованы основные научные результаты диссертаций на соискание ученой степени кандидата наук, на соискание ученой степени доктора наук**», вступивший в силу с 01.12.2015 г.

The journal is included into **Web of Science Core Collection (Emerging Sources Citation Index)**

Журнал включен в базу **Web of Science Core Collection (Emerging Sources Citation Index)**



The journal is also included into the following Russian and international databases: **Russian Science Citation Index** (RSCI, Web of Science), **eLIBRARY.RU** (Russia), **MLA** (USA), **CrossRef** (USA), **DOAJ** (Sweden), **EBSCO** (USA), **ProQuest** (USA), **CiteFactor** (Canada), **COPAC*** (Great Britain), **Google Scholar** (USA), **Journalindex.net** (USA), **JournalSeek** (USA), **ULRICHSWEB™ Global Serials Directory** (USA), **OCLC WorldCat®** (USA), **SHERPA/RoMEO** (Spain), **MIAR** (Spain), **ZDB** (Germany), “**CyberLeninka**” **Scientific Electronic Library** (Russia), “**Socionet**” **Information Resources** (Russia), etc.

Журнал также включен в следующие российские и международные базы данных: **Russian Science Citation Index** (RSCI, Web of Science), **Российский индекс научного цитирования (РИНЦ)**, **MLA** (США), **CrossRef** (США), **DOAJ** (Швеция), **EBSCO** (США), **ProQuest** (США), **CiteFactor** (Канада), **COPAC*** (Великобритания), **Google Scholar** (США), **Journalindex.net** (США), **JournalSeek** (США), **ULRICHSWEB™ Global Serials Directory** (США), **OCLC WorldCat®** (США), **SHERPA/RoMEO** (Испания), **MIAR** (Испания), **ZDB** (Германия), **Научная электронная библиотека «КиберЛенинка»** (Россия), **Соционет** (Россия) и др.

ISSN 1998-9911 (Print)
ISSN 2409-1979 (Online)



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ВЕСТНИК

ВОЛГОГРАДСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА

Серия 2

ЯЗЫКОЗНАНИЕ

2022

Том 21. № 3

MINISTRY OF SCIENCE AND HIGHER EDUCATION
OF THE RUSSIAN FEDERATION

SCIENCE JOURNAL

OF VOLGOGRAD STATE UNIVERSITY

LINGUISTICS

2022

Volume 21. No. 3

18+



SCIENCE JOURNAL OF VOLGOGRAD STATE UNIVERSITY

LINGUISTICS

2022. Vol. 21. No. 3

Academic Periodical

First published in 1996

6 issues a year

Theme: “Linguistic Personality in Digital Communication”

Editorial Staff:

Assoc. Prof., Dr. *E.M. Sheptukhina* – Chief Editor
(Volgograd)

Prof., Dr. *E.Yu. Ilyinova* – Deputy Chief Editor
(Volgograd)

Prof., Dr. *S.V. Ionova* (Moscow)

Prof., Dr. *S.S. Takhtarova* (Kazan)

Cand. *I.A. Safonova* – Executive Secretary (Volgograd)

Cand. *O.S. Volkova* – Copy Editor (Volgograd)

Editorial Board:

Prof., Dr. *R.S. Alikaev* (Nalchik);

Prof., Dr. *N.S. Bolotnova* (Tomsk);

Prof., Dr. *S. Vögeler* (Brussels, Belgium);

Prof., Dr. *D. Vöyvodich* (Novi Sad, Serbia);

Prof., Dr. *V.Z. Demyankov* (Moscow);

Leading Researcher, Dr. *N.N. Zapolskaya* (Moscow);

Prof., Dr. *M.V. Zelikov* (Saint Petersburg);

Assoc. Prof., Dr. *D.Yu. Ilyin* (Volgograd);

Prof., Dr. *V.I. Karasik* (Volgograd);

Prof., Dr. *A.F. Kelletat* (Mainz, Germany);

Prof., Dr. *K. Koncharevich* (Belgrade, Serbia);

Prof., Dr. *E.I. Koriakowcewa* (Siedlce, Poland);

Prof., Dr. *L.P. Krysin* (Moscow);

Prof., Dr. *O.A. Leontovich* (Volgograd);

Prof., Dr. *I.P. Lysakova* (Saint Petersburg);

Prof., Dr. *O.A. Prokhvatilova* (Moscow);

Prof., Dr. *O.N. Prokhorova* (Belgorod);

Prof., Dr. *V.I. Terkulov* (Donetsk, DPR);

Dr. Phil., Prof. of Slavonic Philology *V.S. Tomelleri*
(Turin, Italy);

Assoc. Prof., Dr. *E. Hoffmann* (Vienna, Austria);

Prof., Dr. *N.L. Shamne* (Volgograd);

Prof., Dr. *L. Shipelevich* (Warsaw, Poland);

Dr. *R. Schmitt* (Mannheim, Germany)

Editors, Proofreaders: *N.M. Vishnyakova, I.V. Smetanina*

Editors of English texts: *E.A. Agarkova, O.S. Volkova*

Making up and technical editing *O.N. Yadykina*

Passed for printing Apr. 13, 2022.

Date of publication: July 14, 2022. Format 60×84/8.

Offset paper. Typeface Times.

Conventional printed sheets 18.1. Published pages 19.5.

Number of copies 500 (1st duplicate 1–31).

Order 71. «C» 14.

Open price

Address of the Printing House:

Bogdanova St, 32, 400062 Volgograd.

Postal Address:

Prosp. Universitetsky, 100, 400062 Volgograd.

Publishing House of Volgograd State University.

E-mail: izvolgu@volsu.ru

Address of the Editorial Office and the Publisher:

Prosp. Universitetsky, 100, 400062 Volgograd.

Volgograd State University.

Tel.: (8442) 40-55-79. Fax: (8442) 46-18-48

E-mail: vestnik2@volsu.ru

Journal website: <https://l.jvolsu.com>

English version of the website:

<https://l.jvolsu.com/index.php/en/>

ВЕСТНИК ВОЛГОГРАДСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА

Серия 2. ЯЗЫКОЗНАНИЕ

2022. Т. 21. № 3

Научно-теоретический журнал

Основан в 1996 году

Выходит 6 раз в год

Тема номера: «Языковая личность в цифровой коммуникации»

Редакционная коллегия:

д-р филол. наук, доц. *Е.М. Шептухина* – главный редактор (г. Волгоград)
д-р филол. наук, проф. *Е.Ю. Ильинова* – зам. главного редактора (г. Волгоград)
д-р филол. наук, проф. *С.В. Ионова* (г. Москва)
д-р филол. наук, проф. *С.С. Тахтарова* (г. Казань)
канд. филол. наук *И.А. Сафонова* – ответственный секретарь (г. Волгоград)
канд. филол. наук *О.С. Волкова* – технический секретарь (г. Волгоград)

Редакционный совет:

д-р филол. наук, проф. *Р.С. Аликаев* (г. Нальчик);
д-р филол. наук, проф. *Н.С. Болотнова* (г. Томск);
д-р филол. наук, проф. *С. Вогелер* (г. Брюссель, Бельгия);
д-р филол. наук, проф. *Д. Войводич* (г. Нови Сад, Сербия);
д-р филол. наук, проф. *В.З. Демьянков* (г. Москва);
д-р филол. наук, ведущий науч. сотр. *Н.Н. Запольская* (г. Москва);
д-р филол. наук, проф. *М.В. Зеликов* (г. Санкт-Петербург);

д-р филол. наук, доц. *Д.Ю. Ильин* (г. Волгоград);
д-р филол. наук, проф. *В.И. Карасик* (г. Волгоград);
д-р, проф. *А.Ф. Келлетат* (г. Майнц, Германия);
д-р филол. наук, проф. *К. Кончаревич* (г. Белград, Сербия);
д-р филол. наук, проф. *Е.И. Коряковцева* (г. Седльце, Польша);
д-р филол. наук, проф. *Л.П. Крысин* (г. Москва);
д-р филол. наук, проф. *О.А. Леонтович* (г. Волгоград);
д-р филол. наук, проф. *И.П. Лысакова* (г. Санкт-Петербург);
д-р филол. наук, проф. *О.А. Прохватилова* (г. Москва);
д-р филол. наук, проф. *О.Н. Прохорова* (г. Белгород);
д-р филол. наук, проф. *В.И. Теркулов* (г. Донецк, ДНР);
д-р филологии, проф. слав. филологии *В.С. Томеллери* (г. Турин, Италия);
д-р, доц. *Э. Хоффманн* (г. Вена, Австрия);
д-р филол. наук, проф. *Н.Л. Шамне* (г. Волгоград);
д-р гуманитар. наук, проф. *Л. Шипелевич* (г. Варшава, Польша);
д-р социол. наук *Р. Шмитт* (г. Мангейм, Германия)

Редакторы, корректоры: *Н.М. Вишнякова,*
И.В. Сметанина

Редакторы английских текстов:
Е.А. Агаркова, О.С. Волкова

Верстка и техническое редактирование *О.Н. Ядыкиной*

Подписано в печать 13.04 2022 г.
Дата выхода в свет: 14.07 2022 г. Формат 60×84/8.
Бумага офсетная. Гарнитура Таймс. Усл. печ. л. 18,1.
Уч.-изд. л. 19,5. Тираж 500 экз. (1-й завод 1–31).
Заказ 71. «С» 14.

Свободная цена

Адрес типографии:
400062 г. Волгоград, ул. Богданова, 32.
Почтовый адрес:
400062 г. Волгоград, просп. Университетский, 100.
Издательство
Волгоградского государственного университета
E-mail: izvolgu@volsu.ru

Адрес редакции и издателя:
400062 г. Волгоград, просп. Университетский, 100.
Волгоградский государственный университет.
Тел.: (8442) 40-55-79. Факс: (8442) 46-18-48
E-mail: vestnik2@volsu.ru
Сайт журнала: <https://l.jvolsu.com>
Англояз. сайт журнала: <https://l.jvolsu.com/index.php/en/>

СОДЕРЖАНИЕ

ЯЗЫКОВАЯ ЛИЧНОСТЬ ВЕБ-КОММУНИКАНТОВ

<i>Пищальникова В.А., Фененко Н.А.</i> Функциональная неграмотность как следствие «смены субъекта мышления»	5
<i>Трофимова Г.Н., Савастенко Р.А., Чеснокова Н.И.</i> Влияние трансмедийных процессов на языковую личность веб-коммуниканта	17
<i>Попов Д.Д., Попова В.А.</i> Лингвистическая идентификация автора и фальсификация идентичности в сети	29
<i>Мальшева О.П., Рябченко Н.А.</i> Сетевые лингвистические данные и дискурсивное управление: президентские выборы в США 2020 года	39

ЯЗЫКОВАЯ ЛИЧНОСТЬ В КОНФЛИКТНОЙ ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ

<i>Баранов А.Н.</i> Угроза в социальных сетях: особенности семантики и прагматики	54
<i>Иссерс О.С.</i> Отзывы о медицинских услугах и их конфликтогенный потенциал в эпоху цифровизации	66
<i>Комалова Л.Р., Садова Е.Р.</i> Фактор речевого контекста при определении прагматической направленности вербализованной агрессии в интернет-опосредованной коммуникации	77
<i>Ефремов В.А.</i> Речевое поведение антиваксеров: риторический и юридический аспекты	90
<i>Якоба И.А.</i> «Умная настройка» как дискурсивная технология эффективной коммуникации (на материале медийного дискурса о вакцинации от коронавируса) [На англ. яз.]	101

ОСВОЕНИЕ ЦИФРОВОГО ПРОСТРАНСТВА КОММУНИКАЦИИ

<i>Пучкова А.Н., Лебедева М.Ю., Лапошина А.Н.</i> «Цифровое поколение» осваивает чтение: влияние лингвистических параметров текста на глазодвигательные характеристики учеников 1–3-го классов	116
<i>Сегал Н.А., Миценко А.Н., Ворошилова М.Б.</i> Ассоциативный потенциал прецедентного онима <i>Чернобыль</i> в русской языковой картине мира	132
<i>Романова Т.В., Хоменко А.Ю.</i> Идентификация автора текста в сетевой коммуникации	143
<i>Горбачева А.В., Берлин Хенис А.А., Осадчий М.А.</i> Зрительное внимание у судебных экспертов и неэкспертов при восприятии и понимании поликодовых текстов	158
<i>Казяба В.В., Бармина Д.Э.</i> Лингвистическая характеристика кэпшн интернет-публикаций англоязычных инфлюенсеров	176

CONTENTS

LINGUISTIC PERSONALITY OF WEB COMMUNICANTS

<i>Pishchalnikova V.A., Fenenko N.A.</i> Functional Illiteracy as Consequence of “Intellection’s Subject Change”	5
<i>Trofimova G.N., Savastenko R.A., Chesnokova N.I.</i> The Impact of Transmedia Processes on the Linguistic Personality of the Web Communicant ...	17
<i>Popov D.D., Popova V.A.</i> Linguistic Identification of the Author and Identity Falsification on the Web	29
<i>Malysheva O.P., Ryabchenko N.A.</i> Networked Linguistic Data and Discourse Management: The 2020 US Presidential Election	39

LINGUISTIC PERSONALITY IN CONFLICT INTERNET COMMUNICATION

<i>Baranov A.N.</i> Threat in Social Networks: Features of Semantics and Pragmatics	54
<i>Issers O.S.</i> Feedback on Medical Services and Their Conflictogenic Potential in the Era of Digitalization	66
<i>Komalova L.R., Sadova E.R.</i> Pragmatic Vector of Verbalized Aggression Within Internet Mediated Communication: Textual Context Dimension	77
<i>Efremov V.A.</i> Speech Behaviour of Anti-Vaxxers: Rhetorical and Legal Aspects	90
<i>Iakoba I.A.</i> “Smart Tuning” as a Discourse Technology of Effective Communication (On the Material of the Coronavirus Vaccination Media Discourse)	101

DIGITAL COMMUNICATIVE SPACE EXPLORATION

<i>Puchkova A.N., Lebedeva M.Yu., Laposhina A.N.</i> The “Digital Generation” is Learning to Read: Linguistic Factors of Eye Movement Parameters of Russian Schoolchildren of the 1 st – 3 rd Grades	116
<i>Segal N.A., Mishchenko A.N., Voroshilova M.B.</i> The Associative Potential of the Precedent Onym <i>Chernobyl</i> in the Russian Language Picture of the World	132
<i>Romanova T.V., Khomenko A.Yu.</i> On Text Author Identification in Network Communication	143
<i>Gorbacheva A.V., Berlin Khenis A.A., Osadchiy M.A.</i> On Attention of Forensic Experts and Non-Experts in the Perception and Comprehension of Multimodal Text	158
<i>Kaziaba V.V., Barmina D.E.</i> Linguistic Characteristics of the Captions to Internet Posts of English-Speaking Influencers	176



ЯЗЫКОВАЯ ЛИЧНОСТЬ ВЕБ-КОММУНИКАНТОВ

DOI: <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2022.3.1>

UDC 81'23
LBC 81.006



Submitted: 20.12.2021
Accepted: 21.02.2022

FUNCTIONAL ILLITERACY AS CONSEQUENCE OF “INTELLECTION’S SUBJECT CHANGE”

Vera A. Pishchalnikova

Moscow State Linguistic University, Moscow, Russia

Nataliya A. Fenenko

Voronezh State University, Voronezh, Russia

Abstract. The most important reason for the formation of functional illiteracy is the impact of the digital information environment, in which the reduplication of knowledge as an activity is purposefully distributed. This method, becoming one of the main ones due to low energy consumption, reduces the degree of personal responsibility of the individual for the nature and meaningfulness of the activity. Reduplication and imitation as mental operations are supported by changes in memory, which is increasingly becoming transactive. The authors analyze one of the manifestations of functional illiteracy – the lack of neurophysiological operations in a significant part of the examined students, which are necessary for the full cycle of meaning generation. The authors found the most typical errors in student translations, which reflect cognitive alteration in mental activity of students thus pointing to the cognitive subject shift. The results of the analysis of the students’ translation activity showed that it forms a stable tendency towards “simplification of meanings”, that arises from the use of only nominative meanings, enables the use of an out-of-context and non-associative meaning of the word, promotes operating with approximate meanings, reflects the desire to identify the units with the same root, but different in lexeme value. It is proved that this is largely a consequence of the active use of various types of visual signs and a partial change in the quality of a verbal sign in the digital information space.

Key words: functional illiteracy, digital communicative environment, operation of imitation, operation of reduplication, translation, educational translation.

Citation. Pishchalnikova V.A., Fenenko N.A. Functional Illiteracy as Consequence of “Intellection’s Subject Change”. *Vestnik Volgogradskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya 2. Yazykoznanie* [Science Journal of Volgograd State University. Linguistics], 2022, vol. 21, no. 3, pp. 5-16. (in Russian). DOI: <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2022.3.1>

УДК 81'23
ББК 81.006

Дата поступления статьи: 20.12.2021
Дата принятия статьи: 21.02.2022

ФУНКЦИОНАЛЬНАЯ НЕГРАМОТНОСТЬ КАК СЛЕДСТВИЕ «СМЕНЫ СУБЪЕКТА МЫШЛЕНИЯ»

Вера Анатольевна Пищальникова

Московский государственный лингвистический университет, г. Москва, Россия

Наталья Александровна Фененко

Воронежский государственный университет, г. Воронеж, Россия

Аннотация. Важнейшая причина формирования функциональной неграмотности – воздействие цифровой информационной среды, в которой активно и целенаправленно распространяется редупликация знаний как мыслительной операции. Такой способ, становясь одним из основных в силу малой энергетической затратности, снижает степень личной ответственности индивида за характер и осмысленность деятельности. Редупликация и имитация как ментальные операции подкрепляются изменениями в памяти, все более превращающейся в транзактивную. В статье анализируется одно из проявлений функциональной неграмотности – отсутствие у значительной части обследованных студентов нейрофизиологических операций, необходимых для полного цикла смыслопорождения. Авторы установили в студенческих переводах наиболее типичные ошибки, которые отражают изменения в когнитивной деятельности обучающихся, демонстрируя изменения «субъекта мышления». Результаты анализа переводческой деятельности студентов показали, что в ней формируется устойчивая тенденция к «опрощению смыслов», возникающая на основе употребления только номинативных значений, использование внеконтекстного и неассоциативного значения слова, оперирование приблизительными значениями, стремление отождествлять однокорневые, но разные по значению лексемы. Доказано, что в значительной мере это является следствием активного использования различных типов наглядных знаков и частичного изменения качества вербального знака в цифровом информационном пространстве.

Ключевые слова: функциональная неграмотность, цифровое коммуникативное пространство, операция имитации, операция редупликации, перевод, учебная переводческая деятельность.

Цитирование. Пищальникова В. А., Фененко Н. А. Функциональная неграмотность как следствие «смены субъекта мышления» // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2, Языкознание. – 2022. – Т. 21, № 3. – С. 5–16. – DOI: <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2022.3.1>

Введение

Нейрофизиологические причины функциональной неграмотности как следствия существования специфического семиозиса в цифровом коммуникативном пространстве рассматривались нами неоднократно [Пищальникова, 2017; 2018; 2019]. Подчеркивалось, что в интернет-коммуникации активно распространяются разноприродные знаки, редуплицирующие клишированную информацию и разрушающие эволюционно сформированный механизм порождения естественного семиозиса, основанного на вербальном знаке. Такие знаки (эмодзи, мемы и т. п.), упрощая процесс коммуникации в цифровом пространстве, одновременно закрепляют операцию имитации, которая, в силу малой энергетической затратности, постепенно способна становиться нейрофизиологически доминирующей. Как следствие, это одновременно и закономерно снижает языковую компетенцию людей, поскольку вербальный знак с его (бесконечной) степенью абстракции не всегда оказывается необходимым в ситуативно обусловленном цифровом общении, устойчивые навыки которого легко переносятся на другие области коммуникации.

Проблема функциональной неграмотности, представляя собой новую форму цивилизационного риска, углубляется целенаправленным созданием «нового» человека с иными ценностными ориентациями, нацеленными на восприятие и распространение идей пресловутой глобализации. Поэтому новые средства и способы комфортной квазикоммуникации, распространяемые в цифровом информационном пространстве, становятся эффективным инструментом деструкции ядерных этнических стереотипов, социальных конвенций и норм. Последнее захватывает все сферы деятельности человека и очевидно проявляется в учебной деятельности.

Глобализация, как показывает опыт, вовсе не направлена на «отбор» высших достижений человечества – напротив, она усредняет формы познания действительности и принципы бытия в соответствии с агрессивными идеологиями и политикой. Такие формы и принципы легко усваиваются основной массой населения (социологам и психологам хорошо известно, что сложные культурные модели поведения способны присваивать лишь 2 % человечества), а цивилизационным вектором становится развитие технологий (про-

изводственных, управленческих, коммуникационных), унифицирующих социальное бытие, задающих вполне определенную мотивацию деятельности масс: пусть постепенное, но полное приятие современных «западных ценностей» и идеалов потребительского общества. Вот почему, как подчеркивает Р. Адольфи, происходит реальная смена субъекта мышления: гиперсубъектом общественно-исторического процесса становится именно глобализация как идеология, распространяющая нормы стандартизованного и предельно регламентированного существования человечества [Адольфи, 2010], в котором важными критериями являются не «хорошо – плохо», а «успешно – неуспешно». Это приводит к все более активному использованию редупликации как способа присвоения социально одобряемых моделей поведения и снижению личной ответственности за характер деятельности. Действующим субъектом становится сама реальность, по сути управляющая деятельностью индивида и даже в определенной степени заменяющая ему необходимость действовать осмысленно. Такие модели поведения распространяются на все типы деятельности, в том числе на процесс порождения речи, и, как следствие, приводят к функциональной неграмотности, усиливающейся быстрым развитием транзактивной памяти, изменяющей принцип устройства человеческой памяти, а значит, иные функции мышления, которые все чаще передаются компьютеру.

Самое очевидное и потому тревожное – это все-таки феномен, который обычно называют в общем «плохой речью», разумея под этим невозможность сформулировать мысль, правильно поставить вопрос или ответить на поставленный, запомнить формулировку вопроса, непонимание перефразированного вопроса, неспособность охарактеризовать изложенную в тексте позицию или сопоставить ее с другими и многое другое. «Плохая речь» с очевидностью демонстрирует несформированность необходимых логических операций, неспособность значительной части студентов не только к научной познавательной деятельности, но и к овладению потребных образовательных компетенций.

Во всех видах учебной деятельности студентов отмечаются сложности с изложе-

нием основных положений теоретических концепций и формулированием собственной позиции по самым простым проблемам, не говоря уже о плохо развитых операциях анализа и сравнения фрагментов знания. Это объясняется тем, что «главной и основной проблемой, связанной с процессом образования понятий и процессом целесообразной деятельности вообще, является проблема *средств, с помощью которых выполняется та или иная психологическая операция, совершается та или иная целесообразная деятельность*» [Выготский, 1996, с. 124] (курсив наш. – В. П., Н. Ф.). Поэтому целью статьи является описание дефектных речевых операций, обнаруженных в учебных студенческих переводах и демонстрирующих признаки функциональной неграмотности обучающихся.

Материал и методы

Материал исследования – 56 учебных переводов 7 текстов с французского языка на русский, выполненных студентами 3-го и 4-го курсов в рамках дисциплины «Практический курс письменного перевода первого иностранного языка». В статье в силу ограниченности ее объема приведены и интерпретированы только типичные примеры, позволяющие аргументировать высказанные теоретические положения. Кроме того, из анализа исключены безошибочные переводы и переводы, не содержащие существенных ошибок (общее их количество в исследованной группе составило 50 %, что свидетельствует о сформированности необходимых переводческих операций у половины студентов и косвенно подтверждает мысль о проявлении негативных *тенденций* в изменении когнитивных функций у другой половины).

Результаты исследования

В современной культуре наметилось существенное противоречие между объемом и характером имеющейся и необходимой к осмыслению информации и способами овладения ею. Наша нейрофизиологическая эволюция, ориентированная на линейное понимание текстов (а именно в них фиксирована большая часть культурного содержания), не обес-

печивает таких новых механизмов присвоения информации, и для их естественного возникновения понадобится не одна сотня лет. Необходимость выработки определенных форм противодействия перечисленным тенденциям развития функциональной неграмотности требует от преподавателя иностранных языков детального анализа типичных ошибок, допускаемых студентами при переводе с иностранного языка на русский актуальных информационных текстов разной степени сложности. (Мы рассматриваем в статье тексты средней сложности.) Целесообразно акцентировать те типы ошибок, которые свидетельствуют о расширении отмеченных во введении тенденций, хотя в лингводидактике широко известны более детальные классификации. Так, различаются ошибки, обусловленные непониманием смысла исходного текста, ошибки понимания на уровне «знак – сложное понятие», «знак – суждение», ошибки понимания предметной ситуации, переводческие ошибки на этапе перевыражения системы смыслов и стилистические ошибки [Гарбовский, 2004]; выделяют искажения, неточности, неясности, потерю имплицитной информации, нарушение смысловых связей, нормативные языковые и узуальные ошибки [Латышев, Семенов, 2003]. Зарубежные ученые строят типологии преимущественно на традиционных типах ошибок [Perrin, 1996; Delisle, 1993; Gile, 1992; Toudic et al., 2014; Рум, 1992], но используют и функциональный критерий, выделяя прагматические, культурологические, лингвистические, текстовые ошибки [Nord, 1997]. М. Дебрэнн рассматривает генезис и системность языковых и речевых отклонений разных уровней и определяет, в какой мере родной язык может влиять на возникновение в иностранном тех или иных типов девиаций, выделяя парадигматические, синтагматические формальные и синтагматические функциональные ошибки с их многочисленными подтипами [Дебрэнн, 2006, с. 100–298].

Однако для нас важна не классификация ошибок, а те из них, которые отражают изменения в когнитивной деятельности студентов, демонстрируя изменение «субъекта мышления» (переводчика).

Рассмотрим *ошибки, обусловленные наличием лакун в когнитивном багаже*

переводчика. Под метафорическим термином «когнитивный багаж» (франц. *bagage cognitif*, англ. *world knowledge* ‘знания о мире’, *encyclopaedic knowledge* ‘энциклопедические знания’, *background knowledge* ‘релевантный когнитивный багаж’) мы, вслед за сторонниками интерпретативной теории перевода, понимаем совокупность интеллектуального и эмоционального знания и ментальных операций с ним, которая приобретается переводчиком (как и любым другим индивидом) в процессе смыслопорождающей деятельности [Seleskovitch, Lederer, 2002; Lederer, 1994]. Когнитивный багаж включает ментальные репрезентации жизненного опыта индивида, в том числе эмоционального, теоретические знания индивида, результаты рефлексии и воображения, знания, извлеченные им при чтении литературы, определяющие общий уровень культуры индивида и запас специальных знаний [Ледерер, 2007].

Когнитивный багаж как совокупность лингвистических и экстралингвистических знаний, хранящихся в долговременной памяти индивида и активирующихся в процессе мыслительной деятельности, индивидуален и никогда в полном объеме не соответствует когнитивному багажу другого, но имеющиеся в нем интертекстуальные знания и культурные смыслы создают основу для взаимопонимания коммуникантов.

Разнообразие компонентов когнитивного багажа указывает на то, что содержательно такие ошибки неизбежны, однако важно, что студент должен сформировать операции приобретения нового знания, связанные с поисками ассоциативных связей слова, включением их в процесс смыслопорождения и обусловленными семантикой и структурой языка способами вербальной репрезентации ассоциативного значения. Отсутствие названных операций и навыков их применения приводит как к ошибочной номинации единичной реальности, так и к искажению общего смысла высказывания. Например, заголовок текста *Le patrimoine de Gaudi* был переведен как **Родина Гауди* (здесь и далее знаком «*» помечаются некорректные формы перевода) вместо корректного *Наследие Гауди*: студенту неизвестно имя испанского архитектора Антонио Гауди, и это не показатель его когни-

тивной ушербности. Однако то, что переводчик даже не попытался продумать варианты перевода, опираясь на контекст, который указывает на инокультурность антропонима, и воспроизвел имя собственное в соответствии с правилами французской транскрипции, – проявление сформированности определенных когнитивных схем, предполагающих использование инвариантного содержания языковой единицы и не учитывающих ассоциативность лексемы. Неверно определено и значение первого слова *patrimoine* в заголовке (словарные значения: 1) наследственное имущество, родовое имя, патримоний; 2) достояние, наследство, наследие), поскольку студент, скорее всего, опирался на общность звучания и значения однокоренных слов *patrimoine* и *Patrie*. Иначе говоря, у студента не сформированы операции употребления разных по значению однокорневых лексем, способы их включения в различные типы речевых действий, поэтому он идет по пути наименьших энергетических затрат, опираясь на наглядный (звуковой) компонент языковой единицы.

Приведем еще несколько примеров типичных ошибок, подтверждающих тенденцию использования внеконтекстного, неассоциативного значения слова – навыка, возникшего под влиянием цифрового использования лексемы как знака-этикетки (используем при этом следующие сокращения: ИТ – исходный текст (текст оригинала); ПТ1 – переводной текст, вариант перевода, выполненный студентом; ПТ2 – текст перевода, вариант перевода, предложенный преподавателем).

ИТ посвящен французскому океанографу Ж.-И. Кусто: *Les fans s'interrogent sur le sens du bonnet rouge*. ПТ1: *Поклонники задаются вопросом о значении *красной шапочки / о роли *красной шапки / *красного берета* Кусто.

Как видим, наибольшее затруднение при переводе вызвало сочетание имени существительного *bonnet* (фр. 'шапка, шапочка', 'колпак, колпачок', 'чепец, чепчик') с прилагательным *rouge* 'красный'. Ни один из предложенных студентами вариантов не устраивал их самих, поскольку в их когнитивном багаже доминировали следующие культурные ассоциации и лексические знания: *красная шапочка* – героиня одноименной сказки Ш. Перро;

шапка 'теплый головной убор' мало подходила к жаркому климату, в котором проходила экспедиция Кусто; *берет* 'традиционный головной убор французов' во французском языке обозначается словом *béret*, а не *bonnet*. Однако никому из студентов не пришло в голову расширить культурный контекст, включив, например, в поле смысловой интерпретации фотографии, на которых известный океанограф изображен в своем неизменном головном уборе – красной вязаной шапке в форме колпака. Легко устанавливаемое в этом случае постоянство ношения этого головного убора потребовало бы ответа на вопрос «почему?» – по сути, установления новых культурных ассоциативных связей. Во французской культуре за словосочетанием *bonnet rouge* закреплена устойчивая ассоциация: красный колпак якобинцев, фригийский колпак – символ Великой французской революции 1789–1793 годов. Следовательно, для Кусто красный колпак – это намек на необходимость радикальной смены парадигмы науки, слома предшествующих норм и формирование новых ее принципов. Операции включения текста в разные виды культурных контекстов не актуальны для обучающихся и не сформированы ими, а они необходимы для осмысления текста в системе различных культурных связей. ПТ2: *Фанаты Кусто спрашивают, каков смысл его красного колпака*. Подчеркнем, что согласиться с аргументацией перевода, присвоить готовое знание и самому аргументировать выбор – разные ментальные процессы, и без усилий со стороны обучающихся необходимые для правильного обоснования переводческого решения операции не возникнут.

К рассматриваемому типу можно также отнести ошибки, обусловленные лингвистическими лакунами, то есть, по сути, недостаточной языковой (и культурной) компетенцией и отсутствием необходимых знаний о специфике французского языка, в частности знаний о межъязыковой асимметрии терминологических номинаций. Так, во французском языке для обозначения высадки союзного десанта в Нормандии в 1944 г. принято использовать лексему *Débarquement*, в то время как закрепившийся во французской историографии термин *invasion des Alliés* 'вхождение союзнических войск' используется, когда речь идет

о событиях весны – лета 1814 года. Первое у французов ассоциируется с освобождением их страны, второе – с поражением и оккупацией Франции. Такие межъязыковые терминологические расхождения частотны в разных языках, и теоретически это известно студентам. Однако в реальной переводческой деятельности они используют энергетически незатратные операции, привычные в других типах речевой деятельности и связанные с частотным использованием вербальных и невербальных знаков в функции «этикеток», замещающих строго определенное, неассоциативное содержание, которое, как правило, не соотносится с культурными смыслами.

Описанный вид ошибки внутренне связан с другим видом – ошибками, **обусловленными несформированностью операций создания «когнитивного контекста»**, то есть «знаниями, извлекаемыми из чтения конкретного текста, которые фиксируются кратковременной памятью и помогают переводчику в понимании текста» [Ледерер, 2007, с. 204].

Ошибки этого типа тоже связаны с недостаточным пониманием смысла текста или отдельных его частей, а также имеющихся в нем интертекстуальных включений, содержащих фоновую и прецедентную информацию, но отличаются тем, что в самом переводимом тексте есть указания на наличие этих компонентов и их не нужно искать «за пределами текста». Как правило, такие ошибки возникают вследствие непонимания переносных значений слов. Так, в тексте, где речь идет о возможности модернизации процесса производства, в метафорических значениях использованы две лексические единицы с антонимичным значением: *amont* (прямое значение – ‘верхнее течение реки’) и *aval* (прямое значение – ‘нижнее течение реки’). Опора на прямые значения не позволила распознать метафору, которая передает не локальные, а темпоральные отношения. ИТ: *un déplacement du temps de travail vers l’amont (...) et vers l’aval (...)*; ТП1: *перенос рабочего времени «вверх» и «вниз»*; ПТ2: *перераспределение рабочего времени на начальном и конечном этапах производственного процесса*. Сходный ментальный процесс проявляется в переводе фрагмента цитированного выше текста о Ж.-И. Кусто. ИТ: *Sous le bonnet rouge, les*

rêves; ПТ1: *В голове под красным беретом, – мечты*; ПТ2 (возможный вариант): *Под красным колпаком скрывается мечта*.

Таким образом, подобные ошибки могут быть обусловлены тенденцией к «опрощению смыслов», вызванной тем, что частотное использование в Интернете различных типов наглядных знаков постепенно вырабатывает операции использования только прямых, номинативных значений, обедняя смысловую структуру лексемы.

Ошибки, обусловленные неправильным выбором стратегии перевода, которую мы, вслед за В.Н. Комиссаровым, понимаем как алгоритм, лежащий в основе речевых действий переводчика с целью достижения эквивалентности ИТ и ПТ на всех их уровнях. В силу названной выше тенденции в большинстве случаев студенты выбирают стратегию буквального перевода, ориентированную на передачу значения каждого отдельного слова, что приводит к созданию некорректных или несуществующих в русском языке номинаций, например: **Директор по обучению* (вместо *руководитель программы повышения квалификации*), **Синдикат устных и письменных переводчиков* (вместо *профсоюз переводчиков*), **Созданная Министерством образования миссия по развитию навыков производственной деятельности* (вместо: *Созданные по инициативе Министерства образования (Франции) учебные центры по переподготовке кадров на предприятии*).

Используя стратегию дословного перевода, студенты нередко стремятся сохранить заимствованную лексему, мотивируя свой выбор тем, что она, по их мнению, воспринимается как «более научная» и «красиво звучащая», и не рассматривают значение слова в контексте: *mission* *‘миссия’ (вместо ‘учебный центр’), *pratiques illégales* *‘нелегальные практики’ (вместо ‘незаконные финансовые операции’). Однако выбор, построенный на таком мотиве, как мыслительная операция не имеет ничего общего с построением осмысленного высказывания: он реализует принцип редупликации готового знания, которое далеко не всегда встраивается в контекст. Приведенные примеры свидетельствуют о проявлении функциональной

неграмотности в профессиональной деятельности будущих переводчиков.

Доминантная ментальная операция, формирующаяся под влиянием интернет-коммуникации и состоящая в употреблении инвариантных значений слов без учета его содержания в высказывании, приводит к тому, что реалии чужой культуры остаются непонятными. ИТ: *une tourte typiquement sétoise, fourrée au poulpe et à la tomate*; ПТ1: *типичные сетские пироги из курицы и томатов*.

В данном контексте подчеркивается распространенность, обыденность, традиционность кулинарного изделия, его специфика, характерная только для определенного города. Однако небольшой французский город Сет неизвестен русскому читателю, и потому более целесообразно использовать в этом случае гиперонимический перевод, употребив лексемы *местный / традиционный: местные / традиционные пироги с начинкой из курицы и томатов*.

Дословные переводы как следствие отсутствия навыков оперирования со смыслами демонстрируют нарушение логической связи не только между словами в синтагматической цепи, но и смысла высказывания в целом. Этим же обусловлены многочисленные попытки калькирования синтаксических конструкций исходного текста. ИТ: *Le commandant Cousteau, licône inattendue des hipsters*; ПТ1: **Кусто – неожиданная икона для хипстеров*; ПТ2 (возможные варианты): *Кусто, неожиданно ставший иконой / кумиром для хипстеров*.

Неэффективность использования стратегии дословного перевода для передачи смыслов исходного текста хорошо прослеживается на примере так называемых абсолютных причастных конструкций, грамматический субъект которых не совпадает с субъектом личного глагола. Подобные конструкции, частотные во французской письменной речи, не свойственны современному русскому литературному языку, хотя все чаще и чаще встречаются в его разговорном стиле. (Этот тип французских конструкций представлен в известной юмористической фразе А.П. Чехова: «Подъезжая к сией станции и глядя на природу в окно, у меня слетела шляпа».) В процессе перевода они, по нормам русской речи, дол-

жны трансформироваться в придаточные времени, причины, уступки. Однако такие операции требуют тренировки, которую человек гуглящий неосознаваемо отторгает в силу ее энергетической затратности. ПТ1: **Находясь на втором курсе подготовки к получению сертификата, мне бы очень хотелось пройти стажировку в детском саду*; ПТ1: **Будучи на втором курсе обучения среднему профессиональному образованию, мне бы хотелось пройти стажировку в вашем детском саду*; ПТ2 (возможные варианты): *Так как я учусь / Поскольку я учусь / В связи с тем, что я учусь..., я бы хотела пройти стажировку...*

Грамотная речь не допускает калькирования синтаксических конструкций при переводе французской деловой корреспонденции, где используются традиционные клишированные формулы вежливости. Однако и этот навык требует использования более сложных операций, чем последовательный перевод прямого значения лексем («этикеточный» поиск соответствия слов). ПТ1: **Примите, господин, мои наилучшие пожелания*; ПТ2 (рекомендуемый вариант): *С уважением*; ПТ1: **Я полностью открыта для дополнительного контакта*; ПТ2 (рекомендуемый вариант): *Готова предоставить необходимую дополнительную информацию*.

Без комментариев оставляем студенческий перевод, в котором калькирование синтаксической структуры приводит к утрате смысла высказывания в целом. **Оставаясь в вашем полном распоряжении для встречи с вами, я прошу вас принять, госпожа директор, выражение моих лучших чувств*.

Выбор стратегии дословного перевода, так же как и противоположной ей стратегии вольного перевода (которая, кстати, в студенческих переводах встречается значительно реже), можно считать следствием, во-первых, стремления к наименьшим энергетическим затратам со стороны субъекта перевода, во-вторых, утраты / несформированности операций осмысления структуры значения слова, актуализации его различных связей: лексических, семантических, стилистических.

Именно потому, что некоторые студенты не владеют / недостаточно владеют операциями ассоциативного использования язы-

кового знака, возникают *ошибки при работе с поисковыми системами*.

Работа с интернет-источниками является важной составляющей переводческой деятельности, поскольку позволяет оперативно ознакомиться с контекстами, отражающими процесс становления значения – фиксацию актуальных личностных смыслов в сочетательных связях лексических единиц. Однако операциональное (неосознаваемое) использование слова как заместителя строго ограниченного неассоциативного содержания приводит к тому, что студент не анализирует контекст, то есть не исследует семантические связи слова и его смысловую структуру в пределах данного текста. Лексика, обозначающая новейшие общественно-политические реалии, реалии культурной жизни, индивидуальные смыслы, представленные окказионализмами, имена собственные политических и общественных деятелей, зависит от современного культурного контекста и требует постоянного обновления знаний о нем. Студенты переводческих отделений, как правило, имеют технические навыки работы с информационными системами и понимают значимость этой работы, однако в силу несформированности необходимых лингвоментальных операций они не умеют отыскивать необходимые данные, при этом часто без достаточных оснований доверяя имеющемуся у них когнитивному багажу. Это следствие еще одной тенденции, активно внедряемой СМИ, – разрушения самого понятия нормы, социальной, языковой и др. Так, при переводе заголовка ИТ *Discours de Michaëlle Jean aux Nations Unies* студентами были предложены следующие варианты: *Выступление *Майкла Жона / *Майкла Джона / *Мишеля Жан в ООН* вместо корректного *Выступление Микаэль Жан в ООН* (Микаэль Жан – женщина, генеральный секретарь международной организации Франкофонии). Показательно, что эту информацию нужно было найти по соответствующей ссылке, рекомендованной преподавателем, но обращение к источникам данных постепенно формирует навык «беглого просматривания заголовков» и закрепления в памяти яркой, броской, наглядной информации, качество и истинность которой становятся неважными. Этот навык, активно тренируемый многоча-

совым пребыванием в Интернете, распространяется на все виды деятельности человека, в том числе и на учебную.

Отсюда, например:

– ошибки во внутриязыковой паронимии или в выборе сходных по значению слов: *наблюдать за *межнациональной* церемонией (вместо: *многонациональной*); *дизайнеры *медиального* пространства (вместо: *медийного*); *сторож предприятия (вместо: *охранник*); *капитан Кусто стал *музой* для хипстеров (вместо: *кумиром*);

– использование так называемых ложных друзей переводчика: *Jacques-Yves Cousteau, océanographe mythique de la télévision des paras / Жак-Ив Кусто – *мифический океанограф эпохи наших отцов* (вместо: *легендарный океанограф, герой телепередач времен молодости наших родителей*);

– нарушение стилистического регистра употребления слова: *они *ожидают утроения объема работы*; *прогнозы *касаемо трудоустройства*.

Вследствие тех же причин возникают ошибки, связанные с написанием имен собственных. Так, при переводе текста о французском поэте, композиторе, авторе и исполнителе своих песен Жорже Брассенсе (Georges Brassens) студенты предложили формы **Жорж Врассен / *Джорж Брассен*.

Поэтому под ошибками, формируемыми в результате специфического отношения к интернет-информации, следует прежде всего понимать недостаточно критическое отношение обучающихся к информации, представленной в компьютерных сетях. Формированию такого отношения способствуют переводы, выполняемые онлайн-переводчиками (Google, Promt), ориентированными преимущественно на трансляцию формы и далеко не всегда способными передать контекстное, ассоциативное значение слова, в том числе переносное. Кроме того, поскольку Интернет стал для поколения гугл главным и авторитетным источником информации, студенты испытывают к нему большое доверие: отстаивая свою позицию, они ссылаются на эти источники («А в Интернете написано так»). Один из немногих способов их переубедить – это осуществлять на занятии совместное со студентами редактирование текстов, выполненных онлайн-переводчиками.

Все обозначенные уже тенденции ведут к тому, что стилистическая сторона речи, детализирующая ее смысловую структуру, становится ненужной. Напротив, под влиянием интернет-коммуникации формируются навыки оперирования со значением слова, исключаяющие такую детализацию, в том числе и эмоционально-экспрессивное и оценочное их содержание. Отсюда и нарушение системных сочетательных связей лексем: *автоматизация офисной деятельности и ее *производство* (*производство офисной деятельности); **Но насколько они конкурентоспособны перед лицом огромной потребности в специалистах экономики и новых технологий?* (*конкурентоспособны перед лицом потребности); **Но какую ценность они будут иметь с точки зрения рабочих мест, перед лицом огромной потребности экономики в специалистах?* (*ценность специалиста с точки зрения рабочих мест) и т. п. Многочисленны стилистические ошибки, среди которых можно отметить необоснованные повторы: **эксперты прогнозируют сдвиг в прогнозах; *профессии, которые будут развиты в будущем*. Частотно нанизывание придаточных предложений одного типа в силу неразвитости операций вербального представления разных типов смысловых отношений между частями сложного предложения, что ведет к использованию в обыденной речи и интернет-коммуникации предельно простых предложений, максимально зависимых от ситуации: **Если верить экспертам, которые отслеживают изменения по данному вопросу, которые отображаются в графических показателях, возникает две тенденции*. Полубессознательное избегание работы с развернутыми текстами и сложными синтаксическими структурами, характерное для значительной части студентов, связано с несформированностью вербальных операций, необходимых для анализа текста, и комфортным пребыванием в сфере бытовой коммуникации, принципы, способы и средства которой активно используются в цифровом пространстве и становятся доминирующими.

Тенденция к употреблению приблизительных значений и отсутствие навыков проверки достоверности информации приводит к некорректному использованию терминов, про-

являющемуся: а) в неумении подобрать специальный термин с учетом контекста: *образование, *подходящее для работы на предприятии* (вместо: *требуемое / соответствующее*); *мы будем продолжать производить, *пробовать* (вместо: *потреблять*) и *покупать*; б) в избыточном использовании термина в контексте, где он не требуется: *В настоящее время я подрабатываю в семье с тремя детьми, где я *реализую свое стремление к *взаимодействию с малышами*. Такие ошибки, в свою очередь, приводят к разрушению семантических связей между лексемами в синонимических рядах, вообще к разрушению представлений о языковой синонимии, поскольку операции по выявлению тонких семантических различий в структурах сходных по значению слов используются неактивно. Экстраполяция термина из специального контекста в разговорную речь может рассматриваться не только как стилистическая, но и как смысловая ошибка, препятствующая пониманию текста читателем. Так, при переводе подзаголовка из туристического справочника по одному из регионов Франции *Huîtres et bulots aux Halles de Sète* студенты предложили вариант *Устрицы и букцинумы на рынке Ле-Аль в городе Сет*. Поскольку лексема *букцинум* («брюхоногий моллюск из семейства трубачи») не известен читателю и затрудняет понимание важной для туриста информации о том, что продается на этом рынке, при переводе целесообразнее использовать более частотное слово *улитки*, тем более что оно входит в дефиницию термина «букцинум» (Класс: моллюск. Подкласс: улитки). Рекомендуемым вариантом перевода может быть *Устрицы и улитки на рынке Ле-Аль в городе Сет*.

Выводы

Выделение представленных выше типов наиболее частотных ошибок в студенческих переводах не претендует на какую-либо исчерпывающую классификацию: каждый из выделенных типов может быть более детально проанализирован и дополнен как маркер определенных изменений в когнитивных процессах представителей исследуемого поколения. Для нас принципиально важно, что ана-

лиз таких ошибок на основных этапах переводческого процесса позволяет разрабатывать задания по предупреждению функциональной неграмотности в работе с исходным текстом. Так, на предпереводческом этапе студентам могут предлагаться не только задания на пополнение когнитивного багажа переводчика, связанные с тематикой и проблематикой текста и способствующие интеллектуальному развитию обучающихся, повышению их общекультурного уровня и профессиональной компетенции, но и алгоритмически организованные упражнения, позволяющие сформировать навык ассоциативного мышления. Это могут быть также задания на понимание и корректную интерпретацию когнитивного контекста, формирующие навык дискурсивного рассмотрения вербального текста, начиная с определения его жанрово-стилистической специфики и заканчивая особенностями аргументации. Одновременно на этом этапе целесообразно выполнять задания на понимание лексических, грамматических и стилистических особенностей текста, на определение наличия / отсутствия межъязыковых соответствий, влияющих на выбор переводческого решения в каждом конкретном случае. Для увеличения когнитивного багажа формирующегося переводчика полезны составление глоссариев по изучаемым темам и исследование ассоциативных связей темы с другими в рамках культурного контекста изучаемого языка. Для формирования ментальных операций, необходимых на втором, собственно переводческом этапе эффективны упражнения, направленные на анализ возможных вариантов перевода с учетом знаний и навыков, полученных ранее. Сформированный навык перебора вариантов демонстрирует способность формирующегося переводчика к осмысленной деятельности с текстом и ассоциативность его мышления. Постпереводческий этап предполагает метаязыковую деятельность с целью закрепления навыков второго этапа, поэтому обязательно сопоставление ИТ и ПТ, формирующее аналитические умения, способность аргументировать переводческое решение, критерии оценки перевода. Основой для таких умений может служить комплекс упражнений по редактированию ПТ. Целесообразно совершенствование навыков

использования компьютера как средства получения, обработки и управления информацией через систему языковых упражнений, работу с электронными базами данных, электронными словарями и другими электронными ресурсами. Без сомнения, большинство из перечисленных форм работы используется в процессе преподавания, но, вероятно, нужно более жестко задавать операциональную последовательность речевых действий, подчеркивать необходимость овладения той или иной ментальной операцией для создания когнитивной основы речевой деятельности вообще и переводческой в частности.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Адольфи Р., 2010. Эпоха глобализации и проблема гуманистических ценностей // *Философия и социальные науки*. № 1. С. 51–55. URL: https://elib.bsu.by/bitstream/123456789/7959/1/pages%20from%20ph%26ss_2010-1.%2051-55pdf.pdf
- Выготский Л. С., 1996. Мышление и речь. М. : Лабиринт. 415 с.
- Гарбовский Н. К., 2004. Теория перевода : учебник. М. : Изд-во Моск. ун-та. 544 с.
- Дебрэнн М., 2006. Французский язык в речевой практике русских. Межъязыковая девиатология. Новосибирск : Новосиб. гос. ун-т. 386 с.
- Латышев Л. К., Семенов А. Л., 2003. Перевод: теория, практика и методика преподавания : учеб. пособие. М. : Академия. 192 с.
- Ледерер М., 2007. Актуальные аспекты переводческой деятельности в свете интерпретативной теории перевода. СПб. : Изд-во РГПУ им. А.И. Герцена. 223 с.
- Пищальникова В. А., 2017. СМИ как среда формирования новых когнитивных структур // *Человек в информационном пространстве: понимание в коммуникации*. В 2 т. Т. 1 : сб. науч. тр. Ярославль : Ярослав. гос. ун-т им. К.Д. Ушинского. С. 39–43.
- Пищальникова В. А., 2018. «Эффект бабочки»: трансформация знака в массмедиа как когнитивная проблема // *Когнитивные исследования языка*. Вып. 35. Взгляд в будущее: новые перспективы когнитивных исследований языка : материалы Круглого стола (МГЛУ, 2 нояб. 2018 г.) / гл. ред. О. К. Ирисханова. Тамбов : Державинский. С. 148–154.
- Пищальникова В. А., 2019. Amabilis insania, или Трансформация знакообразования в массмедиа // *Философические письма*. Русско-

- европейский диалог. Т. 2, № 2. С. 124–130. DOI: 10.17323/2658-5413-2019-2-2-124-130
- Delisle J., 1993. *La traduction raisonnée : manuel d'initiation à la traduction professionnelle de l'anglais vers le français*. Ottawa : Les Presses de l'Université d'Ottawa. 484 p.
- Fridmann G., 1962. Enseignement et culture de mass // *Communications*. № 1. P. 3.
- Gile D., 1992. Les fautes de traduction : une analyse pédagogique // *Meta : Journal des traducteurs*. Vol. 37, № 2. P. 251–262. URL: <https://www.erudit.org/fr/revues/meta/1992-v37-n2-meta336/002907ar/>
- Lederer M., 1994. *La traduction aujourd'hui. Le modèle interprétatif*. P. : Hachette-Livre. 224 p.
- Nord C., 1997. *Translating As a Purposeful Activity. Functionalist Approaches Explained*. Manchester : St-Jerome. 160 p.
- Perrin I., 1996. *L'anglais : comment traduire*. P. : Hachette. 159 p.
- Pym A., 1992. Translation Error Analysis and the Interface with Language Teaching // *The Teaching of Translation*. Amsterdam : John Benjamins. P. 279–288. URL: http://usuaris.tinet.cat/apym/on-line/training/1992_error.pdf
- Seleskovitch D., Lederer M., 2002. *Pédagogie raisonnée de l'interprétation, 2-e édition corrigée et augmentée*. P. : Didier Erudition. Office des publications officielles des Communautés européennes. 390 p.
- Toudic D., Morin K. H., Moreau F., Barbin F., Phuez G., 2014. Du contexte didactique aux pratiques professionnelles : proposition d'une grille multicritères pour l'évaluation de la qualité en traduction spécialisée // *ILCEA*. № 19. URL: <http://journals.openedition.org/ilcea/2517>
- Deviantology]. Novosibirsk, Novosibirskiy gosudarstvennyy universitet. 386 p.
- Latyshev L.K., Semenov A.L., 2003. *Perevod: teoriya, praktika i metodika prepodavaniya: ucheb. posobie* [Translation: Theory, Practice, and Teaching Methods. Textbook]. Moscow, Akademiya Publ. 192 p.
- Lederer M., 2007. *Aktual'nye aspekty perevodcheskoy deyatel'nosti v svete interpretativnoy teorii perevoda* [Current Aspects of Translation Activity in the Context of Interpretive Theory of Translation]. Saint Petersburg, Izd-vo RGPU im. A.I. Gertsena. 223 p.
- Pishchalnikova V.A., 2017. SMI kak sreda formirovaniya novykh kognitivnykh struktur [Mass Media as an Environment for Formation of New Cognitive Structures]. *Chelovek v informatsionnom prostranstve: ponimanie v kommunikatsii. V 2 t. T. 1: sb. nauch. tr.* [Man in the Information Space: Understanding in Communication. In 2 Vols. Vol. 1. Collection of Scientific Papers]. Yaroslavl, Yaroslavskiy gosudarstvennyy universitet im. K.D. Ushinskogo, pp. 39-43.
- Pishchalnikova V.A., 2018. «Effekt babochki»: transformatsiya znaka v massmedia kak kognitivnaya problema [“Butterfly Effect”: Transformation of Sign in Mass Media as a Cognitive Problem]. Iriskhanova O.K., ed. *Kognitivnye issledovaniya yazyka. Vyp. 35. Vzglyad v budushchee: novye perspektivy kognitivnykh issledovaniy yazyka: materialy Kruglogo stola (MGLU, 2 noyab. 2018 g.)* [Cognitive Language Studies. Iss. 35. A Look Into the Future: New Perspectives of Cognitive Language Research. Proceedings of the Round Table (Moscow State Linguistic University, November 2, 2018)]. Tambov, Derzhavinskii Publ., pp. 148-154.
- Pishchalnikova V.A., 2019. Amabilis insania, ili Transformatsiya znakoobrazovaniya v mass-media [Amabilis insania or Transformation of Sign Formation in Mass Media]. *Filosoficheskie pisma. Russko-evropeyskiy dialog* [Philosophical Letters. Russian-European Dialogue], vol. 2, no. 2, pp. 124-130. DOI: 10.17323/2658-5413-2019-2-2-124-130
- Delisle J., 1993. *La traduction raisonnée: manuel d'initiation à la traduction professionnelle de l'anglais vers le français*. Ottawa, Les Presses de l'Université d'Ottawa. 484 p.
- Fridmann G., 1962. Enseignement et culture de mass. *Communications*, no. 1, p. 3.
- Gile D., 1992. Les fautes de traduction: une analyse pédagogique. *Meta: Journal des traducteurs*, vol. 37, no. 2, pp. 251-262. URL: <https://www.erudit.org/fr/revues/meta/1992-v37-n2-meta336/002907ar/>

REFERENCES

- Adol'fi R., 2010. Epokha globalizatsii i problema gumanisticheskikh tsennostey [The Epoch of Globalization and the Problem of Humanistic Values]. *Filosofiya i socialnye nauki*, no. 1, pp. 51-55. URL: https://elib.bsu.by/bitstream/123456789/7959/1/pages%20from%20ph%26ss_2010-1.%2051-55pdf.pdf
- Vygotsky L.S., 1996. *Myshlenie i rech* [Thinking and Speech]. Moscow, Labirint Publ. 415 p.
- Garbovskiy N.K., 2004. *Teoriya perevoda: uchebnik* [Theory of Translation. Study Guide]. Moscow, Izd-vo Moskovskogo universiteta. 544 p.
- Debrenn M., 2006. *Frantsuzskiy yazyk v rechevyy praktike russkikh. Mezhyazykovaya deviatologiya* [French Language in Speech Practice of Russian People. Interlingual

- Lederer M., 1994. *La traduction aujourd'hui. Le modèle interprétatif*. Paris, Hachette-Livre. 224 p.
- Nord C., 1997. *Translating as a Purposeful Activity. Functionalist Approaches Explained*. Manchester, St-Jerome. 160 p.
- Perrin I., 1996. *L'anglais : comment traduire*. Paris, Hachette. 159 p.
- Пым А., 1992. Translation Error Analysis and the Interface with Language Teaching. *The Teaching of Translation*. Amsterdam, John Benjamins, pp. 279-288. URL: http://usuaris.tinet.cat/apym/on-line/training/1992_error.pdf
- Seleskovitch D., Lederer M., 2002. *Pédagogie raisonnée de l'interprétation, 2-e édition corrigée et augmentée*. Paris, Didier Erudition. Office des publications officielles des Communautés européennes. 390 p.
- Toudic D., Morin K.H., Moreau F., Barbin F., Phuez G., 2014. Du contexte didactique aux pratiques professionnelles: proposition d'une grille multicritères pour l'évaluation de la qualité en traduction spécialisée. *ILCEA*, no. 19. URL: <http://journals.openedition.org/ilcea/2517>

Information About the Authors

Vera A. Pishchalnikova, Doctor of Sciences (Philology), Professor, Department of General and Comparative Linguistics, Moscow State Linguistic University, Ostozhenka St, 38, 119034 Moscow, Russia, pishchalnikova@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0002-0992-0466>

Nataliya A. Fenenko, Doctor of Sciences (Philology), Associate Professor, Department of French Philology, Voronezh State University, Universitetskaya Sq., 1, 394018 Voronezh, Russia, fenenko@rgph.vsu.ru, <https://orcid.org/0000-0002-9713-929X>

Информация об авторах

Вера Анатольевна Пищальникова, доктор филологических наук, профессор кафедры общего и сравнительного языкознания, Московский государственный лингвистический университет, ул. Остоженка, 38, 119034 г. Москва, Россия, pishchalnikova@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0002-0992-0466>

Наталья Александровна Фененко, доктор филологических наук, профессор кафедры французской филологии, Воронежский государственный университет, Университетская площадь, 1, 394018 г. Воронеж, Россия, fenenko@rgph.vsu.ru, <https://orcid.org/0000-0002-9713-929X>



DOI: <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2022.3.2>

UDC 81'1:070
LBC 81.055.52



Submitted: 24.12.2021
Accepted: 21.02.2022

THE IMPACT OF TRANSMEDIA PROCESSES ON THE LINGUISTIC PERSONALITY OF THE WEB COMMUNICANT

Galina N. Trofimova

Peoples' Friendship University of Russia, Moscow, Russia

Roman A. Savastenko

Peoples' Friendship University of Russia, Moscow, Russia

Natalia I. Chesnokova

Peoples' Friendship University of Russia, Moscow, Russia

Abstract. The article deals with the problem of distortion of meanings when covering an event in transmedia in the aspect of its impact on the linguistic personality of a web communicant. A detailed review of domestic and foreign scientific literature enables the authors to conclude that the formation of transmedia as a specific means of reproducing the information picture of an event is accompanied by genre transformations and convergence of media formats. The article proves that as a component of the transmedia structure, which is formed by means of artificial intelligence and digitalization, network media are changing their style of event coverage, and the use of clickbait is becoming more frequent in the headlines of publications. It increases the incongruence between the content and the title. As a result, a linguistic virtual personality, experiencing uncertainty about the reliability of media reports, demonstrates a tendency towards linguistic simplification, entertainment, speech negativity and provocation. It shows the need for strong emotional, expressive, evaluative language tools that enhance the effect of sensationalism. Systematization of quantitative and qualitative indicators has made it possible to specify the signs of destructive disorders and trace the mechanisms of influence of transmedia processes on the virtual linguistic personality. As a result, the authors identify similarities and differences between the communicative expectations of information recipients and the linguistic means of media texts as part of transmedia, revealing their destructive impact on the network audience.

Key words: transmedia, mass media, web communication, headline, information, linguistic web personality.

Citation. Trofimova G.N., Savastenko R.A., Chesnokova N.I. The Impact of Transmedia Processes on the Linguistic Personality of the Web Communicant. *Vestnik Volgogradskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya 2. Yazykoznanie* [Science Journal of Volgograd State University. Linguistics], 2022, vol. 21, no. 3, pp. 17-28. (in Russian). DOI: <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2022.3.2>

УДК 81'1:070
ББК 81.055.52

Дата поступления статьи: 24.12.2021
Дата принятия статьи: 21.02.2022

ВЛИЯНИЕ ТРАНСМЕДИЙНЫХ ПРОЦЕССОВ НА ЯЗЫКОВУЮ ЛИЧНОСТЬ ВЕБ-КОММУНИКАНТА

Галина Николаевна Трофимова

Российский университет дружбы народов, г. Москва, Россия

Роман Андреевич Савастенко

Российский университет дружбы народов, г. Москва, Россия

Наталья Ивановна Чеснокова

Российский университет дружбы народов, г. Москва, Россия

Аннотация. В статье рассматривается проблема искажения смыслов при освещении события в транс-медиа в аспекте его воздействия на языковую личность веб-коммуниканта. Обзор отечественной и зарубежной научной литературы приводит авторов к выводу о том, что становление трансмедиа как специфического способа репродукции информационной картины события сопровождается жанровыми трансформациями и конвергенцией медиаформатов. Г.Н. Трофимовой доказано, что в качестве компонента структуры транс-медиа, которая формируется при участии цифровизации и искусственного интеллекта, сетевые СМИ меняют свой стиль освещения событий, а в заголовках публикаций учащается применение кликбейта, который усиливает неконгруэнтность между содержанием и заголовком. В результате языковая виртуальная личность, испытывая неуверенность в достоверности сообщений в СМИ, начинает проявлять склонность к языковому упрощению, зрелищности, речевому негативу и провокации. Она демонстрирует потребность в эмоциональных, экспрессивных, оценочных языковых средствах, усиливающих эффект сенсационности. Систематизация количественно-качественных данных позволила Н.И. Чесноковой конкретизировать признаки деструктивных нарушений и проследить механизмы влияния трансмедийных процессов на виртуальную языковую личность. Р.А. Савастенко определены сходства и различия коммуникативных ожиданий получателей информации и языковых средств текстов СМИ как части трансмедиа, выявлено их деструктивное воздействие на сетевую аудиторию.

Ключевые слова: трансмедиа, СМИ, веб-коммуникация, заголовок, информация, языковая веб-личность.

Цитирование. Трофимова Г. Н., Савастенко Р. А., Чеснокова Н. И. Влияние трансмедийных процессов на языковую личность веб-коммуниканта // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2, Языкознание. – 2022. – Т. 21, № 3. – С. 17–28. – DOI: <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2022.3.2>

Введение

В центре веб-коммуникации стоит личность как субъект и объект речевой деятельности, виртуального общения и виртуальной реальности. В Интернете языковая личность реализовала свое стремление к публичности, оставаясь анонимной. Однако если десять лет назад детерминантой речевой самореализации виртуальной личности был игровой импровизационный стиль, то сегодня фокус смещается в сторону ограничения импровизационной свободы и радикализации коммуникативных реакций. Такие изменения заставляют и СМИ по-иному освещать события, приспособившись к общей тональности информирования и активности воспринимающей ее аудитории. При этом, как справедливо отмечает Т. Бернерс-Ли, «возможность редактировать информацию не менее важна, чем возможность просто ее потреблять» [Berners-Lee, 1999, p. 45]. Информационные нагрузки на человека продолжают расти, поэтому, наряду с попытками переложить часть работы по информационному производству на робота, решается задача обеспечения взаимодействия сообщений из различных по формату интернет-ресурсов, в результате которого можно будет не только создавать информацию, но и эффективно пользоваться ею как знанием. Между тем далеко не вся информация, суще-

ствующая внутри сетевого медиапотока, перерастает в знание, так как интернет-технологии, вызвав информационный взрыв, одновременно спровоцировали снижение значимости медиаобраза события.

Функционирование любого языка, в том числе и русского, в Интернете сопряжено с психолингвистическими особенностями участников коммуникации, которые переносят в письменно-речевую рефлексию сетевого общения свою личностную манеру спонтанного устного обиходно-бытового речевого поведения. В Интернете языковая личность формируется под влиянием разнообразных сфер, тем и ситуаций, в рамках которых происходит общение. Однако сегодня на смену раскрепощению личности в Интернете, которое сопровождалось смягчением психологических барьеров и сотворческим коммуникативным взаимодействием, пришли, с одной стороны, строгий цифровой регламент речевого поведения языковой виртуальной личности в сетевом медиапотоке, а с другой – стандартизация облегченного освещения событий в результате трансмедийной конвергенции.

Цифровизация в корне изменила отношение к интернет-пространству, а следовательно, и к его речевым практикам. Это оказывает негативное влияние и на саму информацию, так как компьютерные технологии позволяют

не только собирать и распространять ее, но и обрабатывать вплоть до полного искажения и смысловой деформации медиаобраза события. Сеть породила качественно новые угрозы именно информационного характера в силу специфики ее технологических характеристик и возможностей по сбору и распространению данных. Одним из парадоксов настоящего времени – эпохи интернет-технологий – стала двойная игра СМИ, которые одновременно являются основным производителем достоверной, объективной информации и непреднамеренным источником искаженной или ложной информации. В связи с этим в современной виртуальной русскоязычной коммуникации возникают трудности получения адекватных сведений, что влияет на эффективность веб-коммуникации в целом.

Проблема искажения информации в журналистских текстах рассматривается в науке многовекторно, на основе различных подходов к ее изучению. В частности, существуют две противостоящие друг другу теории: отражения реальности и конструирования массмедийной реальности. Сторонники теории отражения реальности стоят на позиции журналистских базовых принципов объективности и достоверности, так называемой «метафоры зеркала», и утверждают, что СМИ максимально полно и точно отражают события. Сторонники теории конструирования массмедийной реальности настаивают на объективной невозможности слепого отражения события в связи с фактором автора и многими другими особенностями. Под конструированием они понимают «интерпретацию происходящего, обусловленную рядом обстоятельств: зависящую от определенных условий: от индивидуальных особенностей автора текста (культурных, психологических, социальных) до обстоятельств, заданных политикой и концепцией конкретного СМИ» [Красикова, 2013].

Новый ракурс проблемы искажения информации связан с тем, что перманентный кризис достоверности информации в интернете при освещении событий усугубляется фактором цифровизации и применения нейротехнологий, возможностей искусственного интеллекта. В таких условиях идея о неизбежности массмедийного конструирования, безусловно,

более убедительна, чем идея отражения реальности, что подтверждают и зарубежные исследователи. Так, У. Липпман предлагает понятие «псевдоокружающая среда», он считает, что «СМИ вынуждены использовать стереотипы, выбирая некие стандарты, близкие аудитории, поскольку СМИ работают с огромным информационным потоком» [Липпман, 2004, с. 97]. М. Маккомбс и Д. Шоу выдвигают гипотезу «установления повестки дня» («agenda-setting»), утверждающую, что «когда СМИ освещают какие-либо события, то эти события начинают восприниматься аудиторией как важные и значимые» (цит. по: [Дьякова, Трахтенберг, 1999, с. 117]). Н. Луман предлагает понятие «селективности», подчеркивая, что «средством создания реальности является процесс отбора информации» [Луман, 2005, с. 148].

Процесс становления трансмедиа как специфического способа репродукции информационной картины события связан, по мнению Г. Дженкинса, с многоуровневым достраиванием в различных медийных форматах, где вокруг исходного текста возникает множество других. Каждый из них, являясь относительно самостоятельным, примыкает к основной повествовательной линии [Jenkins, 2003]. Таким образом, расширенный диапазон интернет-ресурсов как компонентов трансмедиа предьявляет новые качества СМИ, к информации которого и присоединяются сведения от других компонентов трансмедийной конструкции. Однако эти компоненты, среди которых большое место занимают различные интерактивные форматы, влияют на стилистику подачи события в ведущих СМИ, прежде всего информационного характера – новостные онлайн-ленты различных изданий, информационные агентства. Стремление привлечь как можно большую аудиторию заставляет СМИ применять некоторые специфические приемы самопрезентации, такие как, например, кликбейт или языковая игра. В цифровых трансмедиа их участники используют слова, фразы и стилистические приемы, которые притягивают больше кликов [Kuiken et al., 2017, p. 1307].

Рассмотрим, как влияют трансмедийные процессы на языковую личность веб-коммуниканта.

Материал и методы

Интерактивность виртуального медиaproстранства обуславливает множественность коммуникативных практик. Это не только многочисленные сетевые журналистские издания, но и любительская критика, комментирование, информирование в социальных сетях. Следовательно, в трансмедиа, с одной стороны, событие создается в масштабе тематически целостного универсума, а с другой – оно дробится на множество форматов в толковании «интерпретативных сообществ» [Scolari, 2009]. Так, трансмедиа воспроизводят событие путем использования разных медиаплатформ для взаимодействия основного сюжета и альтернатив его развития. При этом аудитория особенно глубоко вовлекается в происходящее и подчиняется медиатрактовке происходящего. В этом процессе среди основных свойств трансмедиа, которые выделяет Г. Дженкинс, особенно существенны такие, как горизонтальная и вертикальная диффузия, непрерывность и множественность, погруженность и вовлечение [Jenkins, 2003]. Именно они придают новый статус взаимодействию аудитории со СМИ, при котором возникает обратный эффект: деформационные тенденции в осмыслении события виртуальной языковой личностью.

Широкое вовлечение социальных медиа в трансмедийные отношения в качестве альтернативных источников информирования способствовало изменениям в языковой личности веб-коммуниканта [Lunga, Mthembu, 2019, p. 98; Pennycook et al., 2020]. Бесспорно, социальные медиа обеспечивают свободу взгляда на событие, что способствует развитию народной журналистики, но одновременно ведет к снижению уровня контроля над достоверностью контента, провоцируя деструктивные процессы в формировании информационной картины события. Таким образом, усиливается роль СМИ в деформации медиаобраза события, что, в свою очередь, отражается на речевом поведении веб-коммуникантов и реакции виртуальной языковой личности на трансмедийные преобразования.

Развитие технологий привело к тому, что картина события складывается из текстов,

размещаемых в разных медиаресурсах. При этом заголовки стали ключевым инструментом распространения информации не только через профессиональные СМИ, блоги гражданских журналистов, но и с помощью самых разных медиаресурсов, способных к распространению доступного для обмена и кликабельного контента [Lagerwerf, Govaert, 2021, p. 110]. Так, Дж. Куикен, А. Шут, М. Шпиттерс и М. Маркс подчеркивают, что функция заголовка изначально заключалась в том, чтобы дать читателю газеты представление о содержании материала [Kuiken et al., 2017, p. 1309]. Современные заголовки преобразуются в механизмы смысловых деформаций, влияющие на экологию веб-коммуникации.

В новостных кейсах трансмедиа заголовки имеют особую привлекательность для веб-коммуникантов, которые поддаются мнимому эффекту легкости в интерпретации события [Munger et al., 2020, p. 55]. В силу мгновенной распространяемости через разнообразные сетевые медиаформаты искажение смыслов может доминировать, становясь сенсацией, которую ожидает сетевая аудитория. К. Молек-Козаковска исследовала использование сенсационности с целью создания двусмысленности через конкретные иллюстрации, семантические макроструктуры, формулы повествования, параметры оценки, а также межличностные и текстовые средства [Molek-Kozakowska, 2013, p. 181, 183]. Обманчивое правдоподобие заголовков влияет на доверие аудитории, которая не только интерпретирует их, но и корректирует информацию о сообщении [Blom, 2021; Conklin, 2020; Smelter, Calvillo, 2020].

Заголовок – это некая операция «называния, номинирования», которая сопровождает нас в самых разных жизненных ситуациях. Заголовок сетевого медиатекста как концентратор смыслов имеет особую значимость. От смысловой точности заголовочного комплекса зависит вербальная реконструкция события, качество реакции того, кому направлено новостное сообщение. Значение заголовков в контексте организации всего спектра информационного контента о событии в трансмедиа неоспоримо [Ecker et al., 2014], поскольку они во многом определяют речевое поведение веб-коммуникантов [Roy et al., 2019] и

дают возможность определить общее направление формирования общественного мнения [Ecker et al., 2014]. Заголовки обеспечивают контекст, помогают в понимании и интерпретации содержания, активизируя соответствующие фоновые знания читателей, тем самым облегчая восприятие новостей [Bonyadi, Samuel, 2013].

В трансмедиа заголовки становятся каркасными скрепами информационного потока, в котором языковая личность веб-коммуниканта испытывает давление этих конструктивных пересечений [Dog, 2003; Molyneux, Coddington, 2020], что провоцирует многих авторов на использование приема кликбейта. Его широкое применение связано и с усилением коммерциализации медиaprостранства, и с внедрением цифровизации и искусственного интеллекта. При этом возникает эффект неконгруэнтности между содержанием и заголовком, который создает когнитивный диссонанс у веб-коммуниканта, обманывая его ожидания и тем самым провоцируя неправильную реакцию и дальнейшие речевые действия. Большинство участников медиакommunikации совершают подобные ошибки или намеренно используют приемы кликбейта, который стал восприниматься как новая норма в журналистике в соответствии с особенностями цифровых СМИ, с целью получения прибыли или для борьбы с конкурентами на медиарынке. Вследствие этого веб-коммуникант становится более неуверенным, недоверчивым, раздражительным, он теряет интерес к СМИ и отказывается от их информационных услуг.

Приемы кликбейта противоречат этике медиакommunikации и усугубляют деформацию и ослабление смысловых связей между языковой личностью веб-коммуниканта и трансмедиа. В ситуации радикализации речевых взаимодействий в сети многие соавторы трансмедийной интерпретации событий оказываются в отношениях активного противостояния: с одной стороны, это спонтанные или преднамеренные фальсификаторы события, а с другой – получатели информации, страдающие от этой фальсификации. Исследователями доказано, что у языковой личности веб-коммуниканта формируются такие свойства, как склонность к языковым сред-

ствам упрощения, зрелищности, негатива и провокации [Kuiken et al., 2017, p. 1306], снижение требовательности к грамотности и культуре речи. Следствием подобной тенденции становится потеря доверия к СМИ, размывание границ объективности и оценочных параметров.

Выявление недостоверных сообщений связано с различными подходами. В основном используются экспериментальные опросы с целью установления точности сообщений в контексте фальшивых новостей [Molek-Kozakowska, 2013; Blom, 2021; Efron, Raj, 2020; Pennycook et al., 2020]. Исследователи утверждают, что доверие к сообщению не является критерием для решения о его репостах через социальные сети. Было доказано, что, несмотря на невозможность проверки правдивости распространяемых сведений, читатели намеревались распространить их, ориентируясь только на привлекательность [Efron, Raj, 2020; Pennycook et al., 2020]. К. Молек-Козаковска обращает внимание на то, что чем сенсационнее тональность трансмедийного текста, тем больше верит ему аудитория [Molek-Kozakowska, 2013, p. 193]. Эфрон и Радж уточняют, что столкновение с дезинформацией убеждает получателя снижать свои требования к этике. Так, многократное повторение схожих заголовков, которое всегда наблюдается в процессе распространения новости в трансмедиа, независимо от того, верит ли человек в нее, снижает уровень критичности и усиливает эффект воздействия [Efron, Raj, 2020; Pennycook et al., 2020]. Кроме того, установлено, что читатели чаще делятся заголовками, повторяемыми в различных медиаресурсах, чем новым заголовком текста о том же событии. В условиях трансмедиаизации огромное значение приобретает репостинг – медиаинструмент распространения информации, подобный кругам от брошенного в воду камня. Таким же образом распространяется и деформированная, искаженная информация. Сам факт репоста становится имплицитно выраженным одобрением распространяемой интерпретации события. Так, вкусовые предпочтения популярных медиаперсон начинают оказывать решающее влияние на восприятие информации.

Подобная реакция выявляет языковые приоритеты веб-коммуникантов, которые предпочитают в качестве заголовков – и больше им доверяют – самые устоявшиеся, общеупотребительные, а не более точные, оригинальные слова, словосочетания и фразы. Ученые обнаружили, что в мультимедиасреде трансмедиа получатели больше доверяют знакомым фотографиям, которые сопровождают трансмедийные истории [Smelter, Calvillo, 2019, p. 1068]. В языковую личность участника трансмедийной веб-коммуникации встраиваются невербальные компоненты изобразительного характера. Так, языковая личность веб-коммуниканта демонстрирует потребность в сильных эмоциональных, экспрессивных, оценочных словах, словосочетаниях, усиливающих эффект сенсационности [Haselmayer, Wagner, Meyer, 2017]. Все это определяет важность происходящих перемен с точки зрения их влияния на виртуальную языковую личность.

Предпринятое нами комплексное изучение медиапотока опирается на широкий спектр методов начиная с общенаучных методов интроспекции и концептуального анализа и заканчивая методами текстовой обработки на основе системного анализа и контент-анализа, которые позволяют изучить медиатексты с учетом системно-функционального подхода к исследованию Интернета как коммуникативного феномена.

Основным методом обработки эмпирического материала стал метод контент-анализа. Систематизация и выявление количественно-качественных показателей позволяют конкретизировать признаки смысловых деформаций при освещении события, деструктивно влияющих на языковую личность веб-коммуниканта, проследить механизмы их возникновения при одновременном сопоставлении большого количества сообщений в различных медиаформатах. В качестве примера было выбрано событие ярко кризисного характера, особой социальной значимости: утром двадцатого сентября сенсационным событием стала трагедия, разыгравшаяся в Пермском государственном университете, где 18-летний первокурсник Тимур Бекмансуров, вооруженный помповой винтовкой, напал на студентов во время учебного процесса.

Результаты и обсуждение

Первый этап исследования – сравнительный анализ заголовков и основного текста по критерию их смыслового соответствия. При этом для изучения в данном случае не важен конкретный источник информации. В день происшествия в Интернете было опубликовано 238 материалов на указанную тему. Приведем наиболее типичные примеры смысловых несоответствий между заголовком и основным текстом.

(1) Устроившим стрельбу в пермском вузе оказался студент (<https://tass.ru/proisshestviya/12452635>).

Заголовок является высказыванием в форме утверждения с рематическим центром *студент*. Как концентратор смыслов журналистского текста эта структурная часть ориентирует читателя на текст, главной темой которого в соответствии с заголовком должен быть студент. Сам текст по жанру – короткое новостное сообщение, состоящее из лида и основного текста. После заголовка лид является второй по значимости особой частью медиатекста, в которой должен быть сосредоточен весь фактологический контент, главные его составляющие. В лиде рематическим центром становится высказывание *устроил стрельбу*. Существительное *студент* находится в тематической части, отражая известное обстоятельство. Основной текст сообщает подробности происшествия, которые также раскрывают не личность студента, а значимые детали события. Особое внимание в тексте уделяется стрельбе и ее последствиям. В заключении в качестве резюме содержится информация о *ранении молодого человека при задержании*, что также концентрирует внимание читателя на деталях самого трагического происшествия.

По сформировавшимся нормам создания сетевого медиатекста основной текст связан гиперссылкой с дополнительным, озаглавленным *Что известно о стрельбе в Пермском государственном университете* и структурированным с помощью подзаголовков *Что произошло*, *Что известно о погибших и пострадавших*, *Что известно о нападавшем*,

Реакция. В общем объеме дополнения информация о студенте занимает менее 1/6 части.

Таким образом, основной текст и его неотъемлемое дополнение демонстрируют мало соответствия смысловому центру заголовка. В свою очередь, последний становится деформатором сообщения. Смысловая конструкция заголовка не соответствует коммуникативно-смысловой интенции лида и основного текста.

(2) Что известно о студенте, открывшем стрельбу в университете в Перми? (https://aif.ru/incidents/chto_izvestno_o_studente_otkryvshem_strelbu_v_permskom_gosuniversitete).

Данный заголовок является вопросительным высказыванием, смысловой центр которого – существительное *студент*, и формирует вектор ожидания читателя в направлении подробностей о главном фигуранте события.

В условиях современного функционирования медиатекста ключевым структурообразующим приемом становится принцип «перевернутой пирамиды», который предполагает, что начало текста содержит главную по значимости информацию. Начальная фраза текста является сообщением о том, что *стрельбу в пермском вузе устроил студент*, рематическим центром, отвечающим на вопрос, становится существительное *студент*. Таким образом, смысловые центры заголовка и первой фразы текста противоречат друг другу, что полностью обесценивает дальнейший текст, так как веб-коммуникант, обнаружив такое несоответствие, вряд ли продолжит чтение данного интернет-ресурса.

Таким образом, деформационный эффект заголовка становится еще более очевидным и подтверждается его несоответствием тексту, который состоит из фрагментарной информации из различных СМИ и телеграм-каналов, выстроенной беспорядочно, без учета требования создать образ события и дать некоторые рекомендации по его восприятию. Так, в завершающем абзаце текста автор пересказывает информацию одного из телеграм-каналов о тяжелом состоянии напавшего, что демонстрирует его коммуникативную тактику вызвать сочувствие у аудитории в отношении стрелявшего, хотя это полностью

противоречит общему ценностному пафосу события.

(3) А маме пожелал доброго утра (<https://29.ru/text/incidents/2021/09/21/70147955/>).

Данный заголовок является сообщением, высказанным в форме утверждения о том, что кто-то (вероятно, герой публикации) показал себя добрым, заботливым, внимательным сыном. Последующий за этим лид в форме назывного предложения информирует о том, что в тексте будет сообщено *все, что известно о пермском стрелке и бойне, которую он устроил в вузе*. Существительное *бойня*, использованное в высказывании, имеет ярко выраженную негативную коннотацию и отнесено к *пермскому стрелку*, которого, очевидно, в заголовке автор охарактеризовал положительно. Имплицитная экспрессия, возникающая на основе контраста смыслов заголовка и лида, в данном случае неуместна, так как заголовок медиатекста должен выполнять функцию гиперинформационного посыла, не вызывая у аудитории затруднений в понимании содержания всего текста в целом. Существительные из заголовка в тексте отсутствуют.

Дальнейший текст представляет собой подробное изложение всех, имеющихся у автора сведений из всевозможных источников, которое не позволяет сформировать целостного представления ни о событии, ни о его главном действующем лице. Следовательно, данный текст, созданный в формате трансмедиа, не является законченным и не отвечает потребностям аудитории как в информировании в соответствии с заголовком, так и в ценностной ориентации по поводу события. Тональность заголовка противоречит содержанию текста и деформирует восприятие медиаобраза события.

(4) «Стрельба в пермском университете» (<https://59.ru/text/incidents/2021/09/20/70146047/>).

Заголовок является высказыванием в форме назывного предложения и номинирует событие, сосредоточивая внимание аудитории на существительном *стрельба*. Следующий за заголовком лид сообщает о том, что *главы Минздрава и Минобрнауки срочно вылетают в Пермь из-за стрельбы в университете*.

тете. В этой конструкции смысловой фокус переносится на конкретных персон, которые производят определенные действия, а тема стрельбы уходит на второй план. Основной текст также посвящается подробностям вылета министров на место трагедии. Завершается текст информацией, касающейся соцсетей. Существительное *стрельба* появляется в тексте один раз, что также свидетельствует о разрыве смысловых связей между заголовком и текстом публикации.

В то же время новостное сообщение содержит мало конкретной информации о самом событии, хотя заголовок заявляет аудитории именно такой подход: номинативность всегда предполагает конкретику, фактологичность и информационную насыщенность согласно заявленным смыслам. Деструктивность данного заголовка заключается в его смысловом расхождении с последующим текстом и дезориентации веб-коммуниканта в его информационных ожиданиях.

(5) Устроивший стрельбу в пермском университете оказал сопротивление силовикам (<https://www.el.ru/text/incidents/2021/09/20/70145993/>).

Данный заголовок является высказыванием в форме утверждения, в котором рема-тическим смысловым центром стала фраза *оказал сопротивление силовикам*. Следовательно, вектор информационных ожиданий аудитории направляется заголовком на получение сведений именно об этой ситуации. В лиде, который следует за заголовком, содержится сообщение о том, что *по данным следователей, при стрельбе в вузе погибли 8 человек*. Несмотря на то что контекст высказываний, безусловно, общий, при их сопоставлении выявляется существенное несоответствие. Дальнейший текст публикации также не содержит информации, освещающей факт сопротивления, текст насыщен разрозненными сведениями, которые излагаются несвязно, что делает его набором подробностей, ставших известными автору. Существи-

тельные *сопротивление и силовики* в тексте сообщения отсутствуют.

Заявленные в заголовке ключевые смыслы не поддержаны лидом и основным текстом. В смысловой конструкции медиатекста возникают деформационные разломы, которые и определяют деструктивность данного заголовка. Выявленная деструктивность, как и в предыдущих случаях, оказывает негативное воздействие на языковую личность веб-коммуниканта, который, обнаруживая смысловую неконгруэнтность заголовка, лида и основного текста, утрачивает когнитивную устойчивость и – как следствие – теряет доверие к публикации.

Выявленные несоответствия можно оценить в пошаговом количественно-качественном измерении. 100-балльная шкала несоответствия может быть построена по следующим параметрам: лексико-семантическое соответствие (ЛСС); рема-тематическое соответствие (РТС); соответствие между заголовком и фактологией текста (З/Ф); соответствие между заголовком и постулатом (З/П); структурная конструкция (СК). Каждый из этих параметров оценивается исходя из 20 баллов. Набранный публикацией итоговый оценочный балл определяется как коэффициент деструктивности (КДестр) (табл. 1).

Изучение комплекса публикаций позволило распределить их по данным параметрам (см. табл. 2).

В результате в шкале несоответствия параметры можно распределить по их значимости для выявления деструктивного потенциала: 1) лексико-семантическое соответствие; 2) соответствие между заголовком и постулатом; 3) структурная конструкция; 4) рема-тематическое соответствие; 5) соответствие между заголовком и фактологией текста.

По величине коэффициента деструктивности количественный показатель распределится следующим образом: 1) КДестр 30–40; 2) КДестр 50–60; 3) КДестр 70–80; 4) КДестр 10–20; 5) КДестр 90–100.

Таблица 1. Оценка соответствия / несоответствия по ключевым параметрам

Table 1. Conformity / non-conformity assessment by key parameters

Параметры	ЛСС	РТС	З/Ф	З/П	СК	КДестр
Пример (1)	5	2	8	2	1	18

Таблица 2. Оценка соответствия / несоответствия в процентном выражении

Table 2. Assessment of compliance / non-compliance in percentage terms

Параметры	Количество публикаций	
	Абсолютное выражение	%
ЛСС	231	97
РТС	197	83
З/Ф	159	67
З/П	214	90
СК	205	86
КДестр 90–100	15	6
КДестр 70–80	40	17
КДестр 50–60	59	25
КДестр 30–40	85	36
КДестр 10–20	39	16

На втором этапе для того, чтобы выявить маркерный статус номинаций ключевого события в публикациях СМИ как компоненте трансмедиа, слова-маркеры выстроены в порядке убывания их частотности. Рассмотрим это на примере номинации главного фигуранта события (*студент*) (табл. 3).

Из результатов расчетов следует, что большинству СМИ в своих сообщениях для номинации героя события использовали слово *студент*. Такая семантическая доминанта указывает на частичную деструкцию информации, так как акцент переходит с деяния на социальный статус героя. В контексте сообщений эта лексема, а также достаточно частотное сочетание *молодой человек*, имея нейтральную окраску, создают образ героя как обычного студента, молодого

человека, ничем не отличающегося от других учащихся. Наоборот, номинации *убийца*, *палач* или *злоумышленник*, которые могли бы создать негативный образ персонажа, использованы меньше всего. В сознании получателя информации формируются определенные понятийно-смысловые связи, влияющие на деструкцию его языковой личности. Поскольку речь идет о массовой аудитории, то можно говорить и о некой обобщенной языковой личности получателя массовой информации. Несмотря на позиционирование критической картины мира, как будто формируемой участниками интернет-коммуникации, в реальности многочисленные медиасообщения о событии смещают смысловой центр и формируют ложные понятийно-смысловые векторы.

Таблица 3. Иерархия слов-маркеров по их частотности

Table 3. Hierarchy of marker words by their frequency

Слова-маркеры	Частотность
<i>студент</i>	23
<i>стрелок</i>	19
<i>нападавший</i>	17
<i>молодой человек</i>	12
<i>подозреваемый</i>	10
<i>преступник</i>	7
<i>парень</i>	5
<i>неизвестный</i>	4
<i>убийца</i>	3
<i>первокурсник</i>	3
<i>злоумышленник</i>	3
<i>сын</i>	2
<i>студент-первокурсник</i>	1
<i>подросток</i>	1
<i>палач</i>	1

Заключение

В медиатекстах современных СМИ, которые конвергируются в трансмедийные конгломерации, выявлены устойчивые языковые признаки смысловых расхождений между заголовками, лидами и основным текстом, а именно тема-рематические замены и лексико-семантические несоответствия. Данные явления становятся деструктивными факторами, деформируют общую информационную картину события и оказывают воздействие на языковую личность веб-коммуниканта, ослабляя его когнитивную устойчивость.

В эпоху становления трансмедиа проблема искажения смыслов при взаимодействии различных сетевых медиаресурсов в качестве трансмедийных компонентов, освещающих событие, стала отражением деформационных процессов и способствовала деструктивному воздействию на языковую личность веб-коммуниканта. В конструирование заголовочно-го каркаса трансмедийной истории события включаются блогеры и многочисленные участники народной социальной журналистики, при участии которых искаженный образ события приобретает свойство множественности и способствует развитию деструктивных процессов в коммуникативной среде, влияющих на языковую личность участника медиакommunikативных процессов. Деформационные тенденции в освещении и осмыслении событий сопряжены с обманом ожиданий аудитории в связи со смысловыми расхождениями между заголовком и основным текстом сообщения.

В дальнейших исследованиях проведение опросов, глубинных интервью, фокус-групповых мероприятий и применение других приемов медиаметрии позволит исследователям установить причины и определить демаркационную линию компромисса между цифровыми допущениями и смысловыми искажениями при освещении событий в трансмедиа.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Дьякова Е. Г., Трахтенберг А. Д., 1999. Массовая коммуникация и проблема конструирования реальности: анализ основных теоретических подходов. Екатеринбург : УрО РАН. 130 с.

Красикова Т., 2013. Конструирование социально значимых событий в журналистских текстах // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия «Гуманитарные науки». № 27 (170), вып. 20. С. 112–125. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/konstruirovanie-sotsialno-znachimyh-sobytiy-v-zhurnalistskih-tekstah>

Липпман У., 2004. Общественное мнение. М. : Институт Фонда «Общественное мнение». 384 с.

Луман Н., 2005. Реальность массмедиа. М. : Практис. 256 с.

Berners-Lee T., 1999. Weaving the Web: Origins and Future of the World Wide Web. Cheshire : Texere Publishing. 288 p.

Blom R., 2021. Believing False Political Headlines and Discrediting Truthful Political Headlines: The Interaction Between News Source Trust and News Content Expectancy // Journalism. Vol. 22, iss. 3. DOI: <https://doi.org/10.1177/1464884918765316>

Bonyadi A., Samuel M., 2013. Headlines in Newspaper Editorials : A Contrastive Study // Sage Open. Vol. 3, iss. 2. P. 1–10. DOI: <https://doi.org/10.1177/2158244013494863>

Conklin M., 2020. The Truth Can Be Deceiving: How Criminal Justice Headlines Are Misinterpreted // NE. U. EXTRA LEGAL (Mar. 21, 2020). URL: <https://ssrn.com/abstract=3585743>

Dor D., 2003. On Newspaper Headlines As Relevance Optimizers // Journal of Pragmatics. Vol. 35, iss. 5. P. 695–721. DOI: [https://doi.org/10.1016/S0378-2166\(02\)00134-0](https://doi.org/10.1016/S0378-2166(02)00134-0)

Ecker U. K., Lewandowsky S., Chang E. P., Pillai R., 2014. The Effects of Subtle Misinformation in News Headlines // Journal of Experimental Psychology: Applied. Vol. 20, iss. 4. P. 323–335. DOI: <https://doi.org/10.1037/xap0000028>

Effron D. A., Raj M., 2020. Misinformation and Morality: Encountering Fake-News Headlines Makes Them Seem Less Unethical to Publish and Share // Psychological Science. Vol. 31, iss. 1. P. 75–87. DOI: <https://doi.org/10.1177/0956797619887896>

Haselmayer M., Wagner M., Meyer T. M., 2017. Partisan Bias in Message Selection: Media Gatekeeping of Party Press Releases // Political Communication. Vol. 34, iss 3. P. 367–384. DOI: <https://doi.org/10.1080/10584609.2016.1265619>

Jenkins H., 2003. Transmedia Storytelling // MIT Technology Review. URL: <https://www.technologyreview.com/s/401760/transmedia-storytelling/>

Kuiken J., Schuth A., Spitters M., Marx M., 2017. Effective Headlines of Newspaper Articles in a Digital Environment // Digital Journalism. Vol. 5,

- iss. 10. P. 1300–1314. DOI: <https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1279978>
- Lagerwerf L., Govaert C. G., 2021. Raising Clickworthiness: Effects of Foregrounding News Values in Online Newspaper Headlines // *News Values from an Audience Perspective* / ed. by M. Temmerman, J. Mast. Cham : Palgrave Macmillan. P. 95–119.
- Lunga C. M., Mthembu M. V., 2019. Investigating the Source and Strategies Adopted by Mainstream Media in Combating Fake News in the Kingdom of Eswatini // *African Journalism Studies*. Vol. 40, iss. 4, pp. 96–111. DOI: <https://doi.org/10.1080/23743670.2019.1664606>
- Molek-Kozakowska K., 2013. Towards a Pragmalinguistic Framework for the Study of Sensationalism in News Headlines // *Discourse & Communication*. Vol. 7, iss. 2. P. 173–197. DOI: <https://doi.org/10.1177/1750481312471668>
- Molyneux L., Coddington M., 2020. Aggregation, Clickbait and Their Effect on Perceptions of Journalistic Credibility and Quality // *Journalism Practice*. Vol. 14, iss. 4. P. 429–446. DOI: <https://doi.org/10.1080/17512786.2019.1628658>
- Munger K., Luca M., Nagler J., Tucker J., 2020. The (Null) Effects of Clickbait Headlines on Polarization, Trust, and Learning // *Public Opinion Quarterly*. Vol. 84, iss. 1. P. 49–73. DOI: <https://doi.org/10.1093/poq/nfaa008>
- Pennycook G., Bear A., Collins E.T., Rand D.G., 2020. The Implied Truth Effect: Attaching Warnings to a Subset of Fake News Headlines Increases Perceived Accuracy of Headlines Without Warnings. *Management Science*. Vol. 66, iss. 11. P. 4944–4957. DOI: <https://doi.org/10.1287/mnsc.2019.3478>
- Roy A. B., Chen B., Tiwari S., Huang Z., 2019. A Discussion on Influence of Newspaper Headlines on Social Media. URL: https://www.researchgate.net/publication/335651431_A_Discussion_on_Influence_of_Newspaper_Headlines_on_Social_Media
- Scolari C. A., 2009. Transmedia Storytelling: Implicit Consumers, Narrative Worlds, and Branding in Contemporary Media Production // *International Journal of Communication*. Vol. 3, iss. 3. P. 586–606.
- Smelter T. J., Calvillo D. P., 2020. Pictures and Repeated Exposure Increase Perceived Accuracy of News Headlines // *Applied Cognitive Psychology*. Vol. 34, iss. 5. P. 1061–1071. DOI: <https://doi.org/10.1002/acp.3684>
- real'nosti: analiz osnovnykh teoreticheskikh podkhodov* [Mass Communication and the Problem of Constructing Reality: An Analysis of the Main Theoretical Approaches]. Yekaterinburg, UrO RAN. 130 p.
- Krasikova T., 2013. Konstruirovaniye sotsial'no znachimykh sobyitij v zhurnalistskikh tekstakh [Creation of Socially Significant Events in Media Texts]. *Nauchnye vedomosti Belgorodskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya «Gumanitarnye nauki»*, no. 27 (170), iss. 20, pp. 112–125. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/konstruirovaniye-sotsialno-znachimyh-sobyitij-v-zhurnalistskikh-tekstah>
- Lippmann W., 2004. *Obshchestvennoye mneniye* [Public Opinion]. Moscow, Institut Fonda «Obshchestvennoye mneniye». 384 p.
- Luhman N., 2005. *Realnost' massmedia* [The Reality of Mass Media]. Moscow, Praksis Publ. 256 p.
- Berners-Lee T., 1999. *Weaving the Web: Origins and Future of the World Wide Web*. Cheshire, Texere Publishing. 288 p.
- Blom R., 2021. Believing False Political Headlines and Discrediting Truthful Political Headlines: The Interaction Between News Source Trust and News Content Expectancy. *Journalism*, vol. 22, iss. 3. DOI: <https://doi.org/10.1177/1464884918765316>
- Bonyadi A., Samuel M., 2013. Headlines in Newspaper Editorials: A Contrastive Study. *Sage Open*, vol. 3, iss. 2, pp. 1–10. DOI: <https://doi.org/10.1177/2158244013494863>
- Conklin M. The Truth Can Be Deceiving: How Criminal Justice Headlines Are Misinterpreted. *NE. U. EXTRA LEGAL* (Mar. 21, 2020). URL: <https://ssrn.com/abstract=3585743>
- Dor D., 2003. On Newspaper Headlines as Relevance Optimizers. *Journal of Pragmatics*, vol. 35, iss. 5, pp. 695–721. DOI: [https://doi.org/10.1016/S0378-2166\(02\)00134-0](https://doi.org/10.1016/S0378-2166(02)00134-0)
- Ecker U.K., Lewandowsky S., Chang E.P., Pillai R., 2014. The Effects of Subtle Misinformation in News Headlines. *Journal of Experimental Psychology: Applied*, vol. 20, iss. 4, pp. 323–335. DOI: <https://psycnet.apa.org/doi/10.1037/xap0000028>
- Effron D.A., Raj M., 2019. Misinformation and Morality: Encountering Fake-News Headlines Makes Them Seem Less Unethical to Publish and Share. *Psychological Science*, vol. 31, iss. 1, pp. 75–87. DOI: <https://doi.org/10.1177/0956797619887896>
- Haselmayer M., Wagner M., Meyer T.M., 2017. Partisan Bias in Message Selection: Media Gatekeeping of Party Press Releases. *Political Communication*, vol. 34, no. 3, pp. 367–384. DOI: <https://doi.org/10.1080/10584609.2016.1265619>

REFERENCES

Diakova E.G., Trakhtenberg A.D., 1999. *Massovaya kommunikatsiya i problema konstruirovaniya*

- Jenkins H., 2003. Transmedia Storytelling. *MIT Technology Review*. URL: <https://www.technologyreview.com/s/401760/transmedia-storytelling/>
- Kuiken J., Schuth A., Spitters M., Marx M., 2017. Effective Headlines of Newspaper Articles in a Digital Environment. *Digital Journalism*, vol. 5, iss. 10, pp. 1300-1314. DOI: <https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1279978>
- Lagerwerf L., Govaert C.G., 2021. Raising Clickworthiness: Effects of Foregrounding News Values in Online Newspaper Headlines. Temmerman M., Mast J., eds. *News Values from an Audience Perspective*. Cham, Palgrave Macmillan, pp. 95-119.
- Lunga C.M., Mthembu M.V., 2019. Investigating the Source and Strategies Adopted by Mainstream Media in Combating Fake News in the Kingdom of Eswatini. *African Journalism Studies*, vol. 40, iss. 4, pp. 96-111. DOI: <https://doi.org/10.1080/23743670.2019.1664606>
- Molek-Kozakowska K., 2013. Towards a Pragmatic-Linguistic Framework for the Study of Sensationalism in News Headlines. *Discourse & Communication*, vol. 7, iss. 2, pp. 173-197. DOI: <https://doi.org/10.1177/1750481312471668>
- Molyneux L., Coddington M., 2020. Aggregation, Clickbait and Their Effect on Perceptions of Journalistic Credibility and Quality. *Journalism Practice*, vol. 14, iss. 4, pp. 429-446. DOI: <https://doi.org/10.1080/17512786.2019.1628658>
- Munger K., Luca M., Nagler J., Tucker J., 2020. The (Null) Effects of Clickbait Headlines on Polarization, Trust, and Learning. *Public Opinion Quarterly*, vol. 84, iss. 1, pp. 49-73. DOI: <https://doi.org/10.1093/poq/nfaa008>
- Pennycook G., Bear A., Collins E.T., Rand D.G., 2020. The Implied Truth Effect: Attaching Warnings to a Subset of Fake News Headlines Increases Perceived Accuracy of Headlines Without Warnings. *Management Science*, vol. 66, iss. 11, pp. 4944-4957. DOI: <https://doi.org/10.1287/mnsc.2019.3478>
- Roy A.B., Chen B., Tiwari S., Huang Z., 2019. *A Discussion on Influence of Newspaper Headlines on Social Media*. URL: https://www.researchgate.net/publication/335651431_A_Discussion_on_Influence_of_Newspaper_Headlines_on_Social_Media
- Scolari C.A., 2009. Transmedia Storytelling: Implicit Consumers, Narrative Worlds, and Branding in Contemporary Media Production. *International Journal of Communication*, vol. 3, iss. 3, pp. 586-606.
- Smelter T.J., Calvillo D.P., 2020. Pictures and Repeated Exposure Increase Perceived Accuracy of News Headlines. *Applied Cognitive Psychology*, vol. 34, iss. 5, pp. 1061-1071. DOI: <https://doi.org/10.1002/acp.3684>

Information About the Authors

Galina N. Trofimova, Doctor of Sciences (Philology), Professor, Department of Mass Communications, Peoples' Friendship University of Russia, Miklukho-Maklaya St, 6, 117198 Moscow, Russia, trofimova-gn@rudn.ru, <https://orcid.org/0000-0002-1295-5002>

Roman A. Savastenko, Candidate of Sciences (Philology), Associate Professor, Department of Mass Communications, Peoples' Friendship University of Russia, Miklukho-Maklaya St, 6, 117198 Moscow, Russia, savastenko-ra@rudn.ru, <https://orcid.org/0000-0002-3312-3790>

Natalia I. Chesnokova, Candidate of Sciences (Philology), Deputy Director of the Institute of Law for International Activities and Public Relations, Peoples' Friendship University of Russia, Miklukho-Maklaya St, 6, 117198 Moscow, Russia, chesnokova-ni@rudn.ru, <https://orcid.org/0000-0001-9229-383X>

Информация об авторах

Галина Николаевна Трофимова, доктор филологических наук, профессор кафедры массовых коммуникаций, Российский университет дружбы народов, ул. Миклухо-Маклая, 6, 117198 г. Москва, Россия, trofimova-gn@rudn.ru, <https://orcid.org/0000-0002-1295-5002>

Роман Андреевич Савастенко, кандидат филологических наук, доцент кафедры массовых коммуникаций, Российский университет дружбы народов, ул. Миклухо-Маклая, 6, 117198 г. Москва, Россия, savastenko-ra@rudn.ru, <https://orcid.org/0000-0002-3312-3790>

Наталья Ивановна Чеснокова, кандидат филологических наук, заместитель директора юридического института по международной деятельности и связям с общественностью, Российский университет дружбы народов, ул. Миклухо-Маклая, 6, 117198 г. Москва, Россия, chesnokova-ni@rudn.ru, <https://orcid.org/0000-0001-9229-383X>



DOI: <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2022.3.3>

UDC 81'1:340.6
LBC 81.1

Submitted: 10.01.2022
Accepted: 21.03.2022

LINGUISTIC IDENTIFICATION OF THE AUTHOR AND IDENTITY FALSIFICATION ON THE WEB¹

Dimitar D. Popov

Konstantin Preslavsky University of Shumen, Shumen, Bulgaria

Velka A. Popova

Konstantin Preslavsky University of Shumen, Shumen, Bulgaria

Abstract. Research on modern virtual communication focuses on human communicative behaviour in social networks. For the purposes of successful biometric expertise, linguistic personology is chosen as the most reliable approach. As a complex autonomous interdisciplinary synergistic paradigm, and as a research compendium that uses a wide variety of approaches and methods of modern linguistics, linguistic personology is designed to study the variety of human speech behaviour manifested in the speech of a person. It is also used to identify “bright diagnostic spots” that characterize the verbal messages of any individual linguistic personality in social networks with the purpose of its precise identification. Personality identification, enhanced by linguistic personology methods, is presented as efficient methodology, since it creates conditions for reliability and trust in the process of information exchange, and is based on truthfulness and legitimacy. The compendium of sciences for analyzing speech behaviour and for describing the speech repertoire of the virtual personality is based, on the one hand, on the study of formal discursive characteristics based on style (style-based features), while, on the other, it relies on the study of informal content characteristics (content-based features).

Key words: linguistic personology, identity, personality, personality identification, virtual communication, linguistic expertise, computer linguistics.

Citation. Popov D.D., Popova V.A. Linguistic Identification of the Author and Identity Falsification on the Web. *Vestnik Volgogradskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya 2. Yazykoznanie* [Science Journal of Volgograd State University. Linguistics], 2022, vol. 21, no. 3, pp. 29-38. (in Russian). DOI: <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2022.3.3>

УДК 81'1:340.6
ББК 81.1

Дата поступления статьи: 10.01.2022
Дата принятия статьи: 21.03.2022

ЛИНГВИСТИЧЕСКАЯ ИДЕНТИФИКАЦИЯ АВТОРА И ФАЛЬСИФИКАЦИЯ ИДЕНТИЧНОСТИ В СЕТИ¹

Димитър Димитров Попов

Шуменский университет им. Епископа Константина Преславского, г. Шумен, Болгария

Велка Александрова Попова

Шуменский университет им. Епископа Константина Преславского, г. Шумен, Болгария

Аннотация. При изучении современной виртуальной коммуникации фокус внимания исследователя направлен на рассмотрение проявлений коммуникативного поведения человека в социальных сетях. Для целей успешного биометрического анализа речевого поведения личности наиболее надежна лингвистическая персонология как комплексная автономная междисциплинарная синергетическая парадигма и как исследовательский компендиум, опирающийся на разнообразные методы современного языкознания. Лингвистическая персонология, изучая многообразие вариантов речевого поведения человека, устанавливает «яркие диагнос-

тические пятна», которые характерны для словесных посланий отдельной языковой личности в социальных сетях, что позволяет ее определить и идентифицировать. В статье этот процесс с опорой на методы лингвоперсонологии представлен как продуктивная методология, создающая для коммуникантов условия, обеспечивающие надежность и доверие в процессе обмена информацией, поскольку она основана на истинности и легитимности. Для экспертов ценность использования представленного в статье компендиума при анализе речевого поведения и описания речевого репертуара виртуальной личности обусловлена возможностью исследования, с одной стороны, формальных дискурсивных характеристик, которые базируются на стиле (*style-based features*), а с другой стороны, неформальных содержательных характеристик (*content-based features*).

Ключевые слова: лингвистическая персонология, идентичность, личность, идентификация личности, виртуальная коммуникация, лингвистическая экспертиза, компьютерная лингвистика.

Цитирование. Попов Д. Д., Попова В. А. Лингвистическая идентификация автора и фальсификация идентичности в сети // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2, Языкознание. – 2022. – Т. 21, № 3. – С. 29–38. – DOI: <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2022.3.3>

Введение

Лингвистическая персонология как комплексная автономная междисциплинарная синергетическая парадигма и как исследовательский компендиум, включающий самые разнообразные подходы и методы современного языкознания, призвана изучать вариативность речевого поведения человека и обозначить те «яркие диагностические пятна» (термин Т.М. Николаевой [1991]), характеризующие словесные послания отдельной языковой личности так, чтобы ее идентифицировать [Попов, 2016]. Для надежной верификации человеческой деятельности в виртуальных условиях общения и ее поведенческих результатов было бы полезно опираться на теории и методологии персональной идентичности.

В когнитивной психологии (в психологии познавательных процессов) и психолингвистике термин «идентичность» интерпретируется как «узнавание, установление тождественности какого-либо объекта», то есть «присущее личности собственное качество» или «характерное для данного индивида» (индивидуация), «идиолектная личность».

В современном мире, который существует в режиме глобализации, мы встречаемся с такими явлениями, как многообразие и мультикультурализм, мобильность и сожительство разных этносов и социальных групп, являющихся носителями различных установок и ценностных систем. В контексте такой диверсификации для целей успешного интерперсонального обмена информацией и для обеспечения ее безопасности требуется легитимация (от лат. *legitimus* «законный») персональ-

ной идентичности людей в реальном времени их общения как в актуальной (живой), так и в виртуальной среде. Легитимность персональной идентичности создает комфортные условия для общения между людьми.

В научном обиходе для характеристики социальной идентичности существуют два термина: «актуальная социальная идентичность» и «виртуальная социальная идентичность».

Актуальная социальная идентичность представляет собой типизацию личности на основании атрибутов, которые очевидны и легко доказываются. Виртуальная социальная идентичность тоже является типизацией личности, но основывается на таких атрибутах человека, о наличии которых можно только догадываться, и эти атрибуты сами по себе находятся в нелегитимированной электронной среде виртуального пространства.

Материал и методы

Для успешной верификации виртуальной личности в процессе коммуникативной интеракции, по нашему мнению, наиболее эффективным является метод идентификации. В области информационных технологий для идентификации человека как форма контроля доступа используется биометрия, поскольку именно она комбинирует методы для распознавания уникальной виртуальной личности на основе ее специфических физических или поведенческих характеристик.

Идентификация личности должна создавать условия для надежности и доверия в процессе обмена информацией, потому что она должна быть основана на истинности и легитимно-

сти; она должна способствовать предотвращению злоупотребления персональной идентичностью и самоличностью человека и их кражи.

Как известно, в 2000 г. в США Федеральное бюро расследования (FBI) объявило пик «краж идентичности» (*identity theft*) и определило их как преступление № 1. Такая преступная деятельность человека, базирующаяся на конструировании информации о себе, называется «политикой идентичности». Для ее осуществления используются разные техники, например «техника избегания» (попытка самоизоляции человека от его собственных атрибутов) или «техника компенсации», с помощью которой информация о себе умышленно искажается и фальсифицируется. Возможно даже применение «техники деидентификации», которая направлена на изменение признаков, способствующих виртуальной идентификации лица в сети. Эта техника, препятствующая идентификации личности, называется еще «маскированная идентичность». В связи с этим сегодня специалисты делают все возможное, чтобы защитить информацию в сетях: уже существуют прикладные области, такие как криптография и стеганография. Если криптография защищает содержание сообщения, то стеганография защищает сам факт наличия каких-либо скрытых посланий. Приоритет стеганографии над чистой криптографией состоит в том, что сообщения не привлекают к себе внимания. По этой причине и те сообщения, факт шифрования которых не скрыт, вызывают подозрение и могут быть сами по себе уличающими, например в странах, в которых криптография запрещена.

Каждый человек ежедневно выполняет разные коммуникативно-поведенческие функции, совершая поступки в обществе, которые предопределены принадлежностью или отношением человека к разным социальным категориям идентичности, таким как раса, национальность, пол, гендер и др. Так называемые социальная и персональная идентичности представляют собой два полюса одного биполярного континуума идентичности. Эти две характеристики личности могут или совпадать, или полностью различаться, потому что поведение человека зависит от его личностной мотивации в данном конкретном социуме. Дегерсонализация относится к процес-

су «самостереотипизации», с помощью которого люди сами воспринимают себя как взаимозаменяемые экземпляры, то есть как социальные категории идентичности, а не как уникальные личности.

В современных социальных сетях часто встречается компьютерная пропаганда, которая используется для манипуляции. Она комбинативно сочетает технические (алгоритмы, социальные боты и др.) и общественные аспекты информации. Многие способы манипуляции опираются на сконструированные воображаемые идентичности, представленные «врагами с демонизированной идентичностью», которые являются как будто бы некоей опасностью для идентичности и существования пользователя. Охарактеризуем некоторые наиболее востребованные способы подробнее.

1. Социальные боты. Они доминируют на платформах социальных сетей [Dewangan, Kaushal, 2016; Ferrara et al., 2016; Grimme et al., 2017]. В настоящее время они считаются влиятельным, но несколько загадочным фактором в общественном дискурсе и в формировании общественного мнения. Считается, что они способны к массовому распространению пропаганды в социальных сетях и интернет-СМИ [Grimme et al., 2017].

Эти автоматизированные программные агенты собирают информацию, принимают решения, взаимодействуют с веб-пространством и его посетителями, а также имитируют реальных потребителей контента. Социальные боты отличаются от уже известных «веб-ботов» тем, что коммуницируют непосредственно с живыми людьми на платформах социальных сетей, в секциях для комментариев на новостных сайтах, а также на форумах. У них нет собственного мнения, но они следуют предварительно определенному алгоритму. Их цель – связываться с реальными потребителями и создавать виртуальные «приятельства». Сразу после того, как связь установлена, реальные потребители начинают следить за тем, когда социальный бот реагирует на содержание и как комментирует, делится информацией или пишет о том, что ему нравится. Если реальный потребитель делится информацией от социального бота, то все его контакты в социальных сетях получают доступ к ней. Поэтому охват первоначального постинга значительно расширяется.

Существуют разные виды социальных ботов. Одних из них называют «ботами, повышающими известность» (“fame enhancing bots”). Они следуют за потребителем, чтобы увеличить его популярность и известность. Чаще всего они встречаются в Twitter. В исследовании, проведенном специалистами из Оксфордского университета, отмечается, что боты в Twitter были ангажированы с выходом Великобритании из Европейского союза, потому что они сыграли «стратегическую роль» при манипулировании результатами референдума о членстве Великобритании в Европейском союзе (Sulleyman). Эти боты используются для увеличения не только количества последователей политиков и известных личностей, но и популярности и известности разных марок и продуктов, превращаясь в инструмент маркетинга. Как показывает опыт, программирование социальных ботов не сложно: их можно сделать даже посредством бесплатного софтвера. Многие социальные боты работают элементарно: они сканируют информацию, например в Twitter или публикации в Facebook *, маркируют отдельные слова или хэштеги и комментируют их с помощью предварительно подготовленных текстов, таким образом пытаясь завести реальный разговор. В некоторых случаях социальные боты способны создавать свои ответы. Они состоят из целостных текстов или являются целостными высказываниями, взятыми из определенных веб-сайтов. Следовательно, готовый текст социальных ботов отличается от авторского, то есть от персонально созданного. В зависимости от того, насколько хорошо они запрограммированы, их ответы будут иметь смысл хотя бы в некоторой степени. Несмотря на то что ими часто злоупотребляют, сами по себе социальные боты необязательно и не всегда зловредны. Например, выборы президента США в 2016 г. показали, что подобные программы могут быть использованы с целью манипулирования, потому что они сумели «твитнуть» (увеличить количество) повторное появление новых публикаций на эту тему (и привели к ретвитам). Социальные боты могут оказаться опасными, если используются

для вредных пропагандистских целей. Если одна софтверная программа начинает контролировать сотни или тысячи профилей в социальных сетях она может существенно повлиять на общественное мнение и установки людей. Человек программирует социальные боты для того, чтобы распространять одно и то же послание вновь и вновь. В народе говорят, что если повторить одну ложь десять раз, то она станет восприниматься как истина.

2. Тролли. Они позволяют провоцировать у разумных людей и судебных экспертов скепсис к надежности восприятия информации и побуждать их неуверенность при интерпретации какого-то факта, опубликованного в сетях. «Интернет-тролль – это человек, который публикует противоречивые, провоцирующие сообщения или сообщения вне темы с целью вызвать эмоциональный ответ, спровоцировать участников форума или помешать нормальному ходу общения. Появились тролли, специально нанятые политическими партиями в целях дискредитации данного форума или по меньшей мере нарушения обычного качества общения в форуме» [Петкова-Калева, 2017, с. 206]. Термин иногда используется для обозначения неидентифицируемых профилей человека в Интернете, которые он контролирует и таким образом совершает действия, подобные действиям ботов. Такие люди организуются в корпоративной группе («тролльской ферме»), цель которой создавать конфликты путем системного распространения разных форм ненависти в социальных сетях.

Троллинг представляет собой умышленное опубликование обманчивого или обидного содержания в некой онлайн-общности (например, на форуме) [Mihaylov, Georgiev, Nakov, 2015; Paavola et al., 2016; Zezulka, Seigfried-Spellar, 2016; Dynel, 2016; Buckels et al., 2018; Navarro-Carrillo, Torres-Marin, Carretero-Dios, 2021]. Это намерение одного человека со скрытой виртуальной идентичностью спровоцировать других читателей в интернет-пространстве на разрушение коммуникации или заставить их замолчать. Исследовательская группа ученых проанализировала экспериментально связь между онлайн-троллингом и са-

* Деятельность социальной сети Facebook признана экстремистской и запрещена на территории Российской Федерации.

дизмом личности. Результаты показали, что онлайн-троллинг прочно связан с садистским профилем личности и что она мотивирована (по крайней мере частично) садистскими наклонностями [Buckels et al., 2018].

3. Фишинг. В Oxford English Dictionary (OED) этот тип обмана определяется как шутовское или забавное заблуждение, которое предлагается обычно как выдумка чего-то фальшивого или ошибочная информация. При таком обмане используются зловерные неистины с целью внушения страха или побуждения к конспирации. Показательным примером такого поведения сегодня является деятельность так называемого «движения антиваксеров».

Результаты и обсуждение

Из всего сказанного создается впечатление что в современных сетях реализуются разные способы фальсификации идентичности автора информации, установление чего очень трудно, а иногда невозможно. Следовательно, сводится к нулю возможность экспертизы. Однако это не совсем верно. Как представляется, возможность идентификации сконструированной личности существует. Если мы не можем найти информацию о персоне в сетях, если существует только одна фотография профиля при наличии пустой странички, на которой отсутствуют друзья, но при этом имеются частые комментарии или «твиты», то можно с определенной долей уверенности утверждать, что это тролль или социальный бот. В данном случае эксперту рекомендуется скопировать фотографию и поставить ее в аппликацию обратного поиска изображения, чтобы понять не украдена ли эта фотография. Тролли часто крадут какой-нибудь чужой профиль, чтобы создать иллюзорное впечатление, что это реальный человек. Существуют также некоторые вопросы-индикаторы для дальнейшей верификации источника информации:

– Сколько друзей имеет данный потребитель? Боты обычно следуют за многими потребителями, но друзей имеют немного или не имеют их вовсе.

– Имеется ли в наличии фотография профиля? Реальный ли это человек?

– Какое содержание опубликовано в профиле? Существует ли модель? Надо иметь в

виду, что боты запрограммированы передавать / комментировать / хвалить одно и то же содержание несколько раз.

– Каков язык публикаций? Здесь надо иметь в виду, что боты имеют ограниченный словарь и все время используют одни и те же фразы.

Все перечисленные вопросы относятся к компетенции эксперта по компьютерной лингвистике. Различные форматы представления информации (текст, видео, фотография) требуют применения различных инструментов исследования. Для проведения анализа публикации в Интернете («твит», статья, блог и другие) необходимо убедиться в достоверности содержания текста посредством следующих вопросов:

– Что это за текст? Достоверные источники всегда открыто маркируют форму, которую создают.

– Каков уровень правописания (орфографии)?

– Какой язык использован?

– Выражена ли ненависть? Есть ли наличие экстремистских посланий? Проявляются ли в речи негативные эмоции? Пробуждает ли текст гневные и злостные чувства, или он нейтрален?

– Являются ли источники для понимания фактов информации легитимными и показано ли в тексте, что они базируются на документах?

– Какова цель данной статьи? Есть ли факты демонизации данной личности?

Когда мы говорим о посланиях, опубликованных в сети, мы всегда имеем в виду, с одной стороны, содержание сообщения, с другой – манеру выражения. В этом плане для успешного анализа возможно использовать контент-анализ как надежный метод для изучения содержания, а также метод глоттометрического анализа, который используется как один из успешных методов стилистики и стилометрии.

В электронный субмодус дискурса как один из возможных каналов передачи информации вписываются самые разные аппликации для осуществления коммуникации в виртуальной среде. Типичный пример соединения особенностей устного и письменного дискурса сегодня обычно представляет общение в режиме Talk или Chat при помощи таких приложений, как Viber, Skype, WhatsApp,

Messenger и др. Таким образом разговоры между людьми осуществляются как аудиально, так и аудиовизуально. Устный модус коммуникации в сети проявляется даже как предпочтительная выходная фундаментальная форма существования языка. Именно поэтому его исследование с помощью применения методов конверсационного анализа дает хорошие результаты в лингвистической персонологии. Сам разговор как типичная форма устной речи представляет собой особый модус дискурса. По мнению Д. Кэмерон, «разговорный дискурс – это важный источник для исследователей, которых интересует процесс конструирования идентичности, потому что в беседе можно наблюдать как конструирование идентичности, так и принятие этой идентичности другими собеседниками. Вдобавок, речь – это средство для “мета”-дискуссий об аспектах идентичности. Такие мета-дискуссии нередко встречаются в обычных спонтанных разговорах» [Кэмерон, 2015, с. 276].

В рамках лингвистической персонологии как науки о речевом поведении описание речевого репертуара той или иной личности опирается, с одной стороны, на исследование формальных (фонетических, лексических, грамматических, стилистических и текстовых / дискурсивных) характеристик, базирующихся на стиле (в англоязычной терминологии *style-based features*), а с другой – на исследовании неформальных (содержательных, смысловых, мотивационных и др.) характеристик, которые основываются на содержании (известные в англоязычной лингвистике как *content-based features*). Таким образом, индивидуальность речи может быть идентифицирована в определенном языковом сообщении как манера (стиль) выражения данной языковой личности. Она (индивидуальность) может быть выражена преднамеренно или непреднамеренно. В таком случае качества личности автора могут быть осознаны в тексте / дискурсе эксплицитно или подсказаны имплицитно.

Судебному эксперту в целях обеспечения надежной экспертизы уместно будет обратиться к теории и методологии лингвистической прагматики и упомянутому уже конверсационному анализу. Речь человека в сетях состоит иногда из множества конверсационных импликатур, которые могут быть правильно декоди-

рованы экспертом и для интерпретации, например, интонационного значения в его прагматическом аспекте на базе существующих пресуппозиций. В связи с этим импликатуры дискурса являются компонентами содержания сообщения, которые не входят в его смысл, их надо узнавать (декодировать, даже верифицировать) в процессе произнесения данного речевого акта на основании некой презумпции.

В области устной коммуникации (в прикладном речеведении [Попов, 2022]) для цели фоноскопии могут быть идентифицированы три кода: 1) *код основной частоты* (ларинкс варьирует в своих размерах у разных говорящих и таким образом генерируются различия основной частоты речи как во взрослой, так и в детской речи; при этом у взрослых дифференцируется мужская и как женская речь); 2) *код усилия* (это варьирования в количестве речевой энергии сигнала, ведущие к наличию или отсутствию прецизности артикуляции); 3) *код фазы продукции или дыхания* (генерирования энергии, создающей процесс придыхания, что ассоциируется с наличием высокого тона в начале высказывания и низкого тона в конце). К этим трем параметрам кодирования речи К. Гусенховен прибавляет как четвертый код *очарование, привлекательность* (в англ. *Sirenin Code*). Это код благозвучия или сладкозвучия, который создается на основе применения шепотной фонации, способствующей сигнализации женственной привлекательности, внушения доверия, хотя иногда используется при оформлении вопроса и для выражения любопытства [Gussenhoven, 2016, p. 425]. Именно на таком основании эксперт в состоянии распознавать в устном дискурсе как интонационные (касаются самого сообщения), так и аффективные (касаются состояния и статуса говорящего) значения. Такие исследования эксперт может проводить в формате перцептивного эксперимента, иллюстрирующего восприятие интонационных и аффективных интерпретаций значения, при применении субъективного метода интроспекции и объективного метода сравнения результатов восприятия представителей как профессиональной группы лингвистов, так и непрофессиональной группы носителей языка.

Верификация эксплицитного выражения содержания виртуального сообщения обычно

осуществляется некоторыми экспертами с помощью применения теории речевых актов, где основание для экспликации намерения говорящего или пишущего может быть осознано на базе его выражения непосредственно в речевом акте. Как известно, последний имеет три аспекта: локутивный, иллокутивный, перлокутивный. В устной речи прозодема как ключевой элемент характеризует речевой акт как акт произнесения (= локуция); говоря, человек совершает определенное действие, основанное на намерении, – он может приказывать, спрашивать, угрожать, молить и др. (= иллокуция); одновременно с этим речевая единица провоцирует некий определенный эффект (= перлокуция). Сила иллокуции идентифицируется на основании распознавания, выраженного через голос потенциала речевого действия. Этот потенциал речевого действия в лингвистике обозначается термином иллокутивный индикатор (в англ. *illocutionary force indicating device*). По своей сущности иллокутивные индикаторы представляют дискурсивные маркеры. Следовательно, прозодема с ее ингерентными компонентами (высота тона, громкость и продолжительность) вместе с сопутствующими паузами, темпом и ритмом речи полноценно выполняют функцию иллокутивного индикатора для экспертной верификации намерения говорящего в данном речевом акте. Эта единица становится доступной характеристикой для наблюдения, измерения и оценки речевой персональности и социальной идентичности говорящего в виртуальной среде.

В рамках лингвистической персонологии исходя из характеристик речи можно говорить о наличии голосовых стереотипов. Это такие формы, типы, слуховые образы, отпечатки голоса, которые иллюстрируют и изображают образцы человеческого восприятия через фильтрацию голосового сигнала и интерпретацию звуковой информации в ходе распознавания индивидуальных характеристик определенной личности на основании тех «ярких диагностических пятен», маркирующих ее принадлежность к определенному социуму, региону, этносу, полу, гендеру, возрасту и уровню образования. Они являются отражением речевых привычек человека и его склонности использовать при произнесении собственную

манеру. Поскольку, как отмечают Экерт и Лавер, наши квалификации голоса часто базируются на клише [Eckert, Laver, 1994, p. 154], на базе декодирования индивидуального стереотипа можно распознавать и конструировать речевой портрет говорящей личности с помощью наличия эксцерпированного голосового сообщения из Интернета.

Заключение

Как видно из представленных рассуждений, в науке дискутируется вопрос о возможности исследовать речевое поведение определенных лиц в виртуальном пространстве современных сетей. Применение инвентаря некоторых лингвистических дисциплин и их методов в одном компендиуме позволяют успешно проводить лингвистическую экспертизу для целей судопроизводства. Однако полученные результаты не претендуют на исчерпанность, поскольку исследование ограничено рамками разумного лимита и представленный в статье набор положений остается открытым для возможности включения в него новых лингвистических идей.

Для современной лингвистической персонологии как комплексного подхода и компендиума, составленного из лингвистических дисциплин, особенно важно использование возможности современного мультимодального интерфейса в различных отраслях современной жизни. Это не только облегчает общение в цифральном и виртуальном мире, но и помогает в решении множества практических задач биометрического анализа, изучения иностранного языка, журналистских расследований, социологического и психологического профилирования в лингвистической экспертизе, проведения лингвистических экспериментов.

ПРИМЕЧАНИЕ

¹ Исследование частично финансировалось проектом «Болгарская национальная междисциплинарная исследовательская электронная инфраструктура ресурсов и технологий в пользу болгарского языка и культурного наследия», частью европейских инфраструктур CLARIN и DARIAH – CLaDA-BG, проект № Д01-301/17.12.2021, а также проектом № РД-08-136/01.03.2022 г. «Ответствен-

ность перед языком-8» (проект финансируется за счет государственной субсидии Шуменского университета).

The study was partly funded by the project “Bulgarian national interdisciplinary research electronic infrastructure of resources and technologies for the benefit of the Bulgarian language and cultural heritage”, part of the European Infrastructures CLARIN and DARIAH – CLaDA-BG, № D01-301/17.12.2021, and the project “Responsibility for language-8”, № RD-08-136/01.03.2022 (The project is funded by the state subsidy of Shumen University).

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Кэмерон Д., 2015. Разговорный дискурс. Интерпретации и практики. Харьков : Гуманит. центр. 316 с.
- Николаева Т. М., 1991. «Социолингвистический портрет» и методы его описания // Русский язык и современность. Проблемы и перспективы развития русистики. Ч. 2 : докл. Всесоюз. науч. конф. М. : ИРЯЗ АН СССР. С. 73–75.
- Петкова-Калева С., 2017. Грамматические маркеры политической оценки в наивном политическом дискурсе форумных комментариев // Acta Universitatis Lodzianis. Folia Linguistica Rossica. Вып. 13. С. 205–213.
- Попов Д., 2016. Лингвистична персонология. Шумен : УИ «Епископ Константин Преславски». 300 с.
- Попов Д., 2022. Увод в речезнанието. Шумен : УИ «Епископ Константин Преславски». 350 с.
- Buckels Erin E., Trapnell Paul D., Andjelovic T., Paulhus Delroy L., 2018. Internet Trolling and Everyday Sadism: Parallel Effects on Pain Perception and Moral Judgment // Journal of Personality. Vol. 87, iss. 2. P. 328–340. DOI: <https://doi.org/10.04.87/jopy.12393>
- Dewangan M., Kaushal R., 2016. SocialBot: Behavioral Analysis and Detection // Security in Computing and Communications. SSCC 2016. Communications in Computer and Information Science. Vol. 625 / ed. by P. Mueller, S. Thampi, M. Alam Bhuiyan, R. Ko, R. Doss, J. Alcaraz Calero. Singapore : Springer. DOI: https://doi.org/10.1007/978-981-10-2738-3_39
- Dynel M., 2016. “Trolling is Not Stupid”: Internet Trolling As the Art of Deception Serving Entertainment // Intercultural Pragmatics. Vol. 13, no. 3. P. 353–381. DOI: <https://doi.org/10.1515/ip-2016-0015>
- Eckert H., Laver J., 1994. Menschen und ihre Stimmen: Aspekte der vokalen Kommunikation. Weinheim : Beltz Psychologie Verlags Union. 204 p.
- Ferrara E., Varol O., Davis C., Menczer F., Flammini A., 2016. The Rise of Social Bots // Communications of the ACM. Vol. 59, iss. 7. P. 96–104. DOI: <https://doi.org/10.1145/2818717>
- Grimme Ch., Preuss M., Adam L., Trautmann H., 2017. Social Bots: Human-Like by Means of Human Control? // Big Data. Vol. 5, iss. 4. P. 279–293. DOI: <https://doi.org/10.1089/big.2017.0044>
- Gussenhoven C., 2016. Foundations of Intonational Meaning: Anatomical and Physiological Factors // Topics in Cognitive Science 8, Sound files. Supplementary Material (I: ‘Biological Codes’; II: ‘On Intonational Meaning’; III: ‘Intonation in Phylogeny and Ontogeny’). P. 425–434. DOI: <https://doi.org/10.1111/tops.12197>
- Mihaylov T., Georgiev G., Nakov P., 2015. Finding Opinion Manipulation Trolls in News Community Forums // Proceedings of the Nineteenth Conference on Computational Natural Language Learning. Beijing : Association for Computational Linguistics. P. 310–314. DOI: <https://aclanthology.org/K15-1032/>
- Navarro-Carrillo G., Torres-Marín J., Carretero-Dios H., 2021. Do Trolls Just Want to Have Fun? Assessing the Role of Humor-Related Traits in Online Trolling Behaviour // Computers in Human Behavior. Amsterdam : Elsevier. 114 (106551). DOI: <https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106551>
- Paavola J., Helo T., Jalonen H., Sartonen M., Huhtinen A.-M., 2016. Understanding the Trolling Phenomenon: The Automated Detection of Bots and Cyborgs in the Social Media // Journal of Information Warfare. Vol. 15, iss. 4. P. 100–111.
- Zezulka L., Seigfried-Spellar K., 2016. Differentiating Cyberbullies and Internet Trolls by Personality Characteristics and Self-Esteem // Journal of Digital Forensics, Security and Law. Vol. 11, iss. 3. P. 7–25. DOI: <https://doi.org/10.15394/jdfsl.2016.1415>

ИСТОЧНИК

Sulleyman – Sulleyman A. Brexit: Pro-Leave Twitter Bots Played Strategic Role in EU Referendum Result, Says Oxford University Study // Independent. 2017. URL: <https://www.independent.co.uk/lifestyle/gadgets-and-tech/news/brexit-twitter-bots-pro-leave-eu-referendum-result-oxford-university-study7800786.html>

СЛОВАРЬ

OED – Oxford English Dictionary. 2nd ed. Oxford : Oxford University Press, 2004.

REFERENCES

- Cameron D., 2015. *Razgovornyy diskurs. Interpretatsii i praktiki* [Working with Spoken Discourse]. Kharkiv, Gumanit. tsentr. 316 p.
- Nikolaeva T.M., 1991. «Sotsiolingvisticheskiy portret» i metody ego opisaniya [“Sociolinguistic Portrait” and Methods of Its Description]. *Russkiy yazyk i sovremennost. Problemy i perspektivy razvitiya rusistiki. Ch. 2: dokl. Vsesoyuz. nauch. konf.* Russian Language and Modernity. Problems and Prospects for the Development of Russian Studies. Part 2. Reports of the All-Union Scientific Conference. Moscow, IRYaZ AN SSSR, pp. 73-75.
- Petkova-Kaleva S., 2017. Grammaticheskie marker politicheskoy otsenki v naivnom politicheskom diskurse forumnykh kommentariyev [Grammatical Markers of Political Evaluation in the Naive Political Discourse of Forum Commentaries]. *Acta Universitatis Lodzianae. Folia Linguistica Rossica*, iss. 13, pp. 205-213.
- Popov D., 2016. *Lingvistichna personologiya* [Linguistic Speech Personology]. Shumen, UI «Episkop Konstantin Preslavski». 300 p.
- Popov D., 2022. *Uvod v recheznanieto* [Introduction to Speech Science]. Shumen, UI «Episkop Konstantin Preslavski». 350 p.
- Buckels Erin E., Trapnell Paul D., Andyelovits T., Paulhus Delroy L., 2018. Internet Trolling and Everyday Sadism: Parallel Effects on Pain Perception and Moral Judgment. *Journal of Personality*, vol. 87, iss. 2, pp. 328-340. DOI: <https://10.0.4.87/jopy.12393>
- Dewangan M., Kaushal R., 2016. Social Bot: Behavioral Analysis and Detection. Mueller P., Thampi S., Alam Bhuiyan, M., Ko R., Doss R., Alcaraz Calero J., eds. *Security in Computing and Communications. SSCC 2016. Communications in Computer and Information Science. Vol. 625*. Singapore, Springer. DOI: https://doi.org/10.1007/978-981-10-2738-3_39
- Dynel M., 2016. “Trolling is Not Stupid”: Internet Trolling as the Art of Deception Serving Entertainment. *Intercultural Pragmatics*, vol. 13, no. 3, pp. 353-381. DOI: <https://doi.org/10.1515/ip-2016-0015>
- Eckert H., Laver J., 1994. *Menschen und ihre Stimmen: Aspekte der vokalen Kommunikation*. Weinheim, Beltz Psychologie Verlags Union. 204 p.
- Ferrara E., Varol O., Davis C., Menczer F., Flammini A., 2016. The Rise of Social Bots. *Communications of the ACM*, vol. 59, iss. 7, pp. 96-104. DOI: <https://doi.org/10.1145/2818717>
- Grimme Ch., Preuss M., Adam L., Trautmann H., 2017. Social Bots: Human-Like by Means of Human Control? *Big Data*, vol. 5, iss. 4, pp. 279-293. DOI: <https://doi.org/10.1089/big.2017.0044>
- Gussenhoven C., 2016. Foundations of Intonational Meaning: Anatomical and Physiological Factors. *Topics in Cognitive Science 8, Sound Files. Supplementary Material (I: ‘Biological Codes’; II: On Intonational Meaning; III: Intonation in Phylogeny and Ontogeny)*, pp. 425-434. DOI: <https://doi.org/10.1111/tops.12197>
- Mihaylov T., Georgiev G., Nakov P., 2015. Finding Opinion Manipulation Trolls in News Community Forums. *Proceedings of the Nineteenth Conference on Computational Natural Language Learning*. Beijing, Association for Computational Linguistics, pp. 310-314. DOI: <https://aclanthology.org/K15-1032/>
- Navarro-Carrillo G., Torres-Marín J., Carretero-Dios H., 2021. Do Trolls Just Want to Have Fun? Assessing the Role of Humor-Related Traits in Online Trolling Behavior. *Computers in Human Behavior*. Amsterdam, Elsevier. 114 (106551). DOI: <https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106551>
- Paavola J., Helo T., Jalonen, H., Sartonen, M., Huhtinen, A-M., 2016. Understanding the Trolling Phenomenon: The Automated Detection of Bots and Cyborgs in the Social Media. *Journal of Information Warfare*, vol. 15, iss. 4, pp. 100-111.
- Zeulka L., Seigfried-Spellar K., 2016. Differentiating Cyberbullies and Internet Trolls by Personality Characteristics and Self-Esteem. *Journal of Digital Forensics, Security and Law*, vol. 11, iss. 3, pp. 7-25. DOI: <https://doi.org/10.15394/jdfsl.2016.1415>

SOURCE

- Sulleyman A. Brexit: Pro-Leave Twitter Bots Played ‘Strategic Role’ in EU Referendum Result, Says Oxford University Study. *Independent*, 2017. URL: <https://www.independent.co.uk/lifestyle/gadgets-and-tech/news/brexit-twitter-bots-pro-leave-eu-referendum-result-oxford-university-studya7800786.html>

DICTIONARY

- Oxford English Dictionary*. Oxford, Oxford University Press, 2004.

Information About the Authors

Dimitar D. Popov, Doctor of Sciences (Philology), Professor, Department of Bulgarian Language, Konstantin Preslavsky University of Shumen, Universitetska St, 115, 9700 Shumen, Bulgaria, labling@shu.bg, d.popov@shu.bg, <https://orcid.org/0000-0001-5998-6263>

Velka A. Popova, Doctor of Sciences (Philology), Professor, Department of Bulgarian Language, Konstantin Preslavsky University of Shumen, Universitetska St, 115, 9700 Shumen, Bulgaria, labling@shu.bg, v.popova@shu.bg, <https://orcid.org/0000-0001-6222-2416>

Информация об авторах

Димитър Димитров Попов, доктор филологических наук, профессор кафедры болгарского языка, Шуменский университет им. Епископа Константина Преславского, ул. Университетска, 115, 9700 г. Шумен, Болгария, labling@shu.bg, d.popov@shu.bg, <https://orcid.org/0000-0001-5998-6263>

Велка Александрова Попова, доктор филологических наук, профессор кафедры болгарского языка, Шуменский университет им. Епископа Константина Преславского, ул. Университетска, 115, 9700 г. Шумен, Болгария, labling@shu.bg, v.popova@shu.bg, <https://orcid.org/0000-0001-6222-2416>



DOI: <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2022.3.4>

UDC 81'42:82-52
LBC 81.055.51.5



Submitted: 09.08.2021
Accepted: 21.02.2022

NETWORKED LINGUISTIC DATA AND DISCOURSE MANAGEMENT: THE 2020 US PRESIDENTIAL ELECTION¹

Olga P. Malysheva

Kuban State University, Krasnodar, Russia

Natalia A. Ryabchenko

Kuban State University, Krasnodar, Russia

Abstract. The article introduces the methodology used for analyzing networked linguistic data, regarded as a basis of global online discursive fields. The authors scrutinized the discursive fields, which emerged during 2020 US Presidential Election. The research methodology, which combines natural science methods (mathematical analysis, graph theory, network analysis and relational analysis) and modern methods of linguistic research (complex linguo-discursive analysis, and methods of network linguistics), makes it possible to analyze discursive fields as social graphs, identify narratives and discourses that form the basis of the modern global communication space, and their potential for manipulating. The empirical base of the study is comprised of bulks of networked data that include the messages published by ordinary users and D. Trump's team on Twitter platform in March – October 2020. The application of the authors' technique has resulted in discursive fields visualization, abnormal discursive activity areas identification, the interaction of discourses within the discursive field description, the mode of messages and their recurrence level determination. It is shown that the analysis of Internet communication using the developed methodology contribute to understanding the essence of socio-political and socio-economic processes and deepening the predictive analytics of their development, and can also be used for discursive management in order to strengthen constructive and neutralize destructive social practices in online space.

Key words: networked linguistic data, discursive fields, graph theory, network modelling, network linguistics.

Citation. Malysheva O.P., Ryabchenko N.A. Networked Linguistic Data and Discourse Management: The 2020 US Presidential Election. *Vestnik Volgogradskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya 2. Yazykoznanie* [Science Journal of Volgograd State University. Linguistics], 2022, vol. 21, no. 3, pp. 39-53. (in Russian). DOI: <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2022.3.4>

УДК 81'42:82-52
ББК 81.055.51.5

Дата поступления статьи: 09.08.2021
Дата принятия статьи: 21.02.2022

СЕТЕВЫЕ ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ДАННЫЕ И ДИСКУРСИВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ: ПРЕЗИДЕНТСКИЕ ВЫБОРЫ В США 2020 ГОДА¹

Ольга Петровна Малышева

Кубанский государственный университет, г. Краснодар, Россия

Наталья Анатольевна Рябченко

Кубанский государственный университет, г. Краснодар, Россия

Аннотация. В статье описана авторская методика изучения сетевых лингвистических данных как основы глобальных дискурсивных полей в онлайн-пространстве и приведены результаты исследования дискурсивных полей, сформировавшихся в период предвыборной кампании 2020 г. в США. Новаторство предлагаемой методики заключается в совмещении естественно-научных (математический анализ, теория графов,

сетевой и реляционный анализ) и современных лингвистических методов (комплексный лингводискурсивный анализ, методы сетевой лингвистики), что открывает возможность представления дискурсивных полей как социальных графов, выявления нарративов и дискурсов, создающих современное глобальное коммуникативное пространство, и их манипуляционного потенциала. Эмпирическую базу исследования составили массивы сетевых данных, включающих сообщения, публикуемые пользователями и командой Д. Трампа в социальной сети Twitter в период с марта по октябрь 2020 года. В результате применения авторской методики визуализированы дискурсивные поля, обозначены области аномальной дискурсивной активности, охарактеризовано взаимодействие дискурсов внутри дискурсивного поля, определены тональность сообщений и уровень их рекуррентности. Показано, что анализ интернет-коммуникации с применением разработанной методики способствует пониманию сути социально-политических и социально-экономических процессов и углублению предиктивной аналитики их развития, а также могут быть использованы для дискурсивного управления с целью усиления конструктивных и нивелирования деструктивных социальных практик в онлайн-пространстве.

Ключевые слова: сетевые лингвистические данные, дискурсивное поле, теория графов, сетевое моделирование, сетевая лингвистика.

Цитирование. Малышева О. П., Рябченко Н. А. Сетевые лингвистические данные и дискурсивное управление: президентские выборы в США 2020 года // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2, Языкознание. – 2022. – Т. 21, № 3. – С. 39–53. – DOI: <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2022.3.4>

Введение

Начало волне сетевого популизма во всем мире положила победа Д. Трампа на выборах 2016 года. Популярность среди электората и эффективность подхода, предложенного Д. Трампом, снискала ему поддержку многих политиков, среди которых Б. Джонсон, М. Сальвини, М. Ле Пен и Ж.М. Болсонару. Они не только активно поддерживали политический курс Д. Трампа и подход к его реализации, но и позиционировали себя в качестве людей, сопричастных к великому общему делу. Востребованность дискурсивного манипулирования общественным мнением посредством апеллирования к чувствам, а не к разуму и громких заявлений с обещаниями быстрого решения кризисных ситуаций обусловлена рядом причин. Во-первых, это связано с когнитивными особенностями современных избирателей [Holbein, Hillygus, 2020]: население в возрасте от 18 до 24 лет ориентируется на краткосрочные проекты и быстрые результаты [Hess, 2020; Prenskey, 2001], а обещания «молниеносности» в решении конфликтов представляются привлекательными и реализуемыми. Во-вторых, актуализации манипулирования способствует социально-политическая ситуация: пандемия COVID-19 породила хаос и дезориентированность [Тимофеева и др., 2022; Bakioğlu, Kormaz, Ergun, 2020], изменила расстановку политических сил, пошатнула уверенность избирателей в честных вы-

борах [Gramlich, 2020] и позволила популистским дискурсам широко распространиться и приобрести беспрецедентную популярность [Mondon, Winter, 2020; Mayo, 2020]. На фоне всеобщей паники, вынуждающей людей принимать поспешные иррациональные решения, лидер, ментальное здоровье которого не ставится под сомнение, который знает, что делать, и указывает на погрешности в нынешнем курсе правительства, повинного в усугубившихся проблемах, выглядит надежным и заслуживающим доверия.

Однако возникает вопрос: является ли подверженность идеям популизма естественной реакцией на кризис или же это следствие применения стратегии по подготовке поколения избирателей, готовых поддерживать определенные идеи своего идейного вдохновителя?

Начиная с 2016 г., когда Д. Трамп выиграл президентские выборы, и на протяжении последующих четырех лет политическим лидером США являлся человек, перевернувший представления о союзах, ценностях, традициях и приличиях. Бизнесмен и звезда экрана Д. Трамп – первый человек, занявший этот политический пост, не имея опыта государственного и военного управления. Как утверждают эксперты и показывает анализ социально-политической ситуации, он кардинально изменил цель социального управления – с интеграции на противостояние и разобщение. Еще до вступления в должность Трамп разобщил республиканцев и демократов больше, чем лю-

бой другой управленец за три предыдущих десятилетия. Разрыв усугубился во время его президентства. По опубликованным данным, в среднем 86 % республиканцев, в сравнении с 6 % демократов, одобряли политику Трампа, что явилось самым большим разрывом в истории. Общий уровень доверия к Трампу никогда не превышал 50 %, а в последние недели президентства упал до минимума и достиг 29 % [Dimock, Gramlich, 2020]. Трамп использовал политический рупор для критики возможных противников, средств массовой информации, членов его собственной администрации, выборных должностных лиц, а также политических партий и глав иностранных государств (см. об этом: [Рябченко, Малышева, Гнедаш, 2019; Рябченко, Малышева, 2020]).

Дискурсивная стратегия Трампа базировалась на том, что, выступая со спорными предложениями по широкому спектру вопросов (в отношении миграционной политики, прав женщин, судебной и фискальной системы, а также по вопросам международных отношений), президент вызывал у общественности противоречивые чувства и поднимал волны как возмущения, так и безграничной любви [Wahl-Jorgensen, 2019]. В итоге Д. Трамп завершил свой президентский срок тем, что фактически отправил своих радикальных сторонников на штурм Капитолия. Социальные сети пожизненно заблокировали аккаунты Д. Трампа, а демократическая партия запустила процедуру импичмента.

Однако незначительный перевес в сторону Дж. Байдена на президентских выборах и практически 74 млн голосов, отданных за Д. Трампа, означают, что ядро его электората осталось под влиянием его популистских идей и оказало ему мощнейшую поддержку, сохранив веру в «своего президента» и убежденность в правильности действий его администрации и политического курса страны. Эти избиратели могут стать основой политического капитала на следующих выборах их идейного вдохновителя.

Означает ли поражение Д. Трампа на выборах 2020 г. конец или же расцвет эпохи сетевого популизма? Для понимания настроения миллионов людей, выбирающих популистскую идеологию, необходимо проанализиро-

вать масштабы охвата дискурсивных полей, сформированных сетевой политикой Д. Трампа, и выявить идейно-ценностные ориентации пользователей, тематику распространившихся нарративов и дискурсов, создаваемых сторонниками и противниками Д. Трампа в преддверии выборов 2020 года.

Материал и методы

Изучение дискурсивных полей, формирующихся в онлайн-пространстве, открывает перед учеными широкие исследовательские перспективы, однако ставит перед необходимостью выработки инновационного исследовательского инструментария, позволяющего быстро и точно анализировать Big Data, которыми являются непрерывно генерирующиеся в онлайн-пространстве массивы сетевых лингвистических данных (Networked Linguistic Data; далее – NLD). Они являются гибридным конструктом и обладают набором специфических характеристик, отличающих их от собственно лингвистических (языковых) данных:

- жизненный цикл NLD не контролируется их создателем;
- NLD могут быть подвергнуты модификации и трансформации любым пользователем онлайн-пространства с конструктивной или деструктивной целью;
- NLD представляют собой неструктурированные, хронологически нелинейные, или асинхронные, данные;
- NLD обладают свойствами эксплицитной гипертекстуальности, позволяющей отсылать пользователей к первоисточнику (настоящему или фейковому).

Наличие характеристик, присущих сетевым данным, таких как сохранение информации о взаимодействии объектов в глобальном дискурсивном пространстве (время, дата, ник отправителя, количество просмотров и реакций), позволяет применять для их анализа методологию Data Mining, а также сетевого, статистического и математического анализа. В процессе исследования становится возможным автоматически проводить определенные операции по извлечению и обработке данных, такие как нахождение искомой записи в наборе однотипных записей; отслеживание взаимосвязи информационных блоков; создание,

модификация или уничтожение записи / информационного блока / контента; включение определенной информации в связь или исключение из нее; выявление скорости и масштаба распространения информации; оценка тональности текста и интенций отправителя сообщения, популярности записи и характеристик имиджевого позиционирования отправителя сообщения; выявление набора лингводискурсивных стратегий и тактик; составление психолингвистического портрета отправителя сообщения; оценка прагматического потенциала социального действия [Malysheva, Ryabchenko, 2020b].

Сетевые лингвистические данные в онлайн-пространстве образуют непрерывную среду – асинхронное дискурсивное поле, состоящее из дискретных сообщений, посредством которых взаимодействуют акторы публичной сферы, и решения, принимаемые любым участником, вовлеченным в определенное дискурсивное поле, детерминируются его силовыми импульсами. Другими словами, дискурсивные поля способны формировать поведенческие модели, которые потребляются участниками дискурсивного взаимодействия и оказывают на них управленческое воздействие (подробно об этом см.: [Катермина и др., 2021; Khan, MacEachen, 2021]).

Перспектива исследования дискурсивных полей заключается в их способности накапливать потенциал социального действия. Так, практики сетевого популизма, применявшиеся Трампом для привлечения и мобилизации электората, оказали эффективное воздействие на распространение и укоренение популистских идей, которые ассимилировались миллионами пользователей по всему миру и способны определять их решения даже после ухода Трампа с политической арены (шторм Капитолия / поддержка Трампа).

Суть нашей методологии заключается в работе с данными на макроуровне и микроуровне. На макроуровне определяется точка входа (подробно см.: [Ryabchenko, Malysheva, 2020]) и проводится целенаправленное извлечение сетевых данных (Data Mining). С помощью методов графовой визуализации и математического моделирования конструируются дискурсивные поля. Полученные визуализации подвергаются реляционному анализу с

целью выявления в дискурсивном поле областей исследования, которые будут в дальнейшем подвергнуты ручной обработке и исследованы с помощью комплексного лингводискурсивного анализа на микроуровне.

Определение точки входа, которой в зависимости от целей исследования может быть хештег, именованная сущность², ключевое слово, тема, дата или тип данных, позволяет оптимизировать процесс определения области выборки и провести качественный сбор данных (см. об этом: [Grossi et al., 2018]).

Сбор данных осуществляется посредством сплошной выгрузки с учетом того, что контент, размещаемый на сайтах и платформах социальных сетей, во-первых, является сетевыми данными, а во-вторых, представляют собой Big Data, поэтому выборка за день, даже при ограничении определенными параметром, таким как ключевое слово, может насчитывать сотни тысяч сообщений. Колоссальный объем данных не позволяет ограничиваться анализом нескольких тысяч сообщений. Исследователи сходятся во мнении, высказанном в ряде работ, что при абсолютной выборке в сотни тысяч или несколько миллионов сообщений показательные результаты могут быть получены только при рассмотрении достаточно большого датасета, анализ которого позволит сделать непротиворечивые выводы о тенденциях (см., например: [Bednarek, Caple, 2014; Potts, Bednarek, Caple, 2015; Felt, 2016]).

С помощью метода графовой визуализации, сетевого и реляционного анализа мы определяем характер взаимодействия пользователей, типы инфлюенсеров и степень их влияния на формирование дискурсивного поля, а также выявляем области, в которых наблюдается повышенная дискурсивная активность, свидетельствующая о развитии некоторой тенденции. Такие области (сообщения, хештеги) мы рассматриваем на микроуровне с использованием комплексного лингводискурсивного анализа. Обозначенные области в дискурсивных полях могут потребовать детального изучения и в этом случае подвергаются ручной обработке.

Комплексный лингводискурсивный анализ состоит в проведении качественного (qualitative) анализа сетевых лингвистических

данных посредством совокупности методов лингвистического (контент-анализ, интерпретативный, стилистический, компонентный анализ) и фолксномического анализа [Ryabchenko, Malysheva, 2020]. Учет экстралингвистических характеристик (информационного и социально-политического контекста) позволит выявить нарративы и совокупные конфеттосферы создаваемых ими дискурсов.

В исследовании разграничиваются понятия нарратива и дискурса. Нарратив – это непосредственное повествование или описание человека или ситуации в совокупности с ценностно-смысловыми установками, дискурс – это социальный, психоэмоциональный и лингвокультурный фон, или контекст функционирования определенных нарративов. Контекст обуславливает направление развитие нарративов, а нарративы создают новые контексты, или дискурсы, в рамках которых формируются новые темы и развиваются новые нарративы.

Для анализа дискурсивных полей, создаваемых во время президентской кампании 2020 г. в США, совпавшей с кризисом, вызванным пандемией COVID-19 в мире, выявления нарративов и дискурсов мы провели эмпирическое исследование, включившее анализ сетевых данных, извлеченных с платформы Twitter, составивших эмпирическую базу исследования.

Под сетевыми данными мы понимаем асинхронные, неструктурированные вербальные (текстовая информация, а также представленная в аудио- и видеформате речь) и невербальные лингвистические данные (эмоджи, символы, графики, аудио / звуковой ряд и видео / картинка), которые могут быть организованы по сетевому принципу и визуализированы в виде социального графа.

С марта 2020 г. по октябрь 2020 г. участниками проекта, в рамках которого проведено исследование, методом сплошной выборки посредством программного интерфейса приложения Twitter (API Twitter) были собраны сетевые данные (в объеме 1,5 млн сообщений), из которых мы выбрали данные по 2 контрольным точкам и сформировали 2 датасета: «Март 2020» и «Октябрь 2020». Выбор контрольных точек для описания коммуникативной модели социально-политической коммуникации в онлайн-пространстве, применяемой Д. Трампом, его сторонниками и против-

никами, обусловлен распространением пандемии COVID-19 в марте 2020 г. (датасет «Март 2020») и окончанием предвыборной кампании в октябре 2020 г. (датасет «Октябрь 2020»).

Датасеты состоят из сетевых данных, полученных методом сплошной выгрузки сообщений, публикуемых пользователями социальной сети Twitter и содержащих ключевое слово *trump*, через программный интерфейс приложения Twitter (API Twitter) за соответствующие периоды – март и октябрь 2020 года. Выборка сетевых данных была представлена в виде cvs- и gexf-файлов (Graph Exchange XML Format – формат, позволяющий анализировать данные как социальный граф).

Сетевые данные, входящие в полученную эмпирическую базу, содержат следующие массивы данных:

- сообщения, публикуемые пользователями указанной сети (100 000 сообщений в выборке);

- динамика пересылки опубликованных сообщений (ретвитов);

- данные о пользователях, публикующих эти сообщения, с фиксацией их взаимодействия для анализа их активности как социального графа;

- используемые пользователями хештеги для маркирования и классификации информации в социальных сетях;

- часто употребляемые слова и словосочетания, с фиксацией их взаимодействия для анализа активности их употребления как социального графа с целью выявления доминирующих тематик в сетевом дискурсивном поле, сформированном Д. Трампом, его последователями и противниками.

Таким образом, точка входа для целенаправленного извлечения данных была определена типом платформы (Twitter), контрольными точками (март и октябрь 2020 г.), ключевым словом (*trump*), типом данных (сетевые данные, которые включили лингвистические данные, впоследствии подвергнутые лингводискурсивному анализу).

Результаты и обсуждение

На макроуровне анализ эмпирических данных позволил описать дискурсивное поле и проанализировать лингвистические пат-

терны сетевого популизма. С помощью методов графовой визуализации и математического моделирования мы сконструировали социальные графы, визуализирующие сеть пользователей (рис. 1) и сеть сообщений (рис. 2) для дискурсивных полей, функционирующих в онлайн-пространстве в марте и октябре 2020 года.

Результаты реляционного анализа визуализаций сети пользователей в марте и октябре показали, что, судя по диаметру узла, со-

ответствующего официальному аккаунту @realDonaldTrump, в марте 2020 г. официальный аккаунт Трампа, в отличие от официального аккаунта Байдена, был хабом сети: @realDonaldTrump был узлом с большим количеством взаимодействий (связей) с другими пользователями сети и, как следствие, инфлюенсером, генерирующим и распространяющим большое количество контента среди огромного числа пользователей, а также влияющим на их социально-поведенческие паттерны.

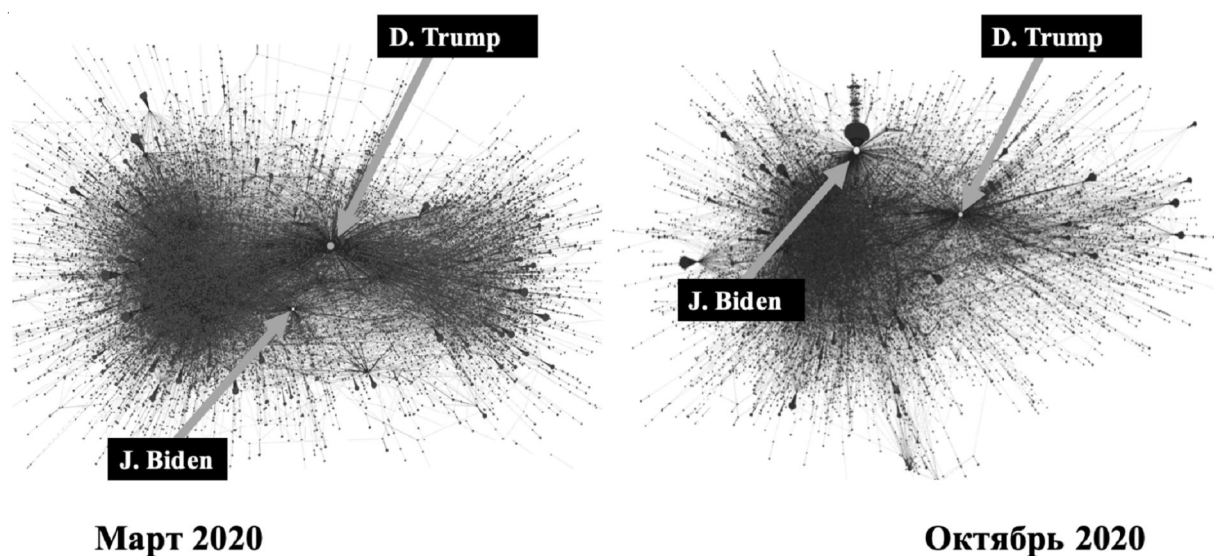


Рис. 1. Визуализация сети пользователей: «Март 2020» – «Октябрь 2020»
 Fig. 1. Users “March 2020” – “October 2020”: network visualization

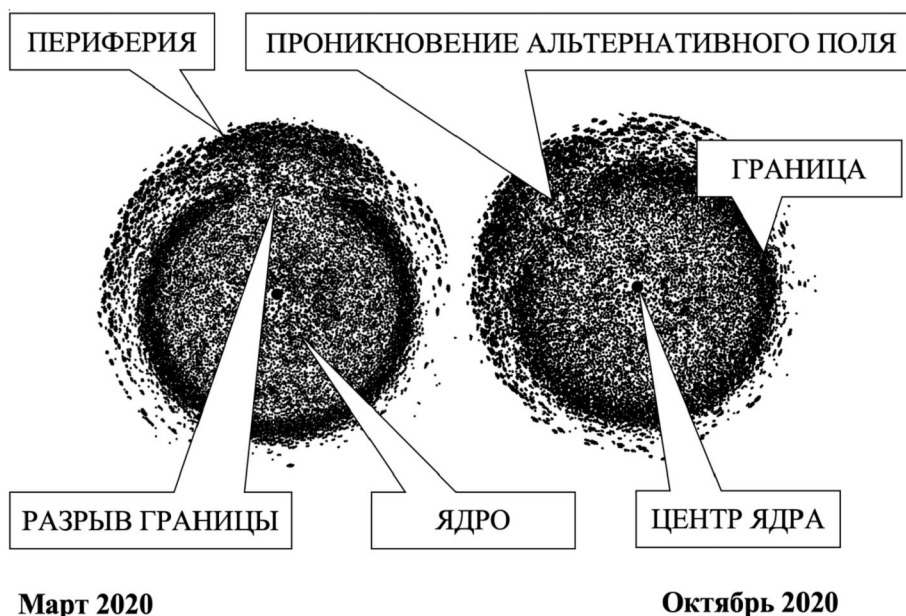


Рис. 2. Визуализация сети сообщений: «Март 2020» – «Октябрь 2020»
 Fig. 2. Messages “March 2020” – “October 2020”: network visualization

В октябре диаметр узла, соответствующего аккаунту Байдена, увеличивается более чем в два раза обратно пропорционально узлу, представляющему аккаунт Трампа. Это означает, что в октябре 2020 г. официальный аккаунт Байдена имел в два раза больше взаимодействий с пользователями сети, в отличие от аккаунта Трампа, к окончанию предвыборной гонки свидетелевавшего о потере большей части сторонников кандидата в президенты и влияния в дискурсивном поле.

Бинарность сети пользователей, выражающаяся в четкой поляризации левой и правой областей сети, отражает настроения граждан, которые поддерживали Трампа (правая) или же были его яркими противниками (левая область).

Кроме потери основной массы пользователей, поддерживающих Трампа в марте, визуализация показывает, что ключевые хабы, связанные с хабом @realDonaldTrump (сателлиты), как и хабы, составляющие ядро сторонников Трампа, не исчезают, но, напротив, становятся важной частью его сетевого окружения. Это говорит о том, что, несмотря на турбулентность в сети, вызванную информационными войнами, о которых будет сказано ниже, ядерная ее часть, как и ядерный электорат, осталась резистентной к агрессивному информационному влиянию, направленному против Трампа.

Анализ визуализаций сети сообщений (см. рис. 2) показал, что в марте 2020 г. периферия ядра (сообщения, напрямую не связанные с ядерной темой и призванные переориентировать внимание пользователей на другие темы или акторов) характеризовалась приблизительно равным объемом сообщений в сравнении с октябрьскими данными. Однако консолидация узлов ближе к разрыву границы дискурсивного поля свидетельствует об относительном однообразии тем и отражает тенденцию встраивания альтернативных дискурсов в основной дискурс с целью направленного размывания дискурсивного поля, созданного для привлечения сторонников Трампа. Оппозиция определила круг тем, которые были призваны отвлечь внимание от обсуждения предвыборной кампании Трампа, и успешно реализовала свою стратегию.

В октябре 2020 г. периферия дискурсивного поля характеризуется большей степенью диффузии (разбросом узлов по всей периферии дискурсивного поля) и, как следствие, разнообразием тем, которое показывает, что в октябре 2020 г. осуществлялось некое зондирование предпочтений пользователей с целью выявления триггерных точек – тем, которые бы привлекли внимание пользователей, переориентировав его с обсуждения Трампа.

Несмотря на потерю Трампом большого количества сторонников, обсуждение темы «trump» в октябре активизируется. Об этом свидетельствует консолидация ядра и некоторое смещение края дискурсивного поля к центру: темы, которые были опосредованно связаны с темой избирательной кампании Трампа становятся к ней ближе в октябре 2020 года.

Для исследования дискурсивных полей на микроуровне нами была разработана компьютерная программа (написана на языке программирования Python), включающая аналитический инструмент VADER (Valence Aware Dictionary and sEntiment Reasoner), который содержит «золотой стандарт» лексикона и был специально разработан для анализа сообщений микроблогов.

Для автоматизированной оценки отношения создателя текста к описываемым объектам на основе вычислительной обработки субъективности в тексте нами применялся автоматический анализ тональности текста, или сентимент-анализ (англ. Sentiment analysis, англ. Opinion mining), который относится к методам контент-анализа в компьютерной лингвистике (подробно см.: [Sarkar, 2016]). Он позволяет исследовать массивы данных и оценивать уровень экспрессии пользователей в выражении отношения к определенному объекту.

Посредством инструмента VADER мы определили совокупную полярность (положительное или отрицательное отношение) и интенсивность выражения настроений пользователей для каждого датасета в целом, а также совокупный балл по каждому сообщению. Совокупный балл рассчитывался автоматически путем суммирования баллов валентности каждого слова в лексиконе, скорректированной и нормализованной до значений -1 (максимальное отрицательное значение, кото-

рое соответствует крайнему отрицательному отношению), +1 (максимальное положительное значение, которое соответствует крайнему положительному отношению) и 0 (нейтральное значение, которое свидетельствует о том, что отношение к событию или явлению нейтрально). Для каждого из основных датасетов с помощью инструмента VADER была выполнена оценка тональности и сформировано по два поддатасета на точку, состоящие из сообщений с совокупной оценкой от -1 до 0 и от 0 до +1 («Март 2020 +», «Март 2020 -»; «Октябрь 2020 +», «Октябрь 2020 -»). В результате частотного анализа полученных поддатасетов выявлен набор наиболее частотных фрагментов (word chunks) с целью обнаружения и сопоставления тем, доминирующих в дискурсивных полях.

Полученные поддатасеты были проверены на наличие рекуррентных сообщений с целью выявления тенденций в формировании блогеров. Рекуррентные сообщения представляют собой цепочки сообщений, размещаемых от имени разных пользователей, или репосты сообщений. Идея репоста состоит в том, чтобы сделать некоторое сообщение видимым для других пользователей из числа подписчиков аккаунта, от лица которого совершается репост. На данный момент репост превратился в мощное маркетинговое средство, которым пользуются все, начиная от маркетологов и заканчивая политиками. Цель использования рекуррентных сообщений в политических кампаниях заключается в искусственном создании фейковых блогеров – информационных каскадов (группового поведения пользователей, социальных агентов), которые обуславливают трансформацию или формирование новых паттернов социального действия пользователей, что достигается посредством создания и распространения нарративов и дискурсов среди максимально возможного количества пользователей – участников дискурсивного поля.

Информационные каскады в естественной коммуникации формируются многочисленными пользователями за счет размещения ими семантически однопланового контента, что происходит ввиду совпадения мнений. Однако в дискурсивных полях с большим количеством рекуррентных сообщений (более

50 % от общего объема сообщений) происходит целенаправленное формирование «ложных» информационных каскадов и управление мнениями участников дискурсивного взаимодействия. Пользователи данного поля формируют суждения, согласующиеся со сфабрикованным мнением большинства, приходят к ложным умозаключениям о популярности определенного лингводискурсивного поведения в рамках сообщества, что обуславливает необдуманные, расходящиеся с их истинными убеждениями или иррациональные решения о поддержке социально-политического курса. Дискурсивное манипулирование мнениями посредством «ложных» информационных каскадов, или «согласованных кампаний по распространению дезинформации» (см. аналитический отчет: [Madung, Obilo, 2021]), сформированных перекрестной рекуррентностью, социологи называют «паразитированием на мнении большинства» [Кара-Мурза, Смирнов, 2009].

Рекуррентные сообщения применяются для манипулирования мнениями пользователей внутри дискурсивного поля, так как искусственно создают социальное давление. В результате анализа группового поведения участников дискурсивного поля пользователи склонны принимать определенное решение даже в том случае, когда оно не соответствует их взглядам и мировоззрению или является иррациональным. Другими словами, информационные каскады, создаваемые рекуррентными сообщениями, способны менять социально-когнитивные и поведенческие паттерны и вызывать социальное действие, а их деструктивный потенциал состоит в создании иллюзии массовости, которая обуславливает желаемую для создателя искусственного информационного каскада реакцию пользователей.

Количество рекуррентных сообщений в анализируемой выборке существенно превышает количество оригинальных сообщений пользователей. Рекуррентные сообщения составили 77 и 79 % для поддатасетов «Март 2020 +» и «Март 2020 -», 76 и 74 % для поддатасетов «Октябрь 2020 +» и «Октябрь 2020 -».

Данные поддатасеты подверглись частотному анализу для выявления наиболее частотных фрагментов, к которым был при-

менен лингводискурсивный анализ, состоящий из контент-анализа, интерпретативного анализа, дополненного стилистическим и компонентным анализом, а также верификацией выводов посредством обращения к оригинальным текстам сообщений, содержащих частотный фрагмент, что позволило нам определить тематику нарративов, функционирующих в анализируемых дискурсивных полях.

Лингводискурсивный и сопоставительный анализ частотных фрагментов поддатасетов «Март 2020 +» и «Март 2020 –» показал, что основными темами сообщений с положительной и отрицательной тональностью стали: политический курс страны, правительство, семья Трампа (в том числе факты о дочери Д. Трампа, семейном бизнесе и законности финансовых операций), ложь СМИ, Трампа, его противников, пандемия COVID-19 (в том числе сокрытие реальных показателей распространения инфекции), безумие (Трампа, Байдена, сограждан, доверяющих обещаниям политиков).

Для сообщений с отрицательной тональностью характерны темы здравоохранения и легитимности, а также использование нейтральной лексики, в то время как для сообщений с положительной тональностью – призывы к интеграции и большая экспрессивность.

Лингводискурсивный и сопоставительный анализ частотных фрагментов поддатасетов «Октябрь 2020 +» и «Октябрь 2020 –» показал, что основными темами сообщений с положительной и отрицательной тональностью стали: указание на время (проведения выборов, срок Трампа на посту президента), правительство и администрация Трампа, политика, предвыборная гонка и известные люди. При этом экспрессивность сообщений из данных поддатасетов в два раза выше, чем в поддатасетах марта.

Для сообщений с отрицательной тональностью характерна более высокая экспрессивность по сравнению с сообщениями с положительной тональностью. В них реже упоминается Трамп и Байден, но чаще судебная и законодательная системы, а также здравоохранение, показатели и оценки эффективности работы государственных структур.

Для сообщений из поддатасетов «Октябрь 2020 +» и «Октябрь 2020 –» характерно практически полное отсутствие темы лжи и фальсификации фактов, безумия Трампа или его противников, снижение интенсивности обсуждения пандемии COVID-19, а также появление новых тем – изменение климата, права женщин и темнокожих граждан.

Исследование дискурсивных полей на макроуровне (реляционный анализ сети сообщений и лингводискурсивный анализ сообщений выборки) показало, что с марта по октябрь в дискурсивном поле, созданном для проведения предвыборной кампании Трампа и привлечения сторонников, осуществлялось целенаправленное размывание и переориентация внимания пользователей. Ослабление тенденции в октябре свидетельствует о достижении поставленной цели, что подтверждается результатами анализа сети пользователей: Трамп теряет доминирующие позиции и большую часть сторонников и, таким образом, перестает быть инфлюенсером в дискурсивном поле, уступая эту роль Байдену, своему главному противнику в предвыборной гонке.

В марте 2020 г. процентное соотношение сообщений с положительной и отрицательной тональностями было примерно равным и составило 51 и 49 % соответственно. Однако в октябре 2020 г., несмотря на то, что Трамп потерял большую часть своих сторонников, процентное соотношение твитов с положительной тональностью выросло на 12 %, и распределение сообщений с положительной и отрицательной тональностями составило 63 и 37 % соответственно. Таким образом, тональность скорее отражает степень агрессивности информационной войны, нежели настроения электората и отношение к объекту исследования. Мы можем сделать вывод о социально-политической тенденции: снижение количества сообщений с отрицательной тональностью в октябре говорит о спаде напряжения в предвыборной гонке и отсутствии необходимости вести жесткую агитацию не только за или против Трампа, но и за или против его оппонентов.

Наличие в дискурсивном поле аномально высокого уровня рекуррентных сообщений, содержащих наиболее частотные фрагменты (word chunks), свидетельствует о присутствии

ботов – пользователей или программ, рассылающих однотипные сообщения или пересылающих (посредством функции «репост») определенные сообщения максимально большому количеству пользователей с целью создания искусственной блогволны / фейкового информационного каскада. Искусственные блогволны в дискурсивном поле определяют формирование социокогнитивных паттернов пользователей и детерминируют их поведение, определяя некоторое социальное действие. Таким образом, выявление источника создания блогволны и оценка ее направленности позволяют определить вектор информационной политической борьбы.

Результаты анализа дискурсивных полей на микроуровне показали, что дискурсивные поля в анализируемых контрольных точках в основном формировались блоками рекуррентных сообщений для агитации, дискредитации или защиты и улучшения имиджа. Следовательно, целенаправленное формирование дискурсивных полей в онлайн-пространстве – инструмент информационной войны и неотъемлемая часть политической борьбы.

Особенностью анализируемых дискурсивных полей является «перекрестная рекуррентность», которая определяется нами как наличие в дискурсивном поле перемежающихся блоков рекуррентных сообщений (они могут насчитывать несколько тысяч единиц), противоположных по прагматической направленности. Блоки рекуррентных сообщений рассылаются с целью положительного позиционирования, защиты, агитации за своего кандидата и дискредитации противника; представляют собой ответ на блоки дискредитирующих сообщений, рассылаемых оппонентом. Как показано исследователями, успешное «заражение» сети пользователей и запуск блогволны реализуется при охвате 10 % хэбов [Liu, Slotine, Varabási, 2011]. Таким образом, таргетированная рассылка рекуррентных сообщений инфлюенсерами позволяет в максимально короткие сроки запустить блогволну и распространить нарративы, дискурсы, идеологию.

Рекуррентные сообщения в контексте информационных войн используются для мобилизации пользователей, включенных в дискурсивное поле. Уровень видимости подобных

сообщений увеличивается за счет повторяемости и массовости. Это обуславливает повышенную персуазивность рекуррентных сообщений и подверженность пользователей их влиянию. Такие сообщения рефреном повторяются в последующих оригинальных (в противовес рекуррентным) сообщениях, публикуемых пользователями сети, и порождают информационные каскады. Например, восторженное сообщение, отсылающее читателя к твиту известного шотландского журналиста Мартина Маклафлина [McLaughlin, 2021] об официальном решении ЕС ограничить использование торговой марки «Trump» для целого ряда товаров: *Another great story by @MartynMcL on the Trump Org beat in Scotland.* <https://t.co/7dGtoI7xsV> – Еще одна чудесная история @MartynMcL об избиении Trump Org в Шотландии (здесь и далее перевод наш. – О. М., Н. Р.), – находит отражение в сообщениях, стилистически и структурно копирующих его, ср.:

Another Liberal that doesn't understand the Trump Train... <https://t.co/CHm8ZAXU6c> – Еще один либерал, который не понимает Trump Train (суть политики Трампа. – О. М., Н. Р.)...;

Another unsolicited #ShoutOutBlitzTrump2020... <https://t.co/f9foypoJmg> – Еще один непрошенный #ShoutOutBlitzTrump2020 ...

Данный пример иллюстрирует применение стратегии «встраивания в дискурс» оппонента с целью манипулирования смыслами, искажения содержания и в конечном счете дискредитации противника и представления собственных слов или действий в выгодном свете. Такая стратегия реализуется за счет подражания (копирования стилистики и/или композиционной структуры сообщения оппонента), создания комического эффекта и выражения саркастического отношения к оппоненту. Например, ответом на сообщение, опубликованное официальным аккаунтом Д. Трампа, стало схожее по структуре, но содержащее противоположный смысл послание:

.@realDonaldTrump and the Trump administration are taking decisive action to combat #coronavirus:

√ Declared a national emergency to free up federal resources

√ Partnering with the private sector to expand #COVID-19 testing

√ Restricting travel to keep Americans safe;

.@realDonaldTrump и администрация Трампа принимают решительные меры по борьбе с #коронавирусом:

√ для высвобождения федеральных ресурсов в стране объявлено чрезвычайное положение

√ для расширения тестирования #COVID-19 реализуется партнерство с частным сектором

√ для обеспечения безопасности граждан осуществляется ограничение поездок

Ср.:

.@realDonaldTrump scorecard

1 Mexico didn't pay for the wall

2 North Korea didn't disarm

3 US farmers are being paid NOT to farm

4 Deficit has skyrocketed

5 Immigration is UP

6 Trump never released his taxes

7 2020 election has little protection

8 World leaders laughing at Trump;

Показатели .@realDonaldTrump

1 Мексика не заплатила за строительство стены

2 Северная Корея не разоружилась

3 Фермерам США платят, чтобы они НЕ занимались сельским хозяйством

4 Дефицит резко вырос

5 Иммиграция ползет ВВЕРХ

6 Трамп так и не отчитался о налогах

7 У выборов 2020 года низкий уровень кибербезопасности и безопасности инфраструктуры

8 Мировые лидеры смеются над Трампом.

Оппозиция высмеивает действия администрации президента Трампа, саркастически высказываясь о его достижениях. Данная стратегия может быть эффективной при сниженном уровне экспрессии (отражающем сдержанность «говорящего» и разумность выдвигаемых утверждений) и логичности в освещении фактов – подходе, нивелирующем значимость достоверности, которая в эпоху постправды не является приоритетом. На фоне усиленного акцентирования темы безумия Трампа или его противников сохранение спокойствия и ясности ума – наиболее выгодная поведенческая стратегия.

Однако в дискурсивном поле любая аллюзия на действия или слова оппонента приводит к повышению интереса и может, вопреки ожиданиям, усилить его влияние. Ввиду

данного обстоятельства, в контексте информационной войны в дискурсивном поле стратегия купирования контактов с оппонентом, демонстрирующим деструктивное дискурсивное поведение, является наиболее обоснованной.

Заключение

Основной стратегией ведения предвыборных кампаний в онлайн-пространстве является целенаправленное формирование управляемых дискурсивных полей, в рамках которых осуществляется дискурсивное манипулирование – влияние доминирующих нарративов, мнений и идеологии. Это позволяет политическим акторам управлять решениями избирателей.

Потенциал влияния дискурсивных полей и тематику распространяющихся нарративов возможно оценить, анализируя сетевые лингвистические данные, которые генерируются в ходе формирования информационных каскадов.

Применение методов сетевой лингвистики позволило авторам статьи: визуализировать дискурсивные поля; выявить области аномальной дискурсивной активности; исследовать характер взаимодействия дискурсов внутри дискурсивного поля; определить тональность сообщений и оценить уровень их рекуррентности.

Анализ визуализаций дискурсивных полей показал динамику влияния основных лидеров мнений в марте – октябре 2020 г.: лидирующую позицию занял Дж. Байден.

Аномальная дискурсивная активность в контрольной точке «Март 2020» отражает тенденцию встраивания альтернативных дискурсов в основное дискурсивное поле с целью его размывания: оппозиции удалось переключить внимание части пользователей с обсуждения предвыборной кампании Д. Трампа на другие темы. Стратегии встраивания в дискурс оппонента использовались всеми участниками предвыборной кампании и реализовывались за счет подражания (копирования стилистики и/или композиционной структуры сообщения оппонента), создания комического эффекта и выражения саркастического отношения к оппоненту. В ситуации деструктивного дискурсивного поведения оппонента, применение стратегии купиро-

вания контактов с оппонентом является наиболее обоснованным и эффективным средством предотвращения распространения нежелательного дискурса.

Анализ областей аномальной дискурсивной активности в точке «Октябрь 2020» позволил выявить увеличение диффузности периферии дискурсивного поля как показателя продолжающегося размывания фокуса внимания внутри дискурсивного поля. Низкая диффузность в ядре дискурсивного поля отражает консолидацию пользователей вокруг Д. Трампа, которая, видимо, привела к объединению сторонников, в январе 2021 г. предпринявших попытку захвата Капитолия США.

Дискурсивные поля, созданные для консолидации сторонников Д. Трампа во время завершающего этапа предвыборной кампании в США 2020 г., в основном формировались блоками рекуррентных сообщений, противоположных по своей прагматической направленности для дискредитации или агитации, защиты и улучшения имиджа основных кандидатов в президенты (Дж. Байдена и Д. Трампа). Наличие в дискурсивном поле аномально высокого уровня рекуррентных сообщений свидетельствует об активной деятельности ботов по созданию блогволн и распространению информационных каскадов, повышающих уровень дискурсивного манипулирования. Высокий уровень рекуррентности говорит об активной фазе информационной войны в дискурсивном поле, созданном для привлечения сторонников.

Использование методов сетевой лингвистики позволяет выявлять критические области дискурсивной активности (микроуровень) и определять тенденции развития дискурсивных полей (макроуровень) для понимания сути социально-политических и социально-экономических процессов и предиктивной аналитики их развития.

ПРИМЕЧАНИЯ

¹ Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ (Отделение гуманитарных и общественных наук) в рамках научного проекта № 20-012-00033 «Лингвистические модели социально-политической коммуникации в онлайн-пространстве: дискурсивные поля, паттерны и гибридная методология анализа сетевых данных».

The study is given a financial support by The Russian Foundation for Basic Research (Department of Humanitarian and Social Science), the research project no. 20-012-00033 entitled “Linguistic models of sociopolitical communication in the online space: discursive fields, patterns and hybrid methodology of network data analysis”.

² Именованная сущность (от англ. named entity) – термин из области нейронных сетей и естественной обработки языка (Natural Language Processing), который представляет собой обозначение именем собственным физически существующего или абстрактного объекта реального мира: человека, организации, продукта или места.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Кара-Мурза С. Г., Смирнов С. В., 2009. Манипуляция сознанием – 2. М. : Эксмо : Алгоритм. 528 с.
- Катермина В. В., Рябченко Н. А., Малышева О. П., Гнедаш А. А., 2021. Лингвистические модели социально-политической коммуникации в онлайн-пространстве // Вестник Российского фонда фундаментальных исследований. Гуманитарные и общественные науки. № 4 (106). С. 87–100. DOI: 10.22204/2587-8956-2021-106-04-87-100
- Рябченко Н. А., Малышева О. П., 2020. Характеристики современной политической коммуникации в онлайн-пространстве // Вопросы когнитивной лингвистики. № 2. С. 101–113. DOI: 10.20916/1812-3228-2020-2-101-113
- Рябченко Н. А., Малышева О. П., Гнедаш А. А., 2019. Управление политическим контентом в социальных сетях в период предвыборной кампании в эпоху постправды // Полис. Политические исследования. № 2. С. 92–106. DOI: 10.17976/jpps/2019.02.07
- Тимофеева Л. Н., Рябченко Н. А., Малышева О. П., Гнедаш А. А., 2022. Цифровая социально-политическая повестка дня и ее осмысление в условиях новой медиаэкологии // Полис. Политические исследования. № 2. С. 37–51. DOI: 10.17976/jpps/2022.02.04
- Bakioğlu F., Korkmaz O., Ercan H., 2020. Fear of COVID-19 and Positivity: Mediating Role of Intolerance of Uncertainty, Depression, Anxiety, and Stress // International Journal of Mental Health and Addiction. P. 1–14. DOI:10.1007/s11469-020-00331-y
- Bednarek M., Caple H., 2014. Why Do News Values Matter? Towards a New Methodological Framework for Analyzing News Discourse in Critical Discourse Analysis and Beyond // Discourse & Society. Vol. 25, iss. 2. P. 135–158.

- Dimock M., Gramlich J., 2021. How America Changed During Donald Trump's Presidency. URL: <https://www.pewresearch.org/2021/01/29/how-america-changed-during-donald-trumps-presidency/>
- Felt M., 2016. Social Media and the Social Sciences: How Researchers Employ Big Data Analytics // *Big Data & Society*. Vol. 3, iss. 1. DOI: 10.1177/2053951716645828
- Gramlich J., 2020. What the 2020 Electorate Looks Like by Party, Race and Ethnicity, Age, Education and Religion. URL: <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2020/10/26/what-the-2020-election-looks-like-by-party-race-and-ethnicity-age-education-and-religion/>
- Grossi V., Rapisarda B., Giannotti F., Pedreschi D., 2018. Data Science at SoBigData: The European Research Infrastructure for Social Mining and Big Data Analytics // *International Journal of Data Science and Analytics*. № 6 (3). P. 205–216.
- Hess A.J., 2020. The 2020 Election Shows Gen Z's Voting Power for Years to Come. URL: <https://www.cnn.com/2020/11/18/the-2020-election-shows-gen-zs-voting-power-for-years-to-come.html>
- Holbein J. B., Hillygus D. S., 2020. Making Young Voters: Converting Civic Attitudes into Civic Action. Cambridge : Cambridge University Press. 282 p.
- Khan T. H., MacEachen E., 2021. Foucauldian Discourse Analysis: Moving Beyond a Social Constructionist Analytic // *International Journal of Qualitative Methods*. Vol. 20. DOI: 10.1177/16094069211018009
- Liu Y. Y., Slotine, J.J., Barabási A. L., 2011. Controllability of Complex Networks // *Nature*. № 473. P. 167–173. DOI: 10.1038/nature10011
- Madung O., Obilo B., 2021. How to Manipulate Twitter and Influence People: Propaganda and the Pandora Papers in Kenya // Analytical Report. Mozilla Foundation. URL: https://assets.mozprod.net/network/documents/pandora_disinfo_report_2_hcc.pdf
- Malysheva O., Ryabchenko N., 2020a. Hashtags As Structural Elements of Digital Socio-Political Agenda: Folksonomy Analysis // *International Scientific Forum "Issues of Modern Linguistics and the Study of Foreign Languages in the Era of Artificial Intelligence (Dedicated to World Science Day for Peace and Development)" (LLT Forum 2020) (Moscow, November 10–12, 2020)*. Moscow : EDP Sciences. № 88. P. 1199–1209. DOI: 10.1051/shsconf/20208801025
- Malysheva O., Ryabchenko N., 2020b. Innovative Approaches in Linguistics: Network Analysis of Linguistic Data // *Proceedings of the X International Conference "Word, Utterance, Text: Cognitive, Pragmatic and Cultural Aspects (WUT 2020)" (Chelyabinsk, April 27–29, 2020)*. European Proceedings of Social and Behavioural Sciences. № 86. S. 1199–1209. DOI: 10.15405/EPSSBS.2020.08.138
- Mayo M., 2020. Community-Based Learning and Social Movements: Popular Education in a Populist Age. Bristol : Policy Press. 216 p.
- McLaughlin M., 2021. Martyn McLaughlin : Personal Blog. URL: <https://martynmclaughlin.com>
- Mondon A., Winter A., 2020. Reactionary Democracy: How Racism and the Populist Far Right Became Mainstream. L. : Verso Books. 240 p.
- Potts A., Bednarek M., Caple H., 2015. How Can Computer-Based Methods Help Researchers to Investigate News Values in Large Datasets? A Corpus Linguistic Study of the Construction of Newsworthiness in the Reporting on Hurricane Katrina // *Discourse & Communication*. № 9 (2). P. 149–172. DOI: 10.1177/1750481314568548
- Premsky M., 2001. Digital Natives, Digital Immigrants. Part 1 // *On the Horizon*. Vol. 9, № 5. P. 1–6.
- Ryabchenko N., Malysheva O., 2020. Explanatory Model of Digital Socio-Political Agenda // *De-Westernizing Media and Cultural Studies: New Discourse Practices in the Digital World : Proceedings of 12th International Media Readings in Moscow "Mass Media and Communications 2020" (Moscow, November 19–20, 2020)*. Moscow : Fakul'tet zhurnalistiki FGOUVO, Moskovskij gosudarstvennyj universitet im. M.V. Lomonosova. P. 84–85.
- Sarkar D., 2016. Text Analytics with Python. N. Y. ; Berkeley : USA Apress. 674 p. DOI: 10.1007/978-1-4842-4354-1
- Wahl-Jorgensen K., 2019. Emotions, Media and Politics. Contemporary Political Communication. Cambridge : Polity Press : John Wiley & Sons. 248 p.

REFERENCES

- Kara-Murza S.G., Smirnov S.V., 2009. *Manipuljacija soznanijem – 2* [Mind Manipulation – 2]. Moscow, Eksmo Publ., Algoritm Publ. 528 p.
- Katermina V.V., Ryabchenko N.A., Malysheva O.P., Gnedash A.A., 2021. Lingvisticheskie modeli socialno-politicheskoy kommunikatsii v onlayn-prostranstve [Linguistic Models of Social and Political Communication in Online Space]. *Vestnik Rossiyskogo fonda fundamentalnykh issledovaniy. Gumanitarnye i obshchestvennye nauki* [Bulletin of the Russian Foundation for Fundamental Research. Humanities and Social Sciences], no. 4 (106), pp. 87–100. DOI: 10.22204/2587-8956-2021-106-04-87-100

- Ryabchenko N.A., Malysheva O.P., 2020. Karakteristiki sovremennoy politicheskoy kommunikatsii v onlayn-prostranstve [Characteristic Features of Modern Political Communication in the Online-Space]. *Voprosy kognitivnoy lingvistiki* [Issues of Cognitive Linguistics], no. 2, pp. 101-113. DOI: 10.20916/1812-3228-2020-2-101-113
- Ryabchenko N.A., Malysheva O.P., Gnedash A.A., 2019. Upravlenie politicheskim kontentom v socialnykh setyah v period predvybornoy kampanii v epokhu postpravdy [Presidential Campaign in Post-Truth Era: Innovative Digital Technologies of Political Content Management in Social Networks Politics]. *Polis. Politicheskie issledovaniya* [Polis. Political Studies], no. 2, pp. 92-106. DOI: 10.17976/jpps/2019.02.07
- Timofeyeva L.N., Ryabchenko N.A., Malysheva O.P., Gnedash A.A., 2022. Tsifrovaya socialno-politicheskaya povestka dnya i ee osmyslenie v uslovyakh novoy mediaekologii [The Digital Socio-Political Agenda and Its Conceptualization Within the New Media Ecology Framework]. *Polis. Politicheskie issledovaniya* [Polis. Political Studies], no. 2, pp. 37-51. DOI: 10.17976/jpps/2022.02.04
- Bakıođlu F., Korkmaz O., Ercan H., 2020. Fear of COVID-19 and Positivity: Mediating Role of Intolerance of Uncertainty, Depression, Anxiety, and Stress. *International Journal of Mental Health and Addiction*, pp. 1-14. DOI: 10.1007/s11469-020-00331-y
- Bednarek M., Caple H., 2014. Why Do News Values Matter? Towards a New Methodological Framework for Analyzing News Discourse in Critical Discourse Analysis and Beyond. *Discourse & Society*, vol. 25, iss. 2, pp. 135-158.
- Dimock M., Gramlich J., 2021. How America Changed During Donald Trump's Presidency. URL: <https://www.pewresearch.org/2021/01/29/how-america-changed-during-donald-trumps-presidency/>
- Felt M., 2016. Social Media and the Social Sciences: How Researchers Employ Big Data Analytics. *Big Data & Society*, vol. 3, iss. 1. DOI: 10.1177/2053951716645828
- Gramlich J., 2020. *What the 2020 Electorate Looks Like by Party, Race and Ethnicity, Age, Education and Religion*. URL: <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2020/10/26/what-the-2020-electorate-looks-like-by-party-race-and-ethnicity-age-education-and-religion/>
- Grossi V., Rapisarda B., Giannotti F., Pedreschi D., 2018. Data Science at SoBigData: The European Research Infrastructure for Social Mining and Big Data Analytics. *International Journal of Data Science and Analytics*, no. 6, no. 3, pp. 205-216.
- Hess A.J., 2020. *The 2020 Election Shows Gen Z's Voting Power for Years to Come*. URL: <https://www.cnn.com/2020/11/18/the-2020-election-shows-gen-zs-voting-power-for-years-to-come.html>
- Holbein J.B., Hillygus D.S., 2020. *Making Young Voters: Converting Civic Attitudes into Civic Action*. Cambridge, Cambridge University Press. 282 p.
- Khan T.H., MacEachen E., 2021. Foucauldian Discourse Analysis: Moving Beyond a Social Constructionist Analytic. *International Journal of Qualitative Methods*, vol. 20. DOI: 10.1177/16094069211018009
- Liu Y.Y., Slotine, J.J., Barabási A.L., 2011. Controllability of Complex Networks. *Nature*, no. 473, pp. 167-173. DOI: 10.1038/nature10011
- Madung O., Obilo B., 2021. How to Manipulate Twitter and Influence People: Propaganda and the Pandora Papers in Kenya. *Analytical Report. Mozilla Foundation*. URL: https://assets.mozilla.net/network/documents/pandora_disinfo_report_2_hcc.pdf
- Malysheva O., Ryabchenko N., 2020a. Hashtags As Structural Elements of Digital Socio-Political Agenda: Folksonomy Analysis. *International Scientific Forum "Issues of Modern Linguistics and the Study of Foreign Languages in the Era of Artificial Intelligence (Dedicated to World Science Day for Peace and Development)" (LLT Forum 2020) (Moscow, November 10–12, 2020)*. Moscow, EDP Sciences, no. 88, pp. 1199-1209. DOI: 10.1051/shsconf/20208801025
- Malysheva O., Ryabchenko N., 2020b. Innovative Approaches in Linguistics: Network Analysis of Linguistic Data. *Proceedings of the 10th International Conference "Word, Utterance, Text: Cognitive, Pragmatic and Cultural Aspects (WUT 2020)" (Chelyabinsk, April 27–29, 2020)*. *European Proceedings of Social and Behavioural Sciences*, no. 86. pp. 1199-1209. DOI: 10.15405/EPSSBS.2020.08.138
- Mayo M., 2020. *Community-Based Learning and Social Movements: Popular Education in a Populist Age*. Bristol, Policy Press. 216 p.
- McLaughlin M., 2021. *Martyn McLaughlin. Personal Blog*. URL: <https://martynmclaughlin.com>
- Mondon A., Winter A., 2020. *Reactionary Democracy: How Racism and the Populist Far Right Became Mainstream*. London, Verso Books. 240 p.
- Potts A., Bednarek M., Caple H., 2015. How Can Computer-Based Methods Help Researchers to Investigate News Values in Large Datasets? A Corpus Linguistic Study of the Construction of Newsworthiness in the Reporting on Hurricane Katrina. *Discourse & Communication*, no. 9 (2), pp. 149-172. DOI: 10.1177/1750481314568548

- Prensky M., 2001. Digital Natives, Digital Immigrants. Part 1. *On the Horizon*, vol. 9, no. 5, pp. 1-6.
- Ryabchenko N., Malysheva O., 2020. Explanatory Model of Digital Socio-Political Agenda. *De-Westernizing Media and Cultural Studies: New Discourse Practices in the Digital World: Proceedings of 12th International Media Readings in Moscow "Mass Media and Communications 2020"* (Moscow, November 19–20, 2020). Moscow, Fakul'tet zhurnalistiki FGOUVO, Moskovskij gosudarstvennyj universitet im. M.V. Lomonosova, pp. 84-85.
- Sarkar D., 2016. *Text Analytics with Python*. New York, Berkeley, USA Apress. 674 p. DOI: 10.1007/978-1-4842-4354-1
- Wahl-Jorgensen K., 2019. *Emotions, Media and Politics. Contemporary Political Communication*. Cambridge, Polity Press, John Wiley & Sons. 248 p.

Information About the Authors

Olga P. Malysheva, Candidate of Sciences (Philology), Associate Professor, Department of English Philology, Kuban State University, Stavropolskaya St, 149, 350040 Krasnodar, Russia, malysheva_op@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0001-8285-0508>

Natalia A. Ryabchenko, Candidate of Sciences (Politics), Associate Professor, Department of Social Work, Psychology and Pedagogy of Higher Education, Kuban State University, Stavropolskaya St, 149, 350040 Krasnodar, Russia, rrrnatali@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0001-6980-2894>

Информация об авторах

Ольга Петровна Малышева, кандидат филологических наук, доцент кафедры английской филологии, Кубанский государственный университет, ул. Ставропольская, 149, 350040 г. Краснодар, Россия, malysheva_op@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0001-8285-0508>

Наталья Анатольевна Рябченко, кандидат политических наук, доцент кафедры социальной работы, психологии и педагогики высшего образования, Кубанский государственный университет, ул. Ставропольская, 149, 350040 г. Краснодар, Россия, rrrnatali@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0001-6980-2894>



ЯЗЫКОВАЯ ЛИЧНОСТЬ

В КОНФЛИКТНОЙ ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ =

DOI: <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2022.3.5>

UDC 81'42:004.738.5

LBC 81.055.51.5



Submitted: 28.01.2022

Accepted: 21.03.2022

**THREAT IN SOCIAL NETWORKS:
FEATURES OF SEMANTICS AND PRAGMATICS**

Anatoly N. Baranov

V.V. Vinogradov Russian Language Institute of the Russian Academy of Sciences, Moscow, Russia

Abstract. The paper considers the phenomenon of threat as a speech act and a discursive strategy in social networks. Semantic explication of the threat presupposes two main types: threats-punishments and threats-warnings. Speakers use each type of threats in different communicative situations. The threat-punishment is related to the past, and the threat-warning is related to the future. Linguists – specialists in forensic linguistics – should distinguish between threats-punishments and threats-warnings, since different types of crimes are associated with different types of threats. Identification of threats in social networks and their linguistic analysis are a difficult task, complicated by the addressee factor. The fact is that in social networks, one and the same speech act – including the speech act of threat – can refer to different recipients. Moreover, the illocutionary semantics of a speech act may vary depending on who it is addressed to. In addition, speech acts of threats in the discourse of social networks often occur along with other speech acts similar to the semantics of the threat. Another problem is the use of multimodal texts in Internet communication that combine visual and verbal information proper. The article suggests elements of a categorical apparatus, the use of which allows to identify and describe threats in situations of multiple addressees of a speech act, in the contexts of speech acts similar in illocutionary semantics to threats, as well as in cases of discursive strategies for threat implementation.

Key words: speech act, speech act of threat, semantics of threat, pragmatics of threat, social networks, discursive practice.

Citation. Baranov A.N. Threat in Social Networks: Features of Semantics and Pragmatics. *Vestnik Volgogradskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya 2. Yazykoznanie* [Science Journal of Volgograd State University. Linguistics], 2022, vol. 21, no. 3, pp. 54-65. (in Russian). DOI: <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2022.3.5>

УДК 81'42:004.738.5

ББК 81.055.51.5

Дата поступления статьи: 28.01.2022

Дата принятия статьи: 21.03.2022

**УГРОЗА В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ:
ОСОБЕННОСТИ СЕМАНТИКИ И ПРАГМАТИКИ**

Анатолий Николаевич Баранов

Институт русского языка им. В.В. Виноградова РАН, г. Москва, Россия

Аннотация. В статье рассматривается угроза как речевой акт и дискурсивная стратегия в социальных сетях. Даются семантические экспликации угрозы, и выделены два основных ее типа: угрозы-наказания и угрозы-предупреждения. Показано, что каждый из типов угроз реализуется в различных коммуникативных

ситуациях, что угроза-наказание направлена в прошлое, а угроза-предупреждение – в будущее. Обоснована необходимость различения угроз-наказаний и угроз-предупреждений для судебной лингвистической экспертизы, поскольку различные составы преступлений связаны с различными типами угроз. Охарактеризованы сложности выявления угроз в социальных сетях, и проведен лингвистический анализ угроз: в социальных сетях один и тот же речевой акт угрозы может относиться к различным адресатам, что влияет на его иллокутивную семантику; реализация угроз в дискурсе социальных сетей часто происходит на фоне других речевых актов, сходных по семантике с угрозой; в интернет-коммуникации используются комбинированные тексты, совмещающие изобразительную и собственно вербальную информацию. В статье уточняется категориальный аппарат, использование которого позволяет выявлять и описывать угрозы в ситуациях множественных адресатов речевого акта, в контекстах речевых актов, похожих по иллокутивной семантике на угрозы, а также в случаях дискурсивных стратегий реализации угрозы.

Ключевые слова: речевой акт, речевой акт угрозы, семантика угрозы, прагматика угрозы, социальные сети, дискурсивная практика.

Цитирование. Баранов А. Н. Угроза в социальных сетях: особенности семантики и прагматики // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2, Языкознание. – 2022. – Т. 21, № 3. – С. 54–65. – DOI: <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2022.3.5>

Введение

Угроза представляет собой сложный феномен, который не ограничивается чисто лингвистическим содержанием. Реализованная угроза очевидно имеет и психологический, и культурный, и даже социальный аспекты. Речевой акт *Убью, гад!* в игре подростков оказывает совсем иное психологическое воздействие на адресата, чем аналогичная реплика по отношению к судье в зале судебного заседания. Неречевые последствия такого речевого акта, в том числе юридические, также будут различаться.

Даже лингвистическая, точнее семиотическая, сторона угрозы, взятая изолированно, все равно оказывается неоднородной, поскольку в публичном дискурсе функционируют разные семиотические системы – вербальные (прежде всего естественный язык) и невербальные (комбинированные тексты, включающие собственно текст и изображение, а также изображения без вербальной составляющей с динамическими и статическими визуальными знаками)¹.

Для лингвистической экспертизы изучение феномена угрозы оказывается одним из важнейших направлений исследования, поскольку угроза присутствует как существенный (в том числе квалифицирующий) признак во многих законах гражданского и уголовного законодательства. Отметим попутно, что далеко не все релевантные с юридической точки зрения характеристики угрозы охватываются инструментарием лингвистической теории².

Сложность исследования феномена угрозы, состоящая в его принципиальной междисциплинарности, умножается, если угроза передается в новой сфере общения – в Интернете, в социальных сетях. Коммуникативная среда социальных сетей имеет ряд свойств, которые дополнительно затрудняют выявление дифференцирующих и интегральных характеристик угрозы.

Во-первых, идентификация участника коммуникации в социальных сетях затруднена – даже с учетом того, что современные технические средства в некоторых случаях позволяют выявлять конечного пользователя соответствующего автора блога, а некоторые сети требуют идентификации при регистрации нового участника сети. Иными словами, установление агенса угрозы (того, кто угрожает) оказывается проблемой.

Во-вторых, адресат сообщений в блогах социальных сетей имеет принципиально неопределенный характер. Как пишут в этих случаях в юридических документах, это «неопределенный круг лиц». Между тем в лингвистической экспертизе необходимо установить адресата угрозы. Множественность возможных адресатов либо делает невозможным квалификацию речевого акта как угрозы, либо требует выделения адресатов различных типов.

В-третьих, вербальные средства выражения содержания (естественный язык) в социальных сетях часто переплетаются с невербальными (изображениями, музыкой, шумами). Проблема выявления и интерпретации

визуальных знаков (в том числе динамических), поставленная в визуальной семиотике, приобретает решающую значимость в экспертизе материалов социальных сетей.

В-четвертых, текст речевого сообщения в социальных сетях ничем не ограничен (может быть, только терпением адресата). Это позволяет использовать разнообразные дискурсивные стратегии передачи семантики угрозы, анализ которых только лингвистическими средствами представляет существенную проблему.

В-пятых, текстовые материалы в социальных сетях, с одной стороны, ничем не ограничены и могут быть довольно пространными, а с другой – де-факто ограничения имеются, поскольку участники сетевой коммуникации склонны к экономии речевых усилий. Это способствует возникновению многозначности и омонимии, что дополнительно осложняет семантический анализ.

В последующих разделах дается общее представление о семантике угрозы и разбираются примеры угроз, анализ которых осложнен особенностями коммуникативной среды социальных сетей. Речевые практики социальных сетей во многом повторяют устную речь, характеризующуюся коммуникативными сбоями, речевыми ошибками, многозначностью и эллипсисом. В силу этого исходная семантическая экспликация угроз иллюстрируется примерами из художественной литературы и СМИ.

Результаты и обсуждение

Семантика и прагматика угрозы

Семантика угрозы неоднократно обсуждалась в существующей лингвистической литературе в контексте общетеоретических задач лингвистической и лексической семантики. А. Вежбицкая в статье о речевых жанрах предлагает следующую экспликацию семантики угрозы:

УГРОЗА = ‘говорю: я хочу, чтобы ты знал, что если ты сделаешь X, то я сделаю тебе нечто плохое; думаю, что ты не хочешь, чтобы я это сделал; говорю это, потому что хочу, чтобы ты не сделал X’ [Wierzbicka, 1983].

Согласно А. Вежбицкой, речевые акты типа (1):

(1) ХАМАС в очередной раз **угрожает** «преподать жестокий урок» израильским военным (Эксперт. 2014).

к угрозам не относятся, поскольку ситуация X уже реализовалась, причем ответственность за нее несут «израильские военные». Между тем намерения и неуказанные действия организации ХАМАС в отношении «израильских военных» описаны в предложении с использованием глагола *угрожать*. Иными словами, с точки зрения носителя языка, рассматриваемая ситуация относится к угрозам. Легко видеть, что в семантической экспликации А. Вежбицкой и приведенном примере ситуации различны: в первом случае коммуникативное намерение говорящего состоит в том, чтобы предотвратить некоторую нежелательную ситуацию, а во втором – наказать за уже свершившееся. В первом случае реализуется угроза-предупреждение, а во втором – угроза-наказание.

Угрозы-наказания используются в ситуациях, когда адресат сделал что-то нежелательное для говорящего и он предупреждает адресата о наказании, которое за это последует:

(2) В октябре 1918 года Литке был командиром полка особого назначения, и В. Трифонов часто отдавал ему разного рода письменные распоряжения и приказания... В одной записи, например, за какое-то нарушение дисциплины он **грозил** предать весь командный состав полка суду полевого трибунала (Ю. Трифонов. Старик);

(3) Начальник Канцелярии принял слова Данилова на свой счет, бился в ужасном гневе... **грозил** упечь Данилова в расплавленные недра Земли (В. Орлов. Альтист Данилов).

В приведенных примерах в качестве нежелательной ситуации выступает нарушение дисциплины (2) и слова героя повести (3).

Угрозы-наказания реализуются в ситуации, когда, с точки зрения говорящего («угрожающего» – агенса угрозы), адресат угрозы сделал что-то плохое для угрожающего и должен понести за это наказание (санкцию). Семантику данного типа угроз можно отразить в следующей экспликации на языке толкований:

X *угрожает*₁ / *грозит*₁ Y -у, что *сделает* P = ‘ X говорит Y -у, что *сделает* P – нечто плохое для Y -а – из-за того, что Y сделал что-то плохое X -у (= Q), чтобы Y боялся P и осоз-

нал, что нехорошо делать плохое для X -а (в том числе и Q) и не делал это в будущем'³.

Из приведенного толкования следует, что основной смысл угрозы-наказания состоит в том, чтобы заставить адресата бояться наказания как санкции за содеянное. Сопутствующий смысловой акцент – «воспитательный». Действительно, компонент 'и не делал это в будущем' характерен для наказания: адресат данного типа угрозы должен понимать, что повторение нежелательного действия, поведения и пр. приведет к аналогичному наказанию. Впрочем, санкция санкции рознь: после некоторых санкций повторение нежелательного события окажется невозможным в принципе.

Угроза-наказание не относится ни к прямым, ни к косвенным побуждениям, хотя из компонента 'чтобы Y боялся P и <...> и не делал это в будущем' выводится следствие ' X не хочет, чтобы Y делал плохое X -у', которое может влечь побуждение Y -у не делать плохого для X -а. Однако это побуждение довольно слабое. Тем самым выявление в диалоге или письменном тексте угрозы-наказания необязательно указывает на ситуацию вымогательства, так как нечто плохое (то есть Q) уже сделано.

Тем не менее угроза-наказание может эксплуатироваться и при вымогательстве. В этом случае квалификация Q , сделанного Y -м, как плохого для X -а носит декларативный, притворный характер и используется как фактор давления на Y -а для получения от него желаемого – денег, уступки прав на собственность и пр. В этом случае семантическая структура вымогательства усложнена.

Характерный пример угрозы-наказания представлен в конфликте между Боженой Рынской (Малашенко) и Никой Белоцерковской, перипетии которого обсуждались сразу в нескольких социальных сетях. Одна из участниц конфликта в своем блоге пишет:

(4) Да, я жалею, что связалась. Да, я прекрасно понимаю, что ввязываясь в диалоги с подобным неизбежно окажешься с головы до ног. Но раз уж мне так «повезло» и я уже по уши – доведу до конца. Божену Львовну ждут многочисленные адми-

нистративные и уголовные административные и уголовные иски⁴ (Instagram *).

Фраза *Божену Львовну ждут многочисленные административные и уголовные административные и уголовные иски* передает санкцию в угрозе-наказании. Действительно, в конфликте участницы обменивались многочисленными обвинениями. В ответ на обвинения в свой адрес Белоцерковская сообщает, что Божену Рынску ждут многочисленные административные иски. Из контекста следует, что иски подает Ника Белоцерковская:

(5) Мои интересы в судах представляет адвокат Князев Андрей Геннадиевич, уже имеющий успешный опыт наказания Рынской за клевету. Все иски подготовлены и будут поданы уже сегодня (Instagram).

Причина реализации санкции (подача исков в суды) состоит в том, что Божена Рынская, как полагает Белоцерковская, клеветала на нее:

(6) Все, что пишет обо мне Божена Рынская – чудовищная, грязная и мстительная ложь, задевающая все больше и больше людей (Instagram).

Таким образом, в контексте присутствуют основные семантические компоненты угрозы-наказания⁵.

Угрозам-наказаниям соположены **угрозы-предупреждения**, которые используются тогда, когда говорящий понимает, что адресат может совершить нечто нежелательное для него (или связанных с ним лиц), и пытается предотвратить это. Ср. характерные примеры:

(7) Трактирщик тем временем не умолкал – то командовал сорванным голосом, то увещевал почти ласково. А то **угрожал** перестрелять всех, если срейфят (В. Быков. Камень);

(8) Молодой дипломат Щедрина не читал и не собирался, а вот на каком основании Зубр появился в Берлине, чем он тут занимается, зачем якшается с эмигрантами, **угрожал** докопаться. Какие там мухи, что за мутации? (Д. Гранин. Зубр).

Сущность угрозы-предупреждения передается в следующей семантической экспликации:

X угрожает₂ / грозит₂ Y -у, что сделает P , [чтобы Y не делал Q] = ' X говорит Y -у,

* Деятельность социальной сети Instagram признана экстремистской и запрещена на территории Российской Федерации.

что сделает P – нечто плохое для Y -а, если Y сделает Q – что-то плохое для X -а, чтобы Y боялся P и из-за этого не делал Q ’

Здесь побуждение семантически вполне прозрачно: оно следует из компонента ‘чтобы Y боялся P и из-за этого не делал Q ’. Впрочем, и в этом случае оно остается косвенным, хотя и вполне очевидным.

Вариантом угрозы-предупреждения является **угроза-понуждение**. Она реализуется в ситуации, когда говорящий хочет от адресата не бездействия (отказа от совершения поступка), а действия:

(9) Совсем не помню, что я отвечала этому полковнику. Кажется, я больше молчала, только изредка повторяя: «Не подпишу!» Он то **грозил**, то уговаривал, обещал свидание с мужем, с детьми (Е. Гинзбург. Крутой маршрут);

(10) И вдруг пошёл слух, и шёл этот слух от самой Лиды, она рассказала подруге, а от подруги пошло по полку, – во время очередной прогулки Мухин изнасиловал Войнову, **угрожал** ей огнестрельным оружием (В. Гроссман. Жизнь и судьба).

Угроза-понуждение в целом описывается приведенным толкованием угрозы-предупреждения с тем отличием, что угроза-понуждение в ряде случаев преследует интересы адресата (разумеется, в понимании говорящего), ср.: *Если не сделаешь уроки, не пойдешь гулять!* Впрочем, это не мешает говорящему рассматривать бездействие адресата как событие, нежелательное для самого говорящего.

Угроза-понуждение не идентична шантажу, поскольку последний представляет собой более узкий класс угроз: это такие угрозы-понуждения, которые связаны с обнаружением компрометирующей информации. Шантаж как вид угрозы можно описать следующим образом:

X шантажирует Y-а, что сделает P, [чтобы Y не делал Q] = ‘ X говорит Y -у, что обнаружит об Y -е негативную информацию (P), если Y сделает Q – что-то плохое для X -а, чтобы Y боялся P и из-за этого не делал Q ’.

Характерные контексты угрозы-шантажа представлены в примерах (11), (12) и (13):

(11) Конечно, помощь со стороны КГБ, скорее, объяснялась высокими связями отца, да еще тем, что, оставшись в США, он **шантажировал** ру-

ководство СССР, мол, выдаст все, если тронут его детей (Совершенно секретно. 2003. 5 мая);

(12) Ей случалось нарываться на откровенных хамов, с которыми не хотелось встречаться во второй раз, но именно эти ее связи тянулись долго и мучительно. Один подонок вообще **шантажировал** ее, даже деньги вымогал, **угрожая** обо всем рассказать мужу. Были и галантные поклонники, которые называли Машу королевой и Золотой рыбкой, но в глазах все равно читалось: б...дь (Ольга Некрасова. Платит последний);

(13) Потом он **шантажировал** Вадима, говорил, что опубликует дневник, если Вадим не отдаст деньги... (Э. Володарский. Дневник самоубийцы).

Из приведенной семантической экспликации и примеров следует, что шантаж не может быть угрозой-наказанием, хотя санкция в виде обнаружения компрометирующих сведений как наказание за что-то плохое вполне возможна, ср. пример (14):

(14) Бабушка опять отвечала сыну, чтобы он учился и никого не смел любить без ее позволения, а в противном случае грозила ему сообщить об этом его начальству (Н. Лесков. Захудалый род).

В примере (14) угроза сообщения информации начальству, конечно же, не является наказанием за то, что уже случилось, поскольку коммуникативное намерение говорящего («бабушки») состоит в том, чтобы не допустить своеволия сына в любви в будущем. Отметим, что такие случаи не концептуализируются в языковом сознании носителей языка как угроза шантажом, если далее не следует требование со стороны угрожающего.

Для **угрозы-наказания** необходима реализация в тексте следующих смысловых блоков:

- агенс, или субъект, угрозы (угрожающий);
- адресат угрозы (тот, кому угрожают);
- событие, негативно оцениваемое агенсом угрозы, за которое несет ответственность адресат угрозы;
- санкция и обязательство реализовать ее.

Для **угрозы-предупреждения** набор смысловых блоков выглядит несколько иначе:

- агенс угрозы (угрожающий);
- адресат угрозы (тот, кому угрожают);
- действие, негативно оцениваемое субъектом угрозы, которое может реализовать адресат;

– санкция и обещание реализовать ее, если адресат выполнит указанное действие.

Рассмотрим, как передаются семантические характеристики угрозы, описанные в семантических экспликациях, а также смысловые блоки угрозы-наказания и угрозы-предупреждения в коммуникативном пространстве социальных сетей.

Угроза и иллокуции, близкие к семантике угрозы

В общении пользователей социальных сетей широкое распространение получают стратегии, которые довольно редко встречаются в обычной коммуникации. К ним относится, в частности, «дискурсивная стратегия» реализации угрозы. Суть дискурсивной стратегии состоит в том, что семантические блоки угрозы, определяющие ее как особый тип коммуникативного намерения, распределяются в дискурсе в виде отдельных реплик или комбинаций реплик.

Часто в блогговой коммуникации угроза представлена на фоне иллокуции других типов, в некоторых отношениях близких угрозе, что затрудняет проведение семантического анализа. Кроме того, хотя некоторые смысловые блоки угрозы эксплицитно выражены в дискурсе несколько раз, другие, наоборот, только подразумеваются.

В одном из дел в аккаунте погибшего юноши в социальной сети Instagram ровно через полгода со дня гибели появляются сообщения, в которых вина за смерть возлагается на друга юноши, бывшего с ним в момент трагедии, а также на мать друга. Последовательно появляются следующие сообщения:

(15) 6 месяцев как меня нет

В течении 24 месяцев после моей смерти до 20 декабря 2023 года, оба родных брата моего убийцы погибли в автокатастрофе. Их травмы будут похожи на мои. И их не спасут медики. Родители убийцы не осознают, что покрывая себя и сына-убийцу, они сами себя прокляли. Таково будет вразумление высшей силы, если убийца и его родители не понесут справедливое наказание. Отец будет за рулём. Он останется жив как растение, но мозг все будет понимать. Его жена сопьётся. Будет проклинать и его и сына-убийцу. Это страшно, но это правда. А ещё страшнее то, что сделали со мной.

20 сентября меня убил «друг» (Instagram);

(16) **sten362** Здравствуй Димочка. С этой минуты я бы советовал тебе оглядываться и не ходить вечерами одному, а то вдруг на тебя «случайно» – так же как и выпал из окна твоей квартиры Олег – упадет кирпич или выльется серная кислота. Твой адрес и контакты у нас есть, так что жди «подарочек» на двадцатилетие. Ты его точно не забудешь (Instagram);

(17) **orc-orc** Пока ты в полном порядке, но когда ты ослепнешь от кислоты ты будешь никому не нужен. Тебя все бросят, и ты будешь лежать в говне. А это все карма. Удачи (Instagram).

В представленной ситуации следовало бы ожидать выражения иллокуции угрозы-наказания. Действительно, семья погибшего юноши считает, что в его смерти виновен друг и его мать. Полугодовая дата со дня смерти – очевидный повод не только для воспоминаний, но и для возможных угроз в адрес предполагаемого виновника гибели.

Как уже отмечалось выше, для угрозы-наказания необходима реализация в тексте следующих смысловых блоков: 1) агент, или субъект, угрозы (угрожающий); 2) адресат угрозы (тот, кому угрожают); 3) событие, негативно оцениваемое субъектом угрозы, за которое несет ответственность адресат угрозы; 4) санкция и обязательство реализовать ее.

Рассмотрим фрагмент (15): агент в данном случае – автор сообщения в социальной сети Instagram, а адресат угрозы – друг погибшего юноши и его семья (*оба родных брата моего убийцы; отец... Он останется жив как растение; Его жена сопьётся. Будет проклинать и его и сына-убийцу; меня убил «друг»*). Негативное событие (причина угрозы-наказания) – гибель юноши. Санкция в данном случае многообразна и распределена по различным адресатам: *оба родных брата моего убийцы погибли в автокатастрофе. <...> ...Они [родители убийцы] сами себя прокляли. <...> Он [отец] останется жив как растение, но мозг все будет понимать. Его жена сопьётся*. Для угрозы существенно наличие обязательства угрожающего реализовать санкцию. Обязательство возможно только в том случае, если говорящий ее контролирует. Между тем в рассматриваемом случае автор фрагмента (15) не в состоянии контролировать все те события, которые описываются и отнесены к бу-

душему. Таким образом, в (15) представлена не иллюзия угрозы, а коммуникативное намерение предсказания, которое по сути передает проклятие. Проклятие характеризуется тем, что его произнесение влечет возникновение у адресата необратимых негативных изменений – вплоть до смерти, что обеспечивается действием сверхъестественных сил. Поскольку сам говорящий эти силы не контролирует, то говорить о реализации угрозы в данном случае нельзя⁵.

Во фрагментах (16), (17), относящихся к той же ситуации, санкция передается в следующих речевых высказываниях: *С этой минуты я бы советовал тебе оглядываться и не ходить вечерами одному, а то вдруг на тебя «случайно» – так же как и выпал из окна твоей квартиры Олег – упадет кирпич или выльется серная кислота. Твой адрес и контакты у нас есть, так что жди «подарочек» на двадцатилетие; Пока ты в полном порядке, но когда ты ослепнешь от кислоты ты будешь никому не нужен. Тебя все бросят, и ты будешь лежать в говне.*

Падение кирпича и ослепление кислотой – санкции в сложной угрозе фрагментов (16) и (17). Судя по фразе *Твой адрес и контакты у нас есть, так что жди «подарочек» на двадцатилетие*, автор (авторы?) исследуемых фрагментов принимает обязательство реализовать санкцию и контролирует ее. Что касается остальных смысловых блоков угрозы, то они, кроме адресации (*Здравствуй Димочка*), представлены в имплицитном виде, но легко вычисляются из контекста.

Адресаты угрозы в социальных сетях

Одна из особенностей коммуникации в социальных сетях – неопределенность адресата речевого сообщения. В юридических документах, в том числе в лингвистической экспертизе, в этих случаях пишут: «в качестве адресата выступает неопределенный круг лиц». Между тем лингвистическая квалификация угрозы неполна без адресата – это важнейшая дифференциальная характеристика угрозы как особого речевого акта. Множественность возможных адресатов либо дела-

ет невозможным квалификацию речевого акта как угрозы, либо требует выделения адресатов различных типов, причем речевой акт, будучи угрозой для одних адресатов, может оказаться иным по иллюкутивным характеристикам для других. Если речевой акт сохраняет семантику угрозы для нескольких адресатов, то можно говорить о «множественных угрозах».

Разберем характерный пример такого рода. В сети Instagram было опубликовано сообщение Р. Кадырова следующего содержания:

(18) Рамзан Кадыров: «Венедиктов ** превратил “Эхо Москвы” в главный антиисламский рупор»

В современном мире ежедневно происходят трагические события. Чаще всего они бывают спровоцированы глупыми действиями каких-то сил или лиц. Так называемые либералы придумали разные термины и лозунги, дающие им право под видом свободы слова порождать зло. После парижских событий наши отечественные либералы усердствуют, пытаясь угодить своим западным покровителям.

Так, руководитель радио «Эхо Москвы» Алексей Венедиктов проводит опрос на тему, нужно ли рисовать карикатуры на Пророка (с.а.в.). Сама постановка вопроса носит провокационный характер. Это стремление оскорбить мусульман России и всего мира, вызвать вражду между народами, посеять хаос и беспорядки. Если кто-то, воспользовавшись случаем, кинет камушек в сторону «Эха», это сразу же приишут мусульманам. Мусульмане России давно уже видят, что Венедиктов превратил «Эхо Москвы» в главный антиисламский рупор. В этом можно убедиться, прослушав или прочитав материалы любого дня. На этой теме специализируется целая бригада авторов, которых ничто не связывает с Россией. У Венедиктова нет ни семейных, ни религиозных ценностей. Но это не дает ему право бесконечно обливать грязью и оскорблять десятки миллионов мусульман.

Я твердо убежден, что власть должна призвать к порядку радио, сеющее вражду и ненависть между людьми и народами. Иначе найдутся те, кто призовет Венедиктова к ответу. Сегодня у России много проблем, для преодоления которых, как никогда, нужны единство и сплоченность народов. А Венедиктовым нужна смута, нужна любая искра, чтобы погнать народ на площади. Мы надеемся, что эти попытки не останутся без внимания и спроса органов власти. Иначе мусульмане России, для которых не безразлична судьба своего

** Лицо, признанное СМИ, выполняющим функции иностранного агента.

Отечества, не станут бесконечно терпеть выходки Венедиктова и компании (Instagram).

В качестве адресатов данного текста выступают, во-первых, А.А. Венедиктов (*Венедиктов превратил «Эхо Москвы» в главный антиисламский рупор; У Венедиктова нет ни семейных, ни религиозных ценностей; найдутся те, кто призвет Венедиктова к ответу*) и журналисты радиостанции «Эхо Москвы» (*целая бригада авторов, которых ничто не связывает с Россией*); во-вторых, власти (*власть должна призвать к порядку радио, сеющее вражду и ненависть между людьми и народами; органы власти*); в-третьих, либеральная аудитория радиостанции (*так называемые либералы; отечественные либералы*); в-четвертых, мусульмане (*мусульмане России и всего мира; миллионы мусульман*).

Если угроза адресована нескольким адресатам (в данном случае – политическим субъектам), коммуникативная функция речевого акта оказывается разнородной, то есть речевой акт по отношению к различным адресатам может передавать различные иллокуции. В приведенном примере адресатом угрозы выступают А.А. Венедиктов и журналисты радиостанции «Эхо Москвы», поскольку именно им предназначены санкции, которые в явном виде не специфицированы, но явно чувствительны: *мусульмане России, для которых не безразлична судьба своего Отечества, не станут бесконечно терпеть выходки Венедиктова и компании*. Перлокутивная функция угрозы в отношении этого адресата – устрашение. Либеральная общественность также подпадает под этот перлокутивный эффект, хотя санкция на нее не распространяется. Власть рассматривается как контролер деятельности адресата угрозы, который может и должен повлиять на деятельность А.А. Венедиктова и журналистов радиостанции «Эхо Москвы» (*Мы надеемся, что эти попытки не останутся без внимания и спроса органов власти*). Следовательно, по отношению к власти данный фрагмент передает побуждение. Верующие-мусульмане выступают как вероятный исполнитель санкции: *мусульмане России, для которых не безразлична судьба своего Отечества, не ста-*

нут бесконечно терпеть выходки Венедиктова и компании. Следовательно, и по отношению к мусульманам в рассматриваемом фрагменте передается побуждение.

Следует иметь в виду, что контексты множественных персонифицированных угроз требуют распределения адресатов по характеру иллокутивного воздействия, поскольку речевой акт угрозы, кроме основной функции, может иметь побочные – подобно тому, как речевой акт в коммуникативной ситуации с несколькими участниками часто передает разные коммуникативные намерения по отношению к различным участникам [Кларк, Карлсон, 1986]. Именно поэтому в лингвистической экспертизе необходима специальная процедура (методика) анализа адресатов множественных персонифицированных угроз.

Кроме того, некоторые ситуации могут быть деперсонифицированы, что также характерно для коммуникативного пространства социальных сетей. В этом случае адресат имеет неопределенный характер. Иными словами, невозможно указать конкретное лицо, на которое направлена угроза: референт неконкретен. В разобранный примере (18) – в реплике Р. Кадырова против политики радиостанции «Эхо Москвы» – персонифицирован только главный редактор радиостанции А.А. Венедиктов, а остальные адресаты деперсонифицированы. Действительно, другие адресаты – власть, либеральная общественность, мусульмане России и всего мира – неопределенны, хотя следует отметить, что собственно угроза, кроме А.А. Венедиктова, распространяется только на журналистов радиостанции «Эхо Москвы», которые также деперсонифицированы.

Комбинированные (креолизованные) угрозы-импликатуры

Выше уже отмечалось, что в социальных сетях вербальные формы часто переплетаются с невербальными (изображениями, музыкой, шумами). Этот феномен часто называют «креолизованным»⁶ текстом. Представляется, однако, что данный термин не вполне удачен, поскольку относится к взаимодействию и взаимопроникновению вербальных семиотических систем – языков. Предпочти-

тельнее в этом случае использовать более нейтральный термин – «комбинированный» текст. Основные принципы лингвистического анализа комбинированного текста обсуждались ранее автором в статье «Метаязыки описания невербальной составляющей комбинированных текстов для целей лингвистической экспертизы» [Баранов, 2018]. В комбинированном тексте изображение комментируется или дополняется вербальной составляющей сообщений, что позволяет более точно восстанавливать компоненты семантики угрозы. Таким образом, «комбинированная (креолизованная) угроза» – это способ передачи иллокутивной семантики угрозы с использованием значимых элементов изображения и связанных с ним вербальных компонентов.

В комбинированных угрозах коммуникативное намерение часто передается имплицатурой дискурса. Под имплицатурой дискурса в современной лингвистической семантике и прагматике понимается семантический вывод, который делает слушающий по буквальному содержанию адресованного ему речевого акта и на основании постулатов речевого общения, сформулированных, в частности, в известной работе Г.П. Грайса «Логика и речевое общение» [Грайс, 1985]⁷. В отличие от семантического следствия и пресуппозиции, имплицатура дискурса не связана непосредственно с семантикой контекста. Она связана с общими принципами ведения коммуникации – с максимальной осмысленности ре-

чевого акта (и текста в целом), с постулатом релевантности, с максимальной искренности и т. д.

Имплицатуры дискурса довольно часто используются в комбинированных текстах социальных сетей для передачи семантики угрозы. Назовем такой тип угроз «комбинированные угрозы-имплицатуры». Они передают иллокутивную семантику угрозы с использованием значимых элементов изображения и связанных с ним вербальных компонентов на основе имплицатуры дискурса.

Использование имплицатур дискурса позволяет по изображению и вербальной части текста восстановить общее содержание сообщения. См. пример такого рода на рисунке.

Приведенный рисунок включает в себя как изображение (фотографию человека, стреляющего из винтовки (или из охотничьего ружья), и наблюдающего за выстрелом ребенка), так и вербальный компонент (текст): *НЕ НАДО бояться п.....сов, сынок!* Очевидно, что изображение и текст связаны между собой по смыслу. Это требует от адресата выполнения простой логической операции: поскольку изображение и текст связаны, то очевидно, что «охотник» стреляет по гомосексуалистам («п.....сам»). Тогда вербальная часть и собственно изображение (фотография) непротиворечиво сочетаются в едином комбинированном тексте. Формально речевой акт адресован ребенку (коммуникативное намерение совета), но в качестве дополнительного адресата выступают представи-



Демотиватор-угроза, адресованная представителям ЛГБТ-сообщества
Demotivator-threat addressed to representatives of the LGBT community

тели ЛГБТ-сообщества («смежная угроза» – подробнее о типах угроз см.: [Баранов, 2021]).

Иллокутивная структура демотиватора в постере на рисунке более сложна, чем это может показаться на первый взгляд: по форме это совет (в отношении сына), по актуальной коммуникативной направленности – косвенный речевой акт, передающий призыв к единомышленникам уничтожать представителей ЛГБТ-сообщества, и, наконец, смежная угроза в адрес последних. Как и в предшествующем случае (реплики Р. Кадырова), комбинированный текст в социальных сетях может иметь различную иллокутивную направленность в зависимости от адресата.

Заключение

Интернет как новая технология обработки информации, позволяющая порождать знания, обмениваться данными, синтезировать данные различных типов (вербальные, визуальные, аудиальные), привел к формированию особой коммуникативной среды, в которой автор сообщения, участник коммуникации – виртуальный коммуникант («субъект on-line») – совсем не обязательно идентичен реальному человеку («субъекту off-line»). Более того, субъект on-line по большей части не совпадает с субъектом off-line. Дискурсивные практики и дискурсивное поведение в интернет-среде в большей степени соответствуют системе ценностей субъекта off-line, поскольку реализация целей в интернет-среде не ограничена материальными оковами. Прокат брендовых аксессуаров, съемки в снятой на час роскошной яхте с последующим размещением в социальной сети соответствующих фотографий, отражающих виртуальный успех субъекта on-line, представляет собой характерное поведение по крайней мере части современного социума. Симулякр общения в социальных сетях все больше замещает реальные связи людей в обществе.

Феномен угрозы преобразуется в новой среде общения, становясь неуловимым фантомом, который мимикрирует под другие речевые акты – проклятья, намеки, советы, предложения и пр., что существенно осложняет выявление этого типа иллокуции, критически важного для криминального дискурса и, соответственно, судебной лингвистической экспертизы. Но-

вый инструментарий лингвистической семантики должен включать категории визуальной семиотики (визуальные и динамические знаки), обладать возможностями семантической интерпретации комбинированных (креолизованных) текстов, а также расширенным и уточненным аппаратом теории речевых актов, учитывающим наличие множественных адресатов речевых актов. Это позволит по-новому взглянуть на классические задачи лингвистического описания функционирования языка как средства общения, поставленные в известных работах Л.П. Якубинского [Якубинский, 1986] и М.М. Бахтина [Бахтин, 1979].

ПРИМЕЧАНИЯ

¹ О семиотике невербальных знаковых систем см., в частности: [Баранов, 2018; Kress, Van Leeuwen, 1988; Kress, Van Leeuwen, 1990].

² О соотношении юридических признаков угрозы и возможности использования инструментария лингвистической семантики см. подробнее [Баранов, 2021, с. 11–30].

³ Семантическая классификация угроз производится с необходимыми уточнениями по: [Баранов, 2013].

⁴ В приведенных фрагментах, опубликованных в социальной сети Instagram, авторские орфография и пунктуация сохранены.

⁵ Отдельно стоит вопрос о правомерности санкции: обращение в суды не нарушает действующего законодательства. Однако это вопрос не лингвистический и лингвистом-экспертом не решается.

⁶ Хотелось бы подчеркнуть, что вопрос о реальных последствиях проклятия, обеспечиваемого то ли сверхъестественными способностями носителей языка, то ли действием сверхъестественных сил, носит как минимум дискуссионный характер. Это экстралингвистический аспект речевого поведения, и его следует оставить в стороне. В данном случае существенно, что речевой акт «проклятие» оформляется с языковой точки зрения именно так и никак иначе.

⁷ Термин «креолизованный» по отношению к текстам указанного типа был предложен Ю.А. Сорокиным и Е.Ф. Тарасовым в начале 1990-х гг. [Сорокин, Тарасов, 1990]. Его внутренняя основа мотивируется идеей о том, что в процессе креолизации происходит взаимопроникновение ценностей различных культур. По аналогии креолизованный текст сочетает собственное изображение и вербальный компонент.

⁸ См. также развитие теории постулатов дискурса и максим разговора в работах Г.П. Грайса: [Grice, 1957; 1968; 1969].

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Баранов А. Н., 2013. Семантика угрозы в лингвистической экспертизе текста // Компьютерная лингвистика и интеллектуальные технологии : По материалам ежегодной Международной конференции «Диалог» (Бекасово, 29 мая – 2 июня 2013 г.). Вып. 12 (19). В 2 т. Т. 1. М. : Изд-во РГГУ. С. 72–82.
- Баранов А. Н., 2018. Метаязыки описания невербальной составляющей комбинированных текстов для целей лингвистической экспертизы // Коммуникативные исследования. № 3 (17). С. 9–36.
- Баранов А. Н., 2021. Угроза в криминальном дискурсе (семантика и прагматика). М. : Азбуковник. 224 с.
- Бахтин М. М., 1979. Эстетика словесного творчества. М. : Искусство. 424 с.
- Грайс Г. П., 1985. Логика и речевое общение // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. 16. Лингвистическая прагматика. М. : Прогресс. С. 217–237.
- Кларк Г. Г., Карлсон Т. Б., 1986. Слушающие и речевой акт // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. 17. Теория речевых актов. М. : Прогресс. С. 270–321.
- Сорокин Ю. А., Тарасов Е. Ф., 1990. Креолизованные тексты и их коммуникативная функция // Оптимизация речевого воздействия. М. : Высш. шк. С. 180–186.
- Якубинский Л. П., 1986. О диалогической речи // Якубинский Л. П. Избранные работы : Язык и его функционирование. М. : Наука. С. 17–58.
- Grice H. P., 1956. Meaning // *Philosophical Review*. Vol. 66, iss. 3. P. 377–388.
- Grice H. P., 1968. Utterer's Meaning, Sentence-Meaning, and Word Meaning // *Foundations of Language*. № 4. P. 225–242.
- Grice H. P., 1969. Utterer's Meaning and Intentions // *Philosophical Review*. Vol. 78, № 2. P. 147–177.
- Kress G., Van Leeuwen T., 1988. *Social Semiotics*. Cambridge : Polity. 301 p.
- Kress G., Van Leeuwen T., 1990. *Reading Images: The Grammar of Visual Design*. Melbourne : Deakin Univ. Pr. 321p.
- Wierzbicka A., 1983. *Genry mowy // Tekst i zdanie. Zbiór studiów*. Wrocław ; Warszawa ; Kraków ; Gdańsk : Wydawnictwo PAN. P. 125–137.

REFERENCES

- Baranov A.N., 2013. Semantika ugrozy v lingvisticheskoy ekspertize teksta [Semantics of Threat in Forensic Linguistics]. *Kompyuternaya lingvistika i intellektualnye tekhnologii: Po materialam ezhegodnoy Mezhdunarodnoy konferentsii «Dialog» (Bekasovo, 29 maya –*

2 iyunya 2013 g.). Вып. 12 (19). В 2 т. Т. 1 [Computational Linguistics and Intellectual Technologies. Papers from the Annual International Conference “Dialogue” (Bekasovo, May 29 – June 2, 2013). Iss. 12 (19). In 2 Vols. Vol. 1]. Moscow, Izd-vo RGGU, pp. 72-82.

- Baranov A.N., 2018. *Metazyazyki opisaniya neverbalnoy sostavlyayushchey kombinirovannykh tekstov dlya tseley lingvisticheskoy ekspertizy* [Metalanguages Describing the Nonverbal Component of Combined Texts for the Purposes of Forensic Linguistics]. *Kommunikativnye issledovaniya* [Communication Studies], no. 3 (17), pp. 9-36.
- Baranov A.N., 2021. *Ugroza v kriminalnom diskurse (semantika i pragmatika)* [Threat in Criminal Discourse (Semantics and Pragmatics)]. Moscow, Azbukovnik Publ. 224 p.
- Bahtin M.M., 1979. *Estetika slovesnogo tvorchestva* [Aesthetics of Verbal Creativity]. Moscow, Iskusstvo Publ. 424 p.
- Grice H.P., 1985. *Logika i rechevoe obshchenie* [Logic and Conversation]. *Novoe v zarubezhnoy lingvistike. Вып. 16. Lingvisticheskaya pragmatika* [New in Foreign Linguistics. Iss. 16. Linguistic Pragmatics]. Moscow, Progress Publ., pp. 217-237.
- Clark H.H., Carlson T.B., 1986. *Slushayushchie i rechevoy akt* [Hearers and Speech Act]. *Novoe v zarubezhnoy lingvistike. Вып. 17. Teoriya rechevykh aktov* [New in Foreign Linguistics. Iss. 17. Linguistic Pragmatics]. Moscow, Progress Publ., pp. 270-321.
- Sorokin Yu.A., Tarasov E.F., 1990. *Kreolizovannyye teksty i ikh kommunikativnaya funktsiya* [Creolized Texts and Their Communicative Function]. *Optimizatsiya rechevogo vozdeystviya* [Optimization of Speech Influence]. Moscow, Vysshaya shkola Publ., pp. 180-186.
- Yakubinskiy L.P., 1986. *O dialogicheskoy rechi* [Concerning Dialogue]. *Yakubinskiy L.P. Izbrannyye raboty: Yazyk i ego funktsionirovanie* [Selected Works. Language and Its Functioning]. Moscow, Nauka Publ., pp. 17-58.
- Grice H.P., 1956. *Meaning. Philosophical Review*, vol. 66, iss. 3, pp. 377-388.
- Grice H.P., 1968. *Utterer's Meaning, Sentence-Meaning, and Word Meaning. Foundations of Language*, no. 4, pp. 225-242.
- Grice H.P., 1969. *Utterer's Meaning and Intentions. Philosophical Review*, vol. 78, no. 2, pp. 147-177.
- Kress G., Van Leeuwen T., 1988. *Social Semiotics*. Cambridge, Polity. 301 p.
- Kress G., Van Leeuwen T., 1990. *Reading Images: The Grammar of Visual Design*. Melbourne, Deakin Univ. Pr. 321 p.
- Wierzbicka A., 1983. *Genry mowy. Tekst i zdanie. Zbiór studiów*. Wrocław, Warszawa, Kraków, Gdańsk, Wydawnictwo PAN, pp. 125-137.

Information About the Author

Anatoly N. Baranov, Doctor of Sciences (Philology), Professor, Head of the Department of Experimental Lexicography, V.V. Vinogradov Russian Language Institute of the Russian Academy of Sciences, Volkhonka St, 18/2, 119019 Moscow, Russia, ruslang@ruslang.ru, baranov_anatoly@hotmail.com, ResearcherID: J-7113-2017, <https://orcid.org/0000-0001-9318-0693>

Информация об авторе

Анатолий Николаевич Баранов, доктор филологических наук, профессор, заведующий отделом экспериментальной лексикографии, Институт русского языка им. В.В. Виноградова РАН, ул. Волхонка, 18/2, 119019 г. Москва, Россия, ruslang@ruslang.ru, baranov_anatoly@hotmail.com, ResearcherID: J-7113-2017, <https://orcid.org/0000-0001-9318-0693>



DOI: <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2022.3.6>

UDC 81'42:366.622
LBC 81.055.51.5



Submitted: 27.12.2021
Accepted: 21.02.2022

FEEDBACKS ON MEDICAL SERVICES AND THEIR CONFLICTOGENIC POTENTIAL IN THE ERA OF DIGITALIZATION¹

Oxana S. Issers

Dostoevsky Omsk State University, Omsk, Russia

Abstract. The article considers the impact of new technologies of communicative interaction via the Internet on transforming consumer feedback genre. Feedback on doctors and medical services posted in online media outlets and Internet forums were used as the material for study, their assessment in Russian legal practice is presented. The image of the author as one of the main genre-forming features of the feedback is noted to be transforming legal status due to the public nature of communication. The verbal behavior of the feedback author is studied in terms of the permitting public assessment of a doctor's professional activity and its impact on the reputation of medical workers. As a consequence there is the legal responsibility of the author for the disclosure of personal data and information published on the Internet, the reliability of which can be challenged. Negative customer feedback on medical services posted on online media outlets and Internet forums are implicitly conflict-ridden due to doctors' personal data publication. However, a website feedback genre is considered to be a legally valid mode of public service quality control. According to the author of the article, balancing respect for privacy, protection of business reputation and freedom of media falls within the scope of online media editorial policy. At the same time, this implies the transformation of the speech behavior of the Internet users and the enhancement of their competence in the field of legal responsibility for public statements.

Key words: feedback genre, website feedback, conflictogenic factor, medical services, personal data, digitalization.

Citation. Issers O.S. Feedback on Medical Services and Their Conflictogenic Potential in the Era of Digitalization. *Vestnik Volgogradskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya 2. Yazykoznanie* [Science Journal of Volgograd State University. Linguistics], 2022, vol. 21, no. 3, pp. 66-76. (in Russian). DOI: <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2022.3.6>

УДК 81'42:366.622
ББК 81.055.51.5

Дата поступления статьи: 27.12.2021
Дата принятия статьи: 21.02.2022

ОТЗЫВЫ О МЕДИЦИНСКИХ УСЛУГАХ И ИХ КОНФЛИКТОГЕННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ В ЭПОХУ ЦИФРОВИЗАЦИИ¹

Оксана Сергеевна Иссерс

Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского, г. Омск, Россия

Аннотация. В статье рассматривается влияние новых технологий коммуникативного взаимодействия в сети Интернет на трансформацию речевого жанра отзыва потребителей. В качестве материала использованы отзывы о врачах и медицинских услугах на сайтах профильных сетевых изданий и форумах. Представлена их квалификация в российской юридической практике. Отмечена трансформация одного из главных жанрообразующих признаков отзыва – образа автора – с учетом изменения его позиции в правовом поле, обусловленной публичным характером коммуникации. Речевое поведение автора отзыва рассматривается в аспекте возможностей публичной оценки профессиональной деятельности врача и ее влияния на репутацию медицинских работников. Обращение к массовому адресату имеет следствие в виде юридической ответственности автора за разглашение персональных данных и опубликованную в сети информацию, достоверность которой может быть оспорена. Негативные отзывы о медицинских услугах, размещенные в сетевых изданиях и на форумах, являются потенциально конфликтными в связи с указанием персональных

данных врачей. При этом жанр интернет-отзыва потребителя – это правомерная форма общественного контроля за качеством услуг. Автор статьи приходит к выводу о том, что нахождение баланса между уважением частной жизни, защитой деловой репутации и свободой СМИ находится в сфере редакционной политики сетевого издания и / или правосознания автора отзыва, однако это предполагает трансформацию речевого поведения пользователя сети и расширение его компетенций в сфере юридической ответственности за публичные высказывания.

Ключевые слова: жанр отзыва, интернет-отзыв, конфликтогенный фактор, медицинские услуги, персональные данные, цифровизация.

Цитирование. Иссерс О. С. Отзывы о медицинских услугах и их конфликтогенный потенциал в эпоху цифровизации // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2, Языкознание. – 2022. – Т. 21, № 3. – С. 66–76. – DOI: <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2022.3.6>

Введение

В современной интернет-среде происходит активное формирование новых типов коммуникативного взаимодействия, обусловленных сетевыми технологиями, которые обеспечивают возможности оперативного дистантного и, при желании либо необходимости, анонимного речевого общения автора с массовой аудиторией [Громова, 2021, с. 88]. Параллельно с совершенствованием информационных технологий происходит адаптация личности к возможностям и требованиям интернет-коммуникации, с характерными для нее публичностью, открытостью персональной информации, отслеживанием связей между участниками сетевого общения, возможностями комментирования контента и др. [Ионова, 2016; Курьянова, Гусакова, 2020; Речевая коммуникация..., 2016]. Исследователи отмечают, что «опосредованность общения с помощью электронного устройства и его дистантность... обусловили, в свою очередь, преодоление социальной дистанции и психологических барьеров, часто сохраняющихся при контактном общении в режиме реального времени, в связи с чем язык Интернета приобрел характерные лингвистические и экстралингвистические особенности» [Курьянова, Гусакова, 2020, с. 87]. Эти изменения не могли не затронуть все существенные коммуникативные признаки сетевого общения, в том числе и систему речевых жанров.

В интернет-лингвистике сложилось мнение, что жанровая система сетевой коммуникации в значительной степени является результатом трансформации традиционных речевых жанров, существовавших в эпоху «до Интернета» [Голошубина, 2015; Горошко, 2007;

2012; Чистова, 2021; и др.]. Хотя различные жанровые структуры в неодинаковой степени оказались подвержены изменениям, легко обнаружить закономерности их развития, обусловленные функционированием в цифровых коммуникационных средах и наличием массового адресата. Одним из таких интегративных жанровых признаков сетевой коммуникации является установка на активную обратную связь, которая выражается в числе просмотров, лайков, переходов, подписок, комментариев и других реакций. Текст, размещенный в Сети, перестает быть личным посланием одному / нескольким адресатам и приобретает свойства, характерные для массовой коммуникации. В частности, он обнаруживает такой признак коммуникативного события, как публичность. В связи с этим происходят трансформации речевого поведения «человека в Сети»: выходя на массовую аудиторию, он получает почти ничем не ограниченную социальную власть – возможность влиять на своего адресата, его картину мира, шкалу ценностей. При этом далеко не всегда сам автор осознает результаты и последствия такого публичного влияния, и в первую очередь – ответственность за свои слова, произнесенные не в межличностной коммуникации, а в публичной. Изменение характера коммуникации в цифровой среде имеет следствия как для лингвистической науки, так и для юридической теории и практики.

Материал и методы исследования

Как отмечено М.А. Осадчим, «для лингвистики феномен публичной коммуникации до сих пор не стал самоценным предметом научного анализа» [Осадчий, 2012, с. 14], а в

российском законодательстве публичная форма совершения преступления и распространение в СМИ противопоставлены как разные виды деятельности (ст. 282 УК РФ) [Осадчий, 2012, с. 14]. Автор справедливо указывает на «технический» характер этого противопоставления, поскольку за средством массовой информации закреплена такая форма деятельности, как публикация (обнародование)², а в разнообразных формах публичной речевой деятельности происходит именно «обнародование», то есть доведение до всеобщего сведения, предание гласности той или иной информации³.

Таким образом, практически любой размещенный в Интернете текст (за некоторыми исключениями, например опубликованный в закрытых группах) отвечает критериям публичного общения (массовая аудитория, общественная значимость, открытость и др.) и приобретает свойства медийности, которые обнаруживаются у текстов СМИ. Однако, в отличие от публикаций в СМИ, где автор обычно обозначен (а в случае отсутствия авторства ответственность за публикацию несет редакция издания), на форумах и в блогах установление авторства и/или установление достоверности его самоидентификации проблематичны. «Анонимность создает идеальные условия и для введения участников сетевого дискурса в заблуждение о реальной идентичности адресанта сообщений» [Потапова, Курьянова, 2021, с. 8]. Заметим, что анонимность создает условия не только для этого: в первую очередь анонимность или мистификация авторства создают условия для опубликования недостоверной информации. О значимости указанной проблемы свидетельствует активно обсуждаемый, в том числе и в правовом поле, вопрос о фейковых публикациях, фейковых аккаунтах и других манипуляциях в информационном поле [Ильченко, 2016; 2018; Иссерс, 2014; Распопова, Богдан, 2018; Die Psychologie des Postfaktischen..., 2020].

Указанная специфика коммуникации в Интернете определяет потенциально возможные конфликты и юридические риски, связанные с публичным характером общения, а именно распространение порочащих сведений и совершением клеветы.

В Российской Федерации гарантируются защита достоинства граждан и уважение человека труда, право на неприкосновенность частной жизни, личную и семейную тайну, защиту своей чести и доброго имени (ст. 23 Конституции РФ). В связи с этим никто не должен подвергаться унижающему человеческое достоинство обращению, а сбор, хранение, использование и распространение информации о частной жизни лица без его согласия не допускаются (ст. 24 Конституции РФ). В то же время каждый имеет право свободно искать, получать, передавать, производить и распространять информацию любым законным способом, провозглашается свобода массовой информации, цензура запрещается (ст. 29 Конституции РФ). Эти конституционные установления в полной мере относятся к любой информации – независимо от места и способа ее производства, передачи и распространения, включая сведения, размещаемые в информационно-телекоммуникационной сети Интернет (Постановление КС РФ № 18-П).

Приведенные нормы, содержащиеся в Конституции Российской Федерации, в полной мере соотносятся с положениями международных договоров Российской Федерации, в том числе с Конвенцией о защите прав человека и основных свобод. Эти фундаментальные права, как подчеркнул Конституционный суд Российской Федерации, будучи общепризнанными в правовых государствах, защищают одинаково значимые интересы частного лица в сохранении приватности и интерес широкой общественности в доступе к информации, а потому не находятся в состоянии главенства и подчинения и не обладают безусловным приоритетом друг перед другом (Определение № 274-О; Определение № 275-О).

Перечисленные юридические нормы рассматриваются нами как отправная точка для анализа конфликтных речевых практик интернет-коммуникации в целом и жанра отзыва потребителя в частности.

Эмпирическую базу исследования составили отзывы о врачах и медицинских услугах, размещенные на платформах и форумах в сети Интернет (ПроДокторов; Медотзыв.ру; и др). Направленная выборка осуществлялась путем выявления текстов, содержащих эксплицированную оценку деятельно-

сти врача либо предоставленной услуги. Общее количество проанализированного материала – более 300 отзывов. В статье представлены наиболее яркие примеры, иллюстрирующие полюсы оценки докторов и предоставляемых ими услуг. В фокусе внимания были конфликтные тексты, обладающие рискогенным с точки зрения правовых последствий потенциалом.

Результаты и обсуждение

В условиях развития информационного общества вполне естественно появление в сети Интернет публикаций, где сообщаются определенные сведения о ком-либо, а также высказываются оценочные суждения и мнения о человеке либо организации / компании, в том числе и негативные. В этом смысле многие параметры интернет-жанров сближаются с массмедийным дискурсом, с его публицистичностью и открытой оценочностью.

Одним из потенциально конфликтогенных интернет-жанров является жанр отзыва, коммуникативная цель которого как раз и заключается в оценивании объекта. При этом в отзыве могут быть реализованы различные установки адресанта – от позитивных (благодарность, рекомендация, совет) до критических и оскорбительных (жалоба, хула). Перемещение жанра отзыва потребителя из сферы сугубо институционального межличностного общения в виртуальную среду (ср. с реализацией этого жанра в диаде «потребитель – вышестоящая инстанция» в «Книге жалоб и предложений» советского периода) оказало влияние и на характер коммуникации, и на интенции автора отзыва, его коммуникативную стратегию. Если ранее написание отзыва было связано со стремлением отметить исполнителя услуги в целях его поощрения / наказания, то теперь публичность оценки открывает широкие возможности для укрепления / подрыва репутации, привлечения клиентов либо, напротив, предупреждения их о низком качестве услуги. Аргументированность оценки и эмоциональность отзыва в значительной степени вариативны, что в целом определяется стратегией автора. Вот мнение пользователей об одной из омских стоматологических клиник⁴:

(1) Лечили зубки ребенку 5-ти лет. Он впервые был у стоматолога и очень переживал, боялся. Работала с ним доктор П*. Она так сумела подать лечение, так объяснила все ребенку, договорилась с ним, перевела все в игру, что он ходил на приемы вприпрыжку и совсем перестал бояться. А приемов было целых 4, т.к. лечили 6 зубов. При этом дала нам кучу информации по уходу за зубами, терпеливо объясняла все мелочи по поводу устройства зубов, особенностей молочных зубов и т. д. Думаю, что она предотвратила образование у ребенка распространенной фобии перед зубным врачом, за что ей спасибо. Цены показались немного ниже, чем мы ожидали. К качеству тоже вопросов нет;

(2) Ужасная клиника, никому не советую туда идти.

1. Выкачивают деньги, начинается с малого, как и во всех клиниках, а потом по нарастающей, а деться некуда, зуб уже вскрыт(

2. Доктор этой клиники является еще и преподавателем в медакадемии, поэтому вам зачастую зубы будет лечить не профессиональный врач, а студент, хотя об этом вам никто не скажет. Вы будете просто тренажером.

3. Качество, при таких ценах, казалось бы, о проблеме с зубами можно забыть, ан нет. Ваши зубки вам будут периодически напоминать болью и неприятными ощущениями, что вы выбрали не ту клинику для лечения.

4. Ни в коем случае не соглашайтесь на протезирование в этой клинике. Лечат плохо, протезируют и того хуже – потеряете и деньги, и через какое-то время и сам зуб.

По сути, ни один из перечисленных в отзыве (2) аргументов не может рассматриваться как сведения, проверяемые на соответствие действительности, и организация вряд ли имеет шанс на удовлетворение иска о репутационном ущербе.

Свобода размещения контента и отсутствие во многих сетевых ресурсах модерации создают условия для коммуникативных и правовых рисков. Одной из причин конфликтной ситуации может стать идентификация персональных данных, что является неизбежной издержкой свободы информации в демократическом обществе. Однако она должна быть уравновешена гарантиями защиты достоинства, чести, доброго имени и деловой репутации лица, ставшего объектом публичной оценки (ст. 19 и 23 Конституции РФ).

Рассмотрим указанную коллизию на примере отзывов о медицинских услугах.

Здоровье входит в число жизненно важных ценностей, поскольку все стороны социального бытия человека определяются его уровнем. Следовательно, мнения о врачах и медицинских организациях представляют несомненный интерес для каждого, то есть являются общественно значимыми. Потребность в подобной информации обнаруживается в существовании специализированных сетевых ресурсов: некоторые из них функционируют как интернет-издания, другие – как форумы и социальные группы (ПроДокторов; Медотзыв.ру и др.).

В большинстве отзывов содержатся мнения о профессиональной деятельности врачей, а также сведения об организации и персональные данные медицинского работника (в частности, его имя и фамилия, квалификация). Вот, например, прямо противоположные отзывы о Н.В. – детском неврологе одной из частных омских клиник⁵.

(3) Н. В. – врач-непрофессионал, делали мониторинг у неё, не увидела эпилепсию, заключение было – эпилепсия не обнаружена, из-за нее не было назначено вовремя лечение, через 3 месяца начались приступы, хотя другой специалист увидела по расшифровке эпилепсию. Спасибо вам «за профессионализм», не дай Бог к Вам попасть;

(4) Уважаемые мамочки, я не советую обращаться к врачу Н. В. Н.В. моей внучке был поставлен диагноз, а следовательно, назначено лечение. Для уточнения мы обратились к другим специалистам и выяснили, что у нас совершенно здоровый ребенок. Он нормально развивается, хорошо себя чувствует и очень активен. Мне страшно представить, что было бы с моей внучкой, если бы не прошли назначенный курс лечения;

(5) Н.В. – очень грамотный специалист, рассматривает проблему со всех сторон, тщательно изучая анамнез и задавая много сопутствующих вопросов. Помимо компетентности в эпилептологии и неврологии, обладает знаниями в смежных направлениях медицины, что позволяет более системно определить состояние ребенка. Очень важно, что Н.В. вникает в проблему и заинтересована в ее решении.

Во-первых, рекомендательный характер отзывов дает основания для рассмотрения репутационного и иного ущерба указанных в отзывах лиц и организаций. Во-вторых, в связи с указанием персональных данных врача

возникает вопрос об отнесении этих сведений к его частной жизни, подлежащей, наравне со свободой слова и свободой информации, конституционной защите.

Однако к ситуациям, не требующим согласия субъекта персональных данных на их обработку, среди прочих относятся случаи, когда такая информация «необходима для достижения общественно значимых целей либо для осуществления профессиональной деятельности журналиста, законной деятельности средства массовой информации <...> если при этом не нарушаются права, свободы и законные интересы субъекта персональных данных» (п. 7 и 8 ч. 1 ст. 6 ФЗ «О персональных данных», Постановление КС РФ № 22-П).

Как указано в Определении Конституционного суда РФ от 12 февраля 2019 г. № 274-О, принципиальное значение для решения вопроса о правомерности опубликования сведений о частной жизни лица в средствах массовой информации без его на то согласия имеет наличие общественного интереса к таким сведениям (Определение № 274-О). Значимость сведений о качестве оказания медицинских услуг очевидна. Согласно ст. 79.1 ФЗ «Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации», такая независимая оценка качества услуг медицинских организаций является одной из форм общественного контроля. Таким образом, законодатель, исходя из того, что каждый имеет право на охрану здоровья и медицинскую помощь и что здоровье – высшее неотчуждаемое благо, без которого утрачивают свое значение многие другие блага и ценности (Определение № 115-О; Определение № 373-О; и др.), признал, что существует особый общественный интерес к сведениям о лицах, профессионально занятых оказанием медицинской помощи. Это позволяет рассматривать интернет-отзыв о медицинских услугах правомерной формой общественного контроля.

Однако нельзя исключить ситуации, когда сетевое издание систематически злоупотребляет своими правами при размещении персональных данных медицинского работника или не выполняет обязанности по защите его прав от недобросовестных действий со стороны лиц, публикующих отзывы (отсутствует модерация сообщений). В этом

случае медицинский работник, права которого нарушены, имеет возможность в судебном порядке требовать установления для такого средства массовой информации запрета на размещение его персональных данных и/или отзывов о его профессиональной деятельности. Как отмечено в Постановлении Конституционного суда от 25 мая 2021 г. № 22, «использование такого способа защиты требует от судов тщательной оценки конкурирующих интересов с целью обеспечения их разумного баланса, поскольку запрет средству массовой информации распространять сведения о гражданине является в действующей системе конституционно-правового регулирования исключительным и крайним средством, применимым, если иные способы защиты не смогли (или не могут) обеспечить защиту прав и интересов граждан» (Постановление..., 2021).

В качестве прецедента конфликтной ситуации подобного типа можно рассматривать иск врача В.Г. к сайту «ПроДокторов» (www.prodoctorov.ru/), зарегистрированному как СМИ. Врач областного центра узнала, что в Интернете на сайте отзывов есть ее профиль (с указанием имени, должности и места работы), в котором размещены в том числе и нелестные отзывы от пациентов. Доктор потребовала удалить информацию, но владелец либо модератор сайта не стали этого делать. Врач в ответ подала иск, в котором потребовала удалить ее персональные данные и компенсировать моральный вред в размере 150 000 рублей. В.Г. указала, что на сайте создали личный профиль без ее согласия, где «каждый желающий может анонимно размещать свои субъективные, в том числе негативные, суждения о ней и ее профессиональной деятельности» [Ефименко, 2021]. Истица убеждала, что отзывы не проверяются, а это нарушает ее право на неприкосновенность частной жизни.

В решении апелляционной инстанции по делу ООО «МедРейтинг» (владелец сайта) было указано требование удалить с сайта «ПроДокторов» профиль врача В.Г. [Ефименко, 2021]. При этом суд учитывал, что часть отзывов пользователей сайта, размещенных ответчиком в неотредактированном виде и без предварительной проверки, имела харак-

тер оскорбительный и унижающий достоинство истицы.

По материалам данного дела Конституционный суд Российской Федерации постановил, что Федеральный закон «О персональных данных» «допускает размещение на сайте в сети Интернет средством массовой информации, действующим в форме сетевого издания, персональных данных медицинского работника, ранее размещенных на основании федерального закона на официальном сайте соответствующей медицинской организации, вне зависимости от наличия на то его согласия» (Постановление КС РФ № 22-П). В то же время закон предусматривает «обязанность редакции такого средства массовой информации не допускать наличия на своем сайте исходящих от третьих лиц оценок, не относящихся к профессиональной деятельности медицинского работника, а равно очевидно противоправных высказываний» (Постановление КС РФ № 22-П).

На редакцию сетевого издания возлагается обязанность «принимать меры по проверке сведений, предположительно содержащих не соответствующие действительности утверждения, порочащие честь, достоинство или деловую репутацию медицинского работника, на основании его обращения в разумные сроки, с целью их изменения либо удаления» (Постановление КС РФ № 22-П). На практике такая проверка трудно осуществима: редакция не обладает соответствующими полномочиями и кадрами. Кроме того, значительно осложняет ситуацию устная форма коммуникации врача с пациентом: далеко не все сказанное как пациентом, так и врачом фиксируется в ходе медицинской беседы, и нередко именно эти фрагменты диалога врача с пациентом становятся конфликтногенным фактором, что и отражается в отзыве (см. об этом: [Иссерс, Федорова, 2020]). По этой причине, как можно предположить, истец редко использует возможность опубликования в установленном законом порядке опровержения (ответа) на том же сайте. Однако очевидно, что данная проблема нередко становится предметом общественного обсуждения как в профессиональной юридической сфере, так и среди непрофессионалов – на форумах, в блогосфере и СМИ

(о вариантах реакции на негативные отзывы см., в частности: [Козловская, 2018]).

Выводы

Таким образом, факт судебного разбирательства по делу ООО «МедРейтинг» подтверждает, что существует реальная проблема соблюдения баланса между уважением частной жизни, защитой деловой репутации и свободой средств массовой информации, правом распространять информацию всеми законными способами. Разрешение этой коллизии возможно, если в редакционной политике сетевых изданий, размещающих отзывы (в частности, о медицинских услугах), будут определены этические и коммуникативные нормы, с одной стороны препятствующие злоупотреблениям открытостью интернет-источников, а с другой стороны способствующие осуществлению СМИ своей основной функции.

В то же время проблема публикации в сетевых изданиях и на форумах отзывов потребителей заставляет по-новому взглянуть на коммуникативные, этические и юридические нормы публичного общения в Интернете и поставить вопрос о формировании необходимых коммуникативных компетенций пользователей в эпоху цифровизации.

ПРИМЕЧАНИЯ

¹ Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФ, проект № 22-28-01963 «Диалогическая коммуникация в новых медийных практиках: социокультурная, прагматистическая и коммуникативная специфика».

The reported study was funded by RSF, Project no 22-28-01963 “Dialogic Communication in New Media: Sociocultural, Pragmastic and Communicative Features”.

² Закон РФ от 27.12.1991 № 2124-1 (ред. от 01.07.2021) «О средствах массовой информации». URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_1511/

³ *Обнародовать* – объявить для всеобщего сведения, предать гласности, опубликовать (Ожегов, с. 430).

⁴ Орфография и пунктуация текстов приведены в соответствии с нормами русского языка, стиль сохранен без изменений.

⁵ Во всех отзывах указаны персональные данные врача – ФИО и место работы.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Голошубина О. К., 2015. Разговор в мессенджере как специфический жанр интернет-коммуникации // Вестник ОмГУ. № 1. С. 208–212.
- Горошко Е. И., 2007. Теоретический анализ интернет-жанров: к описанию проблемной области // Жанры речи : сб. науч. тр. / под ред. В. В. Дементьева. Саратов : Колледж. Вып. 4. С. 111–127.
- Горошко Е. И., 2012. Современные интернет-коммуникации: структура и основные характеристики // Интернет-коммуникация как новая речевая формация : коллектив. моногр. М. : Наука : Флинта. С. 9–52.
- Громова А. В., 2021. Переписка в мессенджере: идентификация автора по тексту в условиях трансформации индивидуализирующих признаков // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2, Языкознание. Т. 20, № 2. С. 87–98. DOI: <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2021.2.8>
- Ефименко Е., 2021. Верховный суд решил, можно ли удалить плохие отзывы о врачах. URL: https://pravo.ru/story/217555/?mob_emb=
- Ильченко С. Н., 2016. Фейк в практике электронных СМИ: критерии достоверности // Медиаскоп. Вып. 4. URL: <http://www.mediascope.ru/2237>
- Ильченко С. Н., 2018. Фейк как антиисточник информации: риск для профессиональных стандартов журналистики // Гуманитарный вектор. Т. 13, № 5. С. 70–76. DOI: 10.21209/1996-7853-2018-13-5-70-76
- Ионова С. В., 2016. Лингвистика нового языкового сознания и информационных технологий // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2, Языкознание. Т. 15, № 3. С. 6–16. DOI: <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2016.3.1>
- Иссерс О. С., 2014. Медиафейки: между правдой и мистификацией // Коммуникативные исследования. № 2. С. 112–123.
- Иссерс О. С., Федорова М. Ю., 2020. Потенциал судебного речеведения в обеспечении реализации и защиты права пациента на информацию // Международные и национальные тенденции и перспективы развития судебной экспертизы : сб. докл. II Междунар. науч. конф. (г. Н. Новгород, 21–22 мая 2020 г.). Н. Новгород : ННГУ. С. 150–158.
- Козловская А., 2018. Как бороться с негативными отзывами, статьями в Интернет? URL: <https://vc.ru/legal/46196-kak-borotsya-s-negativnymi-otzyvami-statyami-v-internet>
- Курьянова И. В., Гусакова Ю. А., 2020. Интернет-коммуникация как особая разновидность дис-

- тантного опосредованного дискурса // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. № 9 (838). С. 83–92.
- Осадчий М. А., 2012. Русский язык на грани права : Функционирование русского языка в условиях правовой регламентации речи. М. : Либроком. 256 с.
- Потапова Р. К., Курьянова И. В., 2021. Особенности исследования текста в эпоху цифровой коммуникации // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2, Языковедение. Т. 20, № 2. С. 5–15. DOI: <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2021.2.1>
- Распопова С. С., Богдан Е. Н., 2018. Фейковые новости: информационная мистификация. М. : Аспект Пресс. 112 с.
- Речевая коммуникация в информационном пространстве, 2016 / отв. ред. Р. К. Потапова. М. : ЛЕНАНД. 112 с.
- Чистова Е. В., 2021. Трансформация речевого жанра в русскоязычном сегменте интернета (на материале жанров кинокритики и жалобы) : автореф. дис. ... канд. филол. наук. М. 24 с.
- Die Psychologie des Postfaktischen: Über Fake News, „Lügenpresse“, Clickbait und Co., 2020 / Hrsg. von M. Appel. Würzburg : Springer. 215 p.
- ru/sud/opredelenie-konstitutsionnogo-suda-rf-ot-12022019-n-275-o/
- Определение № 373-О* – Определение Конституционного Суда РФ от 4 февраля 2014 г. № 373-О «Об отказе в принятии к рассмотрению жалобы гражданки Шарафутдиновой Лейсан Ирековны на нарушение ее конституционных прав положениями части 2 статьи 71 Федерального закона “Об обращении лекарственных средств” и части 3.3 статьи 34 Федерального закона “О размещении заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных и муниципальных нужд”». URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/70515458/>
- Постановление КС РФ № 18-П* – Постановление Конституционного Суда Российской Федерации от 09.07.2013 №18-П «По делу о проверке конституционности положений пунктов 1, 5 и 6 статьи 152 Гражданского кодекса Российской Федерации в связи с жалобой гражданина Е.В. Крылова». URL: <https://rg.ru/2013/07/19/ks-gk-dok.html>
- Постановление КС РФ № 22-П* – Постановление Конституционного Суда Российской Федерации от 25.05.2021 № 22-П «По делу о проверке конституционности пункта 8 части 1 статьи 6 Федерального закона “О персональных данных” в связи с жалобой общества с ограниченной ответственностью “МедРейтинг”». URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_385041/
- ПроДокторов* – ПроДокторов: сайт № 1 про врачей в России. URL: <https://prodoctorov.ru>
- ИСТОЧНИКИ**
- Медотзыв.ру* – Медотзыв.ру. Отзывы о врачах и больницах. URL: <https://med-otzyv.ru/>
- Определение № 115-О* – Определение Конституционного Суда РФ от 06.06.2002 № 115-О «Об отказе в принятии к рассмотрению жалобы гражданки Мартыновой Евгении Захаровны на нарушение ее конституционных прав пунктом 2 статьи 779 и пунктом 2 статьи 782 Гражданского кодекса Российской Федерации». URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_37641/
- Определение № 274-О* – Определение Конституционного Суда РФ от 12.02.2019 № 274-О «Об отказе в принятии к рассмотрению жалоб Безрукова Сергея Витальевича на нарушение его конституционных прав пунктом 1 статьи 152.2 Гражданского кодекса Российской Федерации». URL: <https://base.garant.ru/72192926/>
- Определение № 275-О* – Определение Конституционного Суда РФ от 12.02.2019 № 275-О «Об отказе в принятии к рассмотрению жалоб Безруковой Анны Олеговны на нарушение ее конституционных прав пунктом 1 статьи 152.1 и пунктом 1 статьи 152.2 Гражданского кодекса Российской Федерации». URL: <https://legalacts.ru/sud/opredelenie-konstitutsionnogo-suda-rf-ot-12022019-n-275-o/>
- СЛОВАРЬ**
- Ожегов* – Ожегов С. И. Толковый словарь русского языка / под ред. Н. Ю. Шведовой. 22-е изд. М. : Рус. яз., 1990. 921 с.
- REFERENCES**
- Goloshubina O.K., 2015. Razgovor v messendzhere kak spetsificheskiy zhanr internet-kommunikatsii [Conversation in a Messenger as a Specific Genre of Internet Communication]. *Vestnik OmGU* [Science Journal of Omsk State University], no. 1, pp. 208–212.
- Goroshko E.I., 2007. Teoreticheskiy analiz internet-zhanrov: k opisaniyu problemnoy oblasti [Theoretical Analysis of Internet Genres: To the Description of the Problem]. Dement'ev V.V., ed. *Zhany rech'i: sb. nauch. tr.* [Genres of Speech. Collection of Scientific Papers]. Saratov, Kolledzh Publ., iss. 4, pp. 111–127.

- Goroshko E.I., 2012. *Sovremennye internet-kommunikatsii: struktura i osnovnye kharakteristiki* [Modern Internet Communications: Structure and Main Characteristics]. *Internet-kommunikatsiya kak novaya rechevaya formatsiya: kollektiv. monogr.* [Internet Communication As a New Speech Formation. Collective Monograph]. Moscow, Nauka Publ., Flinta Publ., pp. 9-52.
- Gromova A.V., 2021. *Perepiska v messendzhere: identifikatsiya avtora po tekstu v usloviyakh transformatsii individualiziruyushchikh priznakov* [Correspondence in the Messenger: Identifying the Author by Text in the Context of the Transformation of Individualizing Features]. *Vestnik Volgogradskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya 2. Yazykoznanie* [Science Journal of Volgograd State University. Linguistics], vol. 20, no. 2, pp. 87-98. DOI: <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2021.2.8>
- Efimenko E., 2020. *Verkhovnyy sud reshil, možhno li udalit plokhie otzvyvy o vrache* [The Supreme Court Decided Whether It is Possible to Remove Bad Reviews About a Doctor]. URL: https://pravo.ru/story/217555/?mob_emb=
- Ilchenko S.N., 2016. *Feik v praktike elektronnykh SMI: kriterii dostovernosti* [Fake in the Practice of Electronic Media: Reliability Criteria]. *Mediascope*, iss. 4. URL: <http://www.mediascope.ru/2237>
- Ilchenko S.N., 2018. *Feik kak antiistochnik informatsii: risk dlya professionalnykh standartov zhurnalistiki* [Fake as an Anti-Source of Information: A Risk for Professional Standards of Journalism]. *Gumanitarnyi vektor* [Humanitarian Vector], vol. 13, no. 5, pp. 70-76. DOI: 10.21209/1996-7853-2018-13-5-70-76
- Ionova S.V., 2016. *Lingvistika novogo yazykovogo soznaniya i informatsionnykh tekhnologiy* [Linguistics of a New Language Consciousness and Information Technology]. *Vestnik Volgogradskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya 2. Yazykoznanie* [Science Journal of Volgograd State University. Linguistics], vol. 15, no. 3, pp. 6-16. DOI: <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2016.3.1>
- Issers O.S., 2014. *Mediafeyki: mezhdu pravdoy i mistifikatsiyey* [Mediafake: Between Truth and Hoax]. *Kommunikativnye issledovaniya* [Communication Studies], no. 2, pp. 112-123.
- Issers O.S., Fedorova M.Yu., 2020. *Potentsial sudebnogo rechevedeniya v obespechenii realizatsii i zashchity prava patsienta na informatsiyu* [The Potential of Forensic Speech Science in Ensuring the Implementation and Protection of the Patient's Right to Information]. *Mezhdunarodnye i natsionalnye tendentsii i perspektivy razvitiya sudebnoy ekspertizy: sb. dokl. II Mezhdunar. nauch. konf. (g. N. Novgorod, 21–22 maya 2020 g.)* [International and National Trends and Prospects for the Development of Forensic Science. Collection of Reports from the 2nd International Scientific Conference (Nizhny Novgorod, May 21–22, 2020)]. Nizhny Novgorod, NNGU, pp. 150-158.
- Kozlovskaya A., 2018. *Kak borotsya s negativnymi otzvyvami, statyami v Internet?* [How to Deal with Negative Reviews, Articles on the Internet?]. URL: <https://vc.ru/legal/46196-kak-borotsya-s-negativnymi-otzvyvami-statyami-v-internet>
- Kuryanova I.V., Gusakova Yu.A., 2020. *Internet-kommunikatsiya kak osobaya raznovidnost distantnogo oposredovannogo diskursa* [Internet Communication As a Special Type of Distant Mediated Discourse]. *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta. Gumanitarnye nauki* [Vestnik of Moscow State Linguistic University. Humanities], no. 9 (838), pp. 83-92.
- Osadchiy M.A., 2012. *Russkiy yazyk na grani prava: Funktsionirovanie russkogo yazyka v usloviyakh pravovoy reglamentatsii rechi* [Russian Language on the Verge of Law: The Functioning of the Russian Language Under the Conditions of Legal Regulation of Speech]. Moscow, Librokom Publ. 256 p.
- Potapova R.K., Kuryanova I.V., 2021. *Osobnosti issledovaniya teksta v epokhu tsifrovoy kommunikatsii* [Features of Text Research in the Age of Internet-Mediated Communication]. *Vestnik Volgogradskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya 2. Yazykoznanie* [Science Journal of Volgograd State University. Linguistics], vol. 20, no. 2, pp. 5-15. DOI: <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2021.2.1>
- Raspopova, S.S., Bogdan E.N., 2018. *Feykovye novosti: informatsionnaya mistifikatsiya* [Fake News: Information Hoax]. Moscow, Aspekt Press Publ. 112 p.
- Potapova R.K., ed., 2016. *Rechevaya kommunikatsiya v informatsionnom prostranstve* [Speech Communication in the Information Space]. Moscow, LENAND Publ. 112 p.
- Chistova E.V., 2021. *Transformatsiya rechevogo zhanra v russkoyazychnom segmente interneta (na materiale zhanrov kinoretsenzii i zhaloby): avtoref. dis. ... kand. filol. nauk* [Transformation of the Speech Genre in the Russian-Speaking Internet (Based on the Genres of Film Reviews and Complaints). Cand. philol. sci. abs. diss.]. Moscow. 24 p.
- Appel M., Hrsg., 2020. *Die Psychologie des Postfaktischen: Über Fake News. „Lügenpresse“, Clickbait und Co.* Würzburg, Springer. 215 p.

SOURCES

- Medotzyv.ru. Otzyvy o vrachakh i bol'nitsakh* [Reviews About Doctors and Hospitals]. URL: <https://med-otzyv.ru/>
- Opredelenie Konstitutsionnogo Suda RF ot 06.06.2002 № 115-O «Ob otkaze v prinyatii k rassmotreniyu zhaloby grazhdanki Martynovoy Evgenii Zakharovny na narushenie ee konstitutsionnykh prav punktom 2 stat'i 779 i punktom 2 stat'i 782 Grazhdanskogo kodeksa Rossiyskoy Federatsii»* [Ruling of the Constitutional Court of the Russian Federation No. 115-O Dated June 6, 2002 "On Refusal to Accept for Consideration the Complaint of a Citizen Evgeniya Martynova of Violation of Her Constitutional Rights Under Paragraph 2 of Article 779 and Paragraph 2 of Article 782 of the Civil Code of the Russian Federation"]. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_37641/
- Opredelenie Konstitutsionnogo Suda RF ot 12.02.2019 № 274-O «Ob otkaze v prinyatii k rassmotreniyu zhalob Bezrukova Sergeya Vitalyevicha na narushenie ego konstitutsionnykh prav punktom 1 statyi 152.2 Grazhdanskogo kodeksa Rossiiskoy Federatsii»* [Ruling of the Constitutional Court of the Russian Federation No. 274-O Dated February 12, 2019 "On the Refusal to Accept for Consideration the Complaints of Sergey Bezrukov About the Violation of His Constitutional Rights by Paragraph 1 of Article 152.2 of the Civil Code of the Russian Federation"]. URL: <https://base.garant.ru/72192926/>
- Opredelenie Konstitutsionnogo Suda RF ot 12.02.2019 № 275-O «Ob otkaze v prinyatii k rassmotreniyu zhalob Bezrukovoy Anny Olegovny na narushenie ee konstitutsionnykh prav punktom 1 statyi 152.1 i punktom 1 statyi 152.2 Grazhdanskogo kodeksa Rossiiskoy Federatsii»* [Ruling of the Constitutional Court of the Russian Federation No. 275-O Dated February 12, 2019 "On the Refusal to Accept for Consideration the Complaints of Anna Bezrukova About the Violation of Her Constitutional Rights by Paragraph 1 of Article 152.1 and Paragraph 1 of Article 152.2 of the Civil Code of the Russian Federation"]. URL: <https://legalacts.ru/sud/opredelenie-konstitutsionnogo-suda-rf-ot-12022019-n-275-o/>
- Opredelenie Konstitutsionnogo Suda RF ot 4 fevralya 2014 g. № 373-O «Ob otkaze v prinyatii k rassmotreniyu zhaloby grazhdanki Sharafutdinovoy Leysan Irekovny na narushenie ee konstitutsionnykh prav polozheniyami chasti 2 stat'i 71 Federal'nogo zakona "Ob obrashchenii lekarstvennykh sredstv" i chasti 3.3 stat'i 34 Federal'nogo zakona "O razmeshchenii zakazov na postavki tovarov, vypolnenie rabot, okazanie uslug dlya gosudarstvennykh i munitsipal'nykh nuzhd"»* [Ruling of the Constitutional Court of the Russian Federation No. 373-O Dated February 4, 2014 "On Refusal to Accept for Consideration the Complaint of Citizen Sharafutdinova Leysan on Violation of Her Constitutional Rights by Provisions of Part 2 of Article 71 of the Federal Law 'On Circulation of Medicines' and Part 3.3 of Article 34 of the Federal Law 'On Placing Orders for Supplies of Goods, Works and Services for State and Municipal Needs'"]. URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/70515458/>
- Postanovlenie Konstitutsionnogo Suda Rossiyskoy Federatsii ot 09.07.2013 № 18-P «Po delu o proverke konstitutsionnosti polozheniy punktov 1, 5 i 6 statyi 152 Grazhdanskogo kodeksa Rossiiskoy Federatsii v svyazi s zhaloboy grazhdanina E.V. Krylova»* [Ruling of the Constitutional Court of the Russian Federation No. 18-P Dated July 9, 2013 "On the Case of Checking the Constitutionality of the Provisions of Paragraphs 1, 5 and 6 of Article 152 of the Civil Code of the Russian Federation in Connection with the Complaint of Citizen E.V. Krylov"]. URL: <https://rg.ru/2013/07/19/ks-gk-dok.html>
- Postanovlenie Konstitutsionnogo Suda Rossiyskoy Federatsii ot 25.05.2021 № 22-P «Po delu o proverke konstitutsionnosti punkta 8 chasti 1 statyi 6 federalnogo zakona "O personal'nykh dannykh" v svyazi s zhaloboy obshchestva s ogranichennoy otvetstvennostyu "MedReiting"»* [Ruling of the Constitutional Court of the Russian Federation No. 22-P Dated May 25, 2021 "On the Case of Checking the Constitutionality of Paragraph 8 of Part 1 of Article 6 of the Federal Law 'On Personal Data' in Connection with the Complaint of the Limited Liability Company 'Medrating'"]. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_385041/
- ProDoktorov: sayt № 1 pro vrachey v Rossii* [ProDoktorov: Website No. 1 About Doctors in Russia]. URL: <https://prodoctorov.ru>

DICTIONARY

Ozhegov S.I. *Tolkovyy slovar russkogo yazyka* [Explanatory Dictionary of the Russian Language]. Moscow, Russkiy yazyk Publ., 1990. 921 p.

Information About the Author

Oxana S. Issers, Doctor of Sciences (Philology), Professor, Dean of the Faculty of Philology and Media Communications, Head of the Department of Theoretical and Applied Linguistics, Dostoevsky Omsk State University, Prosp. Mira, 55a, 644077 Omsk, Russia, isserso@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0003-4027-6346>

Информация об авторе

Оксана Сергеевна Иссерс, доктор филологических наук, профессор, декан факультета филологии и медиакоммуникаций, заведующая кафедрой теоретической и прикладной лингвистики, Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского, просп. Мира, 55а, 644077 г. Омск, Россия, isserso@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0003-4027-6346>



DOI: <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2022.3.7>

UDC 81'42:004.738.5
LBC 81.055.51.5



Submitted: 15.01.2022
Accepted: 21.03.2022

**PRAGMATIC VECTOR OF VERBALIZED AGGRESSION
WITHIN INTERNET MEDIATED COMMUNICATION:
TEXTUAL CONTEXT DIMENSION¹**

Liliya R. Komalova

Institute of Scientific Information for Social Sciences of the Russian Academy of Sciences, Moscow, Russia

Ekaterina R. Sadova

Moscow State Linguistic University, Moscow, Russia

Abstract. Research on aggressive speech behavior, realized through Internet mediated communication, faces with the problem of highlighting messages that are truly aggressive, that means a person has intention of doing harm to other person (in case of written communication on social network sites, it is psychological harm). The task of identifying a real aggressor turns even more difficult once a response to speech provocation is presented in form of responsive aggression. In this case the respondent's intention differs from the desire to do harm. Since speech provocation and speech response are given in the same form, from a bystander's perspective, both actions are perceived as aggressive. It may seem that the attacker and the victim alternately play the role of the aggressor. To solve the problem of identifying the true aggressor by speech production, it becomes significant to reconstruct the framework of a particular communicative situation. The present research project focuses on the distinction between verbalization of offensive (provocative) and defensive (responsive) types of aggression, which makes it possible to fix the scheme of interaction between interlocutors while switching the roles of the aggressor and the victim. In the course of an experiment on written verbalization of aggression realized on the social network site VKontakte, based on perceptual method and linguistic pragmatics approaches, 20 respondents evaluate stimuli material (10 samples in Russian language without textual context and with pre- and post-textual contexts). It was revealed that the narrow context surrounding a speech message is significant in defining the aggressor: namely, the presence of textual pre- and post-contexts in the form of messages provoking the verbalization of defensive aggression.

Key words: context, verbalization of aggression, speech provocation, offensive aggression, responsive (defensive) aggression, social Internet network, language personality.

Citation. Komalova L.R., Sadova E.R. Pragmatic Vector of Verbalized Aggression Within Internet Mediated Communication: Textual Context Dimension. *Vestnik Volgogradskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya 2. Yazykoznanie* [Science Journal of Volgograd State University. Linguistics], 2022, vol. 21, no. 3, pp. 77-89. (in Russian). DOI: <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2022.3.7>

УДК 81'42:004.738.5
ББК 81.055.51.5

Дата поступления статьи: 15.01.2022
Дата принятия статьи: 21.03.2022

**ФАКТОР РЕЧЕВОГО КОНТЕКСТА ПРИ ОПРЕДЕЛЕНИИ
ПРАГМАТИЧЕСКОЙ НАПРАВЛЕННОСТИ ВЕРБАЛИЗОВАННОЙ АГРЕССИИ
В ИНТЕРНЕТ-ОПОСРЕДОВАННОЙ КОММУНИКАЦИИ¹**

Лилия Ряшитовна Комалова

Институт научной информации по общественным наукам РАН, г. Москва, Россия

Екатерина Романовна Садова

Московский государственный лингвистический университет, г. Москва, Россия

Аннотация. Представленное в статье изучение агрессивного речевого поведения собеседников в рамках интернет-опосредованной коммуникации находится в русле проблем выделения сообщений, которые

являются истинно агрессивными: содержащими интенцию нанесения ущерба, в том числе психологического. Особое внимание уделено коммуникации, в которой реакцией на агрессивное действие становится ответное агрессивное действие. Показано, что интенция отвечающего отличается от желания нанести ущерб и определение агрессора усложняется, поскольку по форме ответная реакция схожа с провокативным действием. Для решения задачи выявления истинного агрессора по речевой продукции значимым становится восстановление рамок конкретной коммуникативной ситуации. В фокусе внимания настоящего исследования находится различие наступательной и ответной речевой агрессии, которое позволяет зафиксировать схему взаимодействия коммуникантов при переключении ролей агрессора и жертвы. Представлены результаты изучения вербализации агрессии в сообщениях социальной интернет-сети «ВКонтакте»: реципиенты оценивали стимульный материал вне контекста (сообщений других участников дискуссии), в одном из контекстов (предшествующем или последующем) и в двух контекстах. Установлено, что при определении агрессора значим узкий речевой контекст, окружающий речевое сообщение, а именно наличие предшествующего и последующего контекстов в виде текстовых сообщений, провоцирующих вербализацию оборонительной агрессии.

Ключевые слова: контекст, вербализация агрессии, речевая провокация, наступательная агрессия, оборонительная агрессия, социальная интернет-сеть, языковая личность.

Цитирование. Комалова Л. Р., Садова Е. Р. Фактор речевого контекста при определении прагматической направленности вербализованной агрессии в интернет-опосредованной коммуникации // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2, Языкознание. – 2022. – Т. 21, № 3. – С. 77–89. – DOI: <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2022.3.7>

Введение

Языковая личность в рамках разработанной Ю.Н. Карауловым теории представляет собой личность, «выраженную в языке (текстах) и через язык, личность, реконструированную в основных своих чертах на базе языковых средств» [Караулов, 1987, с. 38]. На основе анализа употребления языка (реализации языковой способности человека) можно получить выводное знание о личности как об индивидууме и авторе произведенных им текстов [Бушев, 2021, с. 72]. Интернет-опосредованная коммуникация является благодатным источником материала для изучения языковой личности на основе письменной продукции интернет-пользователей в различных коммуникативных ситуациях и контекстах. Несмотря на то что компьютерно-опосредованная коммуникация опирается на письменную реализацию языкового кода, направлена она, по словам С.В. Ионовой, на воспроизведение диалогических отношений естественной формы коммуникации [Ионова, 2016, с. 9].

В центре нашего внимания находится мотивационно-прагматический уровень языковой личности (по Ю.Н. Караулову), в рамках которого происходит «выявление и характеристика мотивов и целей, движущих развитием языковой личности, ее поведением и индивидуальным стилем формирования произ-

водимых ею текстов» [Беляевская, 2017, с. 44]. В частности, нас интересуют вопросы о том, насколько правомерно на основе анализа вербализованной агрессии (в плане содержания и в плане выражения) характеризовать индивида как агрессора и какими мотивами руководствуется языковая личность при вербализации агрессии.

Согласно Н.Н. Панченко, учитывая специфику взаимодействия и взаимосвязи с партнером по коммуникативной деятельности, возможности кооперации в речевом поведении, которое имеет место в повседневности, можно выделить несколько типов языковой личности: кооперативную, центрированную и конфликтную [Панченко, 2012]. В данной и подобных ей классификациях (см., например: [Иссерс, 2008; Седов, 2000; Третьякова, 2013]) за конфликтной (конфронтационной) языковой личностью закрепляется намерение причинить вред, однако не учитывается конфликтное речевое поведение как форма, требуемая ситуацией общения (например, при вербализации инструментальной агрессии, см. об этом: [Комалова, 2016, с. 20, 39]) или как защитная реакция на речевое нападение.

Исследование вопроса вербализации «оборонительной (защитной)» агрессии в интернет-опосредованной коммуникации необходимо начать с выявления содержания понятия «агрессия». Д. Майерс определяет агрес-

сию как физическое или вербальное поведение, нацеленное на причинение ущерба / нанесение вреда. При этом возможно широкое понимание агрессии как намеренных действий двух или более лиц, одним из которых является агрессор (тот, кто нападает), другим – жертва (тот, на кого совершается физическое или вербальное нападение) [Майерс, 2019]. Агрессия может быть направлена как на причинение реального физического вреда или материального ущерба, так и на нанесение психоэмоционального вреда личности [Ильясов, 2000]. Многие исследователи разграничивают понятия агрессии и агрессивности: агрессия отражает враждебность, негативный настрой человека, а агрессивность – предрасположенность человека к атакующему типу поведения [Берковиц, 2007; Бэрон, Ричардсон, 2014; Мацумото, 2006; Налчаджян, 2007; Трифионов, 1996; Bass, 1963; Bass, 1966; Dollard et al., 1939; Kornadt, 1982; Zillmann, 1979].

Несмотря на то что в основе большинства определений агрессии находится стремление индивида причинить вред другому, «за многими агрессивными действиями не стоит цели причинения вреда и ущерба, агрессия может служить цели повышения самооценки, самоутверждения, адаптации, самосохранения» [Банщикова, 2013, с. 3] и реализовываться как инструментальный вид агрессии, когда индивид выбирает агрессивную форму воздействия для достижения цели, отличной от причинения вреда. По мнению Т.Н. Банщиковой, «основная мотивация подобных действий – стремление достичь субъективно значимых выгод, игнорируя отношение к данным действиям других, а следовательно, данное поведение мотивировано, как правило, социально неодобряемым или относительно одобряемым стремлением» [Банщикова, 2013, с. 3].

Согласно классификации, предложенной С. Фешбахом, условно можно выделить наступательный (нападение), оборонительный (защита) и инструментальный виды агрессии. Последний, по мнению исследователя, «выступает в качестве средства достижения целей и мотивов неагрессивного содержания (например, воспитание путем наказания, выстрел в бандита, захватившего заложника, и т. п.)... нанесение ущерба носит инструмен-

тальный характер, являясь условием для достижения других целей, а не самоцелью» [Банщикова, 2013, с. 3].

Оборонительная агрессия понимается, в частности Э. Фроммом, как фактор биологической адаптации живого существа. Ученый утверждал, что оборонительная агрессия животного выражена в большей мере, чем у человека. Оборонительная агрессия не связана со стремлением разрушать, чтобы разрушать; по своей сути оборонительная агрессия является естественной ответной реакцией на возникающую угрозу [Фромм, 2020]. Однако между человеком и животным наблюдается значительное различие. Как показано в работе А.В. Тарасенко, у людей оборонительная агрессия может возникать не только при условии реальной угрозы для жизни [Тарасенко, 2017], но и в ответ на угрозу другим людям, их статусу, имиджу, имуществу, а также в ответ на потенциальные угрозы и то, что угрожает ментальному здоровью индивида или других людей. Кроме того, оборонительная агрессия может рассматриваться как способ психологической защиты, как неосознаваемый процесс, направленный на минимизацию отрицательных переживаний [Никольская, Грановская, 2006] с целью создания условий, максимально повышающих приспособляемость и состояние уравновешенности психики. Оборонительная агрессия – это всегда ответная реакция на нападение со стороны: человек защищается, когда что-либо угрожает его витальным интересам [Фромм, 2020]. В общем виде функции оборонительной агрессии можно представить следующим образом:

- собственная защита, то есть защита себя и своих интересов;
- защита других индивидов и их интересов;
- снятие психоэмоционального напряжения в ситуации давления со стороны;
- желание защититься от постороннего вмешательства, то есть стремление противопоставить себя навязываемым идеям;
- снятие чувства собственной вины за какой-либо проступок (в случае необоснованной агрессии со стороны другого индивида).

Таким образом, оборонительная агрессия нацелена на сохранение оптимально стабильного психологического состояния индивида при негативном воздействии со стороны.

Именно вербализация оборонительной агрессии находится в центре нашего внимания.

Материал и методы

В качестве материала для пилотного экспериментального исследования использованы различные обсуждения (письменные сообщения) в социальной интернет-сети «ВКонтакте». Выбор тем анализируемых дискуссий обусловлен социально значимым характером обсуждаемого (обязательная вакцинация, запрет аборт) и разделением мнений на полярные, высказывая которые коммуниканты формулируют четкие позиции, выступая «за» и «против» определенного тезиса.

Для проведения эксперимента было отобрано десять коммуникативных ситуаций², которые строились по следующей схеме:

- 1) инициальное сообщение – речевая провокация от условного агрессора (Коммуникант 1);
- 2) вербализация ответной оборонительной реакции от условной жертвы (Коммуникант 2);
- 3) новая речевая провокация / вербализация ответной оборонительной реакции от условного агрессора (Коммуникант 1).

Количество ситуаций, когда в роли условной жертвы выступали коммуниканты, различающиеся по гендерному признаку, представлены равномерно: 5 ситуаций с коммуникантом-женщиной, 5 – с коммуникантом-мужчиной.

Процедура проведения исследования

Для анализа материала были просмотрены обсуждения в социальной интернет-сети «ВКонтакте» на русском языке и составлена

рабочая база образцов вербализации оборонительной агрессии с целью дальнейшего использования в опросе в качестве стимульного материала, а также составлен список заданий, которые давались участникам опроса. Респондентам предлагалось проанализировать каждую ситуацию коммуникативного общения в четырех вариантах (4 сеанса) и ответить на вопросы анкеты.

Гипотезой исследования стало предположение о том, что результат восприятия стимульного сообщения, репрезентирующего вербализацию агрессии, будет изменяться в пользу оценки сообщения как оборонительного вида агрессии при условии введения речевого контекста, в котором «читается» речевая провокация в виде вербализованной наступательной агрессии.

Исследование проводилось в четыре сеанса. В первом сеансе предлагалось проанализировать образец (сообщение условной жертвы «Коммуникант-2») без контекста (рис. 1). Во втором сеансе анализировался образец с предшествующим («левым») контекстом (сообщением, которое провоцировало оборонительную агрессию и размещалось до сообщения условной жертвы) (см. рис. 2). В третьем сеансе анализировался образец с последующим («правым») контекстом (сообщением, которое следовало после реализации оборонительной агрессии и располагалось после сообщения условной жертвы) (см. рис. 3). В четвертом сеансе анализировался образец в двух контекстах (сообщение условной жертвы, предваряемое сообщением провокатора и закрывающееся сообщением – реакцией провокатора) (см. рис. 4).

От каждого участника исследования было получено информированное согласие на использование данных, предоставленных в ходе выполнения экспериментальных заданий.

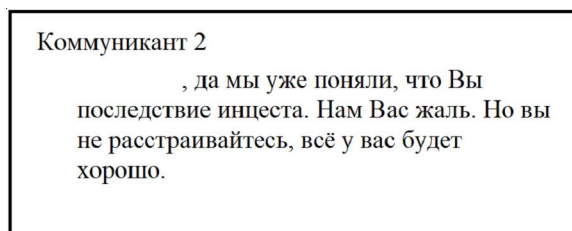


Рис. 1. Пример анализируемого сообщения вне контекста
 Fig. 1. Example of the analyzed message without any textual context

Коммуникант 1
Естественно,они там до сих пор с баранами
шпохаются, какие им технологии

Коммуникант 2
Под бараны ты видимо
подразумеваешь себя и таких как ты !!!

Рис. 2. Пример анализируемого сообщения с предшествующим («левым») контекстом
Fig. 2. Example of the analyzed message with textual (“left”) pre-context

Коммуникант 2
, ого откуда тогда генетические
заболевания передающиеся по
материнской линии? И где такая
альтернативная биология? На мд сайтах?
Очень похоже по уровню интеллекта

Коммуникант 1
Читай глазами, а не другими органами.
"Носитель информации".

Рис. 3. Пример анализируемого сообщения с последующим («правым») контекстом
Fig. 3. Example of the analyzed message with textual (“right”) post-context

Коммуникант 1
у заабортных зомбуляк вообще логика
порой срывается. Это их истинное амшлуа.
"прерви беременность, а то у тебя полы
ещё не помыты". Их высказывания - это
сам по себе сильнейший демотиватор

Коммуникант 2
, дура набитая, большинство сторонниц
абортов имеют детей и знают о том, что
такое ответственность. Это только такие
нищенки, как ты и тебе подобные,
стараются людей в свое болото затащить и
глумиться.

Коммуникант 1
... Ооосподи 🙄🙄🙄... Эта имбецилка
даже не может на голову натянуть, о чём
я. С кем мы тут диалог ведём?... Сборище
одноклеточных. И это наняли, чтобы
двигать аборт в стране? Биг фарма! Не
нанимай по объявлениям!

Рис. 4. Пример анализируемого сообщения в двух контекстах
Fig. 4. Example of the analyzed message with both textual pre- and post-contexts

Опросник

Участники исследования в процессе анализа стимульного материала выполняли следующие задания. Было необходимо:

1) определить, присутствует ли в исследуемом образце вербализованная агрессия (только в первом сеансе);

2) определить вид агрессии (наступательная или оборонительная);

3) указать, на основе каких языковых средств респонденты сделали вывод о том, что анализируемое сообщение является вербализованной агрессией (только в первом сеансе).

Участникам было предложено ответить на вопросы, касающиеся их демографических данных (гендер, возраст, вид профессиональной деятельности, город рождения и проживания, уровень образования, специальность по диплому).

Сведения об участниках

Опрос был создан и проведен при помощи платформы Google Forms. В исследовании участвовали совершеннолетние испытуемые, которые говорят на русском языке. Все они являются пользователями Интернета, в частности социальной сети «ВКонтакте». Всего опрошено 20 респондентов, были привлечены в основном студенты (табл. 1).

Результаты и обсуждение

Результаты исследования сообщений вне контекста

Предварительно респонденты ознакомились с памяткой, в которой раскрыто содержание понятия «агрессия» и охарактеризованы различия между наступательным и оборонительным видами агрессии.

В рамках первого сеанса исследования стимульного материала проводился анализ сообщений на предмет наличия вербализованной агрессии по принципу «есть» / «нет». Результаты данного сеанса представлены в таблице 2.

Согласованность ответов респондентов составила 94 %. Среди оснований для выявления в данных образцах вербализованной агрессии респонденты указывали на:

– возмущенный тон выражения собственного мнения, категоричность;

– многократное использование вопросов, что является распространенным средством выражения раздражения в ходе коммуникации;

– употребление лексем с негативной коннотацией, относящихся к семантическому полю «агрессия» (см.: [Комалова, 2020, с. 94–116]) со значением разрушительных действий (*утопить, выбросить на мусорку*);

– наличие лексем, содержащих маркированный префикс с оценочным значением (*НЕ-вакцинированных*);

Таблица 1. Демографические характеристики группы респондентов (в абсолютных единицах)

Table 1. Respondents' demographic characteristics (in absolute measures)

Характеристики		Гендер респондентов	
		мужчины	женщины
Возраст респондентов	18–24 лет	8	12
Образование	магистратура	2	0
	бакалавриат	4	8
	ПТУ	0	2
	полное среднее (11 классов)	2	2
Профессиональная занятость	работаю	0	1
	учусь и работаю	5	5
	учусь	3	5
	ничего не делаю	0	1

Таблица 2. Оценка респондентами анализируемых сообщений вне контекста, %

Table 2. How respondents evaluate the analyzed messages without any textual context, %

№ исследуемого образца * (анализируемого сообщения условной жертвы)	Наличие вербализованной агрессии		Вид вербализованной агрессии	
	Да	Нет	Наступательная	Оборонительная
(7) «За...ли сраные клавишные герои , которые только тут могут строчить про другие народы а в лицо сказать очко сжимается»	100	0	90	10
(8) «В Россию пришла третья волна. Не заметили? У НЕ-вакцинированных стало ещё больше шансов поучаствовать в естественном отборе. Успехов.»	85	15	90	10
(5) «Дура набитая, большинство сторонниц абортов имеют детей и знают о том, что такое ответственность. Это только такие нищенки, как ты и тебе подобные, стараются людей в своё болото затащить и глумиться.»	95	5	75	25
(2) «Да мы уже поняли, что Вы последствие инцеста. Нам Вас жаль. Но вы не расстраивайтесь, всё у вас будет хорошо.»	95	5	70	30
(1) «Ого откуда тогда генетические заболевания передающиеся по материнской линии? И где такая альтернативная биология? На мд сайтах? Очень похоже по уровню интеллекта»	95	5	65	35
(6) «А Вы не плодитесь? Сами поняли, что написали? Ок, если агрессивных собак можно отстреливать, то можно так же поступать с агрессивными людьми?) возможно с Вами, судя по стилю мышления?)К слову, в процессе продолжения рода участвует не 1 субъект) Так что когда плодиться начнёте Вы, не забудьте утопить детей в ведре или выбросить в пакете на мусорку, как котят и щенков, раз вы считаете разумным проводить такую аналогию»	100	0	60	40
(9) «а заражаются, болеют, гибнут люди без «б...го цирка», так? язык прикуси!»	95	5	50	50
(3) «Про мужа тут вообще речи нет. Найс способ говорить про него, чтобы обесценить заслуги этой мамы: а от неё ничего другого и не ожидалось, муж-то работает! А мб его нет вообще. А мб она вдова. А мб у неё не муж, а жена (привет, эко). Да и как-то вы себя переоцениваете. Чел, если ты в любой новости видишь здорового богатого папика, отрефлексируй это, мы не осудим.»	80	20	50	50
(10) «Ну можно сказать, что дебилка тут только ты. Мы не знаем, через что он прошёл.»	100	0	40	60
(4) «Под бараны ты видимо подразумеваешь себя и таких как ты !!!»	95	5	40	60

Примечание. * – в текстах сообщений сохранены авторские орфография и пунктуация, но obscene лексика цензурирована при помощи знака «...». Поскольку в таблицах обобщены реакции на одни и те же образцы, то в таблицах 4, 5, 6 даны только номера исследуемых образцов.

Note. * – the original spelling and punctuation in the messages are preserved, but obscene words are censored with the sign "...". Since the reactions to the same samples are represented, only the numbers of the studied specimens are given in tables 4, 5, 6.

– использование сарказма, выраженно-го при помощи лексики с положительной коннотацией, которая контрастирует с негативно окрашенной лексикой (*успехов; больше шансов поучаствовать в естественном отборе*).

Образец № 3 вызвал больше всего сомнений при оценке его на предмет наличия вербализованной агрессии. Сомнения могут объясняться:
– нейтральным тоном рассуждения;
– отсутствием лексем, содержащих только отрицательную характеристику для

номинации, контекстуальное употребление которых может быть расценено как агрессивное или оскорбительное;

– отсутствием лексем в переносных значениях с презрительной, уничижительной, бранной окраской.

В таблице 2 представлены результаты оценки респондентами вида вербализованной агрессии (наступательная / оборонительная). В большинстве анализируемых сообщений без (вне) контекста респонденты оценили речевую продукцию как вербализацию наступательного вида агрессии.

Далее каждое сообщение исследовалось с позиций наличия языковых средств, маркирующих вербализацию агрессии (подробно о маркерах см.: [Комалова, 2015, с. 60–66; Комалова, 2020, с. 61–68; Петрова, Рацибурская, 2017]). При анализе каждого образца респонденты могли обозначить несколько категорий языковых средств, указывающих, по их мнению, на вербализованную агрессию.

Результаты оценки респондентами стимульного материала (табл. 3) свидетельствуют о том, что наиболее частотным маркером вербализации агрессии являются лексические средства (43,09 %), далее следуют синтактико-стилистические (30,35 %), грамматические (14,36 %) и пунктуационные средства (12,2 %).

Результаты исследования сообщений в контекстах

Во время второго, третьего и четвертого сеансов респондентам предлагалось опре-

делить вид вербализованной агрессии (наступательная / оборонительная) в сообщениях, находящихся в контекстах. Полученные результаты представлены в таблицах 4–6.

При наличии предшествующего («левого») контекста наблюдается резкое (45–59,6 %) снижение доли оценок «наступательная агрессия» в отношении сообщений № 7, 8, которые вне контекста респонденты воспринимали как наступательную агрессию с наибольшим уровнем согласованности. Для менее однозначных в оценках респондентов образцов № 5, 2, 1, 6, 9 сохраняется тенденция на оценку сообщений как вербализации оборонительной агрессии. Наряду с этим при оценке образцов № 3, 10, 4 с предшествующим («левым») контекстом респонденты склоняются к мнению, что высказывания представляют вербализацию наступательной агрессии. В целом можно сказать, что наличие предшествующего («левого») контекста в коммуникативной ситуации вербализации оборонительной агрессии условной жертвой (Коммуникант-2) способствует распознаванию оборонительного характера ответной агрессии.

Тенденция на распознавание оборонительного типа ответной агрессии характерна и для сообщений с последующим («правым») контекстом.

При восприятии сообщений в контекстах с обеих сторон респонденты еще в большей степени склоняются к тому, чтобы охарактеризовать эти сообщения как вербализацию оборонительного вида агрессии.

Таблица 3. Оценка респондентами языковых средств, маркирующих вербализованную агрессию в исследуемых сообщениях, %

Table 3. How respondents evaluate language means marking verbalized aggression in the analyzed messages, %

№ образца	Языковые средства, маркирующие агрессию			
	Лексика	Грамматика	Синтаксис, стилистика	Пунктуация
1	35,48	6,45	58,06	0,00
2	39,39	12,12	45,45	3,03
3	31,82	18,18	29,55	20,45
4	39,02	9,76	9,76	41,46
5	50,00	16,67	27,78	5,56
6	35,29	23,53	31,37	9,80
7	80,00	8,00	12,00	0,00
8	34,29	11,43	48,57	5,71
9	37,50	14,58	29,17	18,75
10	76,00	16,00	8,00	0,00
Всего	43,09	14,36	30,35	12,20

Таблица 4. Сопоставление оценок, данных респондентами в отношении стимульного материала вне контекста и анализируемых сообщений с предшествующим («левым») контекстом, %

Table 4. Comparing respondents' evaluations towards the stimulus material without any textual context and analyzed messages with textual ("left") pre-context, %

№ исследуемого образца (анализируемого сообщения условной жертвы)	Вид вербализованной агрессии			
	Наступательная		Оборонительная	
	Без контекста	С <i>левым</i> контекстом	Без контекста	С <i>левым</i> контекстом
(7)	90,0	30,4	10,0	69,6
(8)	90,0	45,0	10,0	55,0
(5)	75,0	50,0	25,0	50,0
(2)	70,0	52,4	30,0	47,6
(1)	65,0	85,0	35,0	15,0
(6)	60,0	40,0	40,0	60,0
(9)	50,0	47,6	50,0	52,4
(3)	50,0	56,5	50,0	43,8
(10)	40,0	45,0	60,0	55,0
(4)	40,0	61,9	60,0	38,1

Таблица 5. Сопоставление оценок, данных респондентами в отношении стимульного материала вне контекста и анализируемых сообщений с последующим («правым») контекстом, %

Table 5. Comparing respondents' evaluations towards the stimulus material without any textual context and analyzed messages with textual ("right") post-context, %

№ исследуемого образца (анализируемого сообщения условной жертвы)	Вид вербализованной агрессии			
	Наступательная		Оборонительная	
	Без контекста	С <i>правым</i> контекстом	Без контекста	С <i>правым</i> контекстом
(7)	90,0	63,6	10,0	36,4
(8)	90,0	40,9	10,0	59,1
(5)	75,0	42,8	25,0	57,2
(2)	70,0	45,4	30,0	54,6
(1)	65,0	52,8	35,0	47,2
(6)	60,0	52,8	40,0	47,2
(9)	50,0	20,0	50,0	80,0
(3)	50,0	61,9	50,0	38,1
(10)	40,0	40,0	60,0	60,0
(4)	40,0	63,6	60,0	36,4

Таблица 6. Сопоставление оценок, данных респондентами в отношении стимульного материала вне контекста и анализируемых сообщений в контекстах с обеих сторон, %

Table 6. Comparing respondents' evaluations towards the stimulus material without any textual context and analyzed messages with both textual pre- and post-contexts, %

№ исследуемого образца (анализируемого сообщения условной жертвы)	Вид вербализованной агрессии			
	Наступательная		Оборонительная	
	Без контекста	Оба контекста	Без контекста	Оба контекста
(7)	90,0	20,0	10,0	80,0
(8)	90,0	38,8	10,0	61,2
(5)	75,0	38,0	25,0	62,0
(2)	70,0	45,4	30,0	54,6
(1)	65,0	52,8	35,0	47,2
(6)	60,0	14,2	40,0	85,8
(9)	50,0	45,4	50,0	54,6
(3)	50,0	50,0	50,0	50,0
(10)	40,0	52,8	60,0	47,2
(4)	40,0	57,1	60,0	42,9

Заключение

Вопреки общественному стереотипу о том, что агрессия – это осознанное зло, в рамках научной парадигмы атрибутируется принципиально важное значение для жизни человека как биологического и социального существа: она может рассматриваться и как способ нападения, и как способ защиты. Во втором случае агрессия проявляется в ответ на ситуации, которые представляют опасность и угрозу для индивида.

В речевой коммуникации определение вида агрессии затруднено, так как и наступательный, и оборонительный виды агрессии реализуются при помощи схожих языковых средств.

В ходе экспериментального исследования, описанного в настоящей статье, была предпринята попытка выявить степень влияния речевого контекста на восприятие вербализации оборонительного вида агрессии. Рабочая гипотеза была подтверждена на основе анализа оценивания респондентами сообщений без контекста и в различных контекстах (текстовых сообщениях). Полученные результаты позволяют сделать вывод о том, что наличие как предшествующего («левого»), так и последующего («правого») контекстов в равной степени влияет на уточнение вида агрессии, вербализуемого в анализируемом сообщении.

В связи с этим в речевой коммуникации при определении прагматической направленности вербализованной агрессии на нападение или на защиту речевого контекст следует учитывать как один из обязательных параметров оценки речевого поведения языковой личности – потенциального агрессора / жертвы.

ПРИМЕЧАНИЯ

¹ Исследование выполнено в рамках государственного задания ФГБУН ИНИОН РАН (проект «Лингвокультурные аспекты цивилизационных противоречий»).

The research is conducted within state task to INION RAN, project «Linguacultural aspects of civilizational contradictions».

² Образцы вербализации ответной оборонительной агрессии отбирались на основе анализа ветки сообщений и выделения в ней сообщений, провоцирующих ответную реакцию, и сообщений-реакций.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Банщикова Т. Н., 2013. Агрессия как понятийный конструкт: объяснительные характеристики и виды // Концепт. № 8. С. 71–75. URL: <http://e-koncept.ru/2013/13169.htm>
- Беляевская Е. Г., 2017. Теория языковой личности и когнитивная лингвистика // Языковая личность: аспекты изучения. М. : Макс Пресс. С. 34–46.

- Берковиц Л., 2007. Агрессия: причины, последствия, контроль. СПб. : Прайм-Еврознак. 510 с.
- Бушев А. Б., 2021. Языковая личность блогера // Родная словесность в современном культурном и образовательном пространстве. Тверь : Твер. гос. ун-т. № 10 (16). С. 71–76.
- Бэрон Р., Ричардсон Д., 2014. Агрессия. 2-е изд. СПб. : Питер. 416 с.
- Ильясов Ф. Н., 2000. Политический маркетинг. Искусство и наука побеждать на выборах. М. : ИМА-пресс. 201 с. URL: <http://iliassov.info/pm/Iliassov-FN-Political-Marketing-2000.pdf>
- Ионова С. В., 2016. Лингвистика нового языкового сознания и информационных технологий // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2, Языкознание. Т. 15, № 3. С. 6–16. DOI: <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2016.3.1>
- Иссерс О. С., 2008. Коммуникативные стратегии и тактики в русской речи. 5-е изд., стер. М. : ЛКИ. 284 с.
- Караулов Ю. Н., 1987. Русский язык и языковая личность. М. : Наука. 263 с.
- Комалова Л. Р., 2015. Язык и речевая агрессия. М. : ИНИОН РАН. 75 с.
- Комалова Л. Р., 2016. Межличностная коммуникация: от конфликта к консенсусу. М. : ИНИОН РАН. 180 с. URL: http://inion.ru/site/assets/files/2556/2016_mon_mezhlichnostnaia_kommunikatciia-1.pdf
- Комалова Л. Р., 2020. Агрессогенный дискурс: типология мультилингвальной вербализации агрессии. 2-е изд., стер. М. : Спутник+. 275 с.
- Майерс Д., 2019. Социальная психология. 7-е изд. СПб. : Питер. 800 с.
- Мацумото Д., 2006. Психология и культура. М. : Прайм-Еврознак. 416 с.
- Налчаджян А. А., 2007. Агрессивность человека. СПб. : Питер. 734 с.
- Никольская И. М., Грановская Р. М., 2006. Психологическая защита у детей. М. : Речь. 342 с.
- Панченко Н. Н., 2012. Коммуникативная лингвистика // Россия лингвистическая: научные направления и школы Волгограда. Волгоград : Волгогр. науч. изд-во. С. 262–283.
- Петрова Н. Е., Рацибурская Л. В., 2017. Язык современных СМИ: средства речевой агрессии. М. : Флинта ; Наука. 155 с.
- Седов К. Ф., 2000. Типы языковых личностей по способности к кооперации в речевом поведении // Проблемы речевой коммуникации. Саратов : Сарат. гос. ун-т. С. 6–12.
- Тарасенко А. В., 2017. Агрессия и пути ее предупреждения // Молодой ученый. № 12. С. 196–199.
- Третьякова В. С., 2013. Речевая конфликтология: проблемы, задачи, перспективы // Вестник Челябинского государственного университета. Вып. 73. Филология. Искусствоведение. № 1 (292). С. 279–282.
- Трифонов Е. В., 1996. Психофизиология профессиональной деятельности : словарь. СПб. : [б. и.]. 316 с.
- Фромм Э., 2020. Анатомия человеческой деструктивности. М. : АСТ. 736 с.
- Bass A. H., 1963. Physical Aggression in Relation to Different Frustrations // Journal of Abnormal and Social Psychology. Vol. 67. P. 1–7.
- Bass A. H., 1966. Instrumentality of Aggression, Feedback, and Frustration As Determinants of Physical Aggression // Journal of Personality and Social Psychology. Vol. 3 (2). P. 153–162.
- Dollard J., Doob L.W., Miller N.E., Mowrer H.O., Sears R.R., 1939. Frustration and Aggression. New Heaven : Yale University Press. 209 p.
- Kornadt H. J., 1982. Aggressionsmotiv und Aggressionshemmung. Band 1, 2. Bern : Huber. 195 S.
- Zillmann D., 1979. Hostility and Aggression. N. Y. ; Hillsdale : L. Erlbaum Associates. 440 p.

REFERENCES

- Banshchikova T.N., 2013. Agressiya kak ponyatiynny konstrukt: obyasnitelnye kharakteristiki i vidy [Aggression as a Conceptual Concept, Explanatory Characteristics and Types]. *Kontsept* [Concept], no. 8, pp. 71-75. URL: <http://e-koncept.ru/2013/13169.htm>
- Belyaevskaya E.G., 2017. Teoriya yazykovoy lichnosti i kognitivnaya lingvistika [Theory of Linguistic Personality and Cognitive Linguistics]. *Yazykovaya lichnost: aspekty izucheniya* [Linguistic Personality: Aspects Under Investigation]. Moscow, Maks Press Publ., pp. 34-46.
- Berkowitz L., 2007. *Agressiya: prichiny, posledstviya, kontrol* [Aggression: Its Causes, Consequences, and Control]. Saint Petersburg, Praim-Evroznak Publ. 510 p.
- Bouchev A.B., 2021. Yazykovaya lichnost blogera [Blogger's Linguistic Personality]. *Rodnaya slovesnost v sovremennom kulturnom i obrazovatelnom prostranstve* [Native Literature in Modern Cultural and Educational Space]. Tver, Tverskoy gosudarstvennyy universitet, no. 10 (16), pp. 71-76.
- Baron R., Richardson D., 2014. *Agressiya* [Aggression]. Saint Petersburg, Piter Publ. 416 p.
- Ilyasov F.N., 2000. *Politicheskij marketing. Iskustvo i nauka pobezhdat na vyborah* [Political

- Marketing. Art and Science to Win the Elections]. Moscow, IMA-press Publ. 201 p. URL: <http://iliassov.info/pm/Iliassov-FN-Political-Marketing-2000.pdf>
- Ionova S.V., 2016. Lingvistika novogo yazykovogo soznaniya i informatsionnykh tekhnologiy [Linguistics of a New Language Consciousness And Information Technology]. *Vestnik Volgogradskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya 2. Yazykoznanie* [Science Journal of Volgograd State University. Linguistics], vol. 15, no. 3, pp. 6-16. DOI: <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2016.3.1>
- Issers O.S., 2008. *Kommunikativnye strategii i taktiki v russkoy rechi* [Communicative Strategies and Tactics in Russian Speech]. Moscow, LKI. 284 p.
- Karaulov Yu.N., 1987. *Russkiy yazyk i yazykovaya lichnost* [Russian Language and Language Personality]. Moscow, Nauka Publ. 263 p.
- Komalova L.R., 2015. *Yazyk i rechevaya agressiya* [Language and Speech Aggression]. Moscow, INION RAN. 75 p.
- Komalova L.R., 2016. *Mezhlichnostnaya kommunikatsiya: ot konflikta k konsensusu* [Interpersonal Communication: From Conflict to Consensus]. Moscow, INION RAN. 180 p. URL: http://inion.ru/site/assets/files/2556/2016_mon_mezhlichnostnaia_kommunikatcia-1.pdf
- Komalova L.R., 2020. *Agressogennyi diskurs: tipologiya multilingualnoy verbalizatsii agressii* [Aggressogen Discourse: The Multilingual Aggression Verbalization Typology]. Moscow, Sputnik + Publ. 275 p.
- Mayers D., 2019. *Socialnaya psikhologiya* [Social Psychology]. Saint Petersburg, Piter Publ. 800 p.
- Matsumoto D., 2006. *Psikhologiya i kultura* [Psychology and Culture]. Moscow, Praim-Evroznak Publ. 416 p.
- Nalchadzhyan A.A., 2007. *Agressivnost cheloveka* [Human Aggressiveness]. Saint Petersburg, Piter Publ. 734 p.
- Nikolskaya I.M., Granovskaya R.M., 2006. *Psikhologicheskaya zashchita u detey* [Psychological Protection in Children]. Moscow, Rech Publ. 342 p.
- Panchenko N.N., 2012. *Kommunikativnaya lingvistika* [Communicative Linguistics]. *Rossiya lingvisticheskaya: nauchnye napravleniya i shkoly Volgograda* [Linguistic Russia: Volgograd Scientific Fields and Schools]. Volgograd, Volgogradskoe nauchnoe izd-vo, pp. 262-283.
- Petrova N.E., Ratsiburskaya L.V., 2017. *Yazyk sovremennykh SMI: sredstva rechevoy agressii* [Language of Modern Media: Means of Speech Aggression]. Moscow, Flinta Publ., Nauka Publ. 155 p.
- Sedov K.F., 2000. *Tipy yazykovykh lichnostey po sposobnosti k kooperatsii v rechevom povedenii* [Types of Linguistic Personality Based on the Ability to Cooperate in Speech Behavior]. *Problemy rechevoy kommunikatsii* [Issues of Speech Communication]. Saratov, Saratovskiy gosudarstvennyy universitet, pp. 6-12.
- Tarasenko A.V., 2017. *Agressiya i puti ee preduprezhdeniya* [Aggression and Ways to Prevent from It]. *Molodoy uchenyi*, no. 12, pp. 196-199.
- Tretyakova V.S., 2013. *Rehevaya konfliktologiya: problemy, zadachi, perspektivy* [Speech Conflictology: Problems, Tasks, Perspectives]. *Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta. Vyp. 73. Filologiya. Iskusstvovedenie* [Bulletin of Chelyabinsk State University. Iss. 73. Philology. Art History], no. 1 (292), pp. 279-282.
- Trifonov E.V., 1996. *Psikhofiziologiya professionalnoy deyatel'nosti: slovar* [Psychophysiology of Professional Activity. Dictionary]. Saint Petersburg, s. n. 316 p.
- Fromm E., 2020. *Anatomiya chelovecheskoy destruktivnosti* [The Anatomy of Human Destructiveness]. Moscow, AST Publ. 736 p.
- Bass A.H., 1963. Physical Aggression in Relation to Different Frustrations. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, vol. 67, pp. 1-7.
- Bass A.H., 1966. Instrumentality of Aggression, Feedback, and Frustration as Determinants of Physical Aggression. *Journal of Personality and Social Psychology*, vol. 3 (2), pp. 153-162.
- Dollard J., Doob L.W., Miller N.E., Mowrer H.O., Sears R.R., 1939. *Frustration and Aggression*. New Haven, Yale University Press. 209 p.
- Kornadt H.J., 1982. *Aggressionsmotiv und Aggressionshemmung. Band 1, 2*. Bern, Huber. 195 S.
- Zillmann D., 1979. *Hostility and Aggression*. New York, Hillsdale, L. Erlbaum Associates. 440 p.

Information About the Authors

Liliya R. Komalova, Doctor of Sciences (Philology), Head of the Department of Resource Capability Development, Leading Researcher, Department of Linguistics, Institute of Scientific Information for Social Sciences of the Russian Academy of Sciences, Prosp. Nakhimovsky, 51/21, 117418 Moscow, Russia, komalova@inion.ru, <https://orcid.org/0000-0002-0955-5315>

Ekaterina R. Sadova, Bachelor in Linguistics, Moscow State Linguistic University, Ostozhenka St, 38, 119034 Moscow, Russia, sunnyksad@inbox.ru, <https://orcid.org/0000-0002-3060-859X>

Информация об авторах

Лилия Ряшитовна Комалова, доктор филологических наук, заведующий отделом развития ресурсного потенциала, ведущий научный сотрудник отдела языкознания, Институт научной информации по общественным наукам РАН, просп. Нахимовский, 51/21, 117418 г. Москва, Россия, komalova@inion.ru, <https://orcid.org/0000-0002-0955-5315>

Екатерина Романовна Садова, бакалавр лингвистики, Московский государственный лингвистический университет, ул. Остоженка, 38, 119034 г. Москва, Россия, sunnyksad@inbox.ru, <https://orcid.org/0000-0002-3060-859X>



DOI: <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2022.3.8>

UDC 81'42:004.738.5
LBC 81.055.51.5



Submitted: 10.01.2022
Accepted: 21.03.2022

SPEECH BEHAVIOUR OF ANTI-VAXXERS: RHETORICAL AND LEGAL ASPECTS

Valeriy A. Efremov

Herzen State Pedagogical University of Russia, Saint Petersburg, Russia

Abstract. The situation of the COVID-19 pandemic has revealed a new and exacerbated number of old social problems, including social inequality, the growth of social aggression, and the upscaling of agonial communication in Runet. One of the new conflict-generating points is the attitude towards vaccination, which divided people into pro-vaxxers and anti-vaxxers. In order to develop the strategies for community response to socially dangerous activities of anti-vaxxers, it is necessary to rely on scientific data obtained as a result of analysis of vaccination opponents' argumentation system and discourse description. The paper reveals the main arguments of anti-vaxxers and presents the linguistic-and-legal problems that arise in Internet communication while discussing the topic of vaccinations against COVID-19. For the explication of aggressive rhetoric, a content analysis of the largest group of anti-vaxxers "The COVID-Resistance Movement" on the VKontakte social network was carried out. In addition to highlighting and describing the most common arguments of anti-vaccinationists, examples of complex (moral and metaphysical) aggressive arguments were given (after the concept of H. Kusse). Aggressive verbal behaviour in some cases leads to a direct violation of the law – both new articles of the Criminal Code and the Code of Administrative Offenses of the Russian Federation related to the COVID-19 pandemic (for example, on misinformation), and traditional articles related to agonial communication (for example, extremism and racism).

Key words: anti-vaccination, network communication, verbal aggression, argumentation, verbal delict.

Citation. Efremov V.A. Speech Behaviour of Anti-Vaxxers: Rhetorical and Legal Aspects. *Vestnik Volgogradskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya 2. Yazykoznanie* [Science Journal of Volgograd State University. Linguistics], 2022, vol. 21, no. 3, pp. 90-100. (in Russian). DOI: <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2022.3.8>

УДК 81'42:004.738.5
ББК 81.055.51.5

Дата поступления статьи: 10.01.2022
Дата принятия статьи: 21.03.2022

РЕЧЕВОЕ ПОВЕДЕНИЕ АНТИВАКСЕРОВ: РИТОРИЧЕСКИЙ И ЮРИДИЧЕСКИЙ АСПЕКТЫ

Валерий Анатольевич Ефремов

Российский государственный педагогический университет им. А.И. Герцена, г. Санкт-Петербург, Россия

Аннотация. Ситуация пандемии COVID-19 обострила ряд социальных проблем, в том числе социальное неравенство, рост агрессии, масштабирование агональной коммуникации в Рунете. В этой связи новым объектом для современной лингвистики стал риторический конфликт сторонников и противников вакцинации. Для выработки стратегий реагирования социума на общественно опасную деятельность антиваксеров необходимо опираться на научные данные, полученные в результате решения задачи описания дискурса и системы аргументации противников вакцинирования. В работе установлены основные аргументы антиваксеров и представлены лингвоюридические проблемы, которые возникают в интернет-коммуникации при обсуждении темы прививок от COVID-19. Для экспликации агрессивной риторики был проведен контент-анализ публикаций самой многочисленной группы антиваксеров в социальной сети «ВКонтакте» – «Движение КОВИД-Сопrotивления». С опорой на теорию аргументации Х. Куссе выявлены и описаны наиболее распространенные доводы антиваксеров, охарактеризованы сложные (моральные и метафизические) агрессивные аргументы. Показано, что агрессивное речевое поведение в ряде случаев приводит к прямому нарушению закона: как новых, связанных с пандемией COVID-19, статей Уголовного

и Административного кодексов Российской Федерации, так и традиционных статей, связанных с агональной коммуникацией.

Ключевые слова: антивакцинаторство, сетевая коммуникация, речевая агрессия, аргументация, речевой деликт.

Цитирование. Ефремов В. А. Речевое поведение антиваксеров: риторический и юридический аспекты // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2, Языкознание. – 2022. – Т. 21, № 3. – С. 90–100. – DOI: <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2022.3.8>

Введение

В 20-е гг. XXI в. человечество входит в состоянии пандемии коронавирусной инфекции COVID-19, окончание которой пока не предвидится. Такие масштабные потрясения, как многомесячные карантинные меры, локдауны, сменяющие друг друга волны пандемии, избыточная смертность, помноженные на сложные экономические и политические трансформации, происходящие практически в каждой стране, неминуемо привели к росту социального напряжения. В определенном смысле можно говорить о том, что пандемия послужила своеобразным катализатором многих политических и социальных кризисов современного мира, в ряде случаев раздув давно тлевшие проблемы (например, доступность и качество лекарственных средств и медицинских услуг в наименее развитых и развивающихся странах), а в ряде случаев создав абсолютно новые (например, вакцинные войны, медицинская слежка, цифровые концлагеря и даже проблемы цифровой смерти и новые формы некрополитики) [Мороз, 2020]. Эта сложная ситуация, в которую попало человечество, уже становится предметом многоаспектного гуманитарного анализа [Прощай, COVID?, 2020; Словарь эпохи пандемии, 2020; и др.].

Одной из социальных проблем, актуализировавшихся во всех развитых странах и большинстве развивающихся, стало противостояние сторонников и противников вакцинации; с 2020 г. носители русского языка называют их заимствованными из английского словами – *ваксеры* и *антиваксеры*. Само движение антивакцинаторства не ново: оно возникло в конце XVIII в. [Wolfe, Sharp, 2002], как и вакцинация. Однако сегодня рост деятельности противников вакцин имеет беспрецедентные темпы – исследователи напрямую связывают победу над пандемией с необходимо-

стью борьбы с антивакцинаторством. Как считают Дж. Тройано и А. Нарди, большое недоверие к вакцинам, в том числе во время пандемии COVID-19, представляет весьма серьезную проблему и необходимо предпринять дальнейшие усилия для просвещения людей и предоставления им верной информации о вакцинах [Troiano, Nardi, 2021, p. 245].

Очевидным свидетельством значимости проблемы антивакцинаторства становится и тот факт, что один из самых авторитетных лексикографических проектов Oxford Languages WOTY (Word of the Year) в 2021 г. выбрал словом года слово *vax(x)* ('вакцина', 'вакцинировать(ся)' и др.), актуализировав тем самым и важность всего деривационного гнезда, хронологически восходящего к *vaccine* (1799). Отдельное внимание в этом итоговом годовом докладе уделено движению антивакцинаторов; перечислены все дериваты, с ним связанные, и годы их первой фиксации: *anti-vaccinist* (1802), *anti-vaccination* (1807), *anti-vax* (1812), *anti-vaccinationist* (1869), *anti-vax* (1898), *anti-vaxxxer* (2001). Оксфордские исследователи, подчеркивая уникальность возникшей вокруг описываемого слова ситуации, отметили, что лексикографы крайне редко могут наблюдать, как одна тема настолько сильно влияет на язык и за такой короткий период времени становится важной частью повседневного общения [A Report ..., 2021].

Однако, несмотря на выход замечательного двухтомника, посвященного русскому языку эпохи пандемии: «Словарь русского языка коронавирусной эпохи» (2021) и «Русский язык коронавирусной эпохи» (2021), проблематика коммуникативного поведения и риторика русскоязычных антиваксеров практически еще не подвергалась исследованию, кроме [Ионова, Петрова, 2021] и ряда работ антрополога А.С. Архиповой (см., например: [Архипова, 2022]).

Итак, цель данного исследования – анализ системы аргументов представителей движения антивакционистов и экспликация тех зон интернет-общения, в которых агональная коммуникация переходит в разряд речевых правонарушений.

Методы и материал

В ситуации пандемии влияние Интернета на язык и повседневную коммуникацию невозможно переоценить. Освещая разнообразные вопросы бытования русского языка в Интернете и подводя некоторые итоги модификации Рунета за последние 20 лет, исследователи отмечают: «В условиях постоянно растущих и множущихся экстралингвистических угроз информационной безопасности (фейки, информационные войны, буллинг и пр.) обостряется проблема лингвистической безопасности информационного права. К опасным ситуациям нарушения информационного права следует отнести проблемы языковой и стилистической грамотности, речевой агрессии и лингвистического экстремизма – все, что является последствием намеренного или спонтанного искажения смысла вербальных сообщений, в которых содержится информация» [Трофимова, Барабаш, 2020, с. 215]. Представляется, что риторика и зачастую крайне агональное поведение антиваксеров во многом направлены именно на это – на нарушение информационного права рядовых интернет-пользователей, в том числе права на достоверную медицинскую информацию.

Проблема агональной коммуникации входит в широкий круг вопросов вербализации архетипической для сознания и культуры оппозиции «свой – чужой»: любой естественный язык предполагает наличие разнообразных «способов языкового конструирования моделей и практик социального неравенства» [Понарин и др., 2007, с. 91].

Пандемия 2020 г. во всех странах мира спровоцировала новый виток сегрегации общества на «своих» и «чужих», что привело к появлению нового варианта языка вражды, основанием которого становятся не этнические, религиозные, гендерные или иные формы социальных предубеждений и стереотипов, а научные, медицинские знания, точнее – пред-

ставления о новой коронавирусной инфекции COVID-19 и способах борьбы с ней, включая и вакцинирование. Иными словами, когнитивной базой для противопоставления «свой – чужой» стали не какие-либо социальные взгляды, а оппозиция «медицинские научные знания vs медицинские наивные знания / предубеждения».

Важно осознавать, что для антивакционистов именно Интернет становится основным пространством существования и объединения с себе подобными, а также важнейшим средством трансляции собственных взглядов. Так, в ряде работ Анны Каты, опубликованных еще в доковидные времена (см., например: [Kata, 2011]), была установлена базовая роль Интернета для распространения идей противников вакцинации. После появления Web 2.0 антивакцинаторские сайты получили особенно широкое распространение: теперь единомышленникам стало гораздо легче найти друг друга. Кроме того, в современном обществе все громче о себе заявляет так называемое «постмодернистское» отношение к здравоохранению, при котором авторитет эксперта переходит от врачей к самим пациентам, делящимся своим опытом болезней и выздоровления. При этом легитимность науки (в том числе и вакцинирование) ставится под сомнение, а предыдущий опыт поколений кардинальным образом пересматривается. Например, результаты массового вакцинирования демонизируются, а возвращение к сомнительным с точки зрения доказательной медицины практикам (лечение травами, аюрведа, гомеопатия и др.), наоборот, превозносится как едва ли не единственный выход из сложившейся критической ситуации. Вся мозаика подобных постмодернистских взглядов на медицину в совокупности находит отражение в Интернете, прежде всего в тематических сообществах и пабликах, в которых сторонники альтернативной медицины (в их числе и антиваксеры) быстро, эффективно и относительно безопасно могут распространять свои идеи.

Более того, западные исследователи полагают, что в связи с разразившейся пандемией можно говорить о формирующемся на наших глазах новом типе идентичности – сторонник или противник вакцинации (pro-vaccine and anti-vaccine group members). По данным

широкого социологического исследования, групповая идентичность противников вакцинации слабее, чем у ее сторонников [Maciuszek et al., 2021], а в некоторых случаях она может быть связана с политической ориентацией [Fridman, Gershon, Gneezy, 2021], что, несомненно, увеличивает степень конфронтации представителей этих социальных групп. Одновременно знание такого рода нюансов позволяет вырабатывать более эффективные пути коммуникации между оппонентами и более успешные способы пропаганды вакцинирования, а значит, и более скорого выхода из ситуации пандемии.

Интернет создает особые условия для реализации речевой агрессии, что активно исследуется специалистами разных предметных областей [Digital-агрессия..., 2015]. В самом общем виде речевая агрессия – это «все типы негативного или критического отношения говорящего к адресату, выраженные при помощи языковых средств» [Апресян, 2003].

Для исследования представляют интерес два аспекта агрессивного речевого поведения антиваксеров: 1) риторический; 2) юридический.

В риторическом аспекте поведение антиваксеров можно рассматривать, во-первых, с точки зрения каталогизации доводов против вакцинирования и, во-вторых, с точки зрения типов аргументации, используемой в агональной коммуникации. Методология анализа слияния агрессии и аргументации опирается на исследования современного немецкого филолога Хольгера Куссе, разрабатывающего концепцию агрессивной аргументации: «Однозначно агрессивной является аргументация посредством агрессивных аргументов, то есть таких аргументов, которые не только призваны оправдывать агрессию (то есть выполнять агрессивную функцию), но и сами по себе являются агрессивными и, следовательно, представляют собой вербальные или визуальные агрессивные действия» [Куссе, 2020, с. 83].

В юридическом аспекте речевое поведение антиваксеров представляет интерес и с точки зрения прямого нарушения соответствующего законодательства (распространение ложной информации о COVID-19 и связанных с ним мероприятий), и с точки зрения нарушения других норм закона, а также экспликации некоторых «серых» зон агональ-

ной коммуникации, которые потенциально могут привести к юридическим последствиям.

Материалом анализа послужили посты и комментарии к ним в самом многочисленном сообществе соответствующей идеологической ориентации российской социальной сети «ВКонтакте» – «Движение КОВИД-СопротивлениЯ» (на 15.01.2022 – 3 954 участника), которое первоначально возникло как рупор ковид-сопротивленцев, однако вобрало в себя практически все формы неприятия или отрицания как самой болезни, так и способов борьбы с ней. Именно здесь имеют возможность выражать свою точку зрения не только ковид-сопротивленцы, но и ковид-диссиденты, ковид-скептики, антиваксеры.

Следует напомнить, что «ВКонтакте» – самая популярная русскоязычная социальная сеть в России после YouTube (на сентябрь 2021 г.; https://livedune.ru/blog/statistika_socsetej_v_rossii). Однако политика YouTube (международная социальная сеть) по отношению к разжиганию социальной розни, размещению фэйковой или непроверенной информации о COVID-19 гораздо жестче, чем в сети «ВКонтакте». Так, на YouTube есть отдельная страница, содержащая подробную информацию о том, что именно запрещено публиковать в новостях о коронавирусной инфекции (Правила..., 2020).

В результате проведенного контент-анализа постов участников паблика «Движение КОВИД-СопротивлениЯ» выделены тексты, транслирующие идеи антивакцинаторства; проанализирована риторика антиваксеров, проведены классификация и систематизация базовых аргументов. Отдельного внимания удостоились записи, содержащие примеры речевых деликтов.

Результаты и обсуждение

Риторический аспект

Если обратиться к первому употреблению в Рунете лексемы *антиваксер*, то уже в нем можно увидеть так называемый мягкий вариант языка вражды [Верховский, 2002, с. 15] в виде маргинализации антивакцинщиков: «Вакцинодиссиденты или, как их еще называют, “активаксеры” существуют практически во всех странах мира. <...>

Сегодня антиваксеры существуют параллельно с такими альтернативными или откровенно маргинальными течениями медицины, как, например, вич-диссиденты, которые отрицают наличие ВИЧ, гомеопаты и целители-“травники”» (Темирханов, 2020). В приведенном контексте антиваксеры стоят в одном ряду с псевдоцелителями типа *гомеопатов* и *травников*, сопоставляются с другим типом медицинских диссидентов (*вич-диссиденты*) и косвенно номинируются *откровенно маргинальными*. Иными словами, первоначально *антиваксерами* называли как будто безобидных чудаков, однако, когда представители движения обрели свои площадки в Интернете, в том числе и в популярнейших социальных сетях, ситуация изменилась. Сейчас воспринимать противников вакцинирования как просто малообразованных обывателей может быть социально опасным.

Интернет-группа «Движение КОВИД-СопротивлениЯ», возникшая 10 декабря 2020 г., формально посвящена обсуждению действий Роспотребнадзора и агитации против ковид-паспортов и принудительной вакцинации. Девиз группы – «Доказательная позиция твоя опора»¹ – свидетельствует о претензии на научность и доказательность размещаемого в ней материала. За все время существования в паблике размещено 2 729 постов (на 15.01.2022). Несмотря на то что в большинстве случаев записи представляют собой исключительно репост материалов СМИ или роликов из Всемирной сети и не сопровождаются какими-либо замечаниями, в ряде случаев администратор по каким-то причинам позволяет участникам группы высказывать оценки о том или ином материале. Эти комментарии особенно интересны в аспекте риторики ненависти – развертывания аргументации, способов доказательства своей точки зрения, своего несогласия и т. д.

Контент-анализ постов и комментариев антиваксеров, опубликованных в группе «Движение КОВИД-СопротивлениЯ», позволил установить, что наиболее распространенными аргументами антиваксеров являются прототипический тезис, его содержание и пример реализации.

Тезис 1. «*Вакцины токсичны!*»: констатация факта и/или перечисление ужасных последствий вакцинирования:

Друзья, очень очень важная информация о жиже, как она угробляет человека, и что в крови человека после жижины содержится и режущие непонятные вещества, и стафилококки, и стрептококки и черви, и чёрные волокна и ещё много чего уничтожающего человека изнутри!!!! (https://vk.com/antinadzor?w=wall-201032857_4605);

Да, травят нас (https://vk.com/antinadzor?w=wall-201032857_4703_r4710);

Доктор Джейн Руби сообщила общественности, что крупные фармацевтические компании Pfizer, Moderna и Johnson&Johnson развертывают партии токсичных вакцин против коронавируса (https://vk.com/antinadzor?w=wall-201032857_4505).

Тезис 2. «*Нет доказательств того, что вакцины безопасны*»: по мнению антиваксеров, не они должны доказывать вред вакцины, а сторонники вакцинации обязаны доказать ее безопасность:

Здесь действует презумпция риска – любой медицинский препарат не может считаться безопасным, пока не доказано обратное. Однако как раз в этом месте у власти нет никаких данных. Просто потому, что никакой статистики не ведется (https://vk.com/antinadzor?w=wall-201032857_4648);

...Уже есть разговоры, что Центр Гам закупил вакц в штатах, а не изобрёл, поживём увидим. Нет доверия - клинические новые данные нам не предоставляют, и назальная вакц - ещё тот вопрос(((https://vk.com/antinadzor?w=wall-206484352_13029_r13165).

Тезис 3. «*Вакцины не спасают*», потому что они бесполезны и даже вредны:

Это подтверждает, что эти прививки не работают!!! Как можно привиться от постоянно мутирующего коронавируса? (https://vk.com/antinadzor?w=wall-201032857_4512_r4534);

Оправдание бесполезности его жижи. А на самом деле - яда продлённого действия (https://vk.com/antinadzor?w=wall-201032857_4671_r4684).

Тезис 4. «*Вакцины противоестественны*»: необходимо приобретение иммунитета от болезни, а не от вакцинации:

С каждой ревакцинацией естественная иммунная защита организма – единственная надёж-

ная – ослабевают и покидают его (https://vk.com/antinadzor?w=wall-206484352_13029).

Тезис 5. «*Людей использует Большая Фарма, и/или ВОЗ, и/или правительство*»: вакцинацию финансируют фармацевтические компании или правительства с разными корыстными целями (от постановки экспериментов над людьми до тотального уничтожения человечества):

...Очередной реванш по сокращению населения и преобразования оставшихся в генно-модифицированных продуктах деятельности ВОЗ под чутким руководством глобалистов - сатанистов, также “заботящихся” о производстве путём втыкания жижи страшного содержания нового биологического разнообразия (https://vk.com/antinadzor?w=wall531856269_3846).

Тезис 6. «*Я эксперт: мой ребенок переболел*». За этим аргументом кроется характерное для постмодернистского отношения к медицине перераспределение областей ответственности, в котором экспертами по детям являются родители, а не медицинские авторитеты. Примером может послужить серия постов, включающих интервью матери 18-летней студентки, которая умерла после второй прививки, и журналистские расследования этого случая (финальный пост на эту тему – https://vk.com/wall-201032857_4592?w=wall-201032857_4592).

Как видно из приведенных примеров, аргументация антиваксеров многогранна, а иногда даже не лишена элементов критического мышления. Отметим, что и до пандемии COVID-19 ученые отмечали проработанный характер аргументации антивакцинщиков, указывая, что методы, используемые антипрививочным движением, изощрены; их протесты маскируются неоспоримой риторикой, содержащей такие аргументы, как информированное согласие, свобода выбора, безопасность вакцин [Kata, 2011, p. 3784].

С опорой на положения концепции агрессивной аргументации Х. Куссе в системе хейтерских рассуждений членов «Движения КОВИД-Сопротивления» можно обнаружить все основные типы оправдания ненависти.

1. Аргументы моральной обязанности служат объяснению того, «почему проти-

воположная сторона должна оцениваться негативно, какие моральные изъятия необходимо ей приписать и в каких аморальных действиях обвинять» [Куссе, 2019, с. 195]. Во многих случаях подобные аргументы антиваксеров связаны с обвинением сторонников вакцинации в отсутствии критического мышления и способности мыслить (самостоятельно), с апелляцией к морально-нравственным нормам, с заботой о здоровье общества в целом.

1.1. Члены исследуемого паблика часто обличают сторонников вакцинации в том, что они умственно отсталые или психически нездоровые:

За Омикроном, придет штамм X**лон, а потом Объе**н, и от каждого ты будешь вакцинироваться, потому, что ты идиот! (https://vk.com/antinadzor?w=wall22277270_11827);

У нас на работе таких желающих “жить полной жизнью” несколько отделов тупых овец... После ширева переболели ВСЕ (https://vk.com/antinadzor?w=wall-201032857_4592_r4604).

1.2. Сторонники вакцинации не имеют собственного мнения и послушно следуют тому, что скажет им власть:

Сложилось твердое убеждение в том, что все ярые и не ярые, но рядовые вакцинаторы самые что ни на есть зомби. Без всяких кавычек. Зомби-жертвы официальной ГОСУДАРСТВЕННОЙ!!! пропаганды (https://vk.com/antinadzor?w=wall-206484352_13029_r13060).

1.3. Антиваксеры, в отличие от оппонентов, – это люди, мыслящие свободно; ими трудно манипулировать:

Вопреки, наперекор мечтам некоего графа, высказавшего вслух эти мечты, оставаться жить будут люди, способные мыслить, способные, как он сказал самоидентифицировать себя, которыми трудно манипулировать (https://vk.com/antinadzor?w=wall-206484352_13029_r13060);

Думающие люди не пострадают. Да, им придется побороться для этого с насилием над ними со стороны властей. Но, это возможно и это того стоит. Бороться необходимо. Бороться за свою жизнь и жизни думающих, мыслящих людей (https://vk.com/antinadzor?w=wall-206484352_13029_r13060).

1.4. Антиваксеры – герои, потому что смогли выдержать все испытания, в отличие

от слабых и не прошедших испытания, в том числе и нравственные, сторонников вакцинации:

Если вы до сих пор не привиты, вы пережили самую большую психотерапию в истории человечества. Они разрабатывали этот коварный план в течение десятилетий. Неужели вы не понимаете, сколько времени, ресурсов и усилий они вложили в это? Они изучили все возможные способы того, как поработить ваш разум и заставить вас принять вакцину. Они пытались деморализовать вас, развращая общество из всех возможных углов. Они пытались заманить вас деньгами, подарками И вознаграждениями. Они пытались запутать вас, напугать и заставить сомневаться в своей собственной реальности и идентичности. Они пытались заставить вас отказаться от своих принципов и этики. Они даже настроили ваших близких против вас. Почти все это чувствовали. Почти все из них уступили. Но не вы. Просто осознайте, через какое дерьмо вы прошли, преодолев это. Вы никогда не робели. Вы всё еще не вакцинированы. Вы всё еще чисты. Их уловки на вас не подействовали. Так что всем вам я говорю: будьте здоровы. Держитесь до конца! (https://vk.com/antinadzor?w=wall108192031_10024).

2. Аргументы метафизические (высшей ценности): в них «определенным концептам (народ, земля, язык, история) приписывается вневременная и абсолютная ценность, в результате чего они становятся интринсически положительными (благом в самом себе) и потенциально могут оправдывать агрессию» [Куссе, 2019, с. 195].

2.1. Главный метафизический аргумент антиваксеров – это огромный вред, наносимый вакцинацией великой стране и ее народу:

Уже давно многие поняли о геноциде населения!! (https://vk.com/antinadzor?w=wall-206484352_13029_r13513).

2.2. Еще один их метафизический аргумент: власть обманывает народ, для того чтобы получить дивиденды, и только антиваксеры могут просветить людей и открыть им глаза на реальное положение дел:

...Власти не владеют никакой информацией об осложнениях вплоть до смертельных случаев, связанных с массовым применением веществ, которые они называют вакцинами. При этом они же утверждают, что процедура безопасна и не несет никаких рисков. Фактически это прямой об-

ман населения (https://vk.com/antinadzor?w=wall246578899_3189);

Так и сейчас нет никакой эпидемии! Власть нагнетает истерию, чтобы держать людей в страхе и послушании, ну и помочь кое-кому безбедную старость себе обеспечить... (https://vk.com/antinadzor?w=wall-201032857_4612_r4614).

Подобного рода риторику, безусловно, следует признать крайне агрессивной, однако в ряде случаев высказывания антиваксеров могут иметь и юридические последствия.

Юридический аспект

Антиваксеры, как и их оппоненты, довольно активно используют язык вражды как особый тип речевого поведения, под которым подразумевается коммуникация, не несущая никакого иного смысла, кроме выражения ненависти к некоторой группе, особенно в условиях, когда коммуникация может спровоцировать насилие [Hate Speech..., 2021]. Пока такого рода речевое поведение остается в рамках пусть и жесткой, но исключительно идеологической дискуссии о вреде / пользе вакцинирования, это можно рассматривать как проявление высокой степени агональности. Однако проблема заключается в том, что нередко речевое поведение антиваксеров переходит границы дискуссий и попадает в поле лингво-юридических проблем. В ряде же случаев поведение антиваксеров может быть квалифицировано как преступление.

С 1 апреля 2020 г. в Российской Федерации введено уголовное наказание за публичное распространение заведомо ложной информации, признаваемой общественно значимой (ст. 207.1, 207.2 УК РФ), и часть информации, которую распространяют участники «Движения КОВИД-Сопротивления» явно подпадает под действие этой статьи, например данные о неработающих вакцинах, о бесполезности вакцинирования, о многочисленных смертях как следствии прививки и т. д. Видимо, поэтому некоторые посты все-таки удаляются администратором, хотя какие-то комментарии к ним продолжают сохраняться, что и позволяет сделать выводы о лингвокриминальном содержании первоначального контента.

Только 13 июля 2021 г. (через семь месяцев после создания паблика!) администра-

ция сети «ВКонтакте» при переходе на сайт данного сообщества стала использовать следующее предупреждение, появляющееся в отдельном окне: «Сообщество может содержать недостоверную информацию. Материалы сообщества могут содержать недостоверные данные, в том числе о медикаментах и способах лечения. ВКонтакте предлагает ознакомиться с информацией Всемирной организации здравоохранения о новом коронавирусе 2019 года» (https://vk.com/antinadzor?w=wall-201032857_1527). Можно надеяться, что контроль со стороны администрации социальной сети будет жестче, что в большей степени соответствует представлениям о допустимом в столь напряженной ситуации.

Еще в доковидную эпоху была отмечена связь идей антивакцинаторов с (потенциально) преступными идеологиями: «Именно в Сети на более чем двух десятках околицерковных, квазипатриотических и националистических русскоязычных веб-страниц антипрививочные идеи преподносятся на религиозной (исламо-фундаменталистской), антисемитской и конспирологической основе («жидомасонский заговор»)» [Мац, 2013, с. 93]. К сожалению, в некоторых случаях поведение современных антиваксеров также может быть интерпретировано как разжигающее социальную рознь (ст. 282 УК РФ). Так, под одним из постов с портретом А.Л. Гинцбурга, директора НИЦЭМ им. Н.Ф. Гамалеи, известного в медиапространстве как создатель вакцины от коронавируса «Спутник V», обнаруживается следующий комментарий:

Так для жидов мы хуже червей и грязи под ногами. Так что с их точки зрения мы ещё должны быть этому упырю благодарны!!! (https://vk.com/antinadzor?w=wall-201032857_4716_r4719).

Некоторые антиваксеры не стесняются в выражении откровенно экстремистских взглядов, и такие примеры не единичны.

Кроме того, отчасти в связи с активным поведением антиваксеров в Интернете отечественные юристы все чаще начинают рассматривать вакцинирование как вопрос безопасности государства и населения: «Сложившаяся в мире ситуация с пандемией коронавируса и необходимость проведения комплексных мер для противодействия ее распространению тре-

бует принятия решительных совместных международных политико-правовых и медицинских мер» [Ананьева, Ивлиев, Шмаева, 2021, с. 42].

Итак, изначально как будто бы исключительно медицинские рассуждения антиваксеров могут становиться предметом не только лингвориторического, но и лингвоюридического анализа. В некоторых случаях рассуждения противников вакцинации подпадают под конкретные статьи Административного или Уголовного кодексов Российской Федерации.

Заключение

Коммуникативное поведение антиваксеров – это показательный пример того, как в современном российском обществе с помощью Интернета формируется новый образ врага, главная отличительная черта которого – иные медицинские знания. Однако различное отношение к вакцинированию, ложно связанное с глупостью оппонентов, их аморальностью и слепым подчинением власти, усугубляемое высокой степенью агрессивности, создает благоприятную почву для новых социальных конфликтов. Более того, нынешняя деятельность антиваксеров мешает скорейшему выходу из ситуации пандемии.

Экспликация системы аргументов антиваксеров и способов ведения конфликтной интернет-коммуникации, а также выявление лингвоюридических аспектов их деятельности не только способствуют разработке продуктивных контраргументов, но и позволяют уточнить общие вопросы агональной коммуникации и риторики вражды.

Стремительные трансформации новых цифровых технологий и особенности подвижной и постоянно меняющейся интернет-коммуникации приводят к появлению новых вызовов, не существовавших в доцифровую эпоху. Пандемия коронавирусной инфекции послужила мощным катализатором развития языка и коммуникации, в том числе и в Интернете.

ПРИМЕЧАНИЕ

¹ Во всех цитируемых интернет-высказываниях орфография и пунктуация оригинала полностью сохранены.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Ананьева Е. О., Ивлиев П. В., Шмаева Т. А., 2021. Вакцинация населения: право, обязанность граждан или интерес государства // Закон и право. № 3. С. 38–42.
- Апресян В. Ю., 2003. Имплицитная агрессия в языке. URL: <http://www.dialog-21.ru/media/2604/apresian.pdf>
- Архипова А. С., 2022. Берегись покемонов: символическое сопротивление новой медицинской реальности в российских социальных сетях // COLTA. 13 янв. URL: <https://www.colta.ru/articles/society/29304-aleksandra-arhipova-setevoy-folklor-vaksery-antivaksery-neprikosnovennyu-zapas-internet-pri-pandemii>
- Верховский А. М., 2002. Язык мой... Проблема этнической и религиозной нетерпимости в российских СМИ. М. : Центр «Панорама». 200 с.
- Ионова С. В., Петрова М. Ю., 2021. Сетевые формы конфликтной коммуникации: кибербуллинг и эмоциональное самовыражение // Культура и текст. № 4 (47). С. 267–280. DOI: 10.37386/2305-4077-2021-4-267-280
- Куссе Х., 2019. Агрессия и аргументация. Винница : Изд-во ФОРМ Кушнер Ю.В. 300 с.
- Куссе Х., 2020. Переплетение агрессии и аргументации: русско-украинский конфликт // Неприкосновенный запас. № 4. С. 77–97.
- Мац А. Н., 2013. Современные истоки антипрививочных измышлений и идеологии // Эпидемиология и вакцинопрофилактика. № 3. С. 90–97.
- Мороз О. В., 2020. Некрополитика коронавируса в онлайн-репрезентациях: о работе смерти и (немного) памяти // Прощай, COVID? / под ред. К. Гаазе [и др.]. М. : Изд-во Ин-та Гайдара. С. 371–399.
- Понарин Э., Дубровский Д., Толкачева А., Акифьева Р., 2007. Индекс (ин)толерантности прессы // Язык вражды против общества : сб. ст. М. : Центр «Сова». С. 72–106.
- Прощай, COVID?, 2020 / под ред. К. Гаазе, В. Данилова. М. : Изд-во Ин-та Гайдара. 432 с.
- Русский язык коронавирусной эпохи, 2021. СПб. : Ин-т лингв. исслед. РАН. 610 с.
- Словарь эпохи пандемии, 2020. М. : ТРИ КВАДРАТА. 328 с. (Синий диван. Философско-теоретический журнал ; вып. 24 / под ред. Е. Петровской).
- Трофимова Г. Н., Барабаш В. В., 2020. Языковое послевкусие интернет-эпохи в России: эффект бумеранга (актуальные процессы в русскоязычной цифровой медиакommunikации). М. : РУДН. 273 с.
- A Report into the Language of Vaccines, 2021. URL: <https://languages.oup.com/word-of-the-year/2021/>
- Digital-агрессия: что делать и кто виноват?, 2015 / под ред. М. С. Корнева. URL: http://mediatoolbox.ru/Digital_agression.pdf
- Fridman A., Gershon R., Gneezy A., 2021. COVID-19 and Vaccine Hesitancy: A Longitudinal Study // PLoS ONE. Vol. 16, № 4. DOI: <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0250123>
- Hate Speech Law and Legal Definition, 2021. URL: <https://definitions.uslegal.com/h/hate-speech/>
- Kata A., 2011. Anti-Vaccine Activists, Web 2.0, and the Postmodern Paradigm – An Overview of Tactics and Tropes Used Online by the Anti-vaccination Movement // Vaccine. Vol. 30, № 25. P. 3778–3789. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.vaccine.2011.11.112>
- Maciuszek J., Polak M., Stasiuk K., Doliński D., 2021. Active Pro-Vaccine and Anti-Vaccine Groups: Their Group Identities and Attitudes Toward Science // PLoS ONE. Vol. 16, № 12. DOI: <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0261648>
- Troiano G., Nardi A., 2021. Vaccine Hesitancy in the Era of COVID-19 // Public Health. Vol. 194. P. 245–251. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.puhe.2021.02.025>
- Wolfe R. M., Sharp L. K., 2002. Anti-Vaccinationists Past and Present // BMJ (The British Medical Journal). P. 325–430. DOI: <https://doi.org/10.1136/bmj.325.7361.430>

ИСТОЧНИКИ

- Движение КОВИД-Сопротивления. URL: <https://vk.com/antinadzor>
- Правила в отношении ложной медицинской информации о коронавирусной инфекции COVID-19. 2020. URL: <https://support.google.com/youtube/answer/9891785?hl=ru>
- Словарь русского языка коронавирусной эпохи. СПб. : Ин-т лингв. исслед. РАН, 2021. 550 с.
- Темирханов Б. Прививаться нельзя отказаться. 2020. URL: <https://www.kp.kz/daily/27132.3/4220396/>

REFERENCES

- Ananeva E.O., Ivliev P.V., Shmaeva T.A., 2021. Vaksinatziya naseleniya: pravo, obyazannost grazhdan ili interes gosudarstva [Vaccination of the Population: Right, Duty of Citizens or the Interest of the State]. *Zakon i pravo* [Law and Right], no. 3, pp. 38–42.
- Aprisyanyan V.Yu., 2003. *Implitsitnaya agressiya v yazyke* [Implicit Aggression in Language]. URL: <http://www.dialog-21.ru/media/2604/apresian.pdf>
- Arhipova A.S., 2022. Beregis' pokemonov: simvolicheskoe soprotivlenie novoy meditsinskoy realnosti v rossiyskikh socialnykh setyakh

- [Beware of the Pokémon: Symbolic Resistance to the New Medical Reality on Russian Social Media]. *COLTA*, January 13. URL: <https://www.colta.ru/articles/society/29304-aleksandra-arhipova-setevoy-folklor-vaksery-antivaksery-neprikosnovenny-zapas-internet-pri-pandemii>
- Verkhovskiy A.M., 2002. *Yazyk moy... Problema etnicheskoy i religioznoy neterpimosti v rossiyskikh SMI* [My Language... The Problem of Ethnic and Religious Intolerance in the Russian Media]. Moscow, Tsentr «Panorama». 200 p.
- Ionova S.V., Petrova M.Yu., 2021. Setevye formy konfliktnoy kommunikatsii: kiberbulling i emotsionalnoe samovyrazhenie [Network Forms of Conflict Communication: Cyberbullying and Emotional Self-Expression]. *Kultura i tekst* [Culture and Text], no. 4 (47), pp. 267-280. DOI: 10.37386/2305-4077-2021-4-267-280
- Kusse H., 2019. *Agressiya i argumentatsiya* [Aggression and Argumentation]. Vinnytsia, Izd-vo FOP Kushnir Yu.V. 300 p.
- Kusse H., 2020. Perepletienie agressii i argumentatsii: russko-ukrainskiy konflikt [Intertwining Aggression and Argumentation: The Russian-Ukrainian Conflict]. *Neprikosnovenny zapas* [Emergency Store], no. 4, pp. 77-97.
- Matz A.N., 2013. Sovremennye istoki antiprivivochnykh izmyshleniy i ideologii [The Modern Origins of Anti-Vaccination Insinuations and Ideology]. *Epidemiologiya i vaksino profilaktika* [Epidemiology and Vaccinal Prevention], no. 3, pp. 90-97.
- Moroz O.V., 2020. Nekropolitika koronavirusa v onlayn-reprezentatsiyakh: o rabote smerti i (nemnogo) pamyati [Coronavirus Necropolitics in Online Representations: On the Work of Death and (A Little Bit) on Memory]. *Proshchay, COVID? [Goodbye COVID?]*. Moscow, Izd-vo In-ta Gaydara, pp. 371-399.
- Ponarin Ye., Dubrovskiy D., Tolkacheva A., Akifeva R., 2007. Indeks (in)tolerantnosti pressy [Index of (In)tolerance of the Press]. *Yazyk vrazhdy protiv obshchestva: sb. st.* [Hate Speech Against Society. Collection of Articles]. Moscow, Tsentr «Sova», pp. 72-106ю
- Gaaze K.B., Danilov V.N., eds., 2020. *Proshchay, COVID? [Goodbye COVID?]*. Moscow, Izd-vo In-ta Gaydara. 432 p.
- Russkiy yazyk koronavirusnoy epokhi* [Russian Language of the Coronavirus Era], 2021. Saint Petersburg, In-t lingv. issled. RAN. 610 p.
- Slovar epokhi pandemii* [Pandemic Era Dictionary], 2020. Moscow, TRI KVADRATA. 328 p. (Petrovskaya E.V., ed. Siniy divan. Filosofsko-teoreticheskiy zhurnal [Siniy Divan. Philosophical and Theoretical Journal], iss. 24).
- Trofimova G.N., Barabash V.V., 2020. *Yazykovoe poslevkusie internet-epokhi v Rossii: effekt bumeranga (aktualnye processy v russkoyazychnoy cifrovoy mediakommunikatsii)* [Linguistic Aftertaste of the Internet Era in Russia: The Boomerang Effect (Current Processes in Russian-Language Digital Media Communication)]. Moscow, RUDN. 273 p.
- A Report into the Language of Vaccines*, 2021. URL: <https://languages.oup.com/word-of-the-year/2021/>
- Korbev M.S., ed., 2015. *Digital-agressiya: chto delat' i kto vinovat?* [Digital Aggression: What to Do and Who is to Blame?]. URL: http://mediatoolbox.ru/Digital_agression.pdf
- Fridman A., Gershon R., Gneezy A., 2021. COVID-19 and Vaccine Hesitancy: A Longitudinal Study. *PLoS ONE*, vol. 16, no. 4. DOI: <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0250123>
- Hate Speech Law and Legal Definition*, 2021. URL: <https://definitions.uslegal.com/h/hate-speech/>
- Kata A., 2011 Anti-Vaccine Activists, Web 2.0, and the Postmodern Paradigm – An Overview of Tactics and Tropes Used Online by the Anti-Vaccination Movement. *Vaccine*, vol. 30, no. 25, pp. 3778-3789. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.vaccine.2011.11.112>
- Maciuszek J., Polak M., Stasiuk K., Dolicski D., 2021. Active Pro-Vaccine and Anti-Vaccine Groups: Their Group Identities and Attitudes Toward Science. *PLoS ONE*, vol. 16, no. 12. DOI: <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0261648>
- Troiano G., Nardi A., 2021. Vaccine Hesitancy in the Era of COVID-19. *Public Health*, vol. 194, pp. 245-251. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.puhe.2021.02.025>
- Wolfe R.M., Sharp L.K., 2002. Anti-Vaccinationists Past and Present. *BMJ (The British Medical Journal)*, pp. 325-430. DOI: <https://doi.org/10.1136/bmj.325.7361.430>

SOURCES

- Dvizhenie KOVID-Soprotivleniya* [COVID-Resistance Movement]. URL: <https://vk.com/antinadzor>
- Pravila v otnoshenii lozhnoy meditsinskoy informatsii o koronavirusnoy infektsii COVID-19* [COVID-19 Medical Misinformation Policy], 2020. URL: <https://support.google.com/youtube/answer/9891785?hl=ru>
- Slovar russkogo yazyka koronavirusnoy epokhi* [Dictionary of the Russian Language of the Coronavirus Era]. Saint Petersburg, In-t lingv. issled. RAN, 2021. 550 p.
- Temirhanov B. *Privivatsya nelzya otkazatsya* [Vaccinate or Not...]. 2020 URL: <https://www.kp.kz/daily/27132.3/4220396/>

Information About the Author

Valeriy A. Efremov, Doctor of Sciences (Philology), Professor, Head of the Department of the Russian Language, Herzen State Pedagogical University of Russia, Reki Moyki Emb., 48, 191186 Saint Petersburg, Russia, vafef@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0002-0247-706X>

Информация об авторе

Валерий Анатольевич Ефремов, доктор филологических наук, профессор, заведующий кафедрой русского языка, Российский государственный педагогический университет им. А.И. Герцена, наб. реки Мойки, 48, 191186 г. Санкт-Петербург, Россия, vafef@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0002-0247-706X>



DOI: <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2022.3.9>

UDC 81'42:316.776.3
LBC 81.055.51.5



Submitted: 26.11.2021
Accepted: 21.02.2022

**“SMART TUNING” AS A DISCOURSE TECHNOLOGY
OF EFFECTIVE COMMUNICATION
(ON THE MATERIAL OF THE CORONAVIRUS VACCINATION MEDIA DISCOURSE)**

Irina A. Iakoba

Irkutsk National Research Technical University, Irkutsk, Russia;
Irkutsk State University, Irkutsk, Russia

Abstract. The article offers a solution to the problem of effective communication through the construction of discursive technology that is called the “Smart Tuning” technology (STT). It is positioned as one of the most effective means of achieving results in media discourse. The STT is aimed at identifying cognitive-communicative parameters and linguocognitive mechanisms that enhance the impact. The main methods used in the research include cognitive modeling, inference-driven interpretation and linguoaxiological analysis. One of the hot topics today “coronavirus vaccination” allows us to demonstrate how media discourse is managed through the powers of discourse. The peculiarities are highlighted and the hard, soft and smart discourse powers example analysis is provided. It is proved that the action of each power is based on revealed parameters (the situation attractiveness, the horizon of the addressee’s expectations, the communication mode, the strength of the addresser’s position, the message attraction, harmonization, modalization, patterning, multimodality, synergy, sense-rhythmic modulations, tension) and is promoted by mechanisms (involvement, defocusing, dialogization, imagining, inspiration, metaphorization, personalization, positioning, reframing, spin-doctoring, focusing, framing). It is shown that, depending on the social status of the addressee, the relationship between the addresser and the addressee, the strength of the addresser’s position, the message importance, the most effective discursive power are selected to provide more efficient impact. Such mechanisms as focusing, framing, imagining, positioning were revealed as the most frequent. In the future, it is possible to expand the analysis on the material of other discourse types in other languages.

Key words: discourse power, parameters, mechanisms, “Smart Tuning”, effective communication, vaccination, coronavirus.

Citation. Iakoba I.A. “Smart Tuning” as a Discourse Technology of Effective Communication (On the Material of the Coronavirus Vaccination Media Discourse). *Vestnik Volgogradskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya 2. Yazykoznanie* [Science Journal of Volgograd State University. Linguistics], 2022, vol. 21, no. 3, pp. 101-115. DOI: <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2022.3.9>

УДК 81'42:316.776.3
ББК 81.055.51.5

Дата поступления статьи: 26.11.2021
Дата принятия статьи: 21.02.2022

**«УМНАЯ НАСТРОЙКА» КАК ДИСКУРСИВНАЯ ТЕХНОЛОГИЯ
ЭФФЕКТИВНОЙ КОММУНИКАЦИИ
(НА МАТЕРИАЛЕ МЕДИЙНОГО ДИСКУРСА
О ВАКЦИНАЦИИ ОТ КОРОНАВИРУСА)**

Ирина Александровна Якоба

Иркутский национальный исследовательский технический университет, г. Иркутск, Россия;
Иркутский государственный университет, г. Иркутск, Россия

Аннотация. В статье предлагается решение задачи эффективной коммуникации, связанное с конструированием дискурсивной технологии «Умная настройка» (далее – ТУН), которая направлена на выявление когнитивно-коммуникативных параметров и лингвокогнитивных механизмов, способствующих усилению

воздействующего эффекта. Исследование выполнено на материале медийного дискурса о вакцинации от коронавируса. Методы, используемые в исследовании, включают когнитивное моделирование, интерпретацию в русле инференции и лингвоаксиологический анализ. В результате исследования охарактеризованы особенности действия жесткой, мягкой и умной сил дискурса. Показано, что действие каждой силы основано на определенных параметрах и актуализируется определенными механизмами – в зависимости от социального статуса адресата, отношений между адресатом и адресантом, силы позиции адресанта, важности сообщения. Адресант сам решает, какую дискурсивную силу выбрать для оказания более эффективного воздействия на адресата в каждом конкретном случае. В качестве параметров ТУН установлены аттрактивность ситуации, горизонт ожиданий адресата, режим коммуникации, сила позиции адресанта, аттрактивизация сообщения, гармонизация, модализация, паттернизация, поликодовость, синергичность, смысло-ритмические модуляции, тенсивность; в качестве механизмов ТУН установлены вовлеченность, дефокусирование, диалогизация, имажинеринг, инспирация, метафоризация, персонализация, позиционирование, рефреймирование, спин-докторинг, фокусирование, фреймирование. Обнаружено, что частотным является воздействие с помощью механизмов позиционирования, инспирации, персонализации. В перспективе возможно применение ТУН для изучения других видов дискурса других лингвокультур.

Ключевые слова: сила дискурса, параметры, механизмы, «Умная настройка», эффективная коммуникация, вакцинация, коронавирус.

Цитирование. Якоба И. А. «Умная настройка» как дискурсивная технология эффективной коммуникации (на материале медийного дискурса о вакцинации от коронавируса) // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2, Языкознание. – 2022. – Т. 21, № 3. – С. 101–115. – (На англ. яз.). – DOI: <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2022.3.9>

Introduction

The influence on public consciousness, a change in attitudes in communication towards dominance based on masked latent impact is increasing in modern media discourse. Deepening the analysis of the semiotic interaction of a person and language, the role of language in changing social reality testifies to the awareness and evaluation of the influence and the communicative situation control.

The relevance of the study lies in the importance of developing a dynamic approach to the analysis of discourse to identify the power of language (discourse) in the modern media space when modeling cognitive and communicative parameters, linguistic and cognitive mechanisms, and discursive powers that contribute to efficiency. The discourse power is a measurement of the impact intensity, expressed in the ability to cause acceleration or deceleration of reactions and semantic transformations and act as an attractor in the process of signs creation and functioning, correlates with the gradation of the discourse potential in terms of soft, hard and smart powers. The media space is becoming more and more dynamic, technological, intellectual, capable of discursively constructing “possible realities” [Stepanov, 1995]. The problem of media discourse effectiveness development in this study is to reveal the “smart” way of constructing events in social

reality. The event is viewed as “изменение видения мира” (eng. “a change in the vision of the world” [Arutyunova, 1988, p. 169] in the coordinates of the constructed communicative-discursive space in accordance with its cognitive and axiological purpose. Addressing the dynamic aspects of communication and discourse implementation requires solving problems associated with procedural concepts *power, influence, domination, control* that are considered in this article.

The aim of the study is to model the technology for managing the media communicative space, set as the “Smart Tuning” technology (hereinafter STT).

The theoretical basis of the research was compiled by the concepts of synergetics and linguosynergetics [Haken, 1980]; the concepts of axiology [Ильин, 2005]; integration model of mixed/blend space [Fauconnier, Turner, 2006]; the theory of semiosis tension [Greimas, Fontanille, 2007]; the category of variability of signs when they realize their symbolic function and interpretability of meanings [Phillips, Jorgensen, 2004]; theory of discourse and discourse formation [Foucault, 1996]. The concepts that serve as the basis for this study include the concept of regulation of relations by soft, hard, smart powers [Nye, 2004], the concept of the power of discourse [Dijk, 2013], the concept of axiological parameterization of discourse [Serebrennikova, 2013], the concept of

technologization of discourse [Plotnikova, 2011], the idea of parametrizing media discourse as "the Smart Tuning technology" [Iakoba, 2017].

The ideas about dominant, governing, functional property of discourse for understanding, evaluating and acting, acquiring eventfulness in social practice are found in the works of various authors (N.D. Arutyunova, R. Blakar, T. van Dijk, G. Lasswell, M. Foucault, V.E. Chernyavskaya, R.O. Yakobson, E.I. Sheigal). The problem of how a person creates social reality and how this reality creates a person is developed in the concept of social construction of reality [Berger, Luckman, 1995]. The study of the relationship between human thinking, realized by language, and the construction of the effectiveness of social practices becomes the subject of this analysis.

The questions related to the explanation of the eventfulness of discourse as language functioning in communication are being developed in cognitive linguistics. In accordance with the cognitive-discursive concept, an event in the media is a complex unity constituted by a reference event, an event-idea, and a text event [Demyankov, 2001]. The epistem "power of discourse", having the status of a cognitive metaphor of a synergistic plan, is formulated in a critical analysis of discourse [Fairclough, 1989]. The power of discourse is interpreted as the ratio of power in communication, and power as the degree of intensity of influence. At the same time, power is interpreted as standing "behind the language" and as power "in the language itself" [Fairclough, 1989, p. 43]. The centers of power in the communicative space provide the influencing potential of discourse, which is indirectly indicated by T. van Dijk: "power is associated with control, control over discourse means access to its production, to its content, style and public consciousness" [Dijk, 2013, p. 15]. Thus, it becomes possible to develop the idea of revealing the power of the discourse in communication management by adjusting the discourse and realizing the power potential in communication.

Material and methods

The work employs the methodology of discourse analysis based on a dynamic approach and the principle of constructivism; cognitive modeling is aimed to create models for the mental structures reconstruction behind the word;

inference-driven interpretive analysis assumes that the values are computed by the interpreter and not contained in the language form, after that the conclusions are made; linguoaxiological analysis reveals the axiological components of the text, the system of values and assessments, the interpretation of reality and the value picture of the world; allows you to describe the stereotypes of discourse, implications, categories of norm and evaluation, which serve as ways of objectifying values; deconstruction method [Derrida, 1992] reveals the contradictions between logic and rhetoric, between the meaning contained in the text and the fact that it (the text) is forced to mean the intermediary language; that is, it recognizes the play of text against meaning. The methodology used is aimed at "identifying the structural relations of domination, power and control, expressed in language, indirect negative assessments in judgments that contribute to the creation of preconceived opinion in discourse" [Vodak, 2011, p. 290].

Results and discussion

The modern media discourse that can be easily reached in the Internet from any geographical urban location is chosen as the object of the research because it is eye-catching, attractive, draws attention, gives multiple points of view and different values. It is characterized by the fact that it does not only deliver messages but creates discursive events that are recognized by a mass addressee. When modeling media discourse, the characteristic "smart" in combinations *smart tuning*, *smart power* acquires special significance. It should be pointed out that "smart" is understood as a qualifier of effective interaction, as the ability to recognize hidden meaning, as the ability to evaluate messages, construct events, and achieve results due to its technological effectiveness.

The "Smart Tuning" technology is developed as an effective means to find out the ways of dominance in discourse. It reveals the discourse constructive potential in terms of demonstrating the addresser power, the addressee's readiness to obey or oppose and the ability of discourse to create an event. The discourse constructive potential is shown by inferring cognitive mechanisms hidden by language. The STT is aimed to reveal the discursive power that is divided into soft, hard and smart powers created in a

promotional, active action discourse. The STT is based on communicative external and internal parameters that help to get a deeper axiological understanding of the discursive event, fact or message. These parameters activate certain linguocognitive mechanisms that are used to create a specific effect in a discourse.

The idea of existence of *external and internal parameters* is brought by Haken originally [Haken, 1980, p. 37] and is developed in this research. They are systematized according to their belonging to the factors involved before the discourse was realized or in the course of discourse. The synergistic potential of the selected parameters is the power of discourse.

The power behind the discourse is reflected by *the external parameters of the STT*. They depend on the conscious, strategic activity of the addresser, influence the perception and comprehension of the addressee, orient their interpretative cognitive processes in the right direction of constructing understanding, accepting a point of view, vision of the world [Jakoba, 2019b, p. 96]. The external parameters include: 1) the power of the position of the addresser, which determines the strength in a communicative situation and the strength of the influence, management of the situation, in particular, status, authority, charisma; 2) the attractiveness of the situation, eventful with risks for the future; 3) the communication mode implemented by the subject – truly dialogical, opening a dialogue of consciousnesses or monodirectional; 4) the horizon of the addressee's expectations, which makes it easier to pass cognitive filters. The expectation horizon means "a set of psychological, socio-political, aesthetic and other ideas that determine the reader's attitude and perception of the work" [Tsurganova, 2001, pp. 872-875]. In the analysis of discourse, this term explains the relationship of the addressee to the media message, the passage of filters for the perception of the media message and the possibility of expanding the horizon of the addressee.

The power emanated from the process of discourse reflects *the internal parameters of the STT*. They give power to the discursive position, that is, the power to the promoted, structured point of view that constructs discourse in the intellectual space. The internal parameters of discourse include: message attractiveness, harmonization, modalization, patterning, multimodality, sense-

rhythmic modulations, tension [Jakoba, 2019b, p. 96]. The highlighted STT parameters act rationally and suggestively, synergistically affect the values, knowledge, emotions of the addressee, penetrating into the subconscious mind, transforming the meaningful and life concepts of the addressee.

The characteristic of power action lies in the ability to streamline the situation in one's own interests, to influence the system of sociocultural filters, deep, unconscious beliefs, needs and desires. The power is associated with the transmission of informative messages in discourse, providing a playful effect of power (according to M. Foucault). The purpose of power is to push the addressee to perception and conceptualization in a certain way. The discourse power is expressed in the ability to cause processes of acceleration or slowing reactions and sense transformations, thus acting as an attractor in the process of generating and functioning of symbols. It correlates with the gradation of the potential of discourse in terms of soft, hard and smart powers. The definitions of the specified powers through the prism of the STT in the media discourse are presented below.

Smart power, as a cognitive-discursive structure with an influencing potential, manages interaction with the addressee, and is aimed at coordinating discourse actions with the expectations by reaching the emotional-affective level at some reference points; using arguments of intellectual value it masks latent factors.

Soft power, as a cognitive-discursive structure with an influencing potential, controls communication that is focused on a dialogical mode of communication, it avoids no-compromise statements, qualifications, evaluations, perspectives, overcomes cognitive filters by making common cause with the cognitive system of the target addressee in accordance with the value concepts and focus.

Hard power, as a cognitive-discursive structure with an influencing potential, controls communication, overcoming the addressee's rebellion, presents a mandatory, categorical qualification of a discourse topic; uses a monologue, one-way communication mode, intensifies epistemic modality in the argumentation of the main thesis.

The action of the above mentioned discursive powers is presented in discourse through a

number of linguocognitive mechanisms, that were described in detail in the author's previous research [Iakoba, 2017], namely, involvement, defocusing, dialogization, imagining, inspiration, metaphorization, personalization, positioning, reframing, spin-doctoring, focusing, framing. *Involvement* is a mechanism that takes the addressee into commercial, advertising or other activities. *Defocusing* is a mechanism aimed at removing "undesirable" properties of the referent from the communicants attention focus and in some cases leading to recategorization as a decrease in the rank of cognitive isolation of the language semantics elements of the units and expressions, i.e. their transition from the primary focus to the secondary focus or into an implied background. *Dialogization* is a mechanism in which the proposed dialogue is updated. It is manifested in the question-answer style of presentation, which enhances the effect of the addresser and the addressee views closeness, concern for improving the social position of the latter. *Imagining* is a visualization mechanism for presenting ideas by describing vivid sensory images, pictures of the future, present or past that can evoke certain emotions: anger, fear, pride, desire to imitate, etc. There are the subclasses as positivization, dramatization, distortion, hyperbolization, reduction, intensification. *Inspiration* is a mechanism in which the ability to inspire and motivate is actualized. *Metaphorization* is a mechanism that allows you to comprehend some concepts based on others that serve as a standard. *Personalization* is a mechanism aimed at establishing close, trusting relationships with the addressee by shifting the boundaries of official communication to friendly communication, switching to first-name terms, telling stories from personal life, as if the addressee is a friend with whom the addresser shares personal news. *Positioning* is a mechanism aimed

at establishing positions: natives – strangers, good – bad, friends – enemies etc. There are the subclasses as unity, opposition, parallelism, distancing. *Reframing* is a mechanism aimed at intentionally moving from one frame to another through the drifting of concepts and axiological shift. *Spin-doctoring* is a mechanism that is based on a deliberately biased or false presentation of an event or fact. *Focusing* is a mechanism aimed at drawing attention to one part of reality is often accompanied by a shift in semantic accents, modality, and evaluation. *Framing* is a mechanism for representing knowledge and opinions about a certain typical situation or phenomenon in certain coordinates, in the structure of a certain framework.

The action of the highlighted powers, objectified in social multimodal slogans and stickers in English, dedicated to the vaccination against coronavirus around the world are demonstrated below.

The functioning of smart power can be operationalized by different combinations of linguocognitive mechanisms based on addressee's attraction in the event and keeping involved, forwarding to the planned destination. The smart power lets the addressee think of the independent choice that has been made under the influence of embedded ideas. The examples 1 and 2 (Figs. 1, 2) based on smart power demonstrate synergetic effect of such mechanisms as dialogization, imagining, inspiration, involvement, personalization, positioning, focusing and framing.

Example 1 is taken from Atlanta Journal-Constitution (USA) that explains:

(1) Now that Americans are receiving the first vaccines for the coronavirus, the Atlanta-based Centers for Disease Control and Prevention is encouraging employers to print stickers for their workers who have been inoculated (1).



Fig. 1. Example 1: I got my COVID-19 vaccine! We can do this

The smart power of example 1 is revealed by drawing attention to the problem as if discussed among friends. The conversation utterance is constructed with the 1st person singular *I* as the subject of the sentence. External parameters of the dialogue mode of communication and the attractiveness of the situation determine the intentional tuning, which manifests itself in a way, promoting an important topic of conversation, involving the addressee in the dialogue by activating the dialogization mechanism. The goal of the campaign is to convince the addressee of the need to get the coronavirus vaccine and of its safety. The internal parameters of the technology include the message attraction, the multimodality, that determine the control come from the discourse. The parameters are manifested by the mechanisms of focusing (drawing attention to the current health problem), inspiration (an attempt to secure oneself and others from the spread of infection), a strategy for modeling the future (proposing a solution to the problem), organized around the transmitted values: health, safety, common goal. The check mark creates a presupposition of the completeness of the action. The image of the USA behind the text (*We can do this*) implies the engagement of all American people and reveals a strategy for modeling scale. The first sentence (*I got my COVID-19 vaccine!*) uses a personalization mechanism. The second sentence promotes the idea of mutual problem solving (*We can do this*), which indicates the mechanisms of involvement and positioning (subclass: unity). It does not explicitly say what (*this*) can be done together, but implies the idea of cooperative vaccination. Thus, softly,

unobtrusively, indirectly, the addressee is led to the idea of need for vaccination along with others. The discourse is finalized by logically modeling the solution to the problem of the infection spread through cooperative vaccination. The deconstructed deep meaning (general security, health) has a universal attractive character that fits into the horizon of the addressee's value expectations. Example 2 is shown in Figure 2.

The second example attracts the attention of local communities. It is taken from the article about the vaccination campaign:

(2) A coalition of 60 top hospitals and health care institutions have joined forces in a nationwide campaign to encourage adults to get vaccinated against COVID-19. Led by Cleveland Clinic and Mayo Clinic, the campaign “Get the Vaccine to Save Lives” is designed to reassure the public that vaccines are safe, effective and necessary to achieve herd immunity and return to normal activities (V).

The peculiarity of example 2 is to involve people in the vaccination: *The campaign hopes to reach adults who are hesitant to receive a vaccine*. The smart power of this example is based on the opinion of the medical experts and doctors who are considered to have more professional and in-depth knowledge in the field. The external parameters, the strength of the addresser's position and the attractiveness of the situation determine the strength of the influence of the medical experts, their status, authority in a situation fraught with risks for the future. The campaign is to make Americans feel safe and confident about receiving a vaccine. The internal parameters of example 2

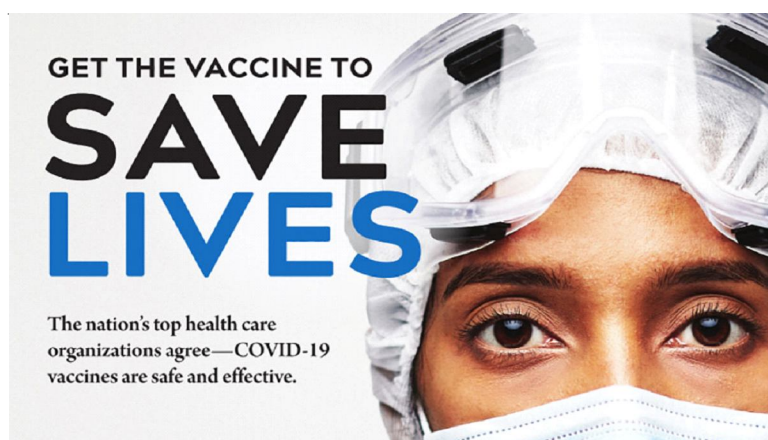


Fig. 2. Example 2: Get the vaccine to save lives. The nation's top health care organizations agree – COVID-19 vaccines are safe and effective

include modalization and multimodality. Modalization is a call to action that is considered necessary for all to save lives (*Get the vaccine to save lives*). The framing mechanism outlines the situation in terms of the safety and effectiveness of a vaccine according to the authoritative opinion of leading medical organizations (*The nation's top health care organizations agree – COVID-19 vaccines are safe and effective*). The multimodality of a social publicity, expressed in graphic (picture) and verbal (words) visual semiotic codes, implies an emphasis on the high status of a physician whose opinion is trusted. The photo of the face of a doctor of minority ethnic groups, identified by medical mask, goggles and medical cap, aims to attract and motivate communities of different ethnic background. The chromatic subcode of the combination of white, black, blue and dark skin focuses on the ethnic component, implying the idea of problem's multi-ethnicity, attracting the attention of the "people of colour" community. At the same time, the imagination is used to complete the picture, therefore, the mechanism of imagining is activated. The discourse is finalized by modeling a safe future based on the call of experts to be vaccinated, which will save lives and protect society from infection. The deconstructed deeper meaning (safety and efficacy of the vaccine) provides an unspoken guarantee of the vaccine quality, confirmed by the medical community, which indicates the action of the strategy of credibility citing.

The cognitive model of smart power shows presentation of tools revealed in the examples above. The tools include parameters, mechanisms and strategies. At the pyramid top the deepest cognitive level is located. At the bottom the verbalization means expressed. Thus, different levels of language are activated. The smart power tools model of examples 1 and 2 is demonstrated in Figure 3.

The *soft power* demonstrates soft influencing methods giving examples of targeted behavior. The functioning of soft power can be operationalized by linguocognitive mechanisms as personalization, imagining, positioning, framing and focusing in different combinations. They are based on such parameters as an addresser's powerful position, addressee's positive expectations, attractiveness of the message, an attractive, healthy and safe situation, multimodality, patterning, tension. The action of soft power is revealed in the examples 3 and 4 (see Figs. 4, 5).

The photo shows the Acting Prime Minister of the Kingdom of Eswatini, Themba Nhlenganiso Masuku, who launched the nationwide campaign and received his first dose of the AstraZeneca vaccine together with more than 59 officials present during the launch. The report says that:

(3) ...The Kingdom of Eswatini has received 32 000 doses of the Oxford AstraZeneca vaccine, 12 000 of which were received through the COVAX facility and the rest from a generous donation from India.

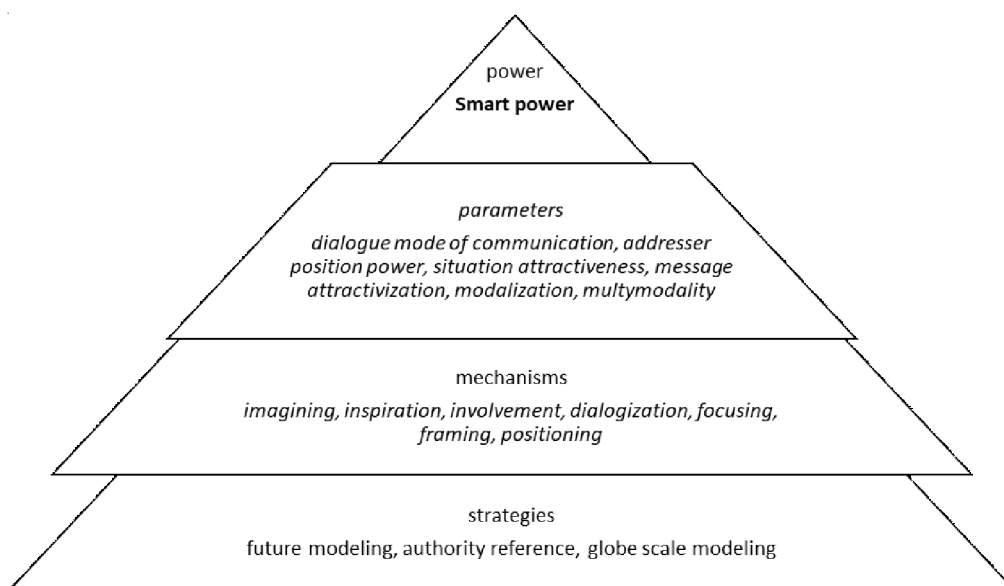


Fig. 3. The STT smart power tools modeling of examples 1 and 2



Fig. 4. Example 3: Vaccines save lives. Vaccinate today!

These vaccines will help to save lives as the country anticipates a third wave of transmission (III).

The soft power of this example is demonstrated by the top state officials publicly vaccinating who have sufficient authority for the population to follow them. The external parameters such as addresser's position power, situation attractiveness initiate the process of involving the addressee in the desired action. The goal of the campaign is the fight against COVID-19. The internal parameters include message attractivization, tensivity. The attractiveness of the message from example 3 can be traced in the discourse process of a large-scale campaign for saving lives by vaccinating (*Vaccines save lives*), which translates the values of life, health and safety. The parameter of tension characterizes the degree of intensity of an utterance and can be traced within the framework of modalization of discourse, representation of expressiveness, evaluativeness, tonality of discourse [Serebrennikova, Shoshin, 2020, p. 246]. The tension is manifested by the appeal to

the value of life and the call to be vaccinated. The mechanisms of personalization, imagining, positioning are manifested both in the verbal-graphic code and extralinguistically in the actions of the organizers and participants of the information-medical campaign. The symbolism and personification of the vaccine as the only means of saving and preserving life is demonstrated by the strategies of symbolization and personalization. The imagination of a model of future life without viruses and infections, the preservation of people's lives is realized by the imagining mechanism. Personal-temporal deictics (*Vaccinate today!*) offer a solution to the problem today through a direct appeal to the addressee. The discourse is logically finalized by constructing an action that is aimed at helping to reduce an epidemiologically dangerous situation.

Example 4 demonstrates the effect of soft power in a different way. The article says:

(4) ...The goal of the campaign is to increase awareness of and confidence in COVID-19 vaccinations



Fig. 5. Example 4: Vaccination is hope, strength, love, protection

for refugee, immigrant, and migrant communities and their families"(IV).

The soft power of this example is revealed through the synergy of pictures expressing love, close relationships between people of different genders, different ages and different ethnic groups and short statements, positioning what is vaccination. These statements are designed to construct a positive attitude of the addressee to the problem, based on universal human values. A presupposition is created to express these feelings during vaccination as protection from illness, death, separation. The addressee horizon of expectations acts as a promoting external parameter, background knowledge of the situation is the basis of communication.

The goal of the campaign is to bring the community into the process that creates buy-in and reduces isolation:

(5) With that in mind, IDEO.org worked directly with community members to create campaigns that were meaningful and effective (IV).

The internal parameters that create soft power for example 3, are multimodality and patterning. The multimodality is created by the synergy of the meaning of the picture and the text, the patterning separates individual meanings from each other in posters that are similar in form, but in essence different. The frames are created linking vaccination and the highest universal axiological values as protection, responsibility, family, love,

health, when framing and focusing mechanisms are activated. The brevity of the proposed formulas contributes to better memorization and consolidation as indisputable truths. The discourse is finalized by constructing new value pairs through the strategy of axiological shift. The translated values include hope for a better future without diseases; the willpower to resist the disease; love for the beloved ones, expressed in their protection from the infection by vaccination; moral duty to stop infection by vaccination.

Pay attention to the soft power tools model of examples 3 and 4 in Figure 6. The deepest level of tools include external and internal parameters which get verbalization by linguocognitive mechanisms and discursive strategies that are at the external level, located at the bottom in the Figure 6.

The *hard power* expresses direct instructions based on high social status and powerful position of the addresser. The orders are presumed being undisputable, unquestionable and must be executed. The functioning of hard power can be operationalized by linguocognitive mechanisms as focusing, framing, inspiration, positioning. They are based on such parameters as addresser's position power, addressee's expectations, situation attractiveness, message attractivization, modalization, multimodality. The action of hard power is shown in examples 5 and 6 (see Figs. 7, 8).

The hard power of example 5 is revealed through an order, expressed in the form of a quick

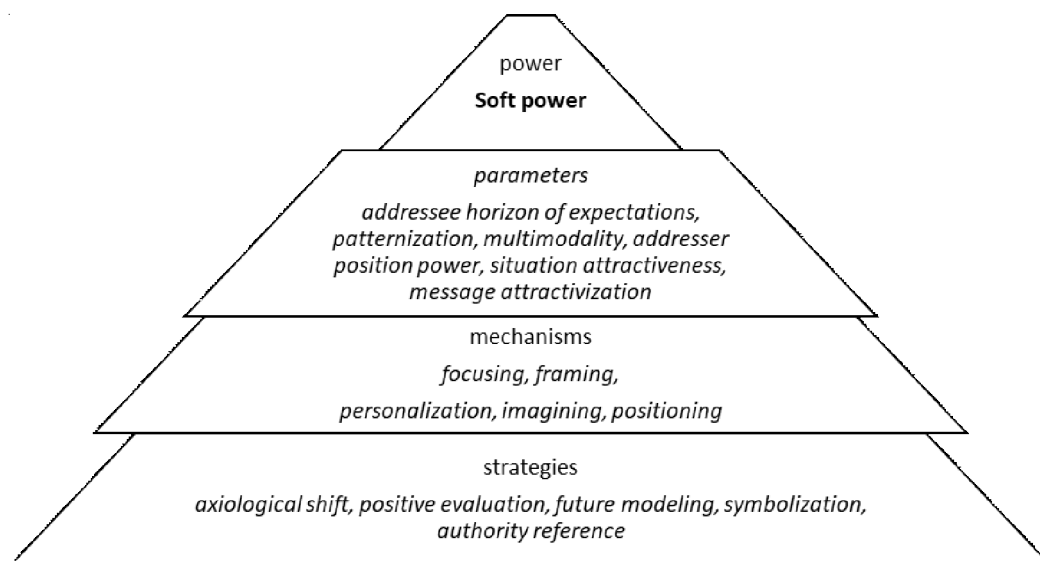


Fig. 6. The STT soft power tools modeling of examples 3 and 4



Fig. 7. Example 5: Vaccinate your family

guide to action, clearly indicating what to do with no alternative. There is no further explanation why this should be done. The external parameters are addresser’s position power, addressee’s horizon of expectations, situation attractiveness, since the addresser has sufficient authority and status to give orders and instructions, and the addressee is ready to obey, agrees with the dominant position of the addresser and is inclined to accept the “rules of this game”. If one reads the article on the Internet site, one finds that:

(6) ...The goal of the campaign is to support our collective understanding of how best to combat misinformation about health topics, whether it’s through new audience strategies or new approaches to measuring the impact of fact checks (II).

The internal parameters include message attractivization, modalization, multimodality, which are explained by the general interest in the topic of vaccination against coronavirus during the pandemic lasting more than a year, the need to take various measures to prevent the spread of infection, various ways of presenting material for a deeper perception of information using different semiotic codes.

These parameters are activated by mechanisms of focusing, framing, positioning. The

focusing mechanism helps to direct attention to the main idea – to protect oneself and others from the infection through vaccination. The framing mechanism limits the options – in order to get rid of the disease, only one way is offered – this is vaccination. The positioning mechanism (the subclass of unity) emphasizes the important role of the family. The discourse is finalized by highlighting the action that should save families, which indicates the transmission of family values, which are among the most significant values for most people.

The example 6 is not of pure hard power because it includes an exclamation (*Show that you value vaccines!*), a statement (*Vaccines save lives*), and a call to action (*Order pins today*), as you can see in Figure 8.

The hard power of this example is constructed through three sentences that create a chain of ideas leading to the desired, planned action. The article says:

(7) Pins may be placed on clothing, uniforms, lab coats, tote bags, or backpacks to show your support for vaccines (VI).

Hence, the goal of the campaign is to show support for vaccines. The external parameter



Fig. 8. Example 6: Show that you value vaccines! Vaccines save lives. immunize.org. Order pins today

(situation attractiveness) and the internal parameters (message attractivization, multimodality, modalization) are synergistically combined in the graphical layout of the central message, highlighted in black (*Vaccines save lives*). The exclamation (*Show that you value vaccines!*) is located on a red background in the upper position, which logically implies its initial reading. In the bottom position there is the call itself (*Order pins today*). The font size and thickness are also different, and the central message is not only of the largest font, but also occupies two lines, which implies its focus position. The *immunize.org* website below suggests that more detailed information can be obtained there by activating an incentive-to-action strategy.

The focusing mechanism helps to emphasize the lettering of the badge that advertises *Vaccines save lives*. The inspiration mechanism, which is not inherent in hard power, invites to show how vaccination can be appreciated, namely, to order badges with this inscription, which occurs through the use of a motivation strategy. There is a transition to the activation of the strategy of an axiological shift, the highest value of health is transformed into the material value of possessing a badge and demonstrating one's social position. The discourse is finalized by the urge to buy a badge with the inscription about vaccination in

order to show others their loyalty to this action, as one of the ways to value health and life.

Pay attention to the hard power tools model of examples 5 and 6 in Figure 9. At the deepest cognitive level of tools one can see external and internal parameters which get verbalization by linguocognitive mechanisms and discursive strategies in discourse.

The example 10, which clearly reveals the synergy of the action of the discourse powers through attractivity, attraction process [Iakoba, 2019a, p. 228], is presented below. The attractiveness of a situation is understood as an external parameter, a modeling property, a characteristic of discourse, which constitutes a condition for efficiency. An effective media discourse models a cognitively indefinite situation in the real world as clearly attractive. The attractiveness determines the presence/appearance/creation of such a situation in media discourse, which contributes to drawing attention, activating intelligence, generates interest, it is associated with the discourse emergency. The attraction process of a message is revealed as an internal parameter of the STT, it is defined as a process controlled by the inherent attractor and the corresponding combination of powers, explaining the stable intensification of the recipient's perception, the attraction meaning

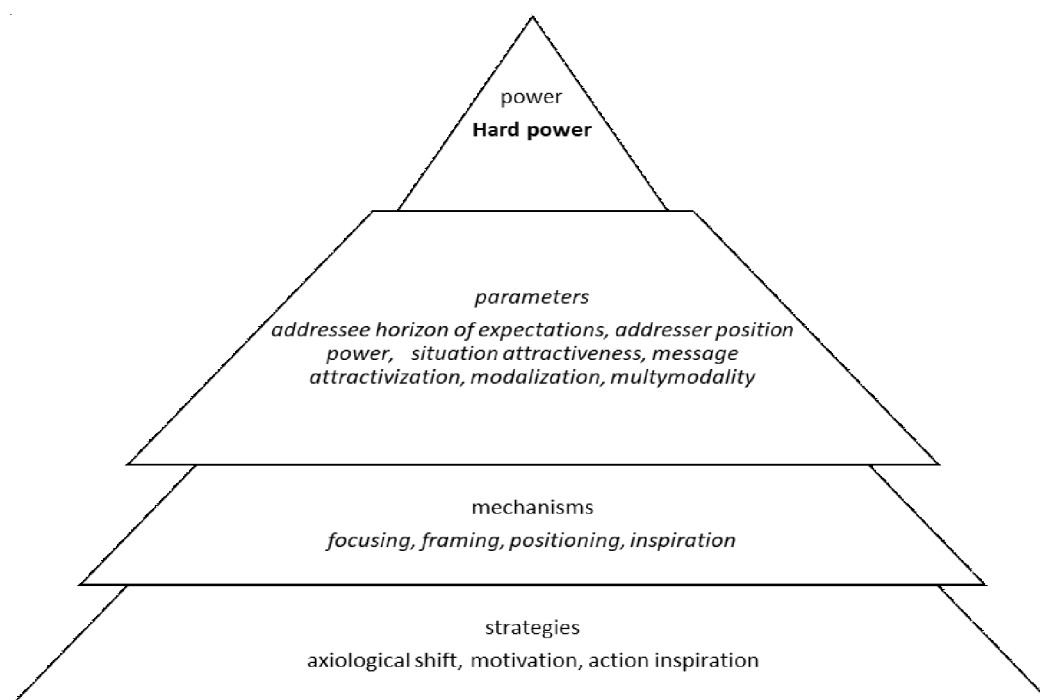


Fig. 9. The STT hard power tools modeling of examples 5 and 6

dominance. Thus, attraction process and attractiveness are considered as a paradigm of categories of STT for managing a communicative situation, interconnected according to the principle of causation, contributing to the emergence of a synergistic effect, which leads to the optimization of communication, which can be traced in example 7 in Figure 10.

Some more samples are presented below. The information about the reasons of this campaign was explained like this:

(8) The Africa Centres for Disease Control and Prevention (Africa CDC) and pan-African operator MTN Group today launched a joint campaign – “One More Push” – to encourage people across the continent to not give up in the fight against COVID-19, and to continue to wear their masks, wash their hands and practice social distancing (VII);

(9) As we continue with the distribution of vaccines across the continent, we all need to keep focused on overcoming COVID-19,” said Dr Nkengasong. “We implore all of Africa’s people to keep it up – let’s all give it one more push (VII).

The first sentence in example 7 (*One more push*) is designed by soft power, it is based on an intense positive attraction, intentionally aimed at stimulating action, achieving the desired results based on voluntary participation, sympathy and attractiveness. The second sentence (*Everywhere you go*) is constructed by a smart power, it is intentionally aimed at controlling the trajectory of discourse, contributing to a shift in the argumentative path of conceptualization and evaluation; recodes individual and social

consciousness; offers the best “right” solution. The third sentence (*Keep it to save lives*) is intentionally aimed at the maximum degree of impact, promotes unambiguous rational, emotional summing up to the final conclusions; leaves no room for axiological choice; gives a mindset for one possible solution. Thus, the triple discourse influence is softly, hardly and smartly aimed at the widest range of possible addressees, is focused at attracting attention in different ways, based on the attractiveness of the situation and the attraction of the message, which synergistically creates the maximum efficiency of communication.

Thus, the synergy of attractiveness and attraction process of example 7 allows us to manage and redirect the addressee’s attention, activate their interest, imagination, and intellect. In creating attraction, the magnetism of communication process dominates. It is a conscious choice of the addresser and it is capable to direct a semantic trajectory of discourse, to deep the value level of conceptualization and significance.

Conclusions

The STT was created as a discourse technology to make communication more effective and productive. It gives opportunity to analyze different discourses intentions, destinations, values, implicit latent impacts integrated, taking into account the parameters, an addresser position, an addressee position, a discourse process, its powers, mechanisms and strategies. It becomes important to understand



Fig. 10. Example 7: One more push. Everywhere you go. Keep it up to save lives. Keep it up for Africa

and critically interpret the information in the modern media space, that is aimed at the intellect of the addressee, "smartly" influencing the mind, values and assessments, shifting the focus of attention, constructing and framing discourse events through playing with hidden meanings. The media space can be parameterized for effective interaction between the addresser and the addressee by means of the STT. The gradation of the influencing potential of the discourse is expressed in three variants of the STT: 1) the basic variant based on smart power; 2) the variant with the dominance of soft power; 3) the variant with the dominance of hard power. There are mixed types or all the variants are used together.

The discourse powers are graded in terms of flexibility, softness and hardness of action. The nature of the STT impact is achieved by a flexible combination of powers on a value-acceptable basis, both on the rational-pragmatic controlled by consciousness, and on the subconscious in a person: archetypal, emotional and psychophysiological, for example, based on imagination and sense-rhythmic modulations.

The STT includes 12 internal and external parameters: the attractiveness (attraction process) of the situation, the strength of the position of the addresser, the horizon of the addressee's expectations, the communication mode, message attractiveness, harmonization, sense-rhythmic modulations, multimodality, patterning, modulation, tension, synergy. The external parameters of the technology depend on the addresser, influence the addressee, orienting their interpretive processes in the right direction. The internal parameters of the technology give power to the discursive position, which constructs discourse in the intellectual media space.

Linguocognitive mechanisms are activated by the powers of discourse, which contribute to destination, communication efficiency, eventivity. The action of 12 mechanisms was revealed: involvement, defocusing, dialogization, imagining, inspiration, metaphorization, personalization, positioning, reframing, spin-doctoring, focusing, framing.

Prospects for media discourse tuning are seen in the further development of smart technological discourse monitoring and management in a competitive media space, taking into account the factors of nonlinearity, attraction,

axiometry. It is also promising to deepen the analysis of the external and internal discursive parameters in their relationship in the construction of the discourse powers; methodology development for media discourse effectiveness monitoring in terms of its power potential.

REFERENCES

- Arutyunova N.D., 1988. *Tipy yazykovykh znacheniy: Otsenka. Sobytie. Fakt* [Types of Linguistic Values: Assessment. Event. Fact]. Moscow, Nauka Publ. 341 p.
- Berger P., Luckman T., 1995. *Sotsialnoe konstruirovaniye realnosti. Traktat po sotsiologii znaniya* [Social Construction of Reality. A Treatise on the Sociology of Knowledge]. Moscow, s. n. 323 p.
- Demyankov V.Z., 2001. Sobytiynost v yazyke sredstv massovoy informatsii [Eventivity in the Language of the Media]. *Yazyk sredstv massovoy informatsii kak obyekt mezhdistsiplinarnogo issledovaniya: tez. dokl. Mezhdunar. nauch. konf., filol. f-t MGU im. M.V. Lomonosova (25–27 okt. 2001)* [The Language of the Media as an Object of Interdisciplinary Research. Abstracts of the International Scientific Conference, Philology Faculty of Lomonosov Moscow State University (October 25–27, 2001)]. Moscow, Izd. dom Moskov. gos. un-ta, pp. 59-60.
- Derrida Zh., 1992. Pis'mo yaponskomu drugu [Letter to a Japanese Friend]. *Voprosy filosofii* [Philosophy Questions], no. 4, pp. 53-57.
- Dijk T.A. van. 2013. *Diskurs i vlast. Reprezentatsiya dominirovaniya v yazyke i kommunikatsii* [Discourse and Power. Representation of Dominance in Language and Communication]. Moscow, Librokom Publ. 344 p.
- Fairclough N.L., 1989. *Language and Power*. London, Longman. 259 p.
- Fauconnier G., Turner M., 2006. Mental Spaces: Conceptual Integration Networks. *Cognitive Linguistics: Basic Readings*. Berlin, Walter de Gruyter GmbH & Co. KG, pp. 303-371.
- Foucault M., 1996. *Volya k istine: po tu storonu znaniya, vlasti i seksual'nosti. Raboty raznykh let* [The Will to Truth: Beyond Knowledge, Power and Sexuality. Works of Different Years]. Moscow, Kastal Publ. 448 p.
- Haken G., 1980. *Sinergetika* [Synergetics]. Moscow, Mir Publ. 404 p.
- Iakoba I.A., 2017. *Lingvokognitivnye parametry diskursa v tekhnologii «Umnaya nastroyka»* [Linguocognitive Parameters of Discourse in the

- Smart Tuning Technology]. Irkutsk, Izd. dom. IRNITU. 189 p.
- Iakoba I.A., 2019a. Aktualizatsiya attraktivizatsii v mediynom reklamnom diskurse [Actualization of Attraction in Media Advertising Discourse]. *Teoriya yazyka i mezhkulturnaya kommunikatsiya* [Theory of Language and Intercultural Communication], no. 1 (32), pp. 227-235.
- Iakoba I.A., 2019b. Vneshnie i vnutrennie parametry mediynogo diskursa [External and Internal Parameters of Media Discourse]. *Uchenye zapiski Petrozavodskogo gosudarstvennogo unstituta* [Scientific Notes of Petrozavodsk State University], no. 3 (180), pp. 94-100.
- Ilyin V.V., 2005. *Aksiologiya* [Axiology]. Moscow, MGU. 216 p.
- Nye J.S., 2004. *Soft Power: The Means to Success in World Politics*. New York, Public Affairs Group. 191 p.
- Phillips L., Jorgensen M.V., 2004. *Diskurs-analiz. Teoriya i metod* [Discourse Analysis. Theory and Method]. Kharkiv, Gumanitarnyy Tsentr. 336 p.
- Plotnikova S.N., 2011. *Tekhnologizatsiya diskursa v sovremennom obshchestve: kollektiv. monogr.* [Technologization of Discourse in Modern Society. Collective Monograph]. Irkutsk, IGLU. 320 p.
- Serebrennikova E.F., 2013. Aksiologicheskaya parametrizatsiya sotsial'nogo diskursa [Axiological Parametrization of Social Discourse]. *Vestnik Irkutskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta*, no. 3 (24), pp. 13-18.
- Serebrennikova E.F., Shoshin A.A., 2020. Diskurs empatii: ot opredeleniya k vektoram modelirovaniya v mediynom kommunikativnom prostranstve [Discourse of Empathy: From Definition to Vectors of Modeling in the Medical Communicative Space]. *Teoriya yazyka i mezhkulturnaya kommunikatsiya* [Theory of Language and Intercultural Communication], no. 2 (37), pp. 243-254.
- Stepanov Yu.S., 1995. Alternativnyy mir, diskurs, fakt i printsip prichinnosti [Alternative World, Discourse, Fact and the Principle of Causality]. *Yazyk i nauka kontsa XX veka: sb. st.* [Language and Science of the Late Twentieth Century. Collection of Articles]. Moscow, RGGU, pp. 34-72.
- Tsurganova E.A., 2001. Retseptivnaya kritika [Receptive Criticism]. Nikol'yukin A.N., ed. *Literaturnaya entsiklopediya terminov i ponyatiy* [Literary Encyclopedia of Terms and Concepts]. Moscow, Intelvak Publ., pp. 872-875.
- Vodak R., 2011. Kriticheskaya lingvistika i kriticheskiy analiz diskursa [Critical Linguistics and Critical Analysis of Discourse]. *Politicheskaya lingvistika* [Political Linguistics], no. 4 (38), pp. 286-291.

SOURCES

- I – Darnell T. *Get the Shot, Get a Sticker; CDC Releases 'I Got My COVID-19 Vaccine' Stickers*. URL: <https://www.ajc.com/news/nation-world/get-the-shot-get-a-sticker-cdc-releases-i-got-my-covid-19-vaccine-stickers/MMRWCR02IVGETPRQP4MER7LSSM/>
- II – *Vaccinate Your Family Serves on Google's Expert Jury to Select Global Recipients to Help Fight COVID-19 Misinformation*. URL: <https://vaccinateyourfamily.org/about-us/announcements/>
- III – *Eswatini Launches Nationwide COVID-19 Vaccination Campaign*. URL: <https://www.afro.who.int/news/eswatini-launches-nationwide-covid-19-vaccination-campaign>
- IV – *"Vaccination is" Campaign*. URL: <https://nrcrim.org/vaccines/campaigns/vaccination-campaign>
- V – Kiska A. *Leading US Hospitals Team Up to Promote COVID-19 Vaccination*. URL: <https://newsroom.clevelandclinic.org/2021/04/20/leading-us-hospitals-team-up-to-promote-covid-19-vaccination/>
- VI – *Shop IAC: "Vaccines Save Lives" Pins*. URL: <https://www.immunize.org/shop/pins.asp>
- VII – *Africa CDC and MTN Accelerate Fight Against COVID-19 with "One More Push" Campaign*. URL: <https://africacdc.org/news-item/africa-cdc-and-mtn-accelerate-fight-against-covid-19-with-one-more-push-campaign/>

Information About the Author

Irina A. Yakoba, Doctor of Sciences (Philology), Candidate of Sciences (Sociology), Professor, Department of Foreign Languages No. 1, English Language Associate Professor (State Commission for Academic Degrees and Titles), Irkutsk National Research Technical University, Lermontova St, 83, 664074 Irkutsk, Russia; Professor, Department of Linguistics and Linguodidactics, Irkutsk State University, Ulan-Batorskaya St, 6, 664082 Irkutsk, Russia, irina_yakoba@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0003-0443-4685>

Информация об авторе

Ирина Александровна Якоба, доктор филологических наук, кандидат социологических наук, профессор кафедры иностранных языков № 1, доцент кафедры английского языка (ВАК), Иркутский национальный исследовательский технический университет, ул. Лермонтова, 83, 664074 г. Иркутск, Россия; профессор кафедры лингвистики и лингводидактики, Иркутский государственный университет, ул. Улан-Баторская, 6, 664082 г. Иркутск, Россия, irina_yakoba@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0003-0443-4685>



ОСВОЕНИЕ ЦИФРОВОГО ПРОСТРАНСТВА КОММУНИКАЦИИ

DOI: <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2022.3.10>

UDC 81'23:372.41
LBC 81.008



Submitted: 12.09.2021
Accepted: 21.02.2022

THE “DIGITAL GENERATION” IS LEARNING TO READ: LINGUISTIC FACTORS OF EYE MOVEMENT PARAMETERS OF RUSSIAN SCHOOLCHILDREN OF THE 1st – 3rd GRADES¹

Alexandra N. Puchkova

Pushkin State Russian Language Institute, Moscow, Russia;
Institute of Higher Nervous Activity and Neurophysiology of the Russian Academy of Sciences, Moscow, Russia

Maria Yu. Lebedeva

Pushkin State Russian Language Institute, Moscow, Russia

Antonina N. Laposhina

Pushkin State Russian Language Institute, Moscow, Russia

Abstract. The level of reading literacy of the modern “digital generation” is an acute and significant topic. To explore this problem in dynamics it is necessary to objectively record the parameters of reading skills development in modern children. The article presents the results of an experimental study of the reading mechanism of elementary school students, performed using eye tracking. Fifty-three pupils in grades 1–3 of Moscow schools participated in the experiment, with real texts from Russian textbooks as stimulus material. Eye movements were recorded while reading texts from the screen, and after each text a comprehension question was asked. The results indicated a direct correlation between oculomotor characteristics and reading skill. From grade 1 to grade 3, the duration and number of fixations, amplitude duration, and reading time for both word and letter decreased, while the number of words with one or missing fixation increased. There was also a grade-independent effect of word length and word frequency factors on reading speed and oculomotor activity for students in all grades. Both factors had a significant effect on reading time, the average fixation duration was more sensitive to the frequency factor than to the word length factor, while word length alone influenced the first fixation duration.

Key words: text complexity, reading development, eye tracking, word frequency, word length, reading strategy, lexical reading strategy, sublexical reading strategy.

Citation. Puchkova A.N., Lebedeva M. Yu., Laposhina A.N. The “Digital Generation” is Learning to Read: Linguistic Factors of Eye Movement Parameters of Russian Schoolchildren of the 1st – 3rd Grades. *Vestnik Volgogradskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya 2. Yazykoznanie* [Science Journal of Volgograd State University. Linguistics], 2022, vol. 21, no. 3, pp. 116-131. (in Russian). DOI: <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2022.3.10>

**«ЦИФРОВОЕ ПОКОЛЕНИЕ» ОСВАИВАЕТ ЧТЕНИЕ:
ВЛИЯНИЕ ЛИНГВИСТИЧЕСКИХ ПАРАМЕТРОВ ТЕКСТА
НА ГЛАЗОДВИГАТЕЛЬНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ УЧЕНИКОВ 1–3-го КЛАССОВ¹**

Александра Николаевна Пучкова

Государственный институт русского языка им. А.С. Пушкина, г. Москва, Россия;
Институт высшей нервной деятельности и нейрофизиологии РАН, г. Москва, Россия

Мария Юрьевна Лебедева

Государственный институт русского языка им. А.С. Пушкина, г. Москва, Россия

Антонина Николаевна Лапошина

Государственный институт русского языка им. А.С. Пушкина, г. Москва, Россия

Аннотация. Для изучения уровня читательской грамотности представителей современного «цифрового поколения» в динамике необходима объективная фиксация параметров развития читательских навыков у современных детей. В статье представлены результаты экспериментального исследования механизма чтения у учеников младших классов, выполненного с использованием видеорегистрации движения глаз (айтрекинг). В пилотном эксперименте приняли участие 53 ученика 1–3-го классов школ города Москвы, в качестве стимульного материала использованы реальные тексты из российских учебников. Регистрация движения глаз производилась при чтении текстов с экрана монитора, после каждого текста задавался вопрос на понимание прочитанного. Результаты указывают на изменения глазодвигательных параметров по мере развития навыка чтения. От 1-го к 3-му классу уменьшается продолжительность, количество фиксаций и время прочитывания как слова, так и буквы, растет амплитуда саккад, при этом количество слов с одной или с пропущенной фиксацией возрастает. Зафиксировано независимое от класса обучения влияние факторов длины и частотности слова на скорость чтения и глазодвигательную активность учеников всех классов. Оба фактора оказывали значимое влияние на время чтения, средняя длительность фиксаций была более чувствительна к фактору частотности, чем к фактору длины слова, в то время как только длина слова влияла на длительность первой фиксации.

Ключевые слова: сложность текста, освоение чтения, айтрекинг, частотность слова, длина слова, стратегия чтения, лексическая стратегия чтения, сублексическая стратегия чтения.

Цитирование. Пучкова А. Н., Лебедева М. Ю., Лапошина А. Н. «Цифровое поколение» осваивает чтение: влияние лингвистических параметров текста на глазодвигательные характеристики учеников 1–3-го классов // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2, Языкознание. – 2022. – Т. 21, № 3. – С. 116–131. – DOI: <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2022.3.10>

Введение

Способность человека с помощью чтения решать различные задачи в различных ситуациях признается ключевым навыком, определяющим успешность личности во всех сферах жизни (например, существуют убедительные свидетельства связи академических достижений и сформированности читательской компетентности студентов [Holloway, 1999; Alexander, Jetton, 2000; Grimm, 2008]). В отчете о результатах PISA за 2000 г. Организация экономического сотрудничества и развития под-

черкивает, что определенный уровень читательской грамотности необходим современному человеку для участия в общественной жизни, удовлетворения личных, социальных, политических, культурных нужд и в целом выполнения большинства задач, возникающих в жизни взрослого человека [OECD, 2002].

Вместе с тем уровень читательской грамотности современных людей, и в частности современных школьников, является темой для эмоциональных дискуссий. Возрастающая роль новых форм коммуникации, увлечение молодежи мультимедийными ресурсами, зна-

чительный объем «экранного времени» в жизни людей, особенно детей, вызывает беспокойство: мнение, что эти процессы негативно сказываются на навыках чтения и читательской грамотности, звучит как в широком общественном обсуждении, так и в профессиональных дискуссиях.

Важно, однако, чтобы дискуссия по столь острой теме опиралась на научные данные, позволяющие фиксировать развитие читательских навыков и компетенций в разное время. Только на основании таких данных может быть решена задача объективного оценивания динамики читательских навыков у людей одного возраста. Особую значимость задача сбора таких данных приобретает при изучении сформированности читательских компетенций у младших школьников: с одной стороны, именно в этом возрасте происходит освоение навыков чтения, на которых базируется читательская грамотность, с другой – именно современные дети 6–10 лет являются яркими представителями так называемого «цифрового поколения», которое осваивает цифровую среду одновременно со средой аналоговой. Вероятно, что освоение цифровой среды следующими поколениями будет происходить еще форсированнее и в более раннем возрасте. Именно поэтому необходимо накапливать и сравнивать между собой данные об освоении детьми чтения, причем выстраивать исследования таким образом, чтобы в будущем была возможна их репликация.

Одной из наиболее объективных современных методик в исследованиях чтения является технология видеорегистрации движения глаз (айтрекинг). Эта методика обеспечивает получение сведений о процессах распознавания, декодирования и интеграции слов через анализ характеристик глазодвигательной активности [Rayner, 1998; Барабанщиков, Жегалло, 2014]. На сегодняшний момент айтрекинг не имеет аналогов при проведении исследований процесса чтения, поскольку позволяет точно отслеживать процессы, происходящие при чтении про себя. Дополнительным преимуществом методики является бесконтактная запись и минимальное вторжение исследователя в процесс чтения, что приближает экспериментальные условия для респондента к реальности.

В качестве данных для анализа окуломоторной активности чаще всего используются следующие параметры: средняя длительность и количество фиксаций, амплитуда саккад, относительное и абсолютное время рассматривания зон интереса. Считается, что сформированность навыка чтения определяет окуломоторные характеристики. В целом при низком уровне владения языком и чтением наблюдаются более длительные и многочисленные фиксации, короткие саккады, большее количество возвратов к ранее прочитанному (регрессий) [Blythe, 2014].

Существует несколько моделей, описывающих процесс развития чтения. Одной из наиболее широко распространенных является модель «двойного маршрута» при чтении слов (dual-route model) [Coltheart et al., 1993; 2001]. Она описывает два возможных пути, или две стратегии: сублексическую и лексическую. При сублексической стратегии читатель опирается на звуко-буквенные соответствия в слове. Взрослые и опытные читатели прибегают к сублексической стратегии в основном при чтении незнакомых и редких слов. Лексическая стратегия чтения предполагает распознавание слова целиком и последующее соотнесение графического облика слова с его значением. Чтение с применением лексической стратегии принято считать более быстрым, чем чтение с применением сублексической стратегии. Каждая из стратегий выражается различиями в глазодвигательной активности читателя, которые были зафиксированы в ряде исследований на материале разных языков и в разных возрастных группах респондентов [Korneev, Matveeva, Akhutina, 2016].

Исследования, в которых отслеживается взгляд читающего человека, показывают, что опытные читатели демонстрируют в среднем более быстрые и малочисленные фиксации и меньшее число регрессий [Häikiö et al., 2009; Rayner, Slattery, Bélanger, 2010; Frey, 2016]. Ученики начальных классов школы, дети с низким уровнем развития навыков когнитивной обработки, низкоквалифицированные читатели и читатели с дислексическими проблемами производят более длительные фиксации, более короткие саккады и большее количество регрессий, чем опытные читатели

того же возраста [Maloney et al., 2009; Korneev, Matveeva, Akhutina, 2016; Krstić et al., 2018]. Такие данные указывают на различия в наблюдаемых параметрах глазодвигательной активности, по которым можно отследить уровень развития навыка чтения.

В исследованиях, где сравнивалось чтение учеников младших классов, показано, что второклассники были склонны менять положение фиксации несколько раз на каждом слове, прежде чем перейти к следующему или предыдущему слову, в отличие от четвероклассников, которые делали более точные фиксации ближе к центру слова, что способствовало снижению их количества. Кроме того, наблюдалось уменьшение длительности начальной фиксации и времени перечитывания [Huestegge, 2009; Krstić, 2018]. Для опытных читателей также было отмечено изменение в глазодвигательных параметрах в момент появления сложностей в тексте, существенно превосходящих уровень их читательских способностей [Ashby, Rayner, Clifton, 2005; Rayner, Slattery, Bélanger, 2010].

В научной литературе описано, как при развитии навыка чтения менялось влияние лексических аспектов языка на окулomotorные параметры. Например, второклассники были более чувствительны к длине и частотности слова, чем четвероклассники [Huestegge et al., 2009]. В ряде исследований показано, что эффект длины слова связан с процессом сублексического декодирования, и снижение этого эффекта для более опытных читателей может быть свидетельством перехода к лексической стратегии, в которой слово воспринимается как целое [Van den Boer De Jong, Haentjens-van Meeteren, 2013; Zoccolotti et al., 2009].

На материале русского языка пока проведено небольшое количество исследований глазодвигательной активности у детей, осваивающих навыки чтения. Обнаружено, что дети 6–7 лет за одну фиксацию воспринимают меньшее количество букв, чем дети 9–10 лет. Такие данные могут быть объяснены увеличением «оперативного поля зрения», в котором происходит обработка лексической и графической информации. Кроме того, подобные данные предположительно объясняются тем, что у детей 9–10 лет произвольное (избирательное) внимание, как принято считать,

более развито и позволяет обеспечить выбор более оптимальной стратегии чтения. Накоплены также данные об изменениях в пространственно-временных параметрах глазодвигательной активности детей от 6 к 10 годам. Наиболее часто эти изменения выражаются в уменьшении средней длительности фиксации на словах, увеличении амплитуды прогрессивных и регрессивных саккад, а также увеличении объема информации, воспринимаемой в ходе одной фиксации [Иванов, 2015; Кorneев, Матвеева, Ахутина, 2020]. Такие данные напрямую согласуются с полученными ранее результатами на материале других языков [Ashby, Rayner, Clifton, 2005; Rayner, Slattery, Bélanger, 2010; Seassau, Bucci, 2013].

Одно из направлений исследований в области формирования навыков чтения связано с изучением влияния на окулomotorные характеристики лексических параметров слов, прежде всего длины и частотности слова. Так, на материале русского языка было установлено, что на параметры глазодвигательной активности взрослых читателей влияют длина, частотность и предсказуемость слова в тексте [Laurinavichyute et al., 2019]. Однако было показано, что высокоуровневые параметры, отвечающие за сложность текста: его морфологические и синтаксические характеристики – практически не влияют на окулomotorные параметры при чтении детьми на начальном этапе развития навыка чтения. Так, дети 6–7 лет делали менее продолжительные фиксации только при чтении простых текстов, при этом чтение сложных и квазитекстов вызывало у детей одинаковые трудности без значимых различий в зрительных параметрах. Такие особенности могут быть объяснены тем фактом, что в младшем возрасте школьники читают тексты повышенной сложности механически. У детей 9–10 лет квазитексты вызывали бóльшую сложность, чем обычные тексты повышенной сложности. Это может объясняться выбором более осознанной стратегии при чтении обычных текстов, в которой возникает «эффект предугадывания» последующего слова с опорой на контекст и структуру предложения, что существенно облегчает нагрузку и отражается на глазодвигательной активности [Иванов, 2015].

Анализ научной литературы показал, что для исследований чтения используются различные типы стимулов: от отдельных слов до текстов. В работах, предполагающих предъявление участниками предложений или более крупных фрагментов текста, для создания стимульного материала авторы могут обращаться к уже созданным корпусам предложений. Они разработаны на материале иностранных языков, например немецкий [Kliegl, Nuthmann, Engbert, 2006], испанский [Fernandez et al., 2014], английский [Winskel, Radach, Luksaneeyanawin, 2009] корпуса, для русского языка на основе немецкого корпуса создан открытый для использования Русский корпус предложений [Laurinavichyute et al., 2019], а также специальный корпус [Корнеев, Ахутина, Матвеева, 2019], включающий в себя предложения для оценки уровня навыка чтения учениками начальной школы.

Для русского языка разработан также комплект текстов Стандартизированной методики исследования навыков чтения (далее – СМИНЧ) [Корнев, Ишимова, 2010], который используется в тестировании детей школьного возраста и на материале которого доступны результаты экспериментов с применением технологии айтрекинга [Dorofeeva et al., 2019]. Однако данные материалы предназначены прежде всего для диагностики нарушений чтения и дифференциальной диагностики дислексии. При этом, как было сказано выше, безусловный интерес представляет изучение формирования навыков чтения у нормотипичных детей. Поэтому в работе мы сосредоточились на исследовании глазодвигательной активности при чтении у детей младшего школьного возраста на материале реальных текстов разной степени сложности, с которыми они сталкиваются в школе или дома в процессе обучения и домашнего чтения.

В связи с этим сформулирована цель исследования – в результате эксперимента охарактеризовать параметры чтения максимально аутентичных текстов в широком возрастном диапазоне, с 1-го по 3-й класс, у детей без выраженных нарушений чтения. Частная задача исследования заключалась в том, чтобы определить, будут ли изменяться в этом периоде известные эффекты длины и частотности слов.

Материалы и методы

В исследовании приняли участие 53 ученика 1–3-го классов школ города Москвы: 26 учеников 1-го класса (10 мальчиков, 16 девочек), 15 учеников 2-го класса (4 мальчика, 11 девочек), 12 учеников 3-го класса (2 мальчика, 10 девочек). Средний возраст учеников – $7,72 \pm 0,52$ года. Эксперимент проводился в апреле и мае, в конце учебного года, когда предполагается освоение навыков чтения, соответствующих классу обучения. В исследовании участвовали ученики без нарушений зрения или со зрением, скорректированным до нормального с помощью очков. До начала исследования для каждого ребенка было получено письменное информированное согласие родителей на участие в эксперименте.

Материалом для эксперимента послужили 6 текстов из современных учебников русского языка для 2–3-х классов, входящих в УМК «Школа России». Сложность текста оценивалась по двум группам параметров, основанных на длинах и частотности слов, входящих в тексты (см. табл. 1). Первую группу параметров составили средняя длина слова в знаках и слогах, средняя длина предложения и индекс читабельности Флеша, скорректированный для русского языка И.В. Оборневой [Оборнева, 2006]. Данный индекс представляет собой число от 0 до 100, где 100 – очень легкий текст, 65 – легкий текст, 30 – немного трудный текст, а 0 – очень сложный для чтения текст. Для учета частотной информации был использован процент покрытия текста списком 5 000 самых частотных слов по Частотному словарю современного русского языка по материалам Национального корпуса русского языка (далее – ЧС НКРЯ), который вычисляется как отношение количества слов текста, зафиксированных в заданном списке, к общему количеству слов текста (в расчетах использовались все слова текста: как полнзначные, так и служебные). В некоторых случаях в текст внесены незначительные изменения, в первую очередь синонимические замены: слова заменялись на более простые или сложные синонимы. Подбор текстов происходил таким образом, чтобы избежать «эффекта потолка» для третьеклассников: в каждом тексте встречались трудные даже для

Таблица 1. Сравнение параметров сложности используемых в эксперименте текстов и текстов СМИНЧ

Table 1. Comparison of the complexity parameters of texts used in the experiment and Standardized Assessment of Reading Skills (SARS) texts

Тексты	Количество слов	Средняя длина слова в знаках	Средняя длина предложения	Индекс FRE	Покрытие текста ЧС НКРЯ, %
Тексты для эксперимента					
Текст № 1. Трактор	37	6.38	9.25	49	84
Текст № 2. Умка	42	4.86	8.4	78	85
Текст № 3. В траве	23	5.57	4.6	75	35
Текст № 4. Мышка	27	5.63	9	66	89
Текст № 5. Цветы	29	6.76	5.8	15	62
Текст № 6. Собака	49	4.14	9.8	80	92
Текст № 7. Буратино	52	4.85	13	62	65
Тексты СМИНЧ					
Текст № 1. Как я ловил раков	227	4.6	8.4	78	88
Текст № 2. Неблагодарная ель	213	5.1	9.7	68	79

детей, оканчивающих 3-й класс, фрагменты. К стимульному материалу в качестве седьмого текста был добавлен фрагмент сказки о Буратино. Стимульные тексты приведены в приложении.

Из таблицы 1 становятся очевидны основные отличия отобранных текстов от текстов, входящих в методику СМИНЧ. Во-первых, отобранные тексты значительно короче по объему, что не требует дробления текстов на абзацы и позволяет предложить каждому испытуемому несколько текстов, отличных по своим лингвистическим характеристикам, для наблюдения их связи с глазодвигательными параметрами. Во-вторых, в отобранных текстах наблюдается более значительный разброс значений признаков: если текст СМИНЧ № 1 отличается от текста № 2 на 10 пунктов по индексу Флеша (что соответствует методическому описанию этих текстов, текст № 1 отмечается авторами методики как более простой), то в отобранных нами текстах индекс Флеша варьируется от 15 до 80 пунктов. Аналогичная картина наблюдается и для значений процента покрытия текста частотным списком: более простой текст СМИНЧ «Как я ловил раков» содержит на 9 % больше частотных слов, чем более сложный текст «Неблагодарная ель», тогда как в отобранных нами текстах значения этого признака представлены с разбросом от 35 до 92 %.

Процедура эксперимента. На экране монитора для испытуемых были представлены тексты в оригинальной верстке из учебника с сохранением типографических особенностей (шрифт, интерлиньяж, кернинг). Это позволило нам предъявлять тексты в привычном для учеников формате и сохранить аутентичность стимульного материала, который демонстрировался в виде изображения шириной 1400 пикселей и соответствующей тексту высотой. Это обеспечивало соответствие угловых размеров текста размерам текстов, сверстаных в бумажном учебнике.

Исследование проводилось с применением айтрекера SR Research Eyelink 1000+, с частотой регистрации 500 Гц и 13-точечной калибровкой перед началом эксперимента. Запись велась бинокулярно, впоследствии для анализа отбирались данные с лучшим качеством записи. Испытуемые садились перед экраном компьютера диагональю 23 дюйма, с разрешением 1920 на 1080 точек (расстояние между глазами и экраном 940 мм), голова фиксировалась с помощью лобной опоры.

Перед исследованием каждому ребенку индивидуально объясняли его задачу: прочитать появляющиеся на экране тексты вслух как можно быстрее и после каждого текста ответить на вопрос по нему. Им также объясняли, как будет проходить калибров-

ка айтрекера. Учеников случайным образом разделили на 2 равные группы. Для уменьшения утомления респонденты из каждой группы читали только 3 из 6 отобранных учебных текстов в случайном порядке, а также текст про Буратино и первый «тренировочный» текст, данные которого впоследствии не учитывались. После каждого текста испытуемые, не отрывая взгляда от экрана, отвечали на заданные им вслух вопросы на понимание прочитанного. Если ребенок отмечал дискомфорт во время участия, опыт прекращался.

Данные айтрекинга проходили процедуру выделения фиксаций и саккад, предварительную очистку и коррекцию артефактов в программе SR Research DataViewer. При анализе окуломоторной активности учитывался весь период чтения: от появления текста на экране до прочтения последнего слова в тексте. Перед анализом данных была проведена проверка качества записей. Запись каждого респондента была проверена вручную и, в случае необходимости, была отредактирована калибровка. Записи с низким качеством были исключены из анализа. Далее были размечены зоны интереса для всех текстов; каждое слово было выделено в отдельную зону. Предлоги, союзы и вспомогательные слова были исключены из конечного анализа чтения отдельных слов. Статистический анализ данных проводился с применением программы Statistica 10. Раз-

личия между классами определялись методом однофакторного дисперсионного анализа (ANOVA).

Результаты

Основные усредненные параметры чтения и окуломоторной активности школьников 1, 2 и 3-го классов при чтении всех текстов представлены в таблице 2. Поскольку дети читали набор текстов разной длины, среднее время чтения и общее количество фиксаций по всем текстам мы не оценивали.

Ожидаемо, что средняя скорость чтения значительно возрастала от 1-го к 3-му классу ($F(2,197) = 34,06, p < 0,0001$). Соответственно, снижалось время чтения ($F(2,4508) = 198,98, p < 0,0001$). Фактор класса значимо влиял на все параметры, выбранные для описания глазодвигательной активности. Средняя длительность фиксаций последовательно уменьшалась от 1-го к 3-му классу ($F(2,22628) = 81,17, p < 0,0001$). Такая же тенденция наблюдалась и для следующих параметров: среднее количество фиксаций на слове ($F(2,6640) = 96,81, p < 0,0001$), средняя длительность первой фиксации на слове ($F(2,6343) = 7,45, p < 0,001$), средняя амплитуда саккад ($F(2,20245) = 181,85, p < 0,0001$). Доля слов, распознаваемых при помощи только одной фиксации, увеличивается от 1-го к 3-му классу. Аналогичный результат мы наблюдаем и на данных о пропущенных при чтении словах (с 0 фиксаций).

Таблица 2. Параметры чтения и окуломоторной активности у школьников 1, 2 и 3-го классов

Table 2. Parameters of reading and oculomotor activity of students in grades 1, 2, and 3

Параметр	1-й класс	2-й класс	3-й класс
Средняя скорость чтения, слов/мин	50,1 ± 3,1	73,2 ± 3,9	93,1 ± 4,4
Среднее время чтения слова, мс	1 127 ± 13,5	874 ± 16,5	698 ± 17,6
Доля слов с одной фиксацией	16,6 %	24,6 %	31,4 %
Доля пропущенных слов (включая вспомогательные)	8 %	11,3 %	11,3 %
Средняя длительность фиксаций, мс	270 ± 0,99	266 ± 1,43	245 ± 1,53
Средняя длительность первой фиксации на слове, мс	254 ± 2,07	262 ± 2,53	246 ± 2,54
Среднее количество фиксаций на слове	3,12 ± 0,03	2,62 ± 0,04	2,41 ± 0,04
Средняя амплитуда саккад, угловые градусы	1,15 ± 0,006	1,19 ± 0,01	1,42 ± 0,01

Примечание. В таблице представлены усредненные данные по чтению всех текстов, указана стандартная ошибка среднего для каждого параметра.

Note. The table shows averaged data for reading all texts, the standard error of the mean is shown.

Для определения данных параметров в анализ были включены слова служебных частей речи. Эта динамика также отражает рост навыка беглого чтения.

Помимо общей оценки параметров глазо двигательной активности на уровне текста, мы измерили их и на уровне слова. Поскольку разброс длин слов достаточно велик и закономерно влияет, например, на длительность прочтения, было проведено нормирование на длину словоформ в символах, чтобы получить условную оценку «обработки одной буквы». Результаты для 1, 2 и 3-го классов представлены в таблице 3.

На нормализованных данных мы также видим статистически значимое влияние фактора класса. Время прочтения одной буквы уменьшалось от 1-го к 3-му классу ($F(2,4699) = 148,904, p < 0,0001$). Такую же тенденцию мы наблюдаем и для параметра количества фиксаций, нормализованных по длине ($F(2,4682) = 101,427, p < 0,0001$). В параметре «длительность фиксаций, нормализованных на длину» можно увидеть практически схожие показатели для 1-го и 2-го классов, однако уже к 3-му классу этот показатель статистически значимо уменьшается ($F(2,19642) = 35,48, p < 0,0001$).

Таким образом, мы видим прогрессивное развитие навыка чтения от 1-го к 3-му классу, которое сопровождается закономерным изменением стратегии чтения и параметров окуломоторной активности: 1) ускорение чтения слов за счет сокращения длины и уменьшения количества фиксаций; 2) рост доли пропускаемых и прочитываемых за одну фиксацию слов; 3) удлинение саккад.

Помимо получения нормативных метрик чтения, мы оценили эффекты влияния длины и частотности слов (по Национальному корпусу русского языка) на характеристики чтения и движений глаз и проверили возможное взаимодействие фактора класса обучения и этих эффектов. Был проведен дисперсионный анализ с тремя факторами: класс обучения, ранг длины словоформы (короткие, средние, длинные), ранг частотности словоформы (5 рангов).

Для времени чтения слова все три фактора оказались значимы: фактор длины слова ($F(2,4508) = 67,34, p < 0,0001$), частотности ($F(4,4508) = 49,85, p < 0,0001$) и класса ($F(2,4508) = 198,98, p < 0,0001$), при этом фактор класса не взаимодействовал с факторами длины или частотности, то есть они проявлялись независимо от года обучения. Мы также подтвердили, что на среднюю длительность фиксаций оказывают выраженное влияние частотность ($F(4,19621) = 18,33, p < 0,0001$) и, в меньшей степени, длина слов ($F(2,19621) = 4,41, p < 0,05$). С фактором класса ни один из лингвистических факторов не взаимодействовал. Для длительности первой фиксации закономерность была не так выражена. Как уже упоминалось, она значимо снижалась от 1-го к 3-му классу, но частотность словоформы на нее значимо не влияла, а длина хотя и оказывала влияние, но не такое выраженное: $264 \pm 4,59$ мс для длинных слов, $258 \pm 3,46$ для средних и $248 \pm 3,25$ для коротких (усреднение по всем классам) $F(2,4286) = 4,28, p < 0,05$, лингвистические факторы действовали независимо от класса обучения.

Таблица 3. Параметры чтения и окуломоторной активности у школьников 1, 2 и 3-го классов, нормализованные на длину словоформы

Table 3. Parameters of reading and oculomotor activity of students in grades 1, 2, and 3, normalized for word length

Параметр	1-й класс	2-й класс	3-й класс
Время чтения одной буквы в слове, мс	183,47 ± 2,89	142,44 ± 3,0	109,58 ± 2,50
Количество фиксаций, нормализованное на длину слова	0,63 ± 0,01	0,51 ± 0,01	0,43 ± 0,01
Длительность фиксаций, нормализованная на длину слова, мс/символ	42,13 ± 0,23	42,37 ± 0,35	38,65 ± 0,38

Примечание. В таблице использованы данные чтения всех слов, за исключением предлогов, союзов и вспомогательных слов, указана стандартная ошибка среднего.

Note. The table uses reading data for all words except prepositions, conjunctions, and auxiliary words, the standard error of the mean is shown.

Обсуждение результатов

Результаты исследования показали, что дети в более старшем классе и, соответственно, с более развитым навыком чтения значительно отличались по глазодвигательной активности от детей, имеющих более слабый навык. Отличия выражаются в нескольких параметрах: ученики с развитым навыком делают более короткие фиксации, делают меньше фиксаций на слове и демонстрируют более длинные амплитуды саккад. Одним из возможных объяснений указанных отличий может быть то, что дети с развитым навыком осуществляют переход от сублексической к лексической стратегии чтения. Это подтверждается другими исследованиями в области изучения процессов чтения на русском и иностранных языках, например, когда реципиентами выступали ученики 2–4-х классов школ в Германии [Rau, Moeller, Landerl, 2014]. Сходная динамика была выявлена и в масштабном обследовании англоязычных детей 1–5-х классов [Vorstius, Radach, Lonigan, 2014].

Имеются исследования, в которых установлена аналогичная динамика изменения параметров движений глаз при чтении текста учениками 1-го и 4-го классов, хотя отмечены более длительные фиксации (607 мс в 1-м классе, 260 мс в 4-м классе) [Иванов, Демидов, Безруких, 2010]. Есть и другие работы с участием русскоязычных школьников, но они фокусируются на учениках только одного класса: второго или третьего. Так, А.А. Корнеевым, Е.Ю. Матвеевой, Т.В. Ахутиной установлено, что ученики 2-го класса читали отдельные предложения про себя и, в зависимости от длины и частотности слова, делали фиксации 289–338 мс длиной на целевых словах [Korneev, Matveeva, Akhutina, 2016]. Соотнесение этих результатов с результатами для Русского корпуса предложений (Russian Sentence Corpus, RSC), который читали взрослые носители русского языка [Lauginavichyute et al., 2019], показывает, что у взрослых показатель длительности первой фиксации стабильно находится на уровне ниже 240 мс, то есть по этому параметру третьеклассники приближаются к темпам чтения взрослого человека, но пока не достигают его.

Фактором, влияющим на обнаруженные изменения, может быть расширение объема воспринимаемой зрительной информации. На примере исследования детей 8, 10 и 12 лет из Финляндии [Häikiö et al., 2009] мы можем наблюдать расширение оперативного поля восприятия букв справа от области фиксации, в котором происходит регулирование на основании полученной информации продолжительности текущей и последующей фиксаций во время чтения. Так могут быть объяснены данные об увеличении доли пропущенных слов и слов с одной фиксацией от 1-го к 3-му классу.

Использование нормализованных данных позволило оценить влияние фактора класса на глазодвигательную активность без влияния фактора длины слова. Полученный результат на таких данных полностью соответствует выводам, сделанным на исходных данных. Время чтения одной буквы, так же как и длительность фиксаций, сокращается от 1-го к 3-му классу. Эти данные подтверждают изменение стратегии чтения независимо от длины слова, что также согласуется с результатами исследований, проведенных ранее на материалах русского и иностранных языков.

В исследованной нами группе младших школьников подтвердилась и закономерность влияния длины и частотности слов на параметры чтения. Уже существуют публикации, демонстрирующие их роль при чтении у младших школьников, но такие исследования проводились для учеников отдельных классов, тогда как в нашей работе проверена гипотеза о связи этих факторов с классом обучения. Взаимодействия с классом обучения выявлено не было. Это позволяет сделать вывод о том, что и длина, и частотность слова сходным образом влияют на параметры чтения при разной развитости навыка чтения. Наиболее выраженное влияние этих лингвистических факторов было ожидаемо обнаружено в связи с временем чтения слова. Кроме того, мы подтвердили и их влияние на среднюю длительность фиксаций на слове, хотя эффект частотности был более выражен.

Эффекты длины и частотности обнаруживались и в других исследованиях, проведенных с носителями русского языка. Было установлено, что фактор длины значимо влиял на характеристики движения глаз второклассников,

что выражалось как в росте продолжительности и количества фиксаций, так и в сокращении количества читаемых слов при помощи только одной фиксации. Влияние фактора длины слова чаще всего связывают с использованием сублексической стратегии чтения, которую дети с низким навыком чтения реализуют при чтении средних и длинных слов. Значимое влияние на количество фиксаций оказывал и фактор частотности слова. Такие данные могут объясняться выбором лексической стратегии при чтении более частотных слов [Корнеев, Матвеева, Ахутина, 2018]. Для длительности первой фиксации важную роль играла только длина слова, что тоже объяснимо: этот параметр определяется оценкой слова парафоверальным зрением, еще до перехода взгляда к целевому слову. Можно было бы предположить, что еще плохо читающие первоклассники не смогли бы оценить длину слова, но мы проводили исследование в конце учебного года и с участием детей без нарушений чтения. Видимо, к этому моменту «оперативного поля» периферического зрения уже было достаточно для грубой оценки длины слова и соответствующей ей модификации длительности первой фиксации. В то же время дети не могли в достаточной степени оценить периферическим зрением общий вид и набор букв в последующем слове, чтобы сделать предположения о его частотности и адаптировать длительность первой фиксации к ней. Существует и альтернативное объяснение, что такой результат типичен для русского языка, поскольку в исследовании чтения на русском языке взрослыми также длина, но не частотность влияла на длительность первой фиксации [Laurinavichyute et al., 2019].

Заключение

Полученные результаты сравнения параметров чтения и движений глаз по классам позволяют нам оценить развитие навыков чтения и влияние этого развития на зрительные стратегии. От 1-го к 3-му классу растет скорость чтения за счет уменьшения длительности и количества фиксаций на словах, становятся короче саккады, а доля прочитываемых за одну фиксацию и пропущенных слов увеличивается. Все это может отражать переход от сублексической к лексической стратегии чтения и расширение зоны периферического охвата.

В исследовании, таким образом, впервые для русского языка показано, что для младших школьников 1–3-го классов факторы длины и частотности слов влияют на параметры чтения и глазодвигательной активности независимо от класса, а фактор частотности имеет более выраженное и значимое влияние. Для всех детей увеличение длины и снижение частотности слова приводили к увеличению времени чтения и средней длительности фиксации на слове, а длина слова также влияла на длительность первой фиксации.

Данное исследование вносит вклад в изучение навыков чтения детьми младшего школьного возраста. Технология айтрекинга, позволившая с высокой точностью зафиксировать глазодвигательные параметры читателей младшего школьного возраста, а также стимульные материалы, приведенные в приложении, позволят проводить репликацию исследования и изучать динамику в читательских навыках «цифрового поколения».

ПРИЛОЖЕНИЕ**Стимульный материал для эксперимента**

Текст № 1. Трактор.

«Стальной конь» – так метко назвал народ трактор. Современный трактор на пахоте заменяет несколько десятков лошадей. Он выполняет все трудоёмкие работы и в сельском хозяйстве, и на строительных площадках, и при благоустройстве городских территорий. А управляет трактором тракторист (по КГ, 3 класс, ч. 1).

Текст № 2. Умка.

Жители Севера называют белого медведя умкой. Живёт умка во льдах Арктики. Зимой заходит в тундру, делает себе берлогу и чутко и недолго спит. Затем снова отправляется в своё путешествие по льдам. Умке не холодно, зимой и летом на нём тёплая белая шуба (по КГ, 2 класс, ч. 1).

Текст № 3. В траве.

В траве трещат кузнечики, скрипит жук. Воркуют дикие голуби. Стучат по деревьям дятлы, пищат рябчики. Жужжит золотая пчёлка. Поют певчие дрозды, трещит сойка (по КГ, 3 класс, ч. 2).

Текст № 4. Мышка.

Человек вспомнил о мышке, когда изобрёл компьютер. Одно из устройств, с помощью которого управляют компьютером, так и называется «мышка». Она похожа на мышку: маленькая, юркая, с хвостиком (по КГ, 3 класс, ч. 1).

Текст № 5. Цветы.

Весной девочки посеяли семена цветов. Мальчики посадили луковицы гладиолусов и клубни георгинов. Летом появились молодые растения. Ребята ухаживали за ними. В августе расцвели разноцветные астры, красные георгины, белые гладиолусы (по КГ, 2 класс, ч. 1).

Текст № 6. Собака.

Собака шла по дощечке через реку, а в зубах несла мясо. Увидала собака себя в воде и подумала, что там другая собака мясо несёт. Она бросила своё мясо и кинулась отнимать у той собаки. Того мяса вовсе не было, а своё волною унесло. И осталась собака ни с чем (по КГ, 2 класс, ч. 1).

Текст № 7. Буратино.

Буратино сел на сломанный горшок, подпёр щёку. Он был в переделках и похуже этой, но возмущала несправедливость. – Разве так воспитывают детей?.. Это мученье, а не воспитание... Так не сиди да так не ешь... Ребёнок, может, ещё букваря не освоил, – она сразу за чернильницу хватается... А пёс небось гоняет за птицами – ему ничего... (по НЧ).

ПРИМЕЧАНИЕ

¹ Работа выполнена при финансовой поддержке РФФИ, проект № 17-29-09156 «Оценка читабельности учебного мультимодального текста методами компьютерной лингвистики и психофизиологии».

The reported study was funded by RFBR, Project no. 17-29-09156 “Computer linguistics and neurophysiology approaches to readability measurement of multimodal educational texts”.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Барабанщиков В. А., Жегалло А. В., 2014. Айтрекинг: методы регистрации движений глаз в психологических исследованиях и практике. М. : Когито-центр. 129 с.
- Иванов В. В., 2015. Особенности окулomotorной активности у детей младшего школьного возраста в процессе чтения текстов различной сложности : дис... канд. биол. наук. Архангельск. 177 с.
- Иванов В. В., Демидов А. А., Безруких М. М., 2010. Особенности движений глаз у детей младшего школьного возраста в процессе чтения текстов разной сложности // Сборник трудов конференции «Экспериментальная психология в России: традиции и перспективы». М. : Ин-т психологии РАН. С. 611–616.
- Корнев А. Н., Ишимова О. А., 2010. Методика диагностики дислексии у детей : метод. пособие. СПб. : Изд-во Политехн. ун-та. 72 с.
- Корнеев А. А., Ахутина Т. В., Матвеева Е. Ю., 2019. Особенности чтения третьеклассников с разным уровнем развития навыка: анализ движений глаз // Вестник Московского университета. Серия 14, Психология. № 2. С. 64–87. DOI: 10.11621/vsp.2019.02.64
- Корнеев А. А., Матвеева Е. Ю., Ахутина Т. В., 2018. Что мы можем сказать о формировании чтения на основе анализа движения глаз? // Физиология человека. № 2. С. 75–83. DOI: 10.7868/S013116461802011X
- Корнеев А. А., Матвеева Е. Ю., Ахутина Т. В., 2020. Исследование движений глаз у младших школьников с разным уровнем развития навыка чтения // Физиология человека. № 3. С. 5–14. DOI: 10.31857/S0131164620030091
- Оборнева И. В., 2006. Автоматизированная оценка сложности учебных текстов на основе статистических параметров : дис... канд. пед. наук. М. 165 с.
- Alexander P., Jetton T., 2000. Learning from Text: A Multidimensional and Developmental Perspective // Handbook of Reading Research / ed. by M. Kamil, P. Mosenthal, P. Pearson, R. Barr. Mahwah : Erlbaum. P. 285–310.
- Ashby J., Rayner K., Clifton C., 2005. Eye Movements of Highly Skilled and Average Readers: Differential Effects of Frequency and Predictability // The Quarterly Journal of Experimental Psychology. № 58 (6). P. 1065–1086. DOI: 10.1080/02724980443000476
- Blythe H. I., 2014. Developmental Changes in Eye Movements and Visual Information Encoding Associated With Learning to Read // Current Directions in Psychological Science. № 23 (3). P. 201–207. DOI: 10.1177/0963721414530145
- Coltheart M., Curtis B., Atkins P. et al., 1993. Models of Reading Aloud: Dual-Route and Parallel-Distributed-Processing Approaches // Psychological Review. Vol. 100. P. 589–608. DOI: 10.1037/0033-295X.100.4.589
- Coltheart M., Rastle K., Perry C. et al., 2001. DRC: A Dual Route Cascaded Model of Visual Word Recognition and Reading Aloud // Psychological Review. Vol. 108, № 1. P. 204–256. DOI: 10.1037/0033-295X.108.1.204
- Dorofeeva S. V., Reshetnikova V. A., Serebryakova M. N. et al., 2019. Assessing the Validity of the Standardized Assessment of Reading Skills in Russian and Verifying the Relevance of Available Normative Data // The Russian Journal of Cognitive Science. Vol. 6 (1). P. 4–24.
- Fernandez G., Shalom D. E., Kliegl R. et al., 2014. Eye Movements During Reading Proverbs and Regular Sentences: The Incoming Word Predictability Effect // Language, Cognition and Neuroscience. № 29. P. 260–273. DOI: 10.1080/01690965.2012.760745
- Frey A., 2016. Eye Movements in Children During Reading // Proceedings of the International Symposium for Educational Literacy (SILE/ISEL) (Jouvenne, Québec, Canada, August, 2015). Québec : Les Éditions de l'Université de Sherbrooke (ÉDUS). P. 69–75.
- Grimm K. J., 2008. Longitudinal Associations Between Reading and Mathematics Achievement // Developmental Neuropsychology. № 33 (3). P. 410–426. DOI: 10.1080/87565640801982486
- Häikiö T., Bertram R., Hyönä J. et al., 2009. Development of the Letter Identity Span in Reading: Evidence from the Eye Movement Moving Window Paradigm // Journal of Experimental Child Psychology. № 102 (2). P. 167–181. DOI: 10.1016/j.jecp.2008.04.002
- Holloway J. H., 1999. Improving the Reading Skills of Adolescents // Educational Leadership. № 57 (2). P. 80–82.
- Huestegge L., Radach R., Corbic D. et al., 2009. Oculomotor and Linguistic Determinants of

- Reading Development: A Longitudinal Study // *Vision Res.* № 49 (24). P. 48–59. DOI: 10.1016/j.visres.2009.09.012
- Kliegl R., Nuthmann A., Engbert R., 2006. Tracking the Mind During Reading: The Influence of Past, Present, and Future Words on Fixation Durations // *Journal of Experimental Psychology: General.* № 135 (1). P. 12–35. DOI: 10.1037/0096-3445.135.1.12
- Korneev A. A., Matveeva E. Yu., Akhutina T. V., 2016. Silent Reading in Russian Primary Schoolchildren: An Eye Tracking Study. *Psychology // Journal of the Higher School of Economics.* Vol. 14, № 2. P. 219–235. DOI: 10.1016/j.jecp.2008.04.002
- Kriber M., Bartl-Pokorny K. D., Pokorny F. B. et al., 2016. The Relation Between Reading Skills and Eye Movement Patterns in Adolescent Readers: Evidence from a Regular Orthography // *PLoS One.* № 11 (1). DOI: 10.1371/journal.pone.0145934
- Krstić K., Šoškić A., Ković V. et al., 2018. All Good Readers are the Same, but Every Low-Skilled Reader is Different: An Eye-Tracking Study Using PISA Data // *The European Journal of Psychology of Education.* № 33. P. 521–541. DOI: 10.1007/s10212-018-0382-0
- Laurinavichyute A. K., Sekerina I. A., Alexeeva S. et al., 2019. Russian Sentence Corpus: Benchmark Measures of Eye Movements in Reading in Russian // *Behavior Research Methods.* № 51 (3). P. 1161–1178. DOI: 10.3758/s13428-018-1051-6
- Maloney E. A., Risko E. F., O'Malley S. et al., 2009. Short Article: Tracking the Transition from Sublexical to Lexical Processing: On the Creation of Orthographic and Phonological Lexical Representations // *Quarterly Journal of Experimental Psychology.* № 62. P. 858–867. DOI: 10.1080/17470210802578385
- OECD, 2002. Reading for Change: Performance and Engagement Across Countries: Results from PISA 2000. DOI: <https://doi.org/10.1787/9789264099289-en>
- Rau A. K., Moeller K., Landerl K., 2014. The Transition from Sublexical to Lexical Processing in a Consistent Orthography: An Eye-Tracking Study // *Scientific Studies of Reading.* № 18 (3). P. 224–233. DOI: 10.1080/10888438.2013.857673
- Rau A. K., Moll K., Moeller K. et al., 2016. Same Same, but Different: Word and Sentence Reading in German and English // *Scientific Studies of Reading.* Vol. 20, № 3. P. 203–219. DOI: 10.1080/10888438.2015.1136913
- Rayner K., 1998. Eye Movements in Reading and Information Processing: 20 Years of Research // *Psychological Bulletin.* Vol. 124. № 3. P. 372–422. DOI: 10.1037/0033-2909.124.3.372
- Rayner K., Slattery T. J., Bélanger N. N., 2010. Eye Movements, the Perceptual Span, and Reading Speed // *Psychonomic Bulletin & Review.* № 17 (6). P. 834–839. DOI: 10.3758/PBR.17.6.834
- Seassau M., Bucci M. P., 2013. Reading and Visual Search: A Developmental Study in Normal Children // *PLoS One.* № 8 (7). DOI: 10.1371/journal.pone.0070261
- Van den Boer M., De Jong P. F., Haentjens-van Meeteren M. M., 2013. Modelling the Length Effect: Specifying the Relation with Visual and Phonological Correlates of Reading // *Scientific Studies of Reading.* № 17. P. 243–256. DOI: 10.1080/10888438.2012.683222
- Vitu F., McConkie G. W., Kerr P. et al., 2001. Fixation Location Effects on Fixation Durations During Reading: An Inverted Optimal Viewing Position Effect // *Vision Research.* № 41. P. 3513–3533. DOI: 10.1016/S0042-6989(01)00166-3
- Vorstius C., Radach R., Lonigan C. J., 2014. Eye Movements in Developing Readers: A Comparison of Silent and Oral Sentence Reading // *Visual Cognition.* № 22 (3). P. 458–485. DOI: 10.1080/13506285.2014.881445
- Winkel H., Radach R., Luksaneeyanawin S., 2009. Eye Movements when Reading Spaced and Unspaced Thai and English: A Comparison of Thai-English Bilinguals and English Monolinguals // *Journal of Memory and Language.* № 61 (3). P. 339–351. DOI: 10.1016/J.JML.2009.07.002
- Zoccolotti P., de Luca M., di Filippo G. et al., 2009. Reading Development in an Orthographically Regular Language: Effects of Length, Frequency, Lexicality and Global Processing Ability // *Reading and Writing.* № 22. P. 1053–1079. DOI: 10.1007/S11145-008-9144-8

ИСТОЧНИКИ И СЛОВАРИ

- КТ, 2 класс, ч. 1* – Канакина В. П., Горецкий В. Г. Русский язык. 2 класс. В 2 ч. Ч. 1 : учеб. для общеобразоват. орг. с прил. на электрон. носителе. М. : Просвещение, 2014. 144 с.
- КТ, 3 класс, ч. 1* – Канакина В. П., Горецкий В. Г. Русский язык. 3 класс. В 2 ч. Ч. 1 : учеб. для общеобразоват. орг. с прил. на электрон. носителе. М. : Просвещение, 2013. 159 с.
- КТ, 3 класс, ч. 2* – Канакина В. П., Горецкий В. Г. Русский язык. 3 класс. В 2 ч. Ч. 2 : учеб. для общеобразоват. орг. с прил. на электрон. носителе. М. : Просвещение, 2013. 160 с.
- НЧ* – Нечаева Н. В. Русский язык : учеб. для 2 класса. Самара : Федоров, 2011. 96 с.

ЧС НКРЯ – Ляшевская О. Н., Шаров С. А. Частотный словарь современного русского языка (на материалах Национального корпуса русского языка). М. : Азбуковник, 2009. 1112 с.

REFERENCES

- Barabanshchikov V.A., Zhegallo A.V., 2014. *Ajtreking: metody registracii dvizhenij glaz v psihologicheskikh issledovaniyah i praktike* [Eye Tracking: Methods for Recording Eye Movements in Psychological Research and Practice]. Moscow, Kogito-sentr Publ. 129 p.
- Ivanov V.V., 2015. *Osobennosti okulomotornoj aktivnosti u detej mladshogo shkol'nogo vozrasta v processe chteniya tekstov razlichnoj slozhnosti: dis. ... kand. biol. nauk* [Peculiarities of Oculomotor Activity of Primary School Children in the Process of Reading Texts of Different Complexity. Cand. biol. sci. diss.]. Arkhangelsk. 177 p.
- Ivanov V.V., Demidov A.A., Bezrukikh M.M., 2010. Osobennosti dvizhenij glaz u detej mladshogo shkol'nogo vozrasta v processe chteniya tekstov raznoj slozhnosti [Peculiarities of Eye Movements of Primary School Children in the Process of Reading Texts of Different Complexity]. *Sbornik trudov konferentsii «Eksperimental'naya psikhologiya v Rossii: traditsii i perspektivy»* [Proceedings of the Conference "Experimental Psychology in Russia: Traditions and Prospects"]. Moscow, In-t psikhologii RAN, pp. 611-616
- Kornev A.N., Ishimova O.A., 2010. *Metodika diagnostiki disleksii u detey: metod. posobie*. [Methods of Diagnosis of Dyslexia in Children. Methodical Manual]. Saint Petersburg, Izd-vo Politekhn. un-ta. 72 p.
- Korneev A.A., Akhutina T.V., Matveeva E.Yu., 2019. Osobennosti chteniya tret'eklassnikov s raznym urovnem razvitiya navyka: analiz dvizhenij glaz [Reading in Third Graders with Different State of the Skill: An Eye-Tracking Study]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 14. Psikhologiya* [Moscow University Psychology Bulletin], no. 2, pp. 64-87. DOI: 10.11621/vsp.2019.02.64
- Korneev A.A., Matveeva E.Yu., Akhutina T.V., 2018. Chto my mozhem skazat' o formirovanii chteniya na osnove analiza dvizheniya glaz? [What We Can Learn About Reading Development from the Analysis of Eye Movements?]. *Fiziologiya cheloveka* [Human Physiology], no. 2. pp. 75-83. DOI: 10.7868/S013116461802011X
- Korneev A.A., Matveeva E.Y., Akhutina T.V., 2020. Issledovanie dvizhenij glaz u mladshikh shkol'nikov s raznym urovnem razvitiya navyka chteniya [Eye Movements in Primary Schoolchildren with Different Levels of Reading Skills]. *Fiziologiya cheloveka* [Human Physiology], no 3. pp. 5-14. DOI: 10.31857/S0131164620030091
- Oborneva I.V., 2006. *Avtomatizirovannaya otsenka slozhnosti uchebnykh tekstov na osnove statisticheskikh parametrov: dis. ... kand. ped. nauk* [Automated Estimation of Complexity of Educational Texts Based on Statistical Parameters. Cand. pedagog. sci. diss.]. Moscow. 165 p.
- Alexander P., Jetton T., 2000. Learning from Text: A Multidimensional and Developmental Perspective. Kamil M., Mosenthal P., Pearson P., Barr R., eds. *Handbook of Reading Research*. Mahwah, Erlbaum, pp. 285-310.
- Ashby J., Rayner K., Clifton C., 2005. Eye Movements of Highly Skilled and Average Readers: Differential Effects of Frequency and Predictability. *The Quarterly Journal of Experimental Psychology*, no. 58 (6), pp. 1065-1086. DOI: 10.1080/02724980443000476
- Blythe H.I., 2014. Developmental Changes in Eye Movements and Visual Information Encoding Associated with Learning to Read. *Current Directions in Psychological Science*, no. 23 (3), pp. 201-207. DOI: 10.1177/0963721414530145
- Coltheart M., Curtis B., Atkins P. et al., 1993. Models of Reading Aloud: Dual-Route and Parallel-Distributed-Processing Approaches. *Psychological Review*, vol. 100, pp. 589-608. DOI: 10.1037/0033-295X.100.4.589
- Coltheart M., Rastle K., Perry C. et al., 2001. DRC: A Dual Route Cascaded Model of Visual Word Recognition and Reading Aloud. *Psychological Review*, vol. 108, no. 1, pp. 204-256. DOI: 10.1037/0033-295x.108.1.204
- Dorofeeva S.V., Reshetnikova V.A., Serebryakova M.N. et al., 2019. Assessing the Validity of the Standardized Assessment of Reading Skills in Russian and Verifying the Relevance of Available Normative Data. *The Russian Journal of Cognitive Science*, vol. 6 (1), pp. 4-24.
- Fernandez G., Shalom D.E., Kliegl R. et al., 2014. Eye Movements During Reading Proverbs and Regular Sentences: The Incoming Word Predictability Effect. *Language, Cognition and Neuroscience*, no. 29, pp. 260-273. DOI: 10.1080/01690965.2012.760745
- Frey A., 2016. Eye Movements in Children During Reading. *Proceedings of the International Symposium for Educational Literacy (SILE/ISEL) (Jouvence, Québec, Canada, August,*

- 2015). Québec, Les Éditions de l'Université de Sherbrooke (ÉDUS), pp. 69-75.
- Grimm K.J., 2008. Longitudinal Associations Between Reading and Mathematics Achievement. *Developmental Neuropsychology*, no. 33 (3), pp. 410-426. DOI: 10.1080/87565640801982486
- Häikiö T., Bertram R., Hyönä J. et al., 2009. Development of the Letter Identity Span in Reading: Evidence from the Eye Movement Moving Window Paradigm. *Journal of Experimental Child Psychology*, no. 102 (2), pp. 167-181. DOI: 10.1016/j.jecp.2008.04.002
- Holloway J.H., 1999. Improving the Reading Skills of Adolescents. *Educational Leadership*, no. 57 (2), pp. 80-82.
- Huestegge L., Radach R., Corbic D. et al., 2009. Oculomotor and Linguistic Determinants of Reading Development: A Longitudinal Study. *Vision Res*, no. 49 (24), pp. 48-59. DOI: 10.1016/j.visres.2009.09.012
- Kliegl R., Nuthmann A., Engbert R., 2006. Tracking the Mind During Reading: The Influence of Past, Present, and Future Words on Fixation Durations. *Journal of Experimental Psychology: General*, no. 135 (1), pp. 12-35. DOI: 10.1037/0096-3445.135.1.12
- Korneev A.A., Matveeva E. Yu., Akhutina T.V., 2016. Silent Reading in Russian Primary Schoolchildren: An Eye Tracking Study. *Psychology Journal of the Higher School of Economics*, vol. 14, no. 2, pp. 219-235. DOI: 10.1016/j.jecp.2008.04.002
- Krieber M., Bartl-Pokorny K.D., Pokorny F.B. et al., 2016. The Relation Between Reading Skills and Eye Movement Patterns in Adolescent Readers: Evidence from a Regular Orthography. *PLoS One*, no. 11 (1). DOI: 10.1371/journal.pone.0145934
- Krstić K., Šoškić A., Ković V. et al., 2018. All Good Readers are the Same, but Every Low-Skilled Reader is Different: An Eye-Tracking Study Using PISA Data. *The European Journal of Psychology of Education*, no. 33, pp. 521-541. DOI: 10.1007/s10212-018-0382-0
- Laurinavichyute A.K., Sekerina I.A., Alexeeva S. et al., 2019. Russian Sentence Corpus: Benchmark Measures of Eye Movements in Reading in Russian. *Behavior Research Methods*, no. 51 (3), pp. 1161-1178. DOI: 10.3758/s13428-018-1051-6
- Maloney E.A., Risko E.F., O'Malley S. et al., 2009. Short Article: Tracking the Transition from Sublexical to Lexical Processing: On the Creation of Orthographic and Phonological Lexical Representations. *Quarterly Journal of Experimental Psychology*, no. 62, pp. 858-867. DOI: 10.1080/17470210802578385
- OECD, 2002. *Reading for Change: Performance and Engagement across Countries: Results from PISA 2000*. DOI: 10.1787/9789264099289-en
- Rau A.K., Moeller K., Landerl K., 2014. The Transition from Sublexical to Lexical Processing in a Consistent Orthography: An Eye-Tracking Study. *Scientific Studies of Reading*, no. 18 (3), pp. 224-233. DOI: 10.1080/10888438.2013.857673
- Rau A.K., Moll K., Moeller K. et al., 2016. Same Same, but Different: Word and Sentence Reading in German and English. *Scientific Studies of Reading*, vol. 20, no. 3, pp. 203-219. DOI: 10.1080/10888438.2015.1136913
- Rayner K., 1998. Eye Movements in Reading and Information Processing: 20 Years of Research. *Psychological Bulletin*, vol. 124, no. 3, pp. 372-422. DOI: 10.1037/0033-2909.124.3.372
- Rayner K., Slattery T.J., Bélanger N.N., 2010. Eye Movements, the Perceptual Span, and Reading Speed. *Psychonomic Bulletin & Review*, no. 17 (6), pp. 834-839. DOI: 10.3758/PBR.17.6.834
- Seassau M., Bucci M.P., 2013. Reading and Visual Search: A Developmental Study in Normal Children. *PLoS One*, no. 8 (7). DOI: 10.1371/journal.pone.0070261
- Van den Boer M., De Jong P.F., Haentjens-van Meeteren M.M., 2013. Modelling the Length Effect: Specifying the Relation with Visual and Phonological Correlates of Reading. *Scientific Studies of Reading*, no. 17, pp. 243-256. DOI: 10.1080/10888438.2012.683222
- Vitu F., McConkie G.W., Kerr P. et al., 2001. Fixation Location Effects on Fixation Durations During Reading: An Inverted Optimal Viewing Position Effect. *Vision Research*, no. 41, pp. 3513-3533. DOI: 10.1016/S0042-6989(01)00166-3
- Vorstius C., Radach R., Lonigan C.J., 2014. Eye Movements in Developing Readers: A Comparison of Silent and Oral Sentence Reading. *Visual Cognition*, no. 22 (3), pp. 458-485. DOI: 10.1080/13506285.2014.881445
- Winskel H., Radach R., Luksaneeyanawin S., 2009. Eye Movements When Reading Spaced and Unspaced Thai and English: A Comparison of Thai-English Bilinguals and English Monolinguals. *Journal of Memory and Language*, no. 61 (3), pp. 339-351. DOI: 10.1016/J.JML.2009.07.002
- Zoccolotti P., de Luca M., di Filippo G. et al., 2009. Reading Development in an Orthographically Regular Language: Effects of Length, Frequency, Lexicality and Global Processing Ability. *Reading and Writing*, no. 22, pp. 1053-1079. DOI: 10.1007/S11145-008-9144-8

SOURCES AND DICTIONARIES

- Kanakina V.P., Goreckij V.G. *Russkij jazyk. 2 klass. V 2 ch. Ch. 1: ucheb. dlja obshheobrazovat. org. s pril. na jelektron. nositele* [Russian Language. Grade 2. In 2 Parts. Part 1. Textbook for Educational Organizations with Digital Supplement]. Moscow, Prosveshchenie Publ., 2014. 144 p.
- Kanakina V.P., Goreckij V.G. *Russkij jazyk. 3 klass. V 2 ch. Ch. 1: ucheb. dlja obshheobrazovat. org. s pril. na jelektron. nositele* [Russian language. Grade 3. In 2 Parts. Part 1. Textbook for Educational Organizations with Digital Supplement]. Moscow, Prosveshchenie Publ., 2013. 159 p.
- Kanakina V.P., Goreckij V.G. *Russkij jazyk. 3 klass. V 2 ch. Ch. 2: ucheb. dlja obshheobrazovat. org. s pril. na jelektron. nositele* [Russian Language. Grade 3. In 2 Parts. Part 2. Textbook for Educational Organizations with Digital Supplement]. Moscow, Prosveshchenie Publ., 2013. 160 p.
- Nechaeva N.V. *Russkij jazyk: ucheb. dlja 2 klassa* [Russian Language. Textbook for Grade 2]. Samara, Fedorov Publ., 2011. 96 p.
- Lyashevskaya O.N., Sharov S.A. *Chastotnyy slovar' sovremennogo russkogo yazyka (na materialakh Natsional'nogo korpusa russkogo yazyka)* [Modern Russian Frequency Dictionary (Based on the Data from the Russian National Corpus)]. Moscow, Azbukovnik Publ., 2009. 1112 p.

Information About the Authors

Alexandra N. Puchkova, Candidate of Sciences (Biology), Leading Researcher, Laboratory of Language and Cognition, Pushkin State Russian Language Institute, Akademika Volgina St, 6, 117485 Moscow, Russia; Senior Researcher, Laboratory of Neurobiology of Sleep and Wake, Institute of Higher Nervous Activity and Neurophysiology of the Russian Academy of Sciences, Butlerova St, 5a, 117485 Moscow, Russia, puchkovaan@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-2292-6475>

Maria Yu. Lebedeva, Candidate of Sciences (Philology), Leading Researcher, Laboratory of Language and Cognition, Associate Professor, Department of Methods of Teaching Russian as a Foreign Language, Pushkin State Russian Language Institute, Akademika Volgina St, 6, 117485 Moscow, Russia, MYLebedeva@pushkin.institute, <https://orcid.org/0000-0002-9893-9846>

Antonina N. Laposhina, Leading Expert, Laboratory of Language and Cognition, Pushkin State Russian Language Institute, Akademika Volgina St, 6, 117485 Moscow, Russia, ANLaposhina@pushkin.institute, <https://orcid.org/0000-0003-0693-7657>

Информация об авторах

Александра Николаевна Пучкова, кандидат биологических наук, ведущий научный сотрудник лаборатории когнитивных и лингвистических исследований, Государственный институт русского языка им. А.С. Пушкина, ул. Академика Волгина, 6, 117485 г. Москва, Россия; старший научный сотрудник лаборатории нейробиологии сна и бодрствования, Институт высшей нервной деятельности и нейрофизиологии РАН, ул. Бултерова, 5а, 117485 г. Москва, Россия, puchkovaan@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-2292-6475>

Мария Юрьевна Лебедева, кандидат филологических наук, ведущий научный сотрудник лаборатории когнитивных и лингвистических исследований, доцент кафедры методики преподавания РКИ, Государственный институт русского языка им. А.С. Пушкина, ул. Академика Волгина, 6, 117485 г. Москва, Россия, MYLebedeva@pushkin.institute, <https://orcid.org/0000-0002-9893-9846>

Антонина Николаевна Лапошина, ведущий эксперт лаборатории когнитивных и лингвистических исследований, Государственный институт русского языка им. А.С. Пушкина, ул. Академика Волгина, 6, 117485 г. Москва, Россия, ANLaposhina@pushkin.institute, <https://orcid.org/0000-0003-0693-7657>



DOI: <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2022.3.11>

UDC 81'1:003
LBC 81.003



Submitted: 18.01.2022
Accepted: 21.03.2022

THE ASSOCIATIVE POTENTIAL OF THE PRECEDENT ONYM *CHERNOBYL* IN THE RUSSIAN LANGUAGE PICTURE OF THE WORLD¹

Natalya A. Segal

V.I. Vernadsky Crimean Federal University, Simferopol, Russia

Anna N. Mishchenko

V.I. Vernadsky Crimean Federal University, Simferopol, Russia

Mariya B. Voroshilova

Ural Institute of Management, Branch of the Russian Presidential Academy
of National Economy and Public Administration, Yekaterinburg, Russia

Abstract. The Internet space of the beginning of the 21st century is rich in wide selection of figurative language units, which reflect modern realities in network communication by referring to already known events, facts, and situations. The purpose of the proposed article is to identify the semantic-and-pragmatic and associative potential of the *Chernobyl* precedent situation onym as a component of the Russian language picture of the world. The analysis of the current Internet space allowed the authors to conclude that the frequency of appeals to the precedent toponym *Chernobyl* has increased in the last decade. Thus, in online media, chat rooms and blogs, parallels are drawn between the tragic events of 1986 and the alarming situations of our time. It can be noted that the image of *Chernobyl* is projected not only on states and political associations, but also on particular politicians, while the variety of integral components that underlie metaphorical images and scenarios attracts attention. The associative image of *Chernobyl* is constructed by means of linguistic units of the figurative system relevant to the representation of the disaster. Such words and constructions in media texts acquire new connotative backgrounds and have a high transformational potential. A wide range of connotatively labeled linguistic means used in modeling the image of *Chernobyl* is the basis for the formation of a fragment of the worldview of a modern linguistic personality reflected in actual network communication.

Key words: language personality, precedent phenomenon, precedent onym, toponym, associative potential, secondary nomination, media text, network communication.

Citation. Segal N.A., Mishchenko A.N., Voroshilova M.B. The Associative Potential of the Precedent Onym *Chernobyl* in the Russian Language Picture of the World. *Vestnik Volgogradskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya 2. Yazykoznanie* [Science Journal of Volgograd State University. Linguistics], 2022, vol. 21, no. 3, pp. 132-142. (in Russian). DOI: <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2022.3.11>

УДК 81'1:003
ББК 81.003

Дата поступления статьи: 18.01.2022
Дата принятия статьи: 21.03.2022

АССОЦИАТИВНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ПРЕЦЕДЕНТНОГО ОНИМА *ЧЕРНОБЫЛЬ* В РУССКОЙ ЯЗЫКОВОЙ КАРТИНЕ МИРА¹

Наталья Александровна Сегал

Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского, г. Симферополь, Россия

Анна Николаевна Мищенко

Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского, г. Симферополь, Россия

Мария Борисовна Ворошилова

Уральский институт управления – филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, г. Екатеринбург, Россия

Аннотация. Интернет-пространство в начале XXI в. насыщено различными языковыми единицами образной системы, отражающих в сетевой коммуникации современные реалии посредством отсылки к уже известным событиям, фактам, ситуациям. Цель предлагаемой статьи заключается в выявлении семантико-прагматического и ассоциативного потенциала прецедентного онима Чернобыль как составляющего русскую языковую картину мира. Н.А. Сегал установлено, что в электронных СМИ, чатах и блогах проводятся параллели между трагическими событиями 1986 г. и тревожными ситуациями современности. А.Н. Мищенко определено, что образ Чернобыля проецируется на государства, политические объединения, конкретных политиков, показано, что при этом актуализируются разнообразные интегральные компоненты, лежащие в основе создания метафорических образов и сценариев. На основе экспериментальных данных М.Б. Ворошиловой обнаружено, что ассоциативный образ Чернобыля строится посредством языковых единиц, репрезентирующих катастрофу. Такие слова и конструкции в интернет-коммуникации приобретают новый коннотативный фон и имеют высокий трансформационный потенциал. Показано, что в основе формирования фрагмента картины мира современной языковой личности, отраженного в актуальной сетевой коммуникации, лежит широкий набор коннотативно маркированных языковых средств, используемый при моделировании образа Чернобыля.

Ключевые слова: языковая личность, прецедентный феномен, прецедентный оним, топоним, ассоциативный потенциал, вторичная номинация, медиатекст, сетевая коммуникация.

Цитирование. Сегал Н. А., Мищенко А. Н., Ворошилова М. Б. Ассоциативный потенциал прецедентного онима *Чернобыль* в русской языковой картине мира // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2, Языкознание. – 2022. – Т. 21, № 3. – С. 132–142. – DOI: <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2022.3.11>

Введение

Сетевая коммуникация, проникающая сегодня во все социальные сферы, имеет мощный манипулятивный потенциал и влияет на систему ценностей и антиценностей каждой отдельной языковой личности и общества в целом. Наиболее показательным данный тезис становится при отражении в интернет-пространстве важных социальных, политических, экономических или культурных событий, предполагающих определенную коннотацию и широкий ассоциативный фон, использование большого количества языковых единиц образной системы.

Мировая история пестрит событиями и фактами, значимыми для того или иного региона или поколения, однако лишь малая их часть стала определяющей для миллионов человек, одного или нескольких государств, во многом повлияла на дальнейшее развитие мира. В новейшей истории, бесспорно, такой глобальный масштаб приобретает Чернобыльская катастрофа, принеся трагическую известность маленькому городу; ситуация, закрепившаяся в языковом сознании многих поколений. Болезни и разрушения, героизм и малодушие – катастрофа запомнилась совершенно разными своими аспектами и стала источником мифов, легенд, вымыслов и домыс-

лов, исторических фактов, сюжетов, материалов. Об этой трагедии на протяжении десятилетий снимаются передачи, кинофильмы и сериалы, что, бесспорно, способствует глубокому закреплению данного события в исторической памяти. Чернобыль долгие годы находится на слуху у представителей разных стран и национальностей, поскольку является территорией запустения, мертвым местом в самом центре Европы.

Цель предлагаемой статьи заключается в выявлении семантико-прагматического и ассоциативного потенциала прецедентной ситуации *Чернобыль* как составляющей русской языковой картины мира.

Комплексный и системный анализ прецедентных единиц из разных сфер-источников представлен в большом количестве публикаций конца XX – начала XXI века. Определяя прецедентные единицы как культурно значимые языковые факты, лингвисты по-разному определяют объем и границы понятия «прецедентность», его основные категории [Будаев, 2010; Гудков, 1999; 2003; Дрянгина, 2011; Дымарский, 2004; Костомаров, Бурвикова, 1994; Красных и др., 1997; Моисеенко, 2012; Нахимова, 2011; Немирова, 2010; Отин, 2003; Сегал, 2018; Сегал, Мищенко, 2017; 2018; Черникова, 2013; Чудинов, 2007; Чудинов, Будаев, Солопова, 2020 и др.].

Однако все исследователи сходятся в том, что прецедентные феномены являются ценной и значимой частью актуального интернет-пространства, поскольку не просто апеллируют к известным фактам и событиям, историческим персонажам и вымышленным героям, но и помогают анализировать и систематизировать те интегральные компоненты, которые лежат в основе становления и развития образов, являются источниками ассоциирования и дальнейшего моделирования фрагмента языковой реальности, отраженной в языке СМИ.

Со дня страшной трагедии на Чернобыльской атомной электростанции прошло более 35 лет. Исторические события, уходящие в прошлое, обрастают ассоциациями, которые основаны на наиболее значимых и закреплённых в языковом и культурном сознании фактах: прецедентный феномен *Чернобыль* стал еще активнее упоминаться на страницах газет и журналов не только в прямом, но и в переносном значении.

Конфликтность и агрессивность современного мира, связанные не только с определенными политическими или социальными разногласиями, но и с экологическими катастрофами, пандемией коронавируса, экономическими проблемами и многими другими ситуациями, определили использование вновь актуализированного образа Чернобыля, ассоциативный потенциал которого представляется настолько широким, что позволяет реализовать языковые единицы, входящие в лексико-семантическое поле «Чернобыль» в различных медийных сферах, связанных с экономикой, политикой, обществом, культурой. Данный факт коррелирует с заключениями Э.В. Будаева о том, что в различные исторические периоды может преобладать та или иная метафора либо метафорическая модель и это обусловлено частотностью употребления метафор ввиду общественных кризисов, которые могут быть инструментом для разрешения проблемной ситуации [Будаев, 2010, с. 10–22].

Образ Чернобыля в качестве прецедентного применяется в данной работе не впервые. На использование языковой единицы *Чернобыль* в сетевой коммуникации на уровне вторичной номинации обращала внимание Е.А. Нахимова. Рассматривая прецедентные онимы в актуальном времени исследования интернет-простран-

стве, она выделила у топонима метафорическое и метонимическое значения. Проецируя данную идею на использование языковой единицы *Чернобыль* в интернет-изданиях, блогах и чатах на уровне вторичной номинации, автор рассматривает ее в трех вариантах: 1) название города; 2) метонимическое название катастрофы на АЭС; 3) метафорическое название для других масштабных техногенных катастроф [Нахимова, 2011, с. 94]. Соглашаясь с заключением исследователя, подчеркнем, что в последнее десятилетие (работа Е.А. Нахимовой была опубликована в 2011 г.) наблюдается расширение сфер применения метонимического названия катастрофы на АЭС и, как было обозначено ранее, кроме техногенных катастроф метонимизация транслируется на политические и экономические кризисы, эпидемиологические заболевания и многие другие сферы.

Материал и методы

Наиболее значимыми при проведении исследования были описательный и интерпретационный методы, метод метафорического моделирования и элементы количественного анализа. Для получения более полных и объективных данных был использован метод свободного ассоциативного эксперимента.

Материалом для исследования прецедентного онима *Чернобыль* в интернет-пространстве послужил корпус современных электронных СМИ, содержащих более 250 апелляций к указанному оному и связанных с ним прецедентных названий и атрибутов, представленных на страницах интернет-изданий русскоязычных российских и украинских газет, журналов, информационных агентств («Голос», «Известия», «Крымские новости», «Лента», РИА «Новости», «Радиовести», «Русская пресса», «Телезвезда», «Украина.ру» и др.), а также картотека примеров из чатов, блогов и форумов социально-политической направленности.

Результаты и обсуждение

По результатам Всеукраинской переписи 2001 г. наравне с Припятью Чернобыль отнесен к городам «без населения». До аварии в городе проживало около 13 тысяч человек. Безусловно, в современном интернет-

пространстве использование номинации *Чернобыль* в прямом значении наблюдается реже, чем непосредственно после катастрофы, однако лексема *Чернобыль* все активнее используется при объективации переносного значения, соотносимого с определенной сложной и граничащей с катастрофой ситуацией.

Сейчас наименование *Чернобыль* чаще используется в русскоязычном интернет-пространстве для метафорического описания определенной политической ситуации либо решения относительно большого количества людей, при этом подчеркивается, что принимаемое решение с большой долей вероятности может привести к негативным последствиям и быть непоправимым и разрушительным:

(1) Ющенко – ЕС: действия Януковича это **второй Чернобыль**. То, что произошло 21 апреля в Харькове, а затем 27 апреля в парламенте является аналогом **Чернобыльской катастрофы** в истории украинской дипломатии (<https://rus.delfi.ee>, 06.05.2020).

Чернобыль чаще ассоциируется не с городом как территориально-административным образованием, а с местом, где произошла крупнейшая в мире экологическая катастрофа. Именно этот факт позволяет авторам медийных сообщений метафорически описывать страны, регионы, города, где возможна новая экологическая или техногенная угроза, либо говорить о глобальной экологической катастрофе в целом:

(2) Нужно действовать сейчас, иначе мы получим **«экологический Чернобыль»** (Известия, 24.07.2019).

В актуальном интернет-пространстве *Чернобыль* ассоциируется с большим количеством регионов, которые известны потенциально возможными или уже произошедшими техногенными катастрофами: Крымом (выброс загрязняющих веществ с завода «Титановые инвестиции» в г. Армянске 27.08.2018); Усолье-Сибирском Иркутской области (химической завод «Усольехимпром», пропитывающий почву и подземные воды опасными химическими веществами); островом Хонсю (последствия землетрясения 11.03.2011); Каменском, Днепродзержинская обл., Украина (разрушающиеся здания с радиоактивно зараженным оборудованием); Донецком (в 1979 г.

в шахте «Юный Коммунар» в пригороде Енакиево произошел подземный ядерный взрыв); Турцией (строительство АЭС «Аккую»); США, Пенсильванией (авария на атомной электростанции «Три-Майл-Айленд» 28.03.1979); Китаем (взрыв 700 тонн цианида натрия в порту Тяньцзиня 12 августа 2015 года). Например:

(3) **Крымский «чернобыль»**: чем грозит Украине экологическая катастрофа на полуострове (УНИАН, 04.09.2018);

(4) **Сибирский «Чернобыль»** из офшора: как разорвался «Усольехимпром» (www.kramola.info, 19.04.2011);

(5) **Японский Чернобыль**: как Фукусима пришла на смену Хиросиме (<https://realt.onliner.by>, 11.11.2015);

(6) Бомба замедленного действия: как сейчас выглядит **Каменской «Чернобыль»** под Днепром (<https://ria-m.tv>, 06.09.2021);

(7) Шахта Юнком. **Донецкий Чернобыль** (<https://www.bbc.com>, 21.04.2011);

(8) Турецкая АЭС «Аккую» может оказаться **«Чернобылем»** для региона (Красная весна, 14.03.2021);

(9) **Американский «Чернобыль»**: как авария на АЭС едва не стерла с лица земли целый штат (Звезда, 20.11.2019);

(10) В 2015 году взорвался **«китайский Чернобыль»**. Власти Китая назвали этот случай самой ужасной техногенной катастрофой за всю историю существования КНР (<https://www.epochtimes.com.ua>, 26.11.2015).

Такая отсылка к известному образу не только оживляет в сознании носителей языка общеизвестный исторический факт, но и эксплицирует интегральные компоненты ‘опасность’, ‘угроза’, ‘халатность’, ‘трагедия’, моделирующие образы техногенных катастроф как возможных преемников Чернобыльской трагедии, акцентируют внимание на возможности повторения уже случившегося факта, но на другой территории и в других социополитических условиях.

Новая эпоха предполагает новые реалии, новые угрозы. Обзор текстов, входящих в актуальное сетевое пространство, в ряду прецедентных феноменов, описывающих катастрофы посредством онима *Чернобыль*, определенное место занимает пандемия коронавирусной инфекции, первая вспышка которой была зафиксирована в Ухане (Китай) в декабре 2019 года. На сегодняшний день коронави

рус стал причиной тысяч смертей, значительного количества ограничений в разных регионах земного шара, внесла коррективы в политику, экономику и другие сферы большинства государств:

(11) «**Китайский Чернобыль**». Число заразившихся коронавирусом превысило 65 тысяч (<https://www.lada.kz>, 14.02.2020);

(12) Мнение с Запада: эпидемия коронавируса – это **китайский Чернобыль** (<https://topcor.ru>, 16.04.2020).

В XXI в. в текстах СМИ довольно активно функционируют словосочетания с негативной коннотацией, такие как *второй Чернобыль* и *новый Чернобыль*, подчеркивающие и усиливающие резко отрицательный характер планируемых событий, на результат которых можно повлиять. Широкое использование таких конструкций при характеристике событий заведомо дает им негативную оценку, характеризует их как вредные и опасные, обращает внимание на необходимость их предотвращения:

(13) Россия чудом избежала **второго Чернобыля** (Главред, 13.02.2012).

Особенно часто в текстах СМИ используются аллюзии, связанные с возможными реформами в вопросах ядерной энергетики государств:

(14) Реформа атомной отрасли от Порошенко – путь к **второму Чернобылю** (Пикабу, 30.09.2018);

(15) Американский ядерщик предрек США **новый Чернобыль**. Атомная промышленность США находится в состоянии предсмертной агонии (<https://politros.com>, 23.01.2021).

Как показал анализ массмедийных политических текстов, желание властей разных стран добывать полезные ископаемые либо чрезмерно эксплуатировать ядерные установки может стать причиной возникновения катастрофы, наименование которой определяется адеквативом, связанным непосредственно с той сферой, которая является источником эксплуатации:

(16) Миллер признал: В «Газпроме» случился «**газовый Чернобыль**» (о крупной утечке газа. – Н. С., А. М., М. В.) (<https://zen.yandex.ru>, 28.08.2021);

(17) **Нефтяной Чернобыль** в Мексиканском заливе (<https://www.vesti.ru>, 05.05.2010).

В интернет-пространстве прецедентным оним *Чернобыль* может служить средством создания метафорических сценариев за счет аллюзии на трагические события 1986 г. и сравнениях с современными политическими событиями. Бесспорно, это эксплицирует политическую нестабильность и беспомощность политических субъектов и объектов в решении каких-либо вопросов, подчеркивает непредсказуемость результатов принятых политических решений, их губительный характер для того или иного государства, региона, народа или иного территориального, социального или политического объединения:

(18) ...Вполне может начаться **своего рода политический Чернобыль** – неконтролируемая цепная реакция полураспада в самой России, причем нынешняя жесткая вертикаль власти станет ее **детонатором** (1К, 29.06.2009).

Активное развитие интернет-индустрии, апеллирующей к массовому читателю, определило желание блогеров найти и закрепить за собой определенные сферы, вызывающие интерес у аудитории. Так, многие бесстрашные обладатели интернет-дневников и пользователи иных платформ, получающие оплату в зависимости от количества подписчиков, стали искать новые информационные поводы и темы, интересующие большое количество участников интернет-коммуникации. Все чаще такие блогеры посещают запрещенные места, чтобы транслировать своим подписчикам недоступную другим информацию. Чернобыль как «зона отчуждения» в последнее десятилетие притягивает огромное количество искателей новых тем и приключений. Небезопасность подобных «экскурсий» обусловила появление и распространение выражения *увидеть Чернобыль и не умереть*, обозначающего возобновившиеся экскурсии по городу, а также фотоотчеты репортеров, благодаря работе которых мы сейчас можем понять, как ликвидаторы боролись с последствиями взрыва. Отметим, что выражение произошло от итал. *Vedi Napoli e poi muori* («Увидеть Неаполь и умереть»), означающее, что в жизни обязательно нужно увидеть красоты и величие Неаполя.

В текстах СМИ появились контексты, описывающие решение открыть Чернобыль, однако не без опасений:

(19) **Зона отчуждения** открыта: Зеленский заведет туристов в **Чернобыль** (Газета, 10.07.2019).

В данном контексте под *Чернобылем* понимается не сам топоним, а катастрофа, которая может произойти, а лексическое поле «зона отчуждения» используется как топонимический объект.

Говоря об идее открытия экскурсионных маршрутов в Чернобыле, подчеркнем, что в интернет-пространстве активно появляются и другие контексты, иронически описывающие это решение. Зачастую в текстах СМИ подчеркивается финансовая сторона вопроса за счет расширения конструкции адъективом, стоящим в пре- или постпозиции по отношению к ключевой единице *Чернобыль*:

(20) **Чернобыль золотой**. Зеленский решил заманить иностранцев в зону отчуждения и заработать (Лента, 12.07.2019);

(21) Зеленский пообещал превратить **Чернобыль** в «магнит для туризма» (<https://www.gazeta.ru>, 07.06.2021);

(22) **Привлекательный Чернобыль**: как «продают» зону отчуждения (innovationhouse.org.ua, 20.03.2018).

Весьма частотными представляются и контексты, в которых развитие туристической сферы описывается посредством прецедентного онима или языковых единиц, входящих в лексико-семантическое поле *Чернобыль* (*атом, атомный, взрыв, радиация, радиоактивный, зона отчуждения* и т. д.):

(23) **Радиоактивный отдых**. Как проходят туры в **чернобыльскую зону отчуждения** (<https://www.rbc.ru>, 26.04.2021);

(24) Сделай **радиацию** частью своего бренда (<https://www.eurozine.com>, 24.04.2013).

Несомненный интерес у адресантов и адресатов сетевых СМИ, блогов, форумов и чатов вызывает лексическое поле «зона отчуждения», которая определяется как территория, пострадавшая в результате аварии на ЧАЭС и непригодная для жизни. В текстах СМИ данная конструкция приобретает мета-

форическое значение и реализуется при обозначении реалий разного типа. Рассмотрим наиболее характерные варианты коннотативного использования слота «зона отчуждения» в контекстах:

– политическая изоляция:

(25) Как аннексированный Крым стал **зоной отчуждения** (Обозреватель, 13.05.2015).

– экономическая изоляция:

(26) Торговые сети России считают Крым **зоной отчуждения**. Крым по-прежнему остаётся изолированным от большой торговли (ForPost, 18.06.2019).

– прекращение дипломатических отношений:

(27) «**Зона отчуждения**» растет. У глав Дальнего Востока не нашлось времени для встречи с американским послом (bfn.ru, 02.12.2017).

– территория без инфраструктуры, без поддержки государства, непригодная для жизни:

(28) Президент Украины Владимир Зеленский заявил, что Донбасс и Крым может ждать будущее, сравнимое с «**зоной отчуждения в Чернобыле**» (Известия, 16.04.2021).

Коннотации лексического поля «зона отчуждения» не являются однородными и могут использоваться в СМИ для характеристики различных объектов и субъектов политики, которые оказались изолированными по различным причинам либо подвергались интенсивному опасному воздействию:

(29) **Парламентарии в зоне отчуждения**. «Единая Россия» составила список бесперспективных одномандатников к выборам 2021 года (Газета, 02.11.2020);

(30) **Украина** превратилась в **зону отчуждения** для политиков США (Rubaltic.ru, 07.02.2020).

Элементы двухкомпонентной конструкции *зона отчуждения* могут замещаться другими существительными из политической сферы:

(31) «**Зона неизвестности**». Чего ждать от топ-лива из США на украинских АЭС (РИА Новости, 01.12.2020);

(32) **Время отчуждения**: что будет с украинской недвижимостью в Крыму (Крымские новости, 20.03.2020).

Прецедентный феномен *Чернобыль* наполнен разнообразными аллюзиями, связанными с аварией на ЧАЭС. Известно, что во время аварии 26 апреля 1986 г. произошло разрушение реактора четвертого энергоблока Чернобыльской атомной электростанции, которое носило взрывной характер: реактор был полностью разрушен, а в окружающую среду выброшено большое количество радиоактивных веществ. Ввиду этого в текстах СМИ функционируют прецедентные единицы *ядерный реактор*, *радиация*, *атом*, употребляющиеся в трансформированном виде и с новой семантикой. Так, словосочетание *ядерный реактор* зачастую используется в значении «неиссякаемая энергия» либо формирует метафорические сценарии:

(33) Путин проведет о **ядерном реакторе** внутри каждого россиянина (Лента, 01.09.2017);

(34) «Саакашвили – это **политический ядерный реактор**, если вы умеете его использовать, он будет очень долго на вас работать. <...> Но если не умеете им пользоваться, то он быстро превратится из **ядерного реактора** в ядерную бомбу, которая снесет вашу власть...» (<https://24tv.ua>, 23.04.2020).

Прецедентная единица *атом* используется авторами медийных сообщений для описания вопросов, связанных с поставками ядерного топлива или оружия:

(35) Президент **разделит атомы**. Виктор Янукович хочет диверсифицировать поставки ядерного топлива (Газета «Ъ», 07.06.2013);

(36) Сеульский саммит: «**расщепить терроризм на атомы**» (Украина.ру, 27.03.2012).

Прецедентная единица *радиация* в метафорическом употреблении означает «сильное влияние» либо «негативное воздействие»:

(37) Реванш, как невидимая **радиация**, смертельно заражает украинское пространство (<https://ru.espreso.tv>, 04.07.2019).

Для более детального анализа языковой единицы *Чернобыль* обратимся к ассоциативному эксперименту, так как семантическая природа слова связана, прежде всего, с его ассоциативными реакциями. Последние позволяют выявить цепочку ассоциаций на анализируемое слово-стимул, так как предыдущая реакция служит стимулом для последующих и т. д.,

что позволяет дать комплексное представление о языковой единице в понимании конкретного представителя той или иной лингвокультуры. Таким образом, ассоциативный эксперимент послужит эффективным инструментом для распознавания семантических связей онома *Чернобыль*, существующих в сознании респондентов, форм его восприятия, сходств и различий в представлении образа Чернобыля в текстах русскоязычных СМИ.

В качестве исследовательского наблюдения мы выбрали свободный ассоциативный эксперимент, в котором испытуемым предлагалось не задумываясь ответить первой пришедшей в голову реакцией на слово-стимул *Чернобыль* без ограничений формальных либо семантических особенностей словесных реакций. В ассоциативном эксперименте принимали участие обучающиеся 2-го курса направления подготовки 45.03.01 Филология (русский язык и литература) ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского»), возраст которых составляет от 18 до 20 лет. Общее число участников эксперимента – 100 человек.

В результате проведенного ассоциативного эксперимента было получено 412 ассоциативных реакций на слово-стимул *Чернобыль*, позволивших сделать выводы о том, что ассоциативный ряд является насыщенным и разнообразным не только по своей семантике, но и по грамматическим признакам (слова, словосочетания). Следует отметить, что наиболее частотной группой оказались имена существительные.

В зависимости от частотности реакций, мы распределили ассоциации согласно 10 тематическим группам с подгруппами, так как образ Чернобыля многослоен, включает дефиницию, называет город в Украине, а события 26 апреля 1986 г. повлекли череду последствий, которые специалисты со всего мира пытаются устранить и сегодня.

1. Дефиниция стимула:

1.1. Происшествие: *катастрофа*, *авария*, *бедствие*, *трагедия*, *атомная катастрофа*, *чрезвычайное происшествие*, *техногенная катастрофа* (7,8 %).

1.2. Сооружение: *атомная электростанция*, *АЭС*, *атомная станция*, *печально известная атомная электростанция* (3,9 %).

1.3. Населенный пункт: *город, пострадавший город, мертвый город, город-призрак* (3,9 %).

1.4. Изолированная территория: *зона отчуждения, аномальная зона, место постапокалиптического запустения, запретная зона, изолированная зона* (4,8 %).

2. Территориальная принадлежность: *Украина, Припять, СССР, страна, Белорусь, Россия* (5,8 %).

3. Последствия катастрофы:

3.1. Для людей: *мутация, болезни, облучение, болезнь, серьезные заболевания, онкология* (6,8 %).

3.2. Для окружающей среды: *пустошь, опустошение, загрязнение, загрязнение атмосферы, вредные выбросы, кислотный дождь, упадок, развалины, разруха, разрушение, безжизненность* (11,6 %).

3.3. Общие: *заражение, зараженный, обеззараживание, радиация, потери, разрушения, гибель, смерть, эвакуация, ликвидация* (9,8 %).

4. Политическая подоплека: *сокрытие фактов, обман, ложь, бездействие, халатность, загадочность, гриф секретности, расследование* (7,8 %).

5. Закрепленность образа в современном мире: *сериал, день памяти, экскурсионный маршрут, акция «Зажги свечу», компьютерная игра, мемориал жертвам Чернобыльской АЭС* (5,8 %).

6. Атрибуты ЧАЭС: *саркофаг, ядерный реактор, реактор, энергоблок, блок, противогаз* (5,8 %).

7. Чувства и эмоции: *страх, страшный, пустота, боль, внутренняя опустошенность, обреченность, отчаяние, опасность* (7,8 %).

8. Субъекты: *ликвидаторы, сталкеры, туристы, закопченные лица, невинные люди, жертвы, пострадавшие, самоселы* (6,8 %).

9. Колоративы: *сине-серый, черный, серый, красный, рыжий, фосфорный* (5,8 %).

10. Суть катастрофы: *взрыв, пожар, удар, возгорание, атомная промышленность, ядерный* (5,8 %).

Результаты систематизации данных ассоциативного эксперимента позволили сформулировать специфику осмысления онима *Чернобыль* с учетом его прагматического потенциала. Оним *Чернобыль* знаком обуча-

ющимся, однако лишь поверхностно, так как не находят отражения ассоциации, связанные с этимологией названия города *Чернобыль*. Согласно одной из самых распространенных версий, город получил название из-за обильно растущей там полыни, которую местные называли *чернобыльником, черной* или *горькой травой*. Возможно, данный факт объясняет появление цветowych наименований в качестве ассоциаций, среди них наиболее частотными стали *сине-серый, черный, серый, красный, рыжий, фосфорный* (всего 5,8 % от общего количества реакций). Многие слова-реакции оказались производными и образуют деривационные гнезда, например *пустота, пустошь, опустошение, опустошенность*, которые мы отнесли к разным тематическим группам. В 2021 г. исполнилось 35 лет со дня крупнейшей техногенной катастрофы XX в., что еще больше способствовало распространности онима в текстах СМИ. Видимо, поэтому частотной группой ассоциативных реакций стала группа «Закрепленность образа в современном мире» (5,8 %).

Заключение

Авторские наблюдения и анализ фактического материала показывают частотность обращений к прецедентному топониму *Чернобыль* и широкий спектр ассоциируемых ситуаций. В контекстах нередко проводятся параллели между трагическими событиями 1986 г. и тревожными ситуациями современности, связанными с политическими ошибками, техногенными катастрофами, эпидемией коронавируса, экономическими санкциями и многими другими проблемами современного мира. Образ Чернобыля проецируется не только на государства и политические объединения, но и на конкретных политиков, при этом обращает на себя внимание разнообразие интегральных компонентов, лежащих в основе создания метафор. В ряду прецедентных феноменов периода Чернобыля важное место занимают языковые единицы *зона отчуждения, мертвая зона, ядерный реактор, атом, атомный, радиация, радиоактивный* и др., приобретающие в интернет-пространстве новый коннотативный фон и имеющие высокий трансформационный потенциал. Ком-

плексный анализ ассоциативных реакций обнаруживает значительное переосмысление в массовой коммуникации трагических событий истории, возможность которого заложена в семантике языковых единиц, ставших основой формирования образа прошлого в сознании современной языковой личности.

ПРИМЕЧАНИЕ

¹ Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ и ЭИСИ в рамках научного проекта № 21-011-31072 «Коммуникативная стратегия дискредитации «чужих» в современной политической коммуникации, в том числе в социальных сетях и мессенджерах: мифы, метафоры, ярлыки, языковая игра, пост-правда, фейки, дипфейки и фактоиды».

The reported study was funded by RFBR and EISR, project number 21-011-31072 “The communicative strategy of discrediting “strangers” in modern political communication, including in social networks and messengers: myths, metaphors, labels, language game, post-truth, fakes, deepfakes and factoids”.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Будаев Э. В., 2010. Политическая метафорология: ракурсы сопоставительного анализа // Политическая лингвистика. № 1 (31). С. 9–22.
- Гудков Д. Б., 1999. Прецедентные имена и проблемы прецедентности. М.: Изд-во МГУ. 152 с.
- Гудков Д. Б., 2003. Прецедентные феномены в текстах политического дискурса. Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования. М.: Изд-во МГУ. 154 с.
- Дрянгина Е. А., 2011. Особенности прецедентных текстов как ассоциативно-образного средства репрезентации языковой личности // Ярославский педагогический вестник. Т. 1, № 2. С. 164–167.
- Дымарский М. Я., 2004. Феномен прецедентности и преемственность культур / под общ. ред. Л. И. Гришаевой, М. К. Поповой, В. Т. Титова. Воронеж: Воронеж. гос. ун-т. С. 51–62.
- Костомаров В. Г., Бурвикова Н. Д., 1994. Как тексты становятся прецедентными // Русский язык за рубежом. № 1. С. 73–76.
- Красных В. В., Гудков Д. Б., Захаренко И. В., Багаева Д. В., 1997. Когнитивная база и прецедентные феномены в системе других единиц и в коммуникации // Вестник МГУ. Серия 9, Филология. № 3. С. 62–75.
- Моисеенко Л. В., 2012. Прецедентные единицы в пространстве медиатекста: русско-испанские параллели. М.: Тезаурус. 228 с.
- Нахимова Е. А., 2011. Прецедентные онимы в современной российской массовой коммуникации: теория и методика когнитивно-дискурсивного исследования. Екатеринбург: Урал. гос. пед. ун-т. 276 с.
- Немирова Н. В., 2010. Современный экономический кризис в зеркале прецедентности: мифы и реальность // Политическая лингвистика. № 2 (32). С. 128–134.
- Отин Е. С., 2003. Коннотативные онимы и их производные в историко-этимологическом словаре русского языка // Вопросы языкознания. № 2. С. 55–72.
- Сегал Н. А., 2018. Метафорическая модель «политика – это транспортная система» в русскоязычных СМИ. М.: Флинта. 152 с.
- Сегал Н. А., Мищенко А. Н., 2017. «Троянский цикл» как источник прецедентности в масс-медийном дискурсе // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. Т. 8, № 2. С. 367–376. DOI: 10.22363/23132299201782367376
- Сегал Н. А., Мищенко А. Н., 2018. Древнегреческие мифы как источник формирования медийного образа Крыма // Вестник славянских культур. Т. 49. С. 211–222.
- Черникова Н. В., 2013. Новые смыслы Чернобыля // Русская речь. № 3. С. 55–59.
- Чудинов А. П., 2007. Политическая лингвистика. М.: Флинта: Наука. 252 с.
- Чудинов А. П., Будаев Э. В., Солопова О. А., 2020. Политическая метафорология: дискурсивный поворот. М.: Флинта. 236 с.

REFERENCES

- Budaev E.V., 2010. Politicheskaya metaforologiya: rakursy sopostavitelnogo analiza [Political Metaphorology: Perspectives of Comparative Analysis]. *Politicheskaya lingvistika* [Political Linguistics], no. 1 (31), pp. 9-22.
- Gudkov D.B., 1999. *Pretsedentnye imena i problemy pretsedentnosti* [Precedent Names and Problems of Precedent]. Moscow, Izd-vo MGU. 152 p.
- Gudkov D.B., 2003. *Pretsedentnye fenomeny v tekstakh politicheskogo diskursa. Yazyk SMI kak obyekt mezhdistiplinarnogo issledovaniya* [Precedent Phenomena in the Texts of Political Discourse. The Language of the Media as an Object of Interdisciplinary Research]. Moscow, Izd-vo MGU. 154 p.
- Dryangina E.A., 2011. Osobennosti pretsedentnykh tekstov kak assotsiativno-obraznogo sredstva reprezentatsii yazykovoy lichnosti [Features of Precedent Texts as an Associative-Figurative

- Means of Representing a Linguistic Personality]. *Yaroslavskiy pedagogicheskiy vestnik* [Yaroslavl Pedagogical Bulletin], vol. 1, no. 2, pp. 164-167.
- Dymarskiy M. Ya., 2004. *Fenomen pretsedentnosti i preemstvennost kultur* [The Phenomenon of Precedence and Continuity of Cultures]. Voronezh, Voronezh. gos. un-t., pp. 51-62.
- Kostomarov V.G., Burvikova N.D., 1994. *Kak teksty stanovyatsya pretsedentnymi* [How Texts Become Precedent]. *Russkiy yazyk za rubezhom*, no. 1, pp. 73-76.
- Krasnykh V.V., Gudkov D.B., Zakharenko I.V., Bagaeva D.V., 1997. *Kognitivnaya baza i pretsedentnye fenomeny v sisteme drugikh edinit i v kommunikatsii* [Cognitive Base and Precedent Phenomena in the System of Other Units and in Communication]. *Vestnik MGU. Seriya 9. Filologiya* [Bulletin of Moscow State University. Series 9. Philology], no. 3, pp. 62-75.
- Moiseenko L.V., 2012. *Pretsedentnye edinity v prostranstve mediateksta: russko-ispanskiye paralleli* [Precedent Units in the Space of Media Text: Russian-Spanish Parallels]. Moscow, Tezaurus Publ. 228 p.
- Nakhimova E.A., 2011. *Pretsedentnye onimy v sovremennoy rossiyskoy massovoy kommunikatsii: teoriya i metodika kognitivno-diskursivnogo issledovaniya* [Precedent Onyms in Modern Russian Mass Communication: Theory and Methodology of Cognitive-Discursive Research]. Ekaterinburg, Ural. gos. ped. un-t. 276 p.
- Nemirova N.V., 2010. *Sovremennyy ekonomicheskiy krizis v zerkale pretsedentnosti: mify i realnost* [The Modern Economic Crisis in the Mirror of Precedent: Myths and Reality]. *Politicheskaya lingvistika* [Political Linguistics], no. 2 (32), pp. 128-134.
- Otin E.S., 2003. *Konnotativnye onimy i ikh proizvodnye v istoriko-etimologicheskom slovare russkogo yazyka* [Connotative Onyms and Their Derivatives in the Historical and Etymological Dictionary of the Russian Language]. *Voprosy yazykoznaneya* [Topics in the Study of Language], no. 2, pp. 55-72.
- Segal N.A., 2018. *Metaforicheskaya model «politika – eto transportnaya sistema» v russkoyazychnykh SMI* [The Metaphorical Model “Politics is a Transport System” in the Russian-Language Media]. Moscow, Flinta Publ. 152 p.
- Segal N.A., Mishchenko A.N., 2017. «Troyanskiy tsikl» kak istochnik pretsedentnosti v mass-mediynom diskurse [The Trojan Cycle As a Source of Precedence in Mass Media Discourse]. *Vestnik Rossiyskogo universiteta druzhby narodov. Seriya: Teoriya yazyka. Semiotika. Semantika* [Bulletin of the Peoples’ Friendship University of Russia. Series: Theory of Language. Semiotics. Semantics], vol. 8, no. 2, pp. 367-376. DOI: 10.22363/23132299201782367376
- Segal N.A., Mishchenko A.N., 2018. *Drevnegrecheskie mify kak istochnik formirovaniya mediynogo obraza Kryma* [Ancient Greek Myths As a Source of the Formation of the Media Image of the Crimea]. *Vestnik slavyanskikh kultur* [Bulletin of Slavic Cultures], vol. 49, pp. 211-222.
- Chernikova N.V., 2013. *Novye smysly Chernobylya* [New Meanings of Chernobyl]. *Russkaya rech* [Russian Speech], no. 3, pp. 55-59.
- Chudinov A.P., 2007. *Politicheskaya lingvistika* [Political Linguistics]. Moscow, Flinta Publ., Nauka Publ. 252 p.
- Chudinov A.P., Budaev E.V., Solopova O.A., 2020. *Politicheskaya metaforologiya: diskursivnyy povorot* [Political Metaphorology: A Discursive Turn]. Moscow, Flinta Publ. 236 p.

Information About the Authors

Natalya A. Segal, Doctor of Sciences (Philology), Associate Professor, Department of Russian, Slavic and General Linguistics, V.I. Vernadsky Crimean Federal University, Prosp. Vernadskogo, 4, 295007 Simferopol, Russia, natasha-segal@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0002-8213-5050>

Anna N. Mishchenko, Candidate of Sciences (Philology), Department of Russian, Slavic and General Linguistics, V.I. Vernadsky Crimean Federal University, Prosp. Vernadskogo, 4, 295007 Simferopol, Russia, anutik-anutik18@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0002-7088-0942>

Mariya B. Voroshilova, Candidate of Sciences (Philology), Associate Professor, Department of Human Resources Management, Ural Institute of Management, Branch of the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, 8 Marta St, 66, 620014 Yekaterinburg, Russia, shinkari@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0001-7578-352X>

Информация об авторах

Наталья Александровна Сегал, доктор филологических наук, доцент кафедры русского, славянского и общего языкознания, Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского, просп. Вернадского, 4, 295007 г. Симферополь, Россия, natasha-segal@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0002-8213-5050>

Анна Николаевна Мищенко, кандидат филологических наук, доцент кафедры русского, славянского и общего языкознания, Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского, просп. Вернадского, 4, 295007 г. Симферополь, Россия, anutik-anutik18@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0002-7088-0942>

Мария Борисовна Ворошилова, кандидат филологических наук, доцент кафедры управления персоналом, Уральский институт управления – филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, ул. 8 Марта, 66, 620014 г. Екатеринбург, Россия, shinkari@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0001-7578-352X>



DOI: <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2022.3.12>

UDC 81'42:004.738.5
LBC 81.055.51.5



Submitted: 21.01.2022
Accepted: 21.03.2022

ON TEXT AUTHOR IDENTIFICATION IN NETWORK COMMUNICATION¹

Tatyana V. Romanova

National Research University Higher School of Economics – Nizhny Novgorod, Nizhny Novgorod, Russia

Anna Yu. Khomenko

National Research University Higher School of Economics – Nizhny Novgorod, Nizhny Novgorod, Russia

Abstract. The article deals with general and particular patterns of solving the identification problem of attributional linguistics. Experimental research is carried out on the material of the texts of written network communication. The problem is solved for several discursive areas: online literature, corporate e-mail, short comments on posts on the entertainment portal. These discursive spheres correlate with several functional styles of speech: fiction, official and colloquial, which makes it possible to identify the trends in textual attribution within the material of Internet communication. A holistic approach with linguistic modelling as its means, is used for the analysis of speech material. The problem of determining text authorship is solved by comparing a disputed text, the author of which, according to the conditions of the experiment, is unknown, with texts, the authors of which are known. The application of specialized software “KhoRom”, has enabled the researchers to create mathematical models of the individual styles of the compared texts authors. The contrast of the resulting models is performed by considering Pearson linear correlation coefficient, coefficient of determination, and Students t-criterion. On the basis of these models and their study, a number of conclusions about statistical patterns of an authorship study in various discursive spheres of electronic communication are made. The revealed general and particular statistical regularities are represented in score tables.

Key words: attribution, language personality, linguistic model, mathematical model, network communication.

Citation. Romanova T.V., Khomenko A.Yu. On Text Author Identification in Network Communication. *Vestnik Volgogradskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya 2. Yazykoznanie* [Science Journal of Volgograd State University. Linguistics], 2022, vol. 21, no. 3, pp. 143-157. (in Russian). DOI: <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2022.3.12>

УДК 81'42:004.738.5
ББК 81.055.51.5

Дата поступления статьи: 21.01.2022
Дата принятия статьи: 21.03.2022

ИДЕНТИФИКАЦИЯ АВТОРА ТЕКСТА В СЕТЕВОЙ КОММУНИКАЦИИ¹

Татьяна Владимировна Романова

Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» – Нижний Новгород,
г. Нижний Новгород, Россия

Анна Юрьевна Хоменко

Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» – Нижний Новгород,
г. Нижний Новгород, Россия

Аннотация. Статья посвящена выявлению и описанию общих и частных закономерностей при решении идентификационной задачи атрибуционной лингвистики. Экспериментальное исследование выполнено на материале текстов письменной сетевой коммуникации. Задача идентификации автора решается для нескольких дискурсивных сфер: сетевой литературы, корпоративной электронной переписки и коротких комментариев к постам на развлекательном портале. Учет того, что данные дискурсивные сферы коррелируют с художественным, официально-деловым и разговорным функциональными стилями, по-

зволлил обозначить векторы текстовой атрибуции в рамках интернет-коммуникации. Для анализа речевого материала используется холистический подход, инструментом которого является лингвистическое моделирование. Предложена оригинальная методика определения авторства при сравнении спорного текста, автор которого, по условиям эксперимента, неизвестен, с текстами-образцами, авторы которых известны. С применением программного обеспечения «ХоРом» созданы математические модели идиостилей авторов сопоставляемых текстов. Сравнение полученных моделей осуществлено посредством коэффициента линейной корреляции Пирсона, коэффициента детерминации и t -критерия Стьюдента. Сделаны выводы о статистических закономерностях при проведении автороведческого исследования разных дискурсивных сфер электронной коммуникации. Установленные общие и частные статистические закономерности оформлены в виде рейтинговых таблиц.

Ключевые слова: атрибуция, языковая личность, лингвистическая модель, математическая модель, сетевая коммуникация.

Цитирование. Романова Т. В., Хоменко А. Ю. Идентификация автора текста в сетевой коммуникации // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2, Языкознание. – 2022. – Т. 21, № 3. – С. 143–157. – DOI: <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2022.3.12>

Введение

Статья посвящена поиску решения традиционной для текстовой атрибуции идентификационной задачи на современном материале сетевой (электронной) коммуникации.

Сетевую (электронную, виртуальную, цифровую, интернет-, компьютерно-опосредованную) [Горошко, 2012] коммуникацию можно понимать как «использование людьми электронных сообщений (чаще мультимедийных) для формирования знаний и взаимопонимания в разнообразных средах, контекстах и культурах» [Розина, 2005, с. 32]. Следовательно, сетевая коммуникация – сложное, разножанровое явление, включающее большое количество дискурсивных сфер: коммуникацию в мессенджерах (групповую и индивидуальную) с помощью коротких текстовых сообщений, на интернет-платформах в рамках жанра комментария, эпистолярную (личную и официально-деловую) и пр.

Поскольку анонимность сетевого общения, возможность использования сетевых псевдонимов часто связаны с правонарушениями, совершаемыми в интернет-пространстве, актуальными являются вопросы атрибуции автора в такой коммуникации. Идентификация правонарушителей по речевым продуктам в сети – задача судебной автороведческой (атрибуционной) экспертизы, методики которой находятся в стадии разработки и апробации. Целью работы стал поиск значимых закономерностей при определении авторства в электронной коммуникации.

Материал и методы

В рамках любого типа коммуникации в том или ином объеме свою репрезентацию получает языковая личность (далее – ЯЛ) пишущего, материально эксплицированная в идиостиле автора письменного текста. Представители таких направлений языкознания, как психолингвистика, когнитивная лингвистика, социолингвистика, судебная лингвистика и др., пользующиеся термином «языковая личность», обозначают им многоуровневое явление, стараясь анализировать и описывать ЯЛ с позиций холистического подхода [Виноградов, 1961; Белянин, 2000; McMenamin, 2002; Карасик, 2004; Галяшина, 2003; Coulthard, 2004; Shuy, 2005; Вул, 2007; Караулов, 2010; Романова, 2011; Litvinova, Sboev, Panicheva, 2018; Ионова, Огорелков, 2020]. Это, на наш взгляд, является естественным и оправданным, поскольку, как отмечал Б. Блох, материальный репрезентант языковой личности, индивидуальный авторский стиль, есть не то, что человек говорит в какой-то момент времени, а то, что он вообще *может* сказать на этом языке [Bloch, 1948, p. 7].

В рамках использования целостного подхода в настоящем исследовании предлагается применение методов модельной лингвистики, позволяющих создать целостную модель ЯЛ пишущего, отражающую все уровни языка и организации ЯЛ, а также компетенции, с ним связанные, и позволяющую решать идентификационную задачу закрытого класса (то есть с ограниченным количеством авторов текстов): получение информации соб-

ственно об авторе текста при попарном сравнении спорного текста, автор которого неизвестен, с текстами-образцами, автор / авторы которых заведомо известны.

Моделирование языковой личности пишущего как совокупности нескольких уровней осуществляется нами с использованием интегративного подхода, сочетающего методы интерпретативной лингвистики для выявления характеристик авторского идиостиля в традиционном понимании (тезаурус личности, ее прагматикон и лексикон) и стилостатистики для объективации результатов интерпретативного анализа.

Методика реализуется по следующему алгоритму: 1) автоматическое извлечение из текста параметров, описывающих прагматикон, тезаурус и лексикон автора; 2) поиск традиционных стилеметрических данных; 3) присвоение веса каждому параметру; 4) построение математических моделей сравниваемых текстов; 5) сравнение математических моделей; 6) экспертный анализ статистических данных. Предлагаемый алгоритм анализа реализован с помощью интерфейсного программного обеспечения открытого доступа «Хо-Ром», созданного при участии авторов статьи.

В основе формализации уровневой структуры языковой личности в исследовании лежат постулаты теории Ю.Н. Караулова [Караулов, 2010]. Собственно процесс формализации строится на принципах семантического синтаксиса [Падучева, 1974] и в соответствии с правилами грамматики русского языка [Русская грамматика].

Структура языковой личности рассматривается как совокупность трех уровней: вербально-семантического, лингвокогнитивного, мотивационного [Караулов, 2010, с. 53].

Объективация данных, полученных с помощью интерпретативного анализа, осуществляется посредством создания математической модели каждого из текстов как продуктов репрезентации индивидуального стиля пишущего. Такая математическая модель представляет собой пул параметров всех уровней с относительной частотой реализации каждого параметра, в модель также включены традиционные стилостатистические параметры [Khomenko et al., 2021]. Две математические модели идиостилей авторов, репрезентированных в двух сравниваемых текстах, со-

поставляются с помощью следующих метрик: коэффициента корреляции Пирсона (ККП), коэффициента детерминации линейной регрессии (КД) и *t*-критерия Стьюдента (*p*-value).

Для достижения поставленной цели авторы работы исследовали несколько дискурсивных сфер интернет-коммуникации:

- сетевую литературу, фанфикшен – современную беллетристику, локализирующуюся как часть определенной субкультуры (фэндомы). Использован материал портала «Книга фанфиков», включающий тексты 3 авторов-женщин, 4 авторов-мужчин, всего 187 текстов, средний объем текстов – от 1 500 до 40 000 слов;

- корпоративную электронную переписку. Использован материал анонимизированной корпоративной русскоязычной переписки, включающий тексты 2 авторов-женщин, 2 авторов-мужчин, всего 236 текстов (от 45 до 49 писем для одного автора), средний объем текстов – от 50 до 500 слов;

- короткие комментарии к постам на развлекательном портале. Использован материал ресурса «ЯПлакалъ», включающий тексты 3 авторов-женщин, 3 авторов-мужчин, всего 424 текста, средний объем текстов – от 50 до 100 слов.

Со всеми текстовыми коллекциями можно ознакомиться в репозитории (Электронный репозиторий).

Выбранные дискурсивные сферы имеют корреляции с традиционными функциональными стилями: художественным, разговорным и официально-деловым, что позволяет найти общие и частные закономерности авторской атрибуции в электронной коммуникации.

Результаты и обсуждение

Сетевая литература

Сетевая литература (фанфикшен) отвечает в той или иной степени жанровым характеристикам художественной прозы, тем не менее идиостили авторов современной беллетристики, конечно, менее исследованы в сравнении с идиостильми классиков, что значительно осложняет процесс идентификации. Сетевую литературу можно воспринимать как коммуникацию в рамках схемы «от одного – ко многим» [Бондаренко, 2004, с. 157], а с уче-

том специфики фендомной организации (тексты продуцируются в основном в связи с одним художественным целым: фильмом, книгой, компьютерной игрой, комиксом) и специфики самой платформы размещения («Книга фанфиков» предполагает не только размещение текста произведения, но и возможность его комментирования внешними и внутренними пользователями, а также общепользовательскую корректуру материала) электронную беллетристику можно воспринимать и как коммуникацию по схемам «от многих – ко многим», «от многих – к одному», «от одного – к одному» [Бондаренко, 2004, с. 157].

В рамках дискурса современной сетевой художественной литературы в качестве примеров анализа приведем несколько обследованных текстовых пар (вместо фамилий и имен приводятся никнеймы, используемые авторами на ресурсе «Книга фанфиков»).

При анализе текстовой пары Аллесий «Третья игра: Сын Бессмертного» – Аллесий «Третья игра: Путь Шамана» (тексты одного жанра и одного автора с сопоставимым объемом: 22 412 слов vs 22 405 слов) получаем валидные результаты метрик с очень близкой стилостатистической составляющей модели – ККП: 1, КД: 1, p -value: 0,97 (табл. 1).

При этом параметры ЯЛ из структурированной интерпретативной модели более неоднородны, чем для прозы известных авторов (см. табл. 2).

Тем не менее эта неоднородность не позволяет сформировать ложноотрицательный вывод для пары анализируемых текстов. При сравнении моделей без «идеальной» стилос-

татистики только по интерпретативным параметрам также получаем валидный результат – ККП: 0.99, КД: 0.98, p -value: 0.95.

В данном случае автоматический алгоритм интегративной методики создает достаточно полную и адекватную модель для валидного вывода по гипотезе H_0 о том, что автором сравниваемых текстов является одно лицо при условии подбора релевантных для анализируемого дискурса параметров конечной модели, а также верной и, что важно, совокупной интерпретации статистических метрик.

При сравнении текстов одного жанра и одного автора с различным объемом (22 412 слов vs 812 слов) – Аллесий «Третья игра: Сын Бессмертного» и Аллесий «Каменный Дом» – получаем сходные с предыдущим экспериментом результаты. При полной модели коэффициенты доказывают гипотезу H_0 – ККП: 1, КД: 1, p -value: 0,95.

Из интерпретации модели становится очевидным, что стилостатистический компонент для индивидуального стиля Аллесия дает наибольший прирост значения меры корреляции моделей.

Тем не менее экспериментальным путем в исследовании удалось выяснить, что стилостатистический компонент является фактором шума для текстов современной сетевой литературы. Данный вывод позволил сделать ряд экспериментов над текстами одного и различных авторов: стилостатистика в них весьма сходна. Медианное значение каждого из параметров стилостатистического пула для сетевой литературы представлено ниже:

Таблица 1. Стилостатистический пул параметров анализа ЯЛ. Автор – Аллесий

Table 1. Stylostatistic parameters set for the analysis of Alessiy language personality

№	Параметр	Аллесий «Третья игра: Сын Бессмертного»	Аллесий «Третья игра: Путь Шамана»
1	Индекс удобочитаемости Флеша-Кинкейда	13.2395	13.6227
2	Индекс туманности Ганнинга	15.975	16.4649
3	Средняя длина слова (в буквах)	5.1227	5.1099
4	Средняя длина предложения (в словах)	9.2341	9.5605
5	Количество предложений длиннее 8 слов	428089.4137	442993.9077
6	Коэффициент предметности (Pr)	1.2382	1.2306
7	Коэффициент качественности (Qc)	0.5196	0.5268
8	Коэффициент активности (Ac)	0.1698	0.181
9	Коэффициент динамизма (Din)	0.3845	0.4204
10	Коэффициент связности текста (Con)	1.8794	1.9909

Таблица 2. Интерпретативный пул параметров анализа ЯЛ. Автор – Алесий

Table 2. Qualifying parameters set for the analysis of Alessiy language personality

№	Параметр	Алесий «Третья игра: Сын Бессмертного»	Алесий «Третья игра: Путь Шамана»
1	Количество слов несловарного написания	4384.7629	5370.9604
2	Предложения с однородными рядами	2466.4292	1957.2144
3	Предложения с обособленными приложениями	319.7223	273.0997
4	Вводные слова и конструкции	7810.359	6417.8425
5	Целевые и выделительные обороты	319.7223	546.1994
6	Конструкции с семантической сравнения	4110.7153	4415.1115
7	Синтаксические сращения	0	0
8	Сравнительные придаточные	6074.7237	7146.1083
9	Конструкции с сопоставительными союзами	1872.6592	1775.1479
10	Вставные конструкции	5206.906	2002.731
11	Сложные синтаксические конструкции	41929.2957	41829.7679
12	Глагольные односоставные предложения	10139.7643	10559.8543
13	Обращения	1141.8654	409.6495
14	Местоимения «я, мы»-группы	44898.1456	53072.3714
15	Местоимения «ты, вы»-группы	33296.7936	37778.7893
16	Сложные слова полуслитного написания	913.4923	1183.432
17	Модальные частицы	28546.6338	26172.0528
18	Междометия	1735.6353	819.299
19	Наличие / отсутствие модального постфикса «-то»	1370.2384	1228.9486

1. Индекс удобочитаемости Флеша-Кинкейда: 14.7924.

2. Индекс туманности Ганнинга: 18.02705.

3. Средняя длина слова (в буквах): 5.25835.

4. Средняя длина предложения (в словах): 10.7283.

5. Количество предложений длиннее 8 слов: 510434.1406.

6. Коэффициент предметности (Pr): 1.2386.

7. Коэффициент качества (Qu): 0.49.

8. Коэффициент активности (Ac): 0.1824.

9. Коэффициент динамизма (Din): 0.39525.

10. Коэффициент связности текста (Con): 2.0962.

При сравнении текстовой пары одного жанра (тематика не учитывается) и разных авторов с сопоставимым объемом: Алесий «Третья игра: Сын Бессмертного» – Tigrewurmut «Звездные Войны: Сила или Жизнь» (22 412 слов vs 22 458 слов) для построения моделей языковых личностей авторов использовались только интерпретативные параметры. Результат оправдывает ожидания и позволяет сделать валидные выводы – ККП: 0,98, КД: 0,96, p -value: 0,91.

Со статистической точки зрения значения метрик кажутся высокими. Тем не менее пристальное изучение коэффициентной наполненности самих моделей ЯЛ в совокупности с данными ряда экспериментов, подобных описанному выше, подтверждает, что для сетевой литературы полученные значения метрик можно считать достаточно низкими, чтобы отвергнуть гипотезу H_0 . В результате экспериментов удалось выявить следующие статистические закономерности для установления авторства по текстам сетевой литературы (см. табл. 3).

Приведем еще несколько примеров сравнения текстовых пар (тексты одного жанра и разных авторов с разным объемом):

– Алесий «Третья игра: Сын Бессмертного» и Миха Француз «Следующая ступень» (22 412 слов vs 12 340 слов) – ККП: 0,86, КД: 0,74, p -value: 0,51;

– Алесий «Третья игра: Сын Бессмертного» и Кицунэ Миято «Желчь броненосца» (22 412 слов vs 2 505 слов) – ККП: 0,69, КД: 0,45, p -value: 0,98;

– Алесий «Третья игра: Сын Бессмертного» и Ктая «Взгляд сквозь щели канона» (22 412 слов vs 1 040 слов) – ККП: 0,37, КД: 0,14, p -value: 0,82.

Таблица 3. Рейтерская таблица наиболее частых случаев распределения значений метрик в сетевой литературе *

Table 3. Score table for the most common metrics values in network literature *

ККП	КД линейной регрессии	<i>t</i> -критерий Стьюдента (<i>p</i> -value)	Автором сравниваемых текстов, вероятно **, является одно лицо	Авторами сравниваемых текстов, вероятно, не является одно лицо	Комментарий
Не ниже 0,99; обычно достигает 1,00	Не ниже 0,98; обычно достигает 1,00	Не ниже 0,95; обычно около 0,97	+	–	Значения всех метрик должны быть весьма высоки
Обычно около 0,86; изредка достигает высоких значений (до 0,98)	Обычно около 0,74; изредка достигает высоких значений (до 0,96)	Обычно около 0,50; редко может достигать 0,91, но не превышает это значение	–	+	Значения метрик могут быть высокими, но важно обращать внимание именно на их сочетания; основной метрикой для беллетристики, как и для художественной литературы, остается <i>p</i> -value <i>t</i> -критерия Стьюдента: если эта метрика имеет низкое значение, то авторами сравниваемых текстов, скорее всего, являются разные люди. Средние значения других метрик ниже, чем при едином авторстве текстов, но могут быть и достаточно высокими. Важно обращать внимание на их совокупность. Иногда даже <i>p</i> -value <i>t</i> -критерия Стьюдента достигает значения около 0,91. Если это происходит, при принятии решения необходимо применять принципы холистического подхода
Обычно низкие значения около 0,37; иногда достигается значение 0,69	Обычно низкие значения около 0,14; иногда достигается значение 0,45	Может быть около 0,82; изредка достигает 0,98	–	+	В ходе исследования были обнаружены случаи появления весьма высокого значения <i>p</i> -value <i>t</i> -критерия Стьюдента при сравнении текстов разных авторов, тем не менее в этих случаях неизменно низкими были значения других метрик. В описанной ситуации следует обращать внимание на совокупные значения метрик при принятии атрибуционного решения

Примечания. * – если в приведенных рейтерских таблицах не указаны некоторые значения и «вилки» значений рассматриваемых метрик, это говорит о том, что в случае появления таких значений при формировании атрибуционных выводов исследователь должен обращать внимание на значения наиболее релевантных параметров для анализируемой модели, основываясь на своем исследовательском опыте; ** – вероятностный характер вывода связан с тем, что в каждом конкретном случае в соответствии с разработанной методикой решение о конечном авторстве принимает исследователь.

Notes. * – if some determined metrics values and variables of values are not indicated in the given evaluation tables, the researcher should pay attention to the values of the most relevant parameters for the analyzed model, using his/her research experience. ** – probabilistic conclusion is due to the fact that in each specific case, in accordance with the developed method, the decision on the final authorship is made by the researcher.

Исходя из экспериментальных данных, приведенных в таблице 2, в рассматриваемых текстовых парах гипотеза H_0 может быть отвергнута при условии верной интерпретации статистических данных, что является валидным выводом.

Итак, установлено, что для дискурсивной сферы сетевой литературы неинформативным является стилостатистический пул, поскольку, по экспериментальным данным, значения стилостатистических параметров близки для всех обследованных текстов. Тем не менее даже без стилеметрического блока интегративная методика дает возможность создать достаточно полные модели языковых личностей авторов сравниваемых текстов, объективно и адекватно имитирующую оригиналы, что позволяет решить идентификационную задачу атрибуционной лингвистики при верном анализе статистики, получаемой в результате математического моделирования идиостилей авторов сравниваемых текстов.

Корпоративная переписка

Корпоративная переписка исследуется в традиционном ключе атрибуционной лингвистики вслед за работами, основанными на анализе, например, корпуса писем «Энрон» (англ.: The Enron Email Corpus) [Friginal, Hardy, 2014; Wright, 2017] и пр. и/или имеющими место при решении практически ориентированных задач [Резанова, Романов, Мещеряков, 2013].

Тексты корпоративной переписки воспринимаются и обследуются не по отдельности, а в рамках массива, который при сопоставлении текстов одного автора делится примерно на равные сравниваемые части. Каждому автору в корпусе было присвоено кодовое имя.

Результаты экспериментов позволили выяснить следующее: при сравнении идиостиля одного автора (как мужчины, так и женщины), репрезентированного в разных текстах, корреляционные характеристики ЯЛ демонстрируют весьма высокие показатели:

– Сергей – Сергей (совокупность текстового материала составляет 1 503 слова, между собой сравниваются примерно равные части массива) – ККП: 1, КД: 1, p -value: 0,91;

– Мария – Мария (совокупность текстового материала составляет 991 слово) – ККП: 1, КД: 1, p -value: 0,89.

Высокой релевантностью для моделей ЯЛ авторов корпоративных писем обладает стилостатистический пул. Тем не менее объема текстового материала в корпоративных письмах достаточно и для создания объективно имитирующей объект-оригинал модели с помощью данных интерпретативного пула.

При сравнении ЯЛ Марии и Сергея (авторы разной гендерной принадлежности) результаты подсчетов по всем статистическим метрикам существенно разнятся как в блоке стилеметрии, так и в блоке когнитивно и психолингвистически маркированных параметров – ККП: 0,99, КД: 0,98, p -value: 0,48. Несмотря на относительно высокие значения ККП и КД, наибольший прирост информации показывает t -статистика, значения которой являются слишком низким, чтобы признать гипотезу H_0 подтвержденной. Значения коэффициентов хотя и высоки, но не достигают 100 %, что, исходя из экспериментов для данной дискурсивной сферы, необходимо для признания гипотезы H_0 верной. Важно, что корреляция по ключевым словам в этом случае практически равна нулю, а по словам-интенсификаторам – и вовсе отсутствует.

При сравнении корпоративной переписки двух разных авторов-мужчин (текстовая пара: Иван – Петр: совокупность текстового материала для Ивана составляет 1 145 слов; совокупность текстового материала для Петра составляет 2 264 слова) видим наглядные различия в структурах ЯЛ, выраженные в числовом отношении – ККП: 0,95 (по экспериментальным данным для этой дискурсивной сферы настоящее значение коэффициента является достаточно низким), КД: 0,90, p -value: 0,51 (наиболее показательный коэффициент для данного материала равно, как и для дискурса корпоративной переписки в целом).

При итоговом сравнении видим большое количество «выбросов», сильно разнящихся значений в парах, что говорит о разной стилистике текстов (см. табл. 4).

При сравнении «женской» пары текстов (Мария – Василиса: совокупность текстового материала для Василисы составляет 5 777 слов) конечные коэффициенты получаются значительно более спорными, чем для текстовой

Таблица 4. Математические модели ЯЛ. Иван и Петр

Table 4. Mathematical models of Ivan and Peter language personalities

№	Параметр	Иван	Петр
1	Индекс удобочитаемости Флеша-Кинкейда	17.9679	21.6623
2	Индекс туманности Ганнинга	21.8419	24.3697
3	Средняя длина слова (в буквах)	6.2608	6.3731
4	Средняя длина предложения (в словах)	6.1605	13.0714
5	Количество предложений длиннее 8 слов	166666.6667	607142.8571
6	Коэффициент предметности (Pr)	2.5455	1.7319
7	Коэффициент качества (Qu)	0.2371	0.3298
8	Коэффициент активности (Ac)	0.1102	0.1466
9	Коэффициент динамизма (Din)	0.1695	0.2572
10	Коэффициент связности текста (Con)	1.0741	2.4405
11	Количество слов несловарного написания	8016.0321	19125.6831
12	Предложения с однородными рядами	0	1821.4936
13	Предложения с обособленными приложениями	0	0
14	Вводные слова и конструкции	6012.024	0
15	Целевые и выделительные обороты	0	0
16	Конструкции с семантикой сравнения	0	0
17	Синтаксические сращения	0	0
18	Сравнительные придаточные	0	910.7468
19	Конструкции с сопоставительными союзами	0	0
20	Вставные конструкции	15030.0601	13661.2022
21	Сложные синтаксические конструкции	13026.0521	17304.1894
22	Глагольные односоставные предложения	17034.0681	10018.2149
23	Обращения	48096.1924	910.7468
24	Местоимения «я, мы»-группы	5010.02	12750.4554
25	Местоимения «ты, вы»-группы	23046.0922	32786.8852
26	Сложные слова полуслитного написания	0	0
27	Модальные частицы	5010.02	3642.9872
28	Междометия	1002.004	0
29	Наличие / отсутствие модального постфикса «-то»	0	0

пары авторов-мужчин – ККП: 1, КД: 1, *p*-value: 0,63 (в данном случае вновь только *t*-статистика дает валидные результаты).

Несмотря на то что модели существенно различаются в собственно интерпретативном аспекте (имеет место немалое количество «волн» и «выбросов»), они достаточно близки в стилеметрии, что и дает высокие показатели корреляции Пирсона и коэффициента детерминации.

Сходство стилостатистической компоненты ЯЛ авторов-женщин может быть объяснимо с точки зрения гендерной лингвистики [Калугина, 2013].

При анализе текстов смешанной пары Мария – Петр коэффициенты в совокупном представлении и *t*-статистика как центральная метрика для дискурса корпоративной переписки помогают опровергнуть гипотезу H_0 – ККП: 0,99, КД: 0,98, *p*-value: 0,63.

Обследование моделей индивидуальных стилей авторов показывает существенные

различия числовой структуры их состава, которые свидетельствуют о разных языковых личностях пишущих (см. табл. 5).

Итак, по результатам экспериментов удалось установить следующие закономерности, релевантные для авторизации текстов корпоративной переписки (см. табл. 6).

Важным наблюдением при анализе этого блока стал вывод о том, что наиболее значимой метрикой для определения авторства текста корпоративной переписки по статистическим данным холистической модели ЯЛ является *t*-критерий Стьюдента и его значение. Анализировать корпоративные письма следует на данном этапе развития методики массивами не менее 500 слов. Ограничение в 100 слов, выведенное еще С.М. Вулом и принятое до сих пор в судебном автороведении [Рубцова и др., 2007] как объем, необходимый для определения авторства текстов, при встраивании в анализ статистической информации должно быть увеличено.

Таблица 5. Математические модели ЯЛ. Мария и Петр

Table 5. Mathematical models of Maria and Peter language personalities

№	Параметр	Мария	Петр
1	Индекс удобочитаемости Флеша-Кинкейда	17.2301	23.8627
2	Индекс туманности Ганнинга	21.7719	27.4309
3	Средняя длина слова (в буквах)	6.0395	7.0715
4	Средняя длина предложения (в словах)	7.1235	12.75
5	Количество предложений длиннее 8 слов	271604.9383	634146.3415
6	Коэффициент предметности (Pr)	2.2214	2.234
7	Коэффициент качества (Qu)	0.2905	0.2667
8	Коэффициент активности (Ac)	0.1144	0.1196
9	Коэффициент динамизма (Din)	0.1823	0.1888
10	Коэффициент связности текста (Con)	1.358	2.5793
11	Количество слов несловарного написания	12131.7158	6695.3611
12	Предложения с однородными рядами	0	1434.7202
13	Предложения с обособленными приложениями	0	956.4802
14	Вводные слова и конструкции	1733.1023	956.4802
15	Целевые и выделительные обороты	0	0
16	Конструкции с семантикой сравнения	0	0
17	Синтаксические сращения	0	0
18	Сравнительные придаточные	0	956.4802
19	Конструкции с сопоставительными союзами	3466.2045	956.4802
20	Вставные конструкции	12131.7158	20564.3233
21	Сложные синтаксические конструкции	24263.4315	11956.0019
22	Глагольные односоставные предложения	13864.818	8608.3214
23	Обращения	19064.1248	6695.3611
24	Местоимения «я, мы»-группы	10398.6135	9086.5615
25	Местоимения «ты, вы»-группы	24263.4315	17216.6428
26	Сложные слова полуслитного написания	0	1434.7202
27	Модальные частицы	3466.2045	1912.9603
28	Междометия	0	1912.9603
29	Наличие / отсутствие модального постфикса «-то»	0	0

Таблица 6. Рейтерская таблица наиболее частых случаев распределения значений метрик в корпоративной переписке

Table 6. Score table for the most common metrics values in business e-correspondence

ККП	КД линейной регрессии	<i>t</i> -критерий Стьюдента (<i>p</i> -value)	Автором сравниваемых текстов, вероятно, является одно лицо	Авторами сравниваемых текстов, вероятно, не является одно лицо	Комментарий
Достигает 1,00	Достигает 1,00	Не ниже 0,89	+	–	Для коротких текстов важно высокое значение (обычно достигающее именно 1,00) ККП и КД. При этом <i>p</i> -value <i>t</i> -критерия Стьюдента тоже не должно быть низким
Может быть около 0,95; иногда даже достигать 1,00	Может быть около 0,90; иногда даже достигать 1,00	Низкие значения, около 0,50–0,51 (редко, но может достигать 0,63)	–	+	Иногда значения ККП и КД могут быть высокими (даже достигать 1,00), но в сочетании с низким значением <i>p</i> -value <i>t</i> -критерия Стьюдента эти значения не позволяют сделать вывод о едином авторстве сравниваемых документов

*Комментарии
на развлекательном ресурсе*

В рамках исследования был проведен анализ коротких (до 200 слов) «постов» и комментариев, размещенных на развлекательном портале «ЯПлакалъ».

Результаты анализа показали, что для коротких текстов (до 500 слов), стилостатистический и интерпретативный блоки алгоритма не позволяют создать модели ЯЛ, которые необходимы для получения валидных атрибуционных результатов. Ограничение в 100 слов для коротких комментариев также должно быть значительно увеличено.

Наличие данного ограничения по объему не значит, что тексты сетевых комментариев не могут быть обследованы с помощью предлагаемого алгоритма. Так, задача идентификации автора по коротким сообщениям (постам) в сети Интернет может быть решена посредством создания репрезентативной выборки объемом не менее 500 слов, то есть удобной, которая создана как по стохастическому алгоритму, так и с помощью некоторых правил.

В экспертной и исследовательской практике решение задачи авторизации коротких сообщений стоит очень остро, путь использования совокупности текстов короткого объема как единого массива применяется как в судебной автороведческой практике [Хоменко, 2019], так и в практике фоноскопических экспертиз [Хоменко и др., 2014]). Это послужило основанием для того, чтобы делать репрезентативные выборки из полученных совокупностей текстов.

Так, в рамках настоящего эксперимента были созданы текстовые выборки для ряда авторов (вместо имен и фамилий приводятся никнеймы, используемые авторами на ресурсе «ЯПлакалъ») объемом от 500 до 550 слов. Сравнение языковых личностей авторов и их индивидуальных стилей проводилось на основе этих выборок.

При сопоставлении текстов одного автора-мужчины (SESHOK (519 слов) – SESHOK (516 слов)) корреляционный и детерминацион-

ный коэффициенты равны единице при t -статистике 0,98. Тем не менее при исследовании моделей и их числовых характеристик установлено, что репрезентация идиостиля автора неодинакова, числовые значения существенно отличаются, а при сравнении моделей двух ЯЛ наблюдается большое количество «выбросов» (см. табл. 7).

При сопоставлении текстов одного автора-женщины (KalinAKalina (542 слова) – KalinAKalina (543 слова)) наблюдается весьма сходная картина: корреляционный и детерминационный коэффициенты равны единице при t -статистике 0,90 и наличие сильных «выбросов» при сравнении моделей.

Сопоставление текстовых пар SESHOK – SESHOK, KalinAKalina – KalinAKalina только по интерпретативным параметрам (без стилеметрических) значения метрик резко снижаются. Такой уровень заставляет отвергать гипотезу H_0 , что, естественно, невалидно.

При сопоставлении текстовой пары SESHOK (519 слов) – OBrian (546 слов) (тексты разных авторов-мужчин) с использованием параметров стилостатистического и интерпретативного блоков результаты корреляции и детерминации получаются не ниже, чем при сравнении текстовых пар одного автора – ККП: 1, КД: 1, p -value: 0,96.

Если исключить стилостатистику из конечных моделей, то значения метрик резко снижаются – ККП: 0,78, КД: 0,61, p -value: 0,73. Тем не менее проведенные ранее эксперименты показали, что то же самое происходит и при сравнении текстов одного автора, значит, данные результаты непоказательны.

При сопоставлении текстов разных авторов-женщин и текстов авторов разной гендерной принадлежности:

– KalinAKalina – motya (автор-женщина) (со стилеметрией – 1:1:0,97; только интерпретативная база – 0,81:0,66:0,98);

– SESHOK – KalinAKalina (со стилеметрией – 1:1:0,98; только интерпретативная база – 0,9:0,81:0,77) – ситуация не меняется.

Объяснение этого можно предложить в результате анализа модели без стилостатистических данных (см. табл. 8).

Таблица 7. Математические модели ЯЛ SESHOK

Table 7. Mathematical models of SESHOK language personality

№	Параметр	SESHOK	SESHOK
1	Индекс удобочитаемости Флеша-Кинкейда	20.2671	27.7102
2	Индекс туманности Ганнинга	21.9434	29.8649
3	Средняя длина слова (в буквах)	5.88	6.5984
4	Средняя длина предложения (в словах)	20.12	26.8421
5	Количество предложений длиннее 8 слов	880000	947368.4211
6	Коэффициент предметности (Pr)	1.4809	1.5481
7	Коэффициент качества (Qu)	0.3598	0.4333
8	Коэффициент активности (Ac)	0.1451	0.1373
9	Коэффициент динамизма (Din)	0.2786	0.2405
10	Коэффициент связности текста (Con)	4	5.1053
11	Количество слов несловарного написания	37773.3598	1960.7843
12	Предложения с однородными рядами	0	0
13	Предложения с обособленными приложениями	0	0
14	Вводные слова и конструкции	5964.2147	0
15	Целевые и выделительные обороты	1988.0716	0
16	Конструкции с семантикой сравнения	0	7843.1373
17	Синтаксические сращения	0	0
18	Сравнительные придаточные	3976.1431	11764.7059
19	Конструкции с сопоставительными союзами	1988.0716	1960.7843
20	Вставные конструкции	0	9803.9216
21	Сложные синтаксические конструкции	29821.0736	31372.549
22	Глагольные односоставные предложения	0	1960.7843
23	Обращения	0	1960.7843
24	Местоимения «я, мы»-группы	13916.501	7843.1373
25	Местоимения «ты, вы»-группы	19880.7157	23529.4118
26	Сложные слова полуслитного написания	3976.1431	0
27	Модальные частицы	25844.9304	17647.0588
28	Междометия	0	0
29	Наличие / отсутствие модального постфикса «-то»	0	0

Таблица 8. Интерпретативный пул параметров анализа ЯЛ. KalinAKalina и motya

Table 8. Qualifying parameters set for the analysis of KalinAKalina and motya language personalities

№	Параметр	KalinAKalina	motya
1	Количество слов несловарного написания	25291.8288	13487.4759
2	Предложения с однородными рядами	0	0
3	Предложения с обособленными приложениями	0	0
4	Вводные слова и конструкции	0	0
5	Целевые и выделительные обороты	0	1926.7823
6	Конструкции с семантикой сравнения	0	1926.7823
7	Синтаксические сращения	0	0
8	Сравнительные придаточные	11673.1518	7707.1291
9	Конструкции с сопоставительными союзами	0	1926.7823
10	Вставные конструкции	5836.5759	3853.5645
11	Сложные синтаксические конструкции	35019.4553	40462.4277
12	Глагольные односоставные предложения	0	0
13	Обращения	0	0
14	Местоимения «я, мы»-группы	17509.7276	0
15	Местоимения «ты, вы»-группы	9727.6265	23121.3873
16	Сложные слова полуслитного написания	0	1926.7823
17	Модальные частицы	19455.2529	5780.3468
18	Междометия	0	0
19	Наличие / отсутствие модального постфикса «-то»	0	0

Таблица демонстрирует, что проблема заключается не только в «выбросах», но и в том, что резко снижается количество параметров для анализа: многие из них не представлены в обоих текстах. Безусловно, это отражение стилистических особенностей дискурса комментариев из сети Интернет: в таких текстах нет развернутого синтаксиса с осложненными предложениями, синтаксических сращений и пр. В данном виде коммуникации используются другие средства текстовой выразительности, которые пока не попадают в нашу параметризованную модель. Таким образом, в моделях нет объектов для сравнения по предлагаемому алгоритму. Однако это не означает, что интегративная методика, основанная на сочетании качественных, преимущественно интерпретативных, и количественных методов анализа нерелевантна для коротких электронных текстов. Данный подход может быть использован для определения авторства текста электронной коммуникации малого объема. Тем не менее для правильной работы алгоритма он требует дополнений в аспекте особой параметризации, добавления к параметрам, например, литуратива, графической гибридизации, архаичных аффиксов, использования элементов текста, написанных заглавными буквами, эмодзи и прочих графических символов, обозначающих эмоциональность речи.

Приведенные выше параметры являются особенностями так называемого дигитального почерка. Именно эти особенности в современной электронной переписке дают большой прирост информации для определения авторства. Цифровая языковая личность, естественно, имеет интегративную основу: когнитивные схемы, формирующие речевые навыки, соседствуют в ней с вероятностями самого языка и последовательностью их реализации в речи специфического дискурса. Именно поэтому схема анализа, основанная на интеграции исследования конкретных речевых проявлений в рамках языковых вероятностей, может быть применена для определения авторства коротких электронных текстов при должной параметризации структуры языковой личности. Тем не менее для коротких текстов продуктивен и идиосинкратический подход, основанный не на холистическом

методе, а на методе поиска частных признаков идиостиля автора.

Заключение

Атрибуция автора на материале текстов сетевой коммуникации – задача, требующая вдумчивого использования авторо-ведческих методик для разных дискурсивных сфер. Применение интегративной методики анализа идиостиля автора письменного текста как экспликатора ЯЛ релевантно для текстов среднего и большого объема. По отношению к таким текстам можно использовать холистический подход, связанный с анализом ЯЛ в максимальной совокупности репрезентации ее компетенций, поскольку последние находят свои реализации на значительных текстовых объемах. На малых текстовых объемах пока более релевантен идиосинкратический подход к исследованию ЯЛ и ее идентификации.

Важные сведения дает изучение текстовой статистики. Так, в работе приведены рейтингерские таблицы, которые могут быть использованы как основа для идентификационного исследования ЯЛ с применением ее математического моделирования. Для разных дискурсивных сфер более или менее релевантными являются следующие метрики анализа:

- для жанра современной беллетристики неинформативным является стилостатистический пул, поскольку значения стилостатистических параметров в этой коллекции близки для всех обследованных текстов;

- для корпоративной переписки и комментариев в сети Интернет необходима репрезентативная выборка из совокупности текстов объемом не менее 500 слов. Для улучшения работы алгоритма на данном материале в настоящий момент разрабатываются дополнительные параметры для построения моделей идиостиля;

- для корпоративной переписки наиболее значимым в сравнении с прочими является анализ значений t -статистики Стьюдента, именно она дает наиболее валидные результаты.

Представляется важным отметить, что анализ статистики призван лишь помочь эксперту сделать некоторые первичные выводы

о природе идиостилей сравниваемых текстов. Полный анализ ЯЛ с целью ее идентификации следует проводить в рамках целостного подхода с помощью автобиографического, социолингвистического и юрислингвистического методов.

ПРИМЕЧАНИЕ

¹ Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 19-312-90022 «Лингвистическое моделирование как инструмент атрибуции текста».

The reported study was funded by RFBR, project number 19-312-90022 “Linguistic Modeling as a Technique in Authorship Attribution”.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Белянин В. П., 2000. Основы психолингвистической диагностики: модели мира в литературе / Рос. акад. наук, Ин-т языкознания, Фонд Чтения им. Н. А. Рубакина. М. : Тривола. 247 с.
- Бондаренко С. В., 2004. Социальная структура виртуальных сетевых сообществ : дис. ... д-ра социол. наук. Ростов н/Д. 399 с.
- Виноградов В. В., 1961. Проблема авторства и теория стилей. М. : Гослитиздат. 614 с.
- Вул С. М., 2007. Судебно-автороведческая идентификационная экспертиза: методические основы. Харьков : ХНИИСЭ. 64 с.
- Галяшина Е. И., 2003. Основы судебного речеведения / под ред. проф. М. В. Горбаневского. М. : СТЭНСИ. 236 с.
- Горошко Е. С., 2012. Современная интернет-коммуникация: структура и основные параметры // Интернет-коммуникация как новая речевая формация. М. : Наука : Флинта. С. 9–52.
- Ионова С. В., Огорелков И. В., 2020. Речевая диагностика личности по гендерному признаку в автороведении: квантитативный подход // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2, Языкознание. Т. 19, № 1. С. 115–127. DOI: <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2020.1.10>
- Калугина Е. Н., 2013. Гендер в антропоориентированных науках // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. № 5. С. 251–254.
- Карасик В. И., 2004. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. М. : ГНОЗИС. 389 с.
- Караулов Ю. Н., 2010. Русский язык и языковая личность. М. : ЛКИ. 264 с.
- Падучева Е. В., 1974. О семантике синтаксиса. М. : Наука. 291 с.
- Резанова З. И., Романов А. С., Мещеряков Р. В., 2013. Задачи авторской атрибуции текста в аспекте гендерной принадлежности (к проблеме междисциплинарного взаимодействия лингвистики и информатики) // Вестник Томского государственного университета. № 370. С. 24–28.
- Розина И. Н., 2005. Педагогическая компьютерно-опосредованная коммуникация: теория и практика. М. : Логос. 437 с.
- Романова Т. В., 2011. Человек и время: Язык. Дискурс. Языковая личность. Н. Новгород : Нижегород. гос. лингвист. ун-т им. Н.А. Добролюбова. 310 с.
- Рубцова И. И., Ермолова Е. И., Безрукова А. И., Огорелков И. В., Захаров М. П., 2007. Комплексная методика производства автороведческих экспертиз : метод. рекомендации. М. : ЭКУ МВД России. 192 с.
- Русская грамматика : науч. тр. : в 2 т. URL: <http://rusgram.narod.ru/index.html>
- Хоменко А. Ю., 2019. Лингвистическое атрибуционное исследование коротких письменных текстов: качественные и количественные методы // Политическая лингвистика. № 2 (74). С. 177–187. DOI: 10.26170/pl19-02-20
- Хоменко А. Ю., Зиновьев Д. Е., Цыганов А. А., Калинина В. В., 2014. Многообъектные исследования в судебной фоноскопической экспертизе // Язык. Право. Общество : сб. ст. II Международ. науч.-практ. конф. Пенза : Изд-во ПГУ. С. 404–417.
- Bloch B., 1948. A Set of Postulates for Phonemic Analysis // Language. № 24 (1). P. 3–46.
- Coulthard M., 2004. Author Identification, Idiolect, and Linguistic Uniqueness // Applied Linguistics. № 24 (4). P. 431–447.
- Friginal E., Hardy J., 2014. Corpus-Based Sociolinguistics: A Guide for Students. L. : Taylor & Francis. 167 p.
- Khomenko A., Baranova Y., Romanov A., Zadvornov K., 2021. Linguistic Modeling as a Basis for Creating Authorship Attribution Software // Computational Linguistics and Intellectual Technologies. Iss. 20 (27). P. 1063–1074.
- Litvinova T., Sboev A., Panicheva P., 2018. Profiling the Age of Russian Bloggers // Artificial Intelligence and Natural Language : Proceedings of the 7th International Conference (Saint Petersburg, October 17–19, 2018). Saint Petersburg : Springer. P. 167–177.
- McMenamin G.R., 2002. Forensic Linguistics: Advances in Forensic Stylistics. Boca Raton : CRC Press LLC. 331 p.
- Shuy R. W., 2005. Creating Language Crimes: How Law Enforcement Uses (and Misuses) Language. N. Y. : Oxford University Press. 194 p.

Wright D., 2017. Using Word N-Grams to Identify Authors and Idiolects: A Corpus Approach to a Forensic Linguistic Problem // *International Journal of Corpus Linguistics*. № 22 (2). P. 212–241. URL: <https://benjamins.com/#catalog/journals/ijcl.22.2.03wri/details>

ИСТОЧНИКИ

Атрибуционное программное обеспечение «Хором». 2022. URL: <http://khorom-attribution.ru/#/>
 Книга фанфиков. 2022. URL: <https://ficbook.net/>
 Развлекательный портал «ЯПлакалъ». 2022. URL: <https://www.yaplakal.com/>
 Электронный репозиторий. 2022. URL: https://github.com/KhomenkoAnna/attr_lingvo

REFERENCES

- Belyanin V.P., 2000. *Osnovy psiholingvisticheskoy diagnostiki: modeli mira v literature* [Fundamentals of Psycholinguistic Diagnostics: Models of the World in Literature]. Moscow, Trivola Publ. 247 p.
- Bondarenko S.V., 2004. *Socialnaya struktura virtualnykh setevykh soobshchestv: dis. ... d-ra sotsiol. nauk* [Social Structure of Virtual Network Communities. Dr. soc. sci. diss.]. Rostov-on-Don. 399 p.
- Vinogradov V.V., 1961. *Problema avtorstva i teoriya stiley* [The Problem of Authorship and the Theory of Styles]. Moscow, Goslitizdat Publ. 614 p.
- Vul S.M. 2007. *Sudebno-avtorovedcheskaya identifikatsionnaya ekspertiza: metodicheskie osnovy* [Forensic Identification Expertise: Methodological Foundations]. Kharkiv, KhNIIE. 64 p.
- Galyashina E.I. 2003. *Osnovy sudebnogo rechevedeniya* [Fundamentals of Judicial Speech Science]. Moscow, STENSI Publ. 236 p.
- Goroshko E.S., 2012. *Sovremennaya internet-kommunikatsiya: struktura i osnovnye parametry* [Modern Internet Communication: Structure and Main Parameters]. *Internet-kommunikatsiya kak novaya rechevaya formatsiya* [Internet Communication As a New Speech Formation]. Moscow, Nauka Publ., Flinta Publ., pp. 9-52.
- Ionova S.V., Ogorelkov I.V., 2020. *Rehevaya diagnostika lichnosti po gendernomu priznaku v avtorovedenii: kvantitativnyy podkhod* [Personality Speech Diagnostics in Author Identification Based on Gender Parameter: Quantitative Approach]. *Vestnik Volgogradskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya 2. Yazykoznanie* [Science Journal of Volgograd State University. Linguistics], vol. 19, no. 1, pp. 115-127. DOI: <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2020.1.10>
- Kalugina E.N., 2013. *Gender v antropoorientirovannykh naukakh* [Gender in Anthropocentric Sciences]. *Aktualnye problemy gumanitarnykh i estestvennykh nauk* [Actual Problems of the Humanities and Natural Sciences], no. 5, pp. 251-254.
- Karasik V.I., 2004. *Yazykovoy krug: lichnost, kontsepty, diskurs* [Language Circle: Personality, Concepts, Discourse]. Moscow, GNOSIS Publ. 389 p.
- Karaulov Yu.N. 2010. *Russkiy yazyk i yazykovaya lichnost* [Russian Language and Linguistic Personality]. Moscow, LKI. 264 p.
- Paducheva E.V., 1974. *O semantike sintaksisa* [On the Semantics of Syntax]. Moscow, Nauka Publ. 291 p.
- Rezanova Z.I., Romanov A.S., Meshcheryakov R.V., 2013. *Zadachi avtorskoj atributsii teksta v aspekte gendernoy prinadlezhnosti (k probleme mezhdisciplinarnogo vzaimodeystviya lingvistiki i informatiki)* [Tasks of the Author's Attribution of the Text in Terms of Gender (To the Problem of Interdisciplinary Interaction of Linguistics and Informatics)]. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta* [Tomsk State University Journal], no. 370, pp. 24-28.
- Rozina I.N., 2005. *Pedagogicheskaya kompyuterno-oposredovannaya kommunikatsiya: teoriya i praktika* [Pedagogical Computer-Mediated Communication: Theory and Practice]. Moscow, Logos Publ. 437 p.
- Romanova T.V., 2011. *Chelovek i vremya: Yazyk. Diskurs. Yazykovaya lichnost* [Man and Time: Language. Discourse. Linguistic personality]. Nizhny Novgorod, Nizhegor. gos. lingvist. un-t im. N.A. Dobrolyubova. 310 p.
- Rubcova I.I., Ermolaeva E.I., Bezrukova A.I., Ogorelkov I.V., Zakharov M.P., 2007. *Kompleksnaya metodika proizvodstva avtorovedcheskikh ekspertiz: metod. rekomendatsii* [Comprehensive Methodology for the Production of Author's Examinations. Methodological Recommendations]. Moscow, EKUMVD Rossii. 192 p.
- Russkaya grammatika. V 2 t.: nauch. tr.* [Russian Grammar. In 2 Vols. Scientific Papers]. URL: <http://rusgram.narod.ru/index.html>
- Khomenko A.Yu., 2019. *Lingvisticheskoe atributsionnoe issledovanie korotkikh pismennykh tekstov: kachestvennye i kolichestvennye metody* [Linguistic Attributional Examination of Short Written Texts: Qualitative and Quantitative Methods]. *Politicheskaya lingvistika* [Political

- Linguistics], no. 2 (74), pp. 177-187. DOI: 10.26170/pl19-02-20
- Khomenko A.Yu., Zinovev D.E., Tsyganov A.A., Kalinina V.V., 2014. Mnogoobyektnye issledovaniya v sudebnoy fonoskopicheskoy ekspertize [Multi-Object Research in Forensic Phonoscopic Examination]. *Yazyk. Pravo. Obshchestvo: sb. st. II Mezhdunar. nauch.-prakt. konf.* [Language. Law. Society. Collection of Articles of the 2nd International Scientific and Practical Conference]. Penza, Izd-vo PGU, pp. 404-417.
- Bloch B., 1948. A Set of Postulates for Phonemic Analysis. *Language*, no. 24 (1), pp. 3-46.
- Coulthard M., 2004. Author Identification, Idiolect, and Linguistic Uniqueness. *Applied Linguistics*, no. 24 (4), pp. 431-447.
- Friginal E., Hardy J., 2014. *Corpus-Based Sociolinguistics: A Guide for Students*. London, Taylor & Francis. 167 p.
- Khomenko A., Baranova Y., Romanov A., Zadvornov K., 2021. Linguistic Modeling as a Basis for Creating Authorship Attribution Software. *Computational Linguistics and Intellectual Technologies*, iss. 20 (27), pp. 1063-1074.
- Litvinova T., Sboev A., Panicheva P., 2018. Profiling the Age of Russian Bloggers. *Artificial Intelligence and Natural Language: Proceedings of the 7th International Conference* (Saint Petersburg, October 17–19, 2018). Saint Petersburg, Springer, pp. 167-177.
- McMenamin G.R., 2002. *Forensic Linguistics: Advances in Forensic Stylistics*. Boca Raton, CRC Press LLC. 331 p.
- Shuy R.W., 2005. *Creating Language Crimes: How Law Enforcement Uses (and Misuses) Language*. New York, Oxford University Press. 194 p.
- Wright D., 2017. Using Word N-Grams to Identify Authors and Idiolects: A Corpus Approach to a Forensic Linguistic Problem. *International Journal of Corpus Linguistics*, no. 22 (2), pp. 212-241. URL: <https://benjamins.com/#catalog/journals/ijcl.22.2.03wri/details>

SOURCES

- Atributsionnoye programmnoye obespecheniye «KhoRom»* [Attribution Software “KhoRom”]. 2022. URL: <http://khorom-attribution.ru/#/>
- Kniga fanfikov* [Ficbook]. 2022. URL: <https://ficbook.net/>
- Razvlekatel'nyy portal «Yaplakal»* [Entertainment Portal “Yaplakal”]. 2022. URL: <https://www.yaplakal.com/>
- Elektronnyy repozitoriy* [Electronic Repository]. 2022. URL: https://github.com/KhomenkoAnna/attr_lingvo

Information About the Authors

Tatyana V. Romanova, Doctor of Sciences (Philology), Professor, Department of Applied Linguistics and Foreign Languages, National Research University Higher School of Economics – Nizhny Novgorod, Bolshaya Pecherskaya St, 25/12, 603155 Nizhny Novgorod, Russia, tvromanova@hse.ru, <https://orcid.org/0000-0002-1833-2711>

Anna Yu. Khomenko, Candidate of Sciences (Philology), Senior Lecturer, Department of Applied Linguistics and Foreign Languages, National Research University Higher School of Economics – Nizhny Novgorod, Bolshaya Pecherskaya St, 25/12, 603155 Nizhny Novgorod, Russia, akhomenko@hse.ru, <https://orcid.org/0000-0003-3564-6293>

Информация об авторах

Татьяна Владимировна Романова, доктор филологических наук, профессор департамента прикладной лингвистики и иностранных языков, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» – Нижний Новгород, ул. Большая Печерская, 25/12, 603155 г. Нижний Новгород, Россия, tvromanova@hse.ru, <https://orcid.org/0000-0002-1833-2711>

Анна Юрьевна Хоменко, кандидат филологических наук, старший преподаватель департамента прикладной лингвистики и иностранных языков, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» – Нижний Новгород, ул. Большая Печерская, 25/12, 603155 г. Нижний Новгород, Россия, akhomenko@hse.ru, <https://orcid.org/0000-0003-3564-6293>



ON ATTENTION OF FORENSIC EXPERTS AND NON-EXPERTS IN THE PERCEPTION AND COMPREHENSION OF MULTIMODAL TEXT¹

Aleksandra V. Gorbacheva

Pushkin State Russian Language Institute, Moscow, Russia

Alexandra A. Berlin Khenis

Sirius University of Science and Technology, Sochi, Russia;
Pushkin State Russian Language Institute, Moscow, Russia

Mikhail A. Osadchiy

Russian Society for Teaching Russian Language and Literature, Saint Petersburg, Russia

Abstract. The article presents the results of experimental research into psychophysiological and psycholinguistic features of perception and understanding of multimodal texts with extremist content. The hypothesis verification was implemented by means of the analysis of the respondents' eye movement data, involving forensic linguists, practicing in anti-extremism cases, well-informed and not well-informed non-experts. Research methods were eye-tracking, quantitative data processing, structural-semantic analysis. The following statistically reliable data were obtained: experts and poorly informed respondents spent more time on the task and had some similarities in the parameters of oculomotor activity, in contrast to well-informed respondents, who quickly completed the task, avoiding detailed analysis of the stimulus; the respondents who answered "not sure", spent more time on the task, their viewing strategy was characterized by long frequent fixations in comparison to other groups; respondents who gave benchmark answers recognized the elements of the image with longer sparse fixations, within the least amount of time. The longest time of viewing, number and duration of fixations were revealed for the signs that have the largest number of connections with the surrounding components; one of the highest values of viewing time is recorded for incomprehensible signs. The results of the study demonstrate the psycholinguistic and psychophysiological features of perception and understanding multimodal texts in forensic linguists compared to professionals in other fields. Being applicable to fundamental research into information perception and processing, the results can also contribute to working out the methods of multimodal text forensic linguistic analysis.

Key words: multimodal text, creolized text, eye-tracking, semantic information processing, studies of experts, cognitive competence, forensic linguists expertise, extremism.

Citation. Gorbacheva A. V., Berlin Khenis A. A., Osadchiy M. A. On Attention of Forensic Experts and Non-Experts in the Perception and Comprehension of Multimodal Text. *Vestnik Volgogradskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya 2. Yazykoznanie* [Science Journal of Volgograd State University. Linguistics], 2022, vol. 21, no. 3, pp. 158-175. (in Russian). DOI: <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2022.3.13>

УДК 81'1:340.6
ББК 81.1

Дата поступления статьи: 07.08.2021
Дата принятия статьи: 21.02.2022

ЗРИТЕЛЬНОЕ ВНИМАНИЕ У СУДЕБНЫХ ЭКСПЕРТОВ И НЕЭКСПЕРТОВ ПРИ ВОСПРИЯТИИ И ПОНИМАНИИ ПОЛИКОДОВЫХ ТЕКСТОВ¹

Александра Вячеславовна Горбачева

Государственный институт русского языка им. А.С. Пушкина, г. Москва, Россия

Александра Алехандровна Берлин Хенис

Научно-технологический университет «Сириус», г. Сочи, Россия;
Государственный институт русского языка им. А.С. Пушкина, г. Москва, Россия

Михаил Андреевич Осадчий

Российское общество преподавателей русского языка и литературы, г. Санкт-Петербург, Россия

Аннотация. В статье представлены результаты экспериментального исследования восприятия и понимания поликодовых текстов экстремистской направленности. Проверка выдвинутых гипотез осуществлялась посредством анализа данных о движениях глаз респондентов: судебных экспертов-лингвистов, имеющих опыт работы с делами о противодействии экстремизму, и неэкспертов, хорошо информированных и мало информированных о фактах экстремистского дискурса. А.А. Берлин Хенис и А.В. Горбачевой с применением методов айтрекинга, количественной обработки данных, структурно-семантического анализа показано, что эксперты и мало информированные респонденты затрачивают больше времени на выполнение заданий и имеют некоторые сходства по параметрам глазодвигательной активности, в отличие от хорошо информированных респондентов, которые быстро выполняют задание, избегая детального анализа стимула. А.А. Берлин Хенис установлено, что респонденты, не уверенные в ответах, затрачивают больше времени на выполнение задания, их стратегия рассматривания характеризуется длительными частыми фиксациями; респонденты, давшие эталонную оценку стимулам, распознавали элементы изображения более длительными редкими фиксациями, затрачивая наименьшее количество времени. А.В. Горбачевой и М.А. Осадчим выявлено, что наибольшие время рассматривания, количество фиксаций и их длительности обнаружены при восприятии знаков, имеющих максимальное количество связей с окружающими компонентами; одно из наибольших значений времени рассматривания фиксируется при восприятии непонятных знаков. Результаты исследования демонстрируют психолингвистические и психофизиологические особенности восприятия и понимания поликодовых текстов у судебных экспертов-лингвистов по сравнению с респондентами других групп. Они могут быть использованы в фундаментальных исследованиях процессов восприятия и обработки информации и при разработке методик судебно-лингвистического анализа поликодовых текстов.

Ключевые слова: поликодовый текст, креолизованный текст, айтрекинг, семантическая обработка информации, исследование экспертов, когнитивная компетентность, судебная лингвистическая экспертиза, экстремизм.

Цитирование. Горбачева А. В., Берлин Хенис А. А., Осадчий М. А. Зрительное внимание у судебных экспертов и неэкспертов при восприятии и понимании поликодовых текстов // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2, Языкознание. – 2022. – Т. 21, № 3. – С. 158–175. – DOI: <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2022.3.13>

Введение

Центральной проблемной областью исследований восприятия и понимания поликодовых текстов были и остаются принципы и процессы интерсемиозиса. Изучение отношений между гетерогенными частями текстов (см.: [Горбачева и др., 2021]) сменилось социосемиотическим (см., например: [Kress et al., 1996; 2001; van Leeuwen, 2005]), психолингвистическим (см., например: [Сонин, 2006; Злоказов и др., 2018; Соловьева и др., 2021]) и междисциплинарным инструментальным изучением специфики когнитивных процессов во время чтения поликодовых сообщений (см., например: [Kalyuga, 2007; Richter et al., 2017; Petrova et al., 2020]).

Для полноценного изучения чтения поликодовых текстов в равной степени важно фиксировать результаты семантической обработки извлекаемой информации и характеристики восприятия во время ее получения, декодирования, интерпретации и оценки, поскольку

как показано исследователями, движения глаз являются коррелятами зрительного внимания [Duc, Bays, Husain, 2008] – одного из когнитивных процессов, определяющих саму возможность получать и обрабатывать какую-либо информацию.

В настоящей работе мы продолжаем представление итогов проведенного нами экспериментального исследования, посвященного анализу психолингвистических и психофизиологических особенностей восприятия, декодирования и интерпретации поликодовых сообщений экстремистской направленности группами респондентов, различно информированных о фактах экстремистского дискурса, – судебными экспертами-лингвистами с опытом проведения исследований по материалам дел о противодействии экстремизму и неэкспертами, хорошо и мало информированными о фактах экстремистского дискурса. Ранее мы описывали полученные данные и излагали сделанные на основе их анализа выводы о

принципах [Горбачева, Нестерова, Осадчий, 2020]. В частности, мы установили, что «(1) понимаемый смысл поликодового текста – это значение, которое конструируется в результате установления значений отдельных компонентов текста (независимо от формы их выражения) и обнаружения смысловых взаимосвязей между ними; (2) такие взаимосвязи образуются при помощи повторения общих сем и являются реализацией грамматического и/или семантического согласования»; (3) на возможность корректно интерпретировать поликодовый текст в рамках определенного дискурса влияет наличие / отсутствие дискурсивных знаний; на возможность дать специальную оценку этому тексту влияет одновременное наличие / отсутствие дискурсивных и специальных знаний» [Горбачева, Нестерова, Осадчий, 2020]. Далее мы ознакомим читателя с той частью исследования, которая посвящена зрительному восприятию поликодовых текстов различными группами респондентов: представим общие данные о характеристиках глазодвигательной деятельности участников в процессе рассматривания стимулов для решения нескольких задач и частные данные о характеристиках их внимания в связи с процессами семантической обработки извлекаемой из текста информации.

Методика

Разработка гипотез

Согласно системно-функциональному подходу, поликодовый текст представляет собой событие, результатом которого является отдельное специфическое значение, порождаемое во взаимодействии конкретных семиотических средств (*semiotic resources*) (см., например: [Baldry, Thibault, 2006; O'Halloran, 2008; O'Halloran et al., 2016]). Это значение появляется в результате образования микропропозиций на уровне отдельных компонентов, связанных смысловыми отношениями, и макропропозиции, состоящей из микропропозиций [Verhoeven, Perfetti, 2008]. Мы понимаем этот термин с опорой на концепцию парных отношений В. Кинча, который трактует пропозицию как сложное семантическое единство, воспринимаемое целостно вне зависимости от

количества аргументов, но тем не менее разложимое на составляющие признаки в случае необходимости, например, когда требуется выполнить задание [Kintsch, 1974].

Т. Хиппала предположил, что семиозис поликодового текста и характеристики его зрительного восприятия могут быть связаны [Hippala, 2012]. Много раньше А.Л. Ярбус показал, что направление взгляда и параметры движения глаз зависят от задачи, выполняемой испытуемым [Yarbus, 1967]. В совокупности результаты этих двух исследований позволяют предполагать, что движения глаз могут соответствовать некоторым операциям семантической обработки (декодирования, интерпретации, оценки) информации из текста. Основываясь на указанных работах, мы выдвинули частную гипотезу о том, что наибольшее внимание респондентов, коррелирующее с движениями глаз, будет направлено на область компонента, важного для понимания сообщения (с максимальным количеством смысловых связей с окружением).

Опираясь на предыдущие работы, в которых мы показали механизм некорректной интерпретации и его причину – отсутствие знаний о содержании знака [Горбачева, Нестерова, Осадчий, 2020], а также на данные, полученные Кендеу и Ван ден Броеком [Kendeou, van den Broek, 2005], дополненное сведениями об удлинении времени рассматривания стимула при когнитивном диссонансе, мы сформулировали еще одно предположение: удлинение времени рассматривания будет происходить в области непонятого знака. Таким образом, нами проверялись две **частные гипотезы**: семантическая обработка информации, извлекаемой из знаков, влияет на параметры зрительного внимания; внимание привлекают те знаки, которые более значимы для понимания сообщения или не понятны.

Существующий общественный запрос на объективность экспертизы материалов уголовных дел определил наш интерес к профессиональной группе судебных экспертов-лингвистов, специализирующихся на экспертизе материалов по делам о противодействии экстремизму. Поскольку, согласно ранее проведенным исследованиям, одним из факторов, влияющих на распределение зрительного вни-

мания, являются уже имеющиеся знания и опыт [Van Gog et al., 2005], для нашего эксперимента были образованы группы, в которые вошли люди без специальных профессиональных знаний: а) хорошо информированные респонденты, обладающие достаточными дискурсивными знаниями в силу того, что регулярно или часто встречаются в повседневной жизни с такой информацией, б) мало информированные респонденты, не сталкивающиеся в повседневной жизни с таким контентом.

В настоящее время накоплен большой объем информации о различиях в когнитивных стратегиях у экспертов и неэкспертов при решении задач из разных профессиональных областей. Считается, что это связано не только с решением мыслительных задач, но и с процессами обработки информации, которые в последние годы активно исследуются с помощью технологий регистрации окулоmotorной активности, в частности айтрекера – технологии, позволяющей отслеживать движения глаз. Они состоят из двух основных компонентов: фиксации и саккад. Фиксации – это относительно неподвижное состояние глаза, именно во время фиксации воспринимаемая информация считывается и перерабатывается. Саккады – это быстрые перемещения глаз, обеспечивающие следующую фиксацию в другом месте исследуемого пространства [Барабанщиков, Жегалло, 2013]. Технология айтрекинга позволила получить представление о зрительных стратегиях обработки информации экспертов из разных областей. Различия в характеристиках движения глаз у экспертов и неэкспертов в таких областях, как спорт, изобразительное, искусство, музыка, математика, отмечают многие авторы, исследующие зрительное восприятие, что может указывать на зависимость когнитивных стратегий обработки информации от области экспертизы и выполняемых задач (см., например: [The Cambridge Handbook..., 2018; Gegenfurtner, Lehtinen, Säljö, 2011]). Однако исследования последних лет демонстрируют противоречивые результаты о различиях глазодвигательных характеристик у экспертов в сравнении с неэкспертами из разных областей. Например, в исследованиях с экспертами-шахматистами и радиологами было показано, что эксперты тратят меньше времени на решение задач,

чем неэксперты [Visual Span..., 2001; Kundel et al., 2007]. В исследованиях с участием экспертов и новичков в области оценки безопасности строительных объектов было установлено, что эксперты пользовались зрительной стратегией с меньшим количеством фиксаций в сравнении с новичками, а в исследованиях с архитекторами было обнаружено не только меньшее количество фиксаций, но и меньшая их продолжительность у профессионалов [Colaço, Acartürk, 2019; Dzeng et al., 2016]. В то же время в исследованиях с участием программистов, профессиональных пилотов и водителей было установлено, что эксперты пользуются стратегиями с большим количеством фиксаций, а в исследованиях с участием профессиональных спортсменов-дзюдоистов у них была отмечена большая продолжительность фиксаций в сравнении с новичками, что противоречит данным о зрительной стратегии экспертов в других областях, представленным выше [Chourasia, Sharma, 2017; Franks, 2018; Jessup et al., 2021; Konstantopoulos, 2009].

Основываясь на данных об экспертах из различных областей, предварительных результатах на малой выборке [Берлин Хенис, Пучкова, 2020] и на положении о влиянии опыта и знаний на результаты рассматривания, мы выдвинули **общую гипотезу**: параметры движения глаз будут отличаться у респондентов всех экспериментальных групп, при этом эксперты будут демонстрировать короткое, но внимательное рассматривание стимулов, хорошо информированные респонденты – короткое и невнимательное рассматривание стимулов, а мало информированные респонденты – длительное и внимательное рассматривание.

Респонденты и процедура эксперимента

Для проверки гипотез мы проанализировали данные, собранные ранее в ходе лабораторного айтрекингового исследования восприятия и понимания поликодовых текстов экстремистского и неэкстремистского содержания. В эксперименте принимали участие респонденты ($n = 86$) с различной степенью информированности о фактах экстремистского дискурса: 31 лингвист-эксперт, 20 хорошо информированных и 35 мало ин-

формированных респондентов без экспертных компетенций. До начала эксперимента все участники были письменно предупреждены о целях проведения научного исследования и характере стимульного материала. В качестве последнего использовались отобранные из реальной экспертной практики поликодовые тексты формата «статическое изображение + письменное высказывание», которые содержали или не содержали экстремистское сообщение (всего 42 стимула, из которых 21 – экстремистского содержания). Стимульный материал до эксперимента был верифицирован опытными экспертами-лингвистами при помощи метода сходимости оценок.

Эксперимент состоял из двух частей. В первой части респонденты просматривали в случайном порядке демонстрируемые стимулы, после чего посредством нажатия на клавиатуре компьютера клавиш со значением «да», «нет» или «затрудняюсь» оценивали, содержит ли стимул экстремистское сообщение, и устно поясняли, что именно они видят и каково смысловое содержание просматриваемого стимула. Продолжительность рассматривания не ограничивалась; желательная длина комментария не должна была превышать пяти развернутых высказываний, однако это ограничение не являлось строгим. Во время выполнения задания движения глаз респондентов регистрировались при помощи айтрекера EyeLink 1000+. Моменты начала и окончания просмотра стимула, а также принятия решения об оценке его содержания автоматизированно фиксировались. Первичная обработка и чистка данных записей движения глаз осуществлялась с помощью программного обеспечения Data Viewer (SR research). Анализ данных осуществлялся в программе Statistica 10. Применялся дисперсионный анализ (ANOVA). Для исследования глазодвигательной активности использовались следующие параметры: длительность фиксации (fixation duration), количество фиксации (fixation count), амплитуда саккад (next saccade amplitude), время рассматривания всего стимула (trial dwell time). В качестве факторов, влияющих на характеристики движений глаз, выбраны принадлежность реципиента к одной из групп (эксперты, мало информированные участники, хорошо информированные участники) и

эталонность ответов относительно произведенной верификации материала (эталонно, неэталонно, затрудняюсь ответить).

Перед обработкой данных была произведена дополнительная разметка стимула. Сначала для всех стимулов были выделены зоны текста и изображения. Далее для выбранных стимульных материалов были выделены дополнительные зоны интереса, позволившие провести качественный разбор конкретного стимула. Зоны интереса создавались в программе Data Viewer путем ручного обведения интересующих областей стимулов специальным инструментом. Выбор зон интереса обусловлен знаковой структурой сообщений: знаки, релевантные для понимания сообщения, выделялись в отдельные зоны интереса.

Во второй части эксперимента респонденты повторно исследовали уже просмотренные стимулы на наличие смысловых взаимосвязей между изображением и письменным высказыванием; взаимосвязи предлагалось обозначить посредством маркера и устно объяснить. Если респонденты не обнаруживали очевидных для них взаимосвязей, они имели право отказаться от нанесения разметки и комментирования. В ходе эксперимента комментарии респондентов фиксировались при помощи аудиозаписывающего устройства и в дальнейшем расшифровывались. Впоследствии их содержание сопоставлялось и анализировалось с опорой на разметку взаимосвязей в стимулах методом компонентного анализа лексических единиц, содержащихся в комментариях.

Результаты и обсуждение

Общая гипотеза

Получены данные о достоверных различиях во времени рассматривания стимулов. Эксперты и мало информированные респонденты рассматривали стимулы дольше в сравнении с хорошо информированными респондентами. Разница между показателями у экспертов и мало информированных респондентов не значима ($F(2,16399) = 187,25$, $p < 0,0001$; эксперты $14\,096,19 \pm 165,34$ мс; хорошо информированные $9\,694,64 \pm 102,7$ мс;

мало информированные $14\,487,47 \pm 223,27$ мс). Полученные данные не согласуются с данными аналогичных экспериментов в других областях, демонстрирующими, что эксперты быстрее справляются с задачей в отличие от неэкспертов. В нашем эксперименте респонденты, обладающие специальными знаниями и опытом, справлялись с задачей так же, как и незнакомые с темой дискурса. Можно предположить, что участники без профессионального опыта и знаний, внимательно глядясь в детали, пытались понять содержание стимула и найти ответ, в то время как эксперты проводили дополнительную проверку или пользовались методикой, по которой осуществляли разбор аналогичных материалов в своей профессиональной деятельности. Неэксперты, обладающие дискурсивными знаниями, справлялись с заданием быстрее, чем эксперты. Возможно, владение дискурсивными значениями и ощущение уверенности в верном представлении о теме способствовали более быстрому принятию решения, хотя далеко не всегда успешному (об этом см.: [Горбачева, Нестерова, Осадчий, 2020]).

Параметр длительности фиксации имеет значимые различия по выделенным группам. Наибольшую длительность фиксации показали участники-эксперты. Мало информированные респонденты делали более длительные фиксации в сравнении с хорошо информированными ($F(2,109104) = 85,7, p < 0,0001$; эксперты $260,49 \pm 0,48$ мс; мало информированные $252,86 \pm 0,57$ мс; хорошо информированные $247,67 \pm 0,66$ мс). Данный результат представляется существенным для исследования экспертной деятельности, поскольку показывает, что эксперты делали самые продолжительные фиксации, что противоречит привычному представлению о них, поскольку, по наблюдениям исследователей, продолжительные фиксации обычно свидетельствуют о возможных затруднениях, связанных с обработкой информации [Holmqvist et al., 2011]. Одно из возможных объяснений удлинения фиксации, продемонстрированного экспертами, – применение не только знаний о материале, но и специальной методики анализа материалов на наличие признаков экстремизма, что делает такое задание сложнее для экспертов в сравнении с другими респондентами, которые

пытаются понять смысл стимула, опираясь на фоновые знания. На возможность такого объяснения косвенно указывает отличие групп хорошо и мало информированных респондентов: респонденты с хорошим уровнем знакомства с темой явно затрачивают меньше усилий на рассмотрение стимулов.

Были обнаружены значимые различия по параметру «амплитуда саккад». Самые длинные саккады зафиксированы у хорошо информированных респондентов. У мало информированных саккады были длиннее, чем у экспертов ($F(2,108391) = 178,6, p < 0,0001$; хорошо информированные – $2,9 \pm 0,01$; мало информированные – $2,75 \pm 0,01$; эксперты – $2,59 \pm 0,009$). Кроме того, эксперты и мало информированные респонденты делали больше фиксаций, чем хорошо информированные участники, при этом статистических отличий между группами обнаружено не было ($F(2,16399) = 194,0, p < 0,0001$; эксперты – $53,7 \pm 0,57$; мало информированные – $54,91 \pm 0,72$; хорошо информированные – $38,47 \pm 0,41$). Данные, характеризующие экспертов по этому параметру, могут свидетельствовать о стратегии подробного рассматривания стимула. Это может подтверждать предположение о более глубоком анализе, проводимом экспертами при обработке информации, и частично соотносится с данными, полученными в ходе других экспериментов, в которых участвовали эксперты (см., например: [Блинникова, Ишмуратова, 2019]). У мало информированных участников стратегия подробного рассматривания стимула может быть обусловлена поиском ответов при условии отсутствия полного понимания его смысла. Стратегия группы хорошо информированных участников может быть охарактеризована как более обобщенный анализ стимула, который приводит к эффекту, наблюдаемому у экспертов в других исследованиях, где опыт эксперта в решении задач приводил к использованию схожей стратегии [Rayner, 2009; Visual Span..., 2001].

Фактор эталонности ответа оказывал значимое влияние на все параметры, анализируемые в данном исследовании. Респонденты, затруднившиеся с оценкой стимула на наличие признаков экстремизма, рассматривали стимулы дольше в сравнении с респонден-

тами, оценившими стимулы эталонно и неэталонно. Респонденты, давшие неэталонные оценки, рассматривали стимулы дольше в сравнении с респондентами, которые оценили стимулы эталонно ($F(2,16399) = 385,97$, $p < 0,0001$; затрудняюсь $17560,73 \pm 266,22$ мс, неэталонно $15329,18 \pm 274,21$ мс, эталонно $10685,65 \pm 111,57$ мс). Длинный просмотр неуверенными участниками может объясняться затруднениями в обработке информации, связанными как с недостатком знаний о смысле сообщения, так и с недостатком опыта в вынесении конечного суждения по категоризации стимула. Респонденты, эталонно оценившие содержание стимулов, по-видимому, меньше других сомневались и не испытывали необходимости подробно изучать стимулы.

Были обнаружены значимые различия в ряде глазодвигательных параметров. Респонденты, ответившие «затрудняюсь», делали наиболее длительные фиксации в сравнении с респондентами, оценившими стимулы эталонно и неэталонно. Респонденты с эталонными оценками делали более длительные фиксации, чем респонденты с неэталонными оценками ($F(2,109104) = 52,5$, $p < 0,0001$; затрудняюсь $261,8 \pm 0,65$ мс; эталонно $253,41 \pm 0,44$ мс; неэталонно $251,02 \pm 0,67$ мс). При этом респонденты, ответившие «затрудняюсь», сделали наибольшее количество фиксаций, в то время как давшие неэталонную оценку делали в среднем больше фиксаций, чем оценившие стимулы эталонно ($F(2,16393) = 93,593$, $p < 0,0001$; затрудняюсь $65,99 \pm 0,93$; неэталонно $58,47 \pm 0,83$; эталонно $41,5 \pm 0,4$). Респонденты, отвечавшие «затрудняюсь», делали самые короткие саккады в сравнении с респондентами, давшими другие ответы, при этом оценившие эталонно делали более длинные саккады, чем оценившие неэталонно ($F(2,108391) = 12,0$, $p < 0,0001$; эталонно $2,75 \pm 0,008$; неэталонно $2,73 \pm 0,01$; затрудняюсь $2,72 \pm 0,01$). С опорой на данные, изложенные выше, стратегию рассматривания, использованную респондентами, ответившими «затрудняюсь», охарактеризуем как плотно-сканирующую. Продолжительные частые фиксации могут указывать на затруднения при восприятии изображения, которые могли быть вызваны как недостаточными знаниями, так

и малым опытом решения таких задач. Большое количество фиксаций может указывать на пересмотр зон изображения с целью извлечь дополнительную информацию, опираясь на которую можно выполнить задание. Респонденты, эталонно оценившие стимулы, делали наименьшее количество фиксаций и справлялись с заданием за наименьшее время; это соотносится с предположением о том, что субъективные знания и опыт помогали принимать верное решение быстрее. Однако большая продолжительность фиксаций и более длительные саккады, в сравнении с респондентами, давшими неэталонную оценку, может указывать на стратегию, в которой участники тратили больше времени на распознавание конкретных элементов изображения и переходили на следующие зоны для продолжения извлечения информации. Респонденты, давшие неэталонную оценку, путем большего количества коротких фиксаций пытались извлечь информацию из зон изображения. Применение такой стратегии может объясняться недостатком знаний об анализируемом объекте и попыткой извлечь дополнительную информацию посредством более внимательного рассматривания элементов стимульного материала и их пересмотра.

Частная гипотеза

Для проверки гипотезы мы сопоставили данные о глазодвигательной активности респондентов с содержанием комментариев в обеих частях эксперимента. Для этого среди ответов каждой группы респондентов мы отобрали содержащие эталонную и неэталонную, а также неопределенную («затрудняюсь») оценку по 9 стимулам (contr_in_03_01, uniz_sy_01, prop_ic_01; contr_sy_01_01, contr_sy_01 (prop), contr_sy_05_01; contr_sy_01_01, oprv_in_01, prpr_ic_01) и дополнительно ответы экспертов по 3 стимулам (contr_sy_01_01, proi_sy_06_01, proi_ic_01). Минимальное количество респондентов в выборке – 10 человек, максимальное – 77 человек.

Соотнесение данных о глазодвигательной активности респондентов с содержанием комментариев в обеих частях эксперимента показывает, что максимальному отношению времени просмотра определенных зон

интереса соответствуют следующие ситуации: во-первых, респонденты затрачивают наибольшее время на рассмотрение тех компонентов, которые образуют больше смысловых взаимосвязей с другими компонентами стимула (зафиксировано в ответах по 9 стимулам из представленной выборки, независимо от характера оценки: *contr_in_03_01*, *uniz_sy_01*, *prop_ic_01*; *contr_sy_01* (*prop*), *contr_sy_05_01*; *proi_sy_06_01*, *oprv_in_01* *prgr_ic_01*; *proi_ic_01*); во-вторых, респонденты максимально долго рассматривают знаки, вызывающие затруднения при декодировании и последующем объединении извлекаемых смыслов в систему (зафиксировано в ответах по 3 стимулам – *contr_sy_01_01*, *oprv_in_01*, *prgr_ic_01*). Ниже мы приводим анализ примеров таких случаев.

Случаи, когда время рассматривания коррелирует с количеством сопоставляемых смыслов. В приведенных ниже ответах не было обнаружено статистически значимых межгрупповых различий: во всех группах у респондентов были приблизительно одинаковые относительное время рассматривания одних и тех же зон интереса, количество фиксаций в них и относительное время рассматривания одного процента зоны. При этом обнаружены статистически значимые различия для зон интереса, выделяемых в соответствии с расположением знаков, что позволяет говорить о не зависящей от факторов специальных и дискурсивных знаний разнице в обработке информации, поступающей из различ-

ных зон интереса, и дает основание исследовать ее причины при помощи методов лингвистического анализа.

Результаты анализа стимула *Contr_in_03_01* «Бабочка»:

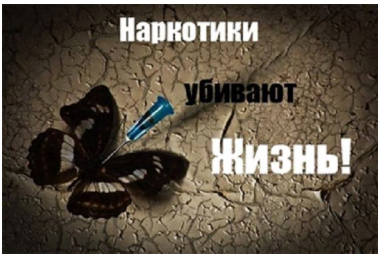
1. Наибольшее относительное время рассматривания зафиксировано в зоне затемненного образа иглы от шприца, прокалывающей бабочку (зона *picture* в таблице 1), за это время происходило максимальное количество фиксаций, которые также были наиболее длительными по сравнению с фиксациями в других зонах интереса; эти данные свидетельствуют о многократном длительном рассматривании образа.

2. На втором месте по времени рассматривания – зона слова *убивают* (зона *text_middle* в таблице 1), выделенная относительно других слов черным цветом: здесь совершалось меньше фиксаций, чем в зоне шприца, но больше, чем в остальных зонах надписи, и эти фиксации являются наиболее длительными среди фиксаций на вербальных знаках, что означает не только многократное, но и наиболее внимательное перечитывание этого слова в сравнении с остальными словами в стимуле.

Лексико-семантический анализ комментариев респондентов показывает, что они интерпретируют содержание сообщения как социальную рекламу о вреде наркотиков, указывая при описании компонентов стимула на то, что игла визуализирует, с одной стороны, наркотики, а с другой – процесс убийства:

Таблица 1. *Contr_in_03_01* «Бабочка» (*n* = 77)

Table 1. *Contr_in_03_01* “Butterfly” (*n* = 77)

Стимул	Параметр	Значение для зоны интереса
 <p><i>Contr_in_03_01</i> «Бабочка» <i>Contr_in_03_01</i> “Butterfly”</p>	Относительное время рассматривания зоны интереса, %	$F(3, 270) = 61,736, p < 0,0001$ <i>text_middle</i> 23 ± 1 <i>picture</i> 39 ± 1 <i>text_down</i> 16 ± 1 <i>text_up</i> 15 ± 1
	Количество фиксаций	$(F(3, 270) = 10,8770, p < 0,0001)$, <i>picture</i> 6,64 ± 0,7 <i>text_middle</i> 4,5 ± 0,6 <i>text_down</i> 3,08 ± 0,3 <i>text_up</i> 2,8 ± 0,3
	Длительность фиксаций, мс	$(F(3, 1218) = 16,064, p < 0,0001)$ <i>picture</i> 291,74 ± 5,3 <i>text_middle</i> 272,12 ± 5,8 <i>text_down</i> 240,72 ± 6,8 <i>text_bottom</i> 242,52 ± 7,1

(1) Здесь изображена бабочка, в теле которой находится шприц наркоманский, который ее убивает;

(2) «Наркотики убивают жизнь», а-а... то есть а-а наркотики... убивают жизнь, как вот шприц убил бабочку, так же и этим шприцом наркоман убивает себя.

При определении смысловых взаимосвязей 96,1 % респондентов выделяют образ иглы как носитель семантики наркотика (метонимически по средству введения) и убийства острым предметом:

(3) Наркотики – это в виде шприца, и в то же время как раз убийство... действие – именно что игла эта вколота в жизнь. Она пригвождена именно к стене;

(4) А... глагол «убивают» с иглой и с мертвой бабочкой, ну у меня взни... а, и «убивать» как смерть с потрескавшейся поверхностью... не знаю, ассоциируются, да, «наркотики» с иглой, жизнь с бабочкой, да, и с тем, что, ну, вот «наркотики» – символ – игла, убивают жизнь, вот эта игла – она убивает бабочку, убивает жизнь и др.).

В 64,94 % комментариев смысловых связей слова *убивают* больше одной: помимо иглы, респонденты связывают этот знак действия, причиняющего смерть, с образами мертвой бабочки и иссохшей (= безжизненной) почвы, например:

(5) Так, наркотики – игла, так, убивают – это все вместе действие, когда вты... бабочка, в которую втыкается игла, – убийство, а и жизнь... А, убивают жизнь – это все с... все вместе это вот, сухая потрескавшаяся земля, в которой ничего не растет;

(6) Здесь наркотики как игла – ассоциация, жизнь – это бабочка погибшая, и «убивают» – это, во-первых, само действие, которое иглой прокалывается бабочка, потом, наверное, засохшие ее крылышки, и также «убивают» – это, наверное, фон, на котором изображена сухая земля, безжизненная.

Оставшиеся знаки – крылья бабочки и слова *наркотики* и *жизнь* – образуют смысловую взаимосвязь преимущественно с одним компонентом стимула (бабочка – со словом *жизнь* в 87,01 % комментариев, наркотики – с иглой шприца в 98,7 % комментариев):

(7) Здесь наркотики как игла ассоциация, жизнь – это бабочка погибшая;

(8) Наркотики соотносятся со шприцом от как раз-таки как себе вводят чаще всего через шприц наркотики... Ну и «жизнь» это тоже вот к бабочке относится;

(9) Так, ну слово «наркотики» у нас явно связано с иглой от шприца, «жизнь», я думаю, тут символизируется именно вот этой вот бабочкой, которую приколоты к поверхности.

Результаты анализа стимула Pgor_ic_01 «Дагестанец»:

1. Максимальное относительное время рассматривания зафиксировано в зоне образа ребенка справа («дагестанца»), см. таблицу 2; за это время происходило максимальное количество фиксаций; эти фиксации уступают по длительности фиксациям на другой зоне интереса – зоне образа ребенка слева («русского»); данные свидетельствуют о многократном внимательном рассматривании этого образа.


2. Зона образа ребенка слева занимает второе место по времени рассматривания; здесь совершалось меньше фиксаций, чем в зоне ребенка справа, но они были несколько длиннее; данные свидетельствуют о более внимательном рассматривании образа ребенка слева, но взгляд в эту зону возвращался реже.

3. Зафиксированы значимые различия в относительном времени рассматривания 1 % стимула (dwell time, % / ia_аеа, %) в зонах отдельных слов при наличии слабо выраженных различий в относительном времени рассматривания и отсутствии значимых различий в количестве фиксаций в этих зонах: максимальное значение параметра относится к зоне слова *обиззяны*, на втором и третьем месте – слова *узколобые* и *родятся*, на четвертом – *не спи*. Параметр позволяет оценить, уделял ли внимание (пристально рассматривая) респондент мелким зонам интереса.

Лексико-семантический анализ комментариев демонстрирует, что респонденты интерпретировали содержание сообщения как адресованный русским женщинам призыв (предостережение) воздерживаться от отношений с кавказцами. Описывая компоненты стимула, респонденты сообщали, что ребенок справа противопоставлен ребенку слева, представлен как неполноценный, уподоблен животному из-за принадлежности к кавказ-

Таблица 2. Prop_ic_01 «Дагестанец» (n = 76)

Table 2. Prop_ic_01 “The Dagestani” (n = 76)

Стимул	Параметр	Значение для зоны интереса
 <p>Prop_ic_01 «Дагестанец» Prop_ic_01 “The Dagestani”</p>	Относительное время рассматривания зоны интереса, %	$F(11,808) = 157,949, p < 0,0001$ text 45 ± 1 obizzani $11 \pm 0,8$ uzkolobie $7 \pm 0,5$ rodatsa $5 \pm 0,4$ ne_spi $8 \pm 0,5$ churkami $8 \pm 0,5$ russkaya $6 \pm 0,5$ right_boy 36 ± 1 left_boy 19 ± 1
	Относительное время рассматривания 1 % стимула, %	$F(3,270) = 65,9595, p < 0,0001$ obizzani $0,066 \pm 0,005$ uzkolobie $0,044 \pm 0,003$ rodatsa $0,04 \pm 0,004$ ne_spi $0,033 \pm 0,002$ churkami $0,024 \pm 0,001$ russkaya $0,02 \pm 0,001$ right_boy $0,0108 \pm 0,0003$ left_boy $0,006 \pm 0,0004$
	Количество фиксаций	$F(11,808) = 31,7671, p < 0,0001$ text $15,79 \pm 1,33$ churkami $3 \pm 0,4$ obizzani $2,93 \pm 0,3$ uzkolobie $2,54 \pm 0,2$ rodatsa $1,77 \pm 0,1$ ne_spi $2,95 \pm 0,3$ russkaya $2,29 \pm 0,2$ right_boy $12,34 \pm 1,15$ left_boy $7,78 \pm 1,09$
	Длительность фиксаций, мс	$F(2,2637) = 35,27, p < 0,0001$ text $225,37 \pm 2,62$ right_boy $255,88 \pm 3,8$ left_boy $266,06 \pm 5,15$

цам, к которым автор стимула относится презрительно:

(10) ...но и сравнение опять же детей от людей других национальностей с животными, с неполноценными. Дагестанец – непосредственно сравнили его с обезьянкой, да еще там «узколобый» – намек на то, что не очень умный ребенок родится. И образ такой собирательный русского дитя противопоставляется кавказскому или ребенку от смешанного брака;

(11) Картинка... коллаж с фотографиями двумя детей: один, слева, мальчик очень русский, максимально русский, белобрысый, с голубыми глазами а-а в русской рубашке, а справа маленький толстый маль-

чик с скошенными глазами, с черными волосами, с черными глазами, с маленьким ртом. И-и над ним есть надпись «Осторожно дагестанец». Вот. И вообще эта вся картинка призывает к тому, чтобы русские девушки не вязались... как это вязались... (смех) не вязались с нерусскими, потому что от них рождаются некрасивые дети, которые похожи на обезьян.

Образ ребенка справа респонденты связывали по семантическому компоненту ‘потомство’ со словом *рождаются*, по компоненту внешний вид – со словами *дагестанец*, *чурки* и словосочетанием *узколобые обиззяны*, а также с образом ребенка слева. Сравнение количества смысловых связей для образов

детей показывает: 61,84 % респондентов указали для образа ребенка слева одну связь – со словом *русская*:

(12) Так, ну здесь «русская» это вот отсылка к этому ребенку, то что он представитель славянской внешности; «Русская» сразу с этим ребенком связанная;

(13) И второе... здесь есть русский мальчик, мы видим это по его одежде.

Максимальное количество связей, обнаруженных респондентами для этого образа, – три (6,58 % ответов), например:

(14) ...ну, как бы ребенок, который рождается от союза ну с таким... в таком браке между русской женщиной и выходцем из Кавказа. И в качестве такого антипримера красивое фото русского ребенка. Конечно, напрямую с русской женщиной он не изображается, но имеется в виду, что это русский ребенок, каким он должен быть у русской женщины. Вот, ну и, не знаю, как бы «родятся» вот или такие дети, или такие дети. Можно так соотнести.

В то же время для образа ребенка справа больше одной связи обнаружили 90,79 % участников, доля ответов с указанием трех и более связей – 72,37 %. Приведем примеры комментариев, подтверждающих наличие более одной связи:

(15) правый.. здесь указано даже, что это дагестанец. Он, судя по всему, сопоставляется вот с этой номинацией, со словом «чурка»... «Дагестанец» – это ребенок, да, со словом... да-да-да. Ну и «узколобые обиззяны», возможно, то, что этот ребенок, ну, как, ну, такой пухлый, поэтому у него как... лоб не ярко выражен, возможно, поэтому узколобые;

(16) Значит, изображение светлого мальчика соотнес со словом «русская», в то же время в правой части ребенок – соотнес со словом «родятся», «чурки», «обезьяны», так как он с темными волосами и, кроме того, над головой... Я соотнес слово «чурки» с «осторожно дагестанец» и как бы естественно, я как бы эту фразу соотнесу еще и с самим ребенком;

(17) «Узколобые обезьяны» – это, соответственно, относится к маленькому мальчику. «осторожно дагестанец» это тоже, да, относится к нему. При этом вот этот вот знак «осторожно»... вот этот вот призыв, просто говоря как бы, да, вне уголовного контекста, «не спи», он сочетается с этой надписью «осторожно», то есть вот эта вот «не», знак

отрицания, да, «осторожно» тоже такой знак, близкий к запрету, к обращению внимания какому-то стопу. Ну, и «родятся», собственно, тоже сочетается с детьми, в принципе как два разных результата того, что может родиться у русских женщин.

Необходимо отметить, что респонденты регулярно указывали слова *обиззяны*, *узколобые*, *родятся* и *не спи* как компоненты смысловых связей, что коррелирует с большими временными затратами на просмотр 1 % стимула в этих зонах интереса, а в данном примере значит, более длительными фиксациями. Это позволяет обоснованно предполагать, что чтение и перечитывание этих слов в процессе просмотра стимула было сопряжено с обработкой большего объема информации, чем в зонах других слов.

В данной выборке было четыре стимула, где высказывания длиной от трех слов были размечены пословно (contr_in_03_01, contr_sy_01 (prop), prop_ic_01, proi_sy_06_01), и при проверке в ответах по каждому из них обнаруживалось, во-первых, максимальное относительное время рассматривания отдельного компонента изображения, обычно с большим количеством коротких фиксаций; во-вторых, максимальные значения относительного времени рассматривания 1 % стимула в нескольких зонах слов без различий в количестве фиксаций по всем словесным зонам; в-третьих, выделение респондентами в комментариях изобразительно-вербальных пар как взаимосвязанных по смыслу.

Основываясь на приведенных данных, с осторожностью предполагаем, что описанные результаты могут быть интерпретированы как процесс объединения смыслов гетерогенных знаков поликодовых текстов в систему: в центре пропозиций находится компонент, с которым вступают в отношения окружающие знаки, вместе образующие самую информационно нагруженную часть понимаемого смысла сообщения. Это предположение подлежит проверке на расширенной контролируемой выборке.

Случаи, когда удлинение времени рассматривания коррелирует с непонятностью знака. Удлинение рассматривания знака происходило и тогда, когда респонденты не владели его значением. Ранее мы уже сообщали о том, что в отдельных случаях, несмотря на

отсутствие точных знаний о знаке, участники эксперимента предпринимали попытки интерпретировать его смысл, опираясь на грамматические и семантические компоненты значений окружающих знаков [Горбачева, Нестерова, Осадчий, 2020]. В указанной выборке респонденты также строили предположительные интерпретации, и в двух из трех стимулов знаки (как изобразительный, так и вербальный) оказывались главными компонентами во взаимосвязях по смыслу с окружающими знаками (contr_sy_01_01, oprv_in_01). Тем не менее наличие контрастного случая (prgr_ic_01), где знак оказался маркирован по длительности рассматривания, но при этом не выделялся респондентами как смысловой центр, дает основания полагать: корреляция непонятности знака и большой продолжительности его рассматривания самостоятельна, что подтверждается другими данными, приводимыми ниже.

Рассмотрим на примере ответов с эталонными ($n = 10$) и неэталонными оценками ($n = 10$) по стимулу contr_sy_01_01, содержащему призыв соблюдать нормы правописания от имени движения граммар-наци, как соотносятся параметры зрительного внимания на этапе до принятия решения (распознавание – анализ – оценка) с проявлениями непонимания знака на этапах комментариев в первой и второй частях эксперимента.

Для проверки гипотезы мы решили сопоставить параметры движения глаз и способы называния и толкования респондентами

символа граммар-наци в зависимости от того, владели они его точным значением или нет. В своем предположении мы опирались на то, что называние объектов при помощи терминов и классовых имен как способ обобщения их признаков противопоставлен описательным конструкциям, в которых предъявляется состав значимых признаков называемого / определяемого понятия, репрезентирующий его в системе знаний говорящего, а это в свою очередь должно влиять на то, насколько точно он способен соотносить знания об этом понятии с другими знаниями о мире.


Распределение значений параметров рассматривания зон интереса в зависимости от оценки стимула представлено в таблице 3.

В группе респондентов, давших неэталонную оценку стимулу, не оказалось людей, осведомленных о движении граммар-наци, что следовало как из прямых утверждений (*В общем, я тут вижу пропаганду нацизма, хотя я не понимаю этот символ; Знак не знаю, могу ошибиться; ...я просто не знаю, что за символ. Мне надо посмотреть, какое отношение он имеет* и др.), так и из употребления указательных и неопределенных местоимений, показателей неуверенности при определяемом слове (*этот символ, этот значок, какая-то фашистская символика, какая-то фашистская организация; скорее всего, свастика* и др.).

Респонденты толковали символ граммар-наци как неверно изображенную свастику, опи-

Таблица 3. Contr_sy_01_01 «Граммар-наци»

Table 3. Contr_sy_01_01 “Grammar Nazi”

Стимул	Оценка стимула	Относительное время рассматривания зоны интереса, %	Количество фиксаций	Длительность фиксаций, мс
 <p>Contr_sy_01_01 «Граммар-наци» Contr_sy_01_01 “Grammar Nazi”</p>	Эталонно	$p < 0,1$	$p < 0,5$	$p < 0,1$
	Неэталонно	$F(3,34) = 6,4846,$ $p < 0,001$ sign 39 ± 5 text 23 ± 2 body 22 ± 4 head 16 ± 3	$p < 0,3$	$F(3,248) = 6,217,$ $p < 0,0004$ sign $299,826 \pm 9,73$ head $269,83 \pm 12,91$ text $245,45 \pm 11,77$ body $236,17 \pm 15,78$

раясь на извлекаемые из надписи и образа нацистского офицера смыслы, и в целом интерпретировали содержащееся в стимуле сообщение как пропаганду идеологии нацизма, например:

(18) Здесь есть пропаганда идеологии фашизма. Ну, пиши верно, видимо, это касается самого символа Третьего рейха. Ну, а тут форма со всякими разными атрибутами фашистскими, она тоже тут однозначно указывает, что верно и что надо писать верно. / Вот эта картинка более очевидна. Очевидно, что здесь нужно писать правильно, скорее всего, свастику изображать, вот здесь, то есть здесь бы я, наверное, вот это слово соотнес с тем, к чему оно ближе всего находится.

В подавляющем большинстве случаев высказывания респондентов о непонятном символе были организованы, по Арутюновой, как развернутые конструкции логико-синтаксических типов идентификации и характеристики [Арутюнова, 1976]. Характер оформления пропозиционального содержания таких высказываний дробный, значимые признаки выделены в предикативные и полупредикативные единицы, например:

(19) Есть знак, как-то связанный с этим, сказано, что это хорошо, демонстрация, пропаганда, видимо, идеологии. Знак не знаю, могу ошибиться; Он не попадался, но здесь могу сказать, что степень до смешения схожа именно с националистическим: красный фон, белый круг, и в нем этот черный ромбик;

(20) На картинке изображен мужчина в форме, схожей с формой фашистской Германии, военнослужащего офицера. Соответственно, буква «G» является символикой фашизма и отнесена к фашистской символике, либо с ней схожа;

(21) ...единственное, могу предположить, что это своего рода обыгрывается какая-то фашистская символика. Судя по цветам, по другим изображениям, которые есть.

В группе респондентов, давших эталонную оценку стимулу, абсолютное большинство людей были осведомлены о движении граммар-наци и взглядах его участников. Респонденты толковали содержание стимула как призыв соблюдать нормы правописания от имени граммар-наци – движения охранителей грамотности, например:

(22) Это известный опять граммар-наци. / «Пиши верно», иначе будет «ая-йй». Если мы будем вот из этого исходить, что взгляд тут слегка туда направлен. Что «пиши верно», я за тобой смотрю. Как граммар-наци наблюдает за нами, как мы пишем.

Респонденты соотносили символ граммар-наци и окружающие его знаки как признаки одного явления, например:

(23) Вместе с тем слева я наблюдаю знак «G» и под ней подпись «пиши верно», я полагаю, что указание на то, что надо писать правильно, а «G», это, наверное, символ группировки, не группировки, а движения граммар-наци.

Описывая объектное содержание и интерпретируя сообщение, респонденты использовали преимущественно компактные конструкции идентификации в сочетании с термином «граммар-наци», не раскрывая его значения в комментариях первой части:

(24) Речь о движении граммар-наци, но на грани фола;

(25) Это опять же граммар-наци, мы о ней уже говорили;

(26) Граммар-наци: «Пиши верно!». Суть – пиши верно;

(27) Это известный опять граммар-наци.

Минимальная пропозициональная структура таких высказываний свидетельствует о сформированности у респондентов знания о признаках понятия «граммар-наци», маркированных в памяти как целостный набор при помощи отдельной лексической единицы.

У респондентов, давших неэталонную оценку стимулу, статистически значимые различия наблюдались в параметрах относительного времени рассматривания зон и длительностях фиксаций в зонах: наибольшее относительное время рассматривания знака и наибольшая их длительность наблюдались в зоне символа граммар-наци, вызвавшего затруднения при толковании. У респондентов, эталонно оценивших стимул, не было обнаружено значимых различий ни в количестве фиксаций, ни в их длительности, ни – как следствие – во времени рассматривания зон интереса. Эти данные позволяют считать, что в данном стимуле, где каждый из компонентов отсылает к целостному понятию, респонденты, владеющие

значениями всех знаков, рассматривают их с одинаковым вниманием и ни один из них не наделяют решающей для интерпретации значимостью, в противоположность тем, кто, не владея значением символа граммар-наци, концентрирует свое внимание на данном знаке в попытке контекстуально его семантизировать.

Основываясь на данных о движениях глаз и о структуре и содержании комментариев респондентов в отношении стимулов с непонятными знаками, можно утверждать, что удлинение времени рассматривания зоны отдельных знаков также коррелирует с затруднениями, которые при декодировании испытывали респонденты, не владеющие значениями этих знаков.

Выводы

Результаты представленного экспериментального исследования уточняют сведения о распределении внимания у судебных экспертов-лингвистов и респондентов без экспертных компетенций. Существующее на данный момент представление о превосходстве экспертов связано с более быстрым выполнением ими заданий при меньшей когнитивной нагрузке, которая выражена в глазодвигательных параметрах. Однако наше исследование показало, что опыт и профессиональные знания экспертов не всегда способствуют увеличению скорости выполнения заданий. Более того, у экспертов, участвовавших в данном исследовании, при выполнении заданий наблюдались некоторые когнитивные затруднения, выразившиеся в специфическом паттерне рассматривания изображений. Мы получили ценные сведения о паттерне рассматривания мало информированных респондентов, который по многим параметрам соотносился с паттерном экспертов, что может отражать сходный уровень сложности и количество затраченных усилий, хотя природа таких различий не одинака. Кроме того, нами получены представляющие научный интерес данные о глазодвигательных характеристиках хорошо информированных людей, которые мы описали как обобщенный анализ стимула. Наличие знаний о фактах экстремистского дискурса помогало респондентам быстрее принимать решения, а отсутствие знаний о методике ана-

лиза таких материалов позволяло избежать подробного и вдумчивого анализа. Все эти экспериментальные данные вносят вклад в понимание процессов распознавания визуальной информации и могут стать основой для дальнейшего изучения механизмов восприятия и обработки поликодовых текстов не только в области изучения деятельности экспертов.

Заслуживают исследовательского внимания данные, полученные при анализе влияния фактора эталонности оценки на глазодвигательные параметры. Стратегия рассматривания, примененная респондентами, ответившими «затрудняюсь», явно указывает на затруднения, выраженные в продолжительности выполнения задания и длинных частых фиксациях, во время которых респонденты, вероятно, пытались извлечь дополнительную информацию из элементов изображения. Такое объяснение применимо и для респондентов, давших неэталонную оценку стимулам, поскольку они делали большее количество непродолжительных фиксаций, чем те, кто давал эталонные оценки. Респонденты, эталонно оценившие стимулы, пользовались иной стратегией, в которой распознавание компонентов стимула делалось за счет продолжительных редких фиксаций. Такое различие может указывать не только на то, что обладание специальными знаниями и опытом помогало успешно справиться с задачей, но и на точное понимание того, какие из компонентов стимула должны быть рассмотрены для целостной интерпретации сообщения, заключенного в стимуле. Результаты, полученные при анализе данных, характеризующих этот фактор, свидетельствуют об ограничениях, которые выражены в возможном субъективном понимании задания. Эти результаты могут стать основой для дальнейшего изучения стратегий понимания визуальной информации.

Результаты, полученные на малой выборке, предварительно подтверждают гипотезу о том, что знаки, которые обладают наибольшей информационной значимостью и / или не понятны, независимо от наличия у воспринимающего специальных или дискурсивных знаний, в большей степени привлекают его внимание. По результатам этой серии анализа данных наибольшее относительное время рассматривания понятного знака наблюдалось

при наибольшем количестве смысловых взаимосвязей знака с другими компонентами стимула. Кроме того, при просмотре непонятных знаков, независимо от количества семантических связей с окружающими знаками, также происходило удлинение времени рассматривания. Эти сведения подлежат проверке на расширенной контролируемой выборке. Полученные предварительные результаты могут быть использованы при разработке гипотез о формировании базовой репрезентации поликодовых текстов, а также при создании методических продуктов для целей судебно-лингвистической экспертизы поликодовых текстов.

ПРИМЕЧАНИЕ

¹ Работа выполнена при финансовой поддержке РФФИ, проект № 17-29-09170 «Исследование психофизиологических и психолингвистических особенностей восприятия и декодирования поликодовых текстов экстремистской направленности».

The reported study was funded by RFBR, Project no. 17-29-09170 “Psychophysical and Psycholinguistic Assessment of Perception and Decoding of Multimodal Texts of Extremist Nature”.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Арутюнова Н. Д., 1976. Предложение и его смысл : Логико-семантические проблемы. М. : Наука. 383 с.
- Барабанщиков В. А., Жегалло А. В., 2013. Регистрация и анализ направленности взора человека. М. : Ин-т психологии РАН. 323 с.
- Берлин Хенис А. А., Пучкова А. Н., 2020. Оценка восприятия поликодовых текстов экстремистской направленности с применением метода айтрекинга // Международный аспирантский вестник. Русский язык за рубежом. № 1. С. 76–79.
- Блинникова И. В., Ишмуратова Ю. А., 2019. Анализ когнитивной компетентности специалистов химической отрасли на основе сравнения движений глаз у начинающих и опытных профессионалов // Организационная психология. Т. 9, № 1. С. 13–38.
- Горбачева А. В., Берлин Хенис А. А., Пучкова А. Н., Осадчий М. А., 2021. Современное состояние разработок в области методики судебно-лингвистического анализа поликодовых текстов: «Друзья, меняйте методичку» // Семиотико-семасиологическое измерение политическо-го дискурса : коллектив. моногр. М. : Гос. ин-т рус. яз. им. А.С. Пушкина. С. 274–292.
- Горбачева А. В., Нестерова Т. В., Осадчий М. А., 2020. Об экспертной и неэкспертной интерпретации поликодовых текстов // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2, Языкознание. Т. 19, № 1. С. 102–114. DOI: <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2020.1.9>
- Злоказов К. В., Липницкий А. В., 2018. Насилие в креолизованном тексте: исследование закономерностей понимания // Политическая лингвистика. № 5 (71). С. 143–151. DOI: 10.26170/pl18-05-20
- Соловьева В. А., Вениг С. Б., Бельх Т. В., 2021. Анализ окуломоторной активности, наблюдаемой при изучении образовательного материала с экрана // Интеграция образования. Т. 25, № 1. С. 91–109. DOI: 10.15507/1991-9468.102.025.202101.091-109
- Сонин А. Г., 2006. Моделирование механизмов понимания поликодовых текстов : дис. ... д-ра филол. наук. М. 323 с.
- Baldry A., Thibault P. J., 2006. Multimodal Transcription and Text Analysis: A Multimedia Toolkit and Associated On-Line Coursebook. L. ; Oakville : Equinox. 270 p.
- Chourasia R., Sharma M. D., 2017. Comparison of Eye Scan Patterns in Expert and Novice Pilots During Runway Approach and Landing // Indian Journal of Aerospace Medicine. Vol. 61, № 2. P. 24–32.
- Colaço C. A., Acartürk C., 2019. Visual Behaviour During Perception of Architectural Drawings: Differences Between Architects and Non-architects // Design Computing and Cognition '18. Cham : Springer. DOI: 10.1007/978-3-030-05363-5_21
- Duc A. H., Bays P., Husain M., 2008. Eye Movements as a Probe of Attention // Progress in Brain Research. Vol. 171. P. 403–411. DOI: 10.1016/S0079-6123(08)00659-6
- Dzeng E., Colaianni A., Roland M., Levine D., Kelly M. P., Barclay S., Smith T. J., 2016. Moral Distress Amongst American Physician Trainees Regarding Futile Treatments at the End of Life: A Qualitative Study // Journal of General Internal Medicine. Vol. 31, № 1. P. 93–99.
- Franks B., 2018. Turning Up the Variable Noise: The Quiet Eye, Functional Variability and Advancements in Perceptual Cognitive Expertise : PhD diss. Oxford : Oxford Brookes Departments. 77 p.
- Gegenfurtner A., Lehtinen E., Säljö R., 2011. Expertise Differences in the Comprehension of Visualizations: A Meta-Analysis of Eye-Tracking Research in Professional Domains // Educational Psychology Review. Vol. 23, № 4. P. 523–552.

- Hiippala T., 2012. Reading Paths and Visual Perception in Multimodal Research, Psychology and Brain Sciences // *Journal of Pragmatics*. Vol. 44. P. 315–327. DOI: 10.1016/j.pragma.2011.12.008
- Holmqvist K., Nyström M., Andersson R., Dewhurst R., Jarodzka H., Van de Weijer J., 2011. *Eye Tracking: A Comprehensive Guide to Methods and Measures*. Oxford : OUP Oxford. 560 p.
- Jessup S., Willis S. M., Alarcon G., Lee M., 2021. Using Eye-Tracking Data to Compare Differences in Code Comprehension and Code Perceptions Between Expert and Novice Programmers // *Proceedings of the 54th Hawaii International Conference on System Sciences*. P. 114.
- Kalyuga S., 2007. Enhancing Instructional Efficiency of Interactive E-learning Environments: A Cognitive Load Perspective // *Educ Psychol Rev*. 19. P. 387–399. DOI:10.1007/s10648-007-9051-6
- Kendeou P., van den Broek P., 2005. The Effects of Readers' Misconceptions on Comprehension of Scientific Text // *Journal of Educational Psychology*. Vol. 97, № 2. P. 235–245. DOI: 10.1037/0022-0663.97.2.235
- Kintsch W., 1974. *The Representation of Meaning in Memory*. Hillsdale, N. J. : Lawrence Erlbaum Associates. 279 p.
- Konstantopoulos P., 2009. *Investigating Drivers' Visual Search Strategies: Towards an Efficient Training Intervention* : PhD diss. Nottingham : University of Nottingham. 224 p.
- Kress G., Leeuwen T. van, 1996. *Reading Images: The Grammar of Visual Design*. N. Y. : Routledge. 312 p.
- Kress G., Leeuwen T. van, 2001. *Multimodal Discourse: The Modes and Media of Contemporary Communication*. L. : Edward Arnold. 152 p.
- Kundel H. L., Nodine C. F., Conant E. F., Weinstein S. P., 2007. Holistic Component of Image Perception in Mammogram Interpretation: Gaze-Tracking Study // *Radiology*. Vol. 242, № 2. P. 396–402.
- Leeuwen T. van, 2005. *Introducing Social Semiotics*. N. Y. : Psychology Press. 320 p.
- O'Halloran K., 2008. *Systemic Functional-Multimodal Discourse Analysis (SF-MDA): Constructing Ideational Meaning Using Language and Visual Imagery* // *Visual Communication*. Vol. 4. P. 443–475. DOI: 10.1177/1470357208096210
- O'Halloran K. L., Tan S., Wignell P., Bateman J. A., Pham D.-S., Grossman M., Moere A. V., 2016. Interpreting Text and Image Relations in Violent Extremist Discourse: A Mixed Methods Approach for Big Data Analytics // *Terrorism and Political Violence*. P. 1–21. DOI: 10.1080/09546553.2016.1233871
- Petrova T. E., Riekhakaynen E. I., Bratash V. S., 2020. An Eye-Tracking Study of Sketch Processing: Evidence from Russian // *Frontiers in Psychology*. 11. P. 297.
- Rayner K., 2009. Eye Movements and Attention in Reading, Scene Perception, and Visual Search // *The Quarterly Journal of Experimental Psychology*. Vol. 62, № 8. P. 1457–1506.
- Richter T., Maier J., 2017. Comprehension of Multiple Documents With Conflicting Information: A Two-Step Model of Validation. *Educational Psychologist*. 52. P. 148–166.
- The Cambridge Handbook of Expertise and Expert Performance, 2018 / ed. by K. A. Ericsson [et al.]. 2nd ed. N. Y. : CUP. 918 p.
- Verhoeven L., Perfetti Ch., 2008. Advances in Text Comprehension: Model, Process and Development // *Applied Cognitive Psychology*. Vol. 22, № 3. P. 293–301. DOI:10.1002/acp.1417
- Visual Span in Expert Chess Players: Evidence from Eye Movements, 2001 / E. M. Reingold [et al.] // *Psychological Science*. Vol. 12, № 1. P. 48–55.
- Yarbus A. L., 1967. *Eye Movements and Vision*. N. Y. : Plenum Press. 121 p.

REFERENCES

- Arutyunova N.D., 1976. *Predlozhenie i ego smysl: logiko-semanticheskie problemy* [The Sentence and Its Meaning: Logic and Syntactic Issues]. Moscow, Nauka Publ. 383 p.
- Barabanshchikov V.A., Zhegallo A.V., 2013. *Registratsiya i analiz napravlenosti vzora cheloveka* [Registration and Analysis of Human Gaze Direction]. Moscow, Institut psihologii RAN. 323 p.
- Berlin Henis A.A., Puchkova A.N., 2020. Otsenka vospriyatiya polikodovykh tekstov ekstremistskoy napravlenosti s primeneniem metoda aytrekinga [An Eye Tracking Study of Extremist Multimodal Texts Perception]. *Mezhdunarodnyy aspirantskiy vestnik. Russkiy yazyk za rubezhom* [International Postgraduate Bulletin. Russian Language Abroad], no. 1, pp. 76-79.
- Blinnikova I.V., Ishmuratova Yu.A., 2019. Analiz kognitivnoy kompetentnosti spetsialistov khimicheskoy otrasli na osnove sravneniya dvizheniy glaz u nachinayushchikh i opytnykh professionalov [Analysis of Cognitive Competence of Chemists: Comparison Between Novices and Professionals Using Eye Tracker]. *Organizacionnaya psihologiya* [Organizational Psychology], vol. 9, no. 1, pp. 13-38.
- Gorbacheva A.V., Berlin Henis A.A., Puchkova A.N., Osadchiy M.A., 2021. *Sovremennoe sostoyanie*

- razrabotok v oblasti metodiki sudebno-lingvisticheskogo analiza polikodovykh tekstov: «Druzya, menyayte metodichku» [Current State of Methodical Materials on Forensic Linguistic Analysis of Multimodal Texts: “Change the Manual, Friends”]. *Semiotiko-semasiologicheskoe izmerenie politicheskogo diskursa: kollektiv. monogr.* [Semiotic-Semasiological Dimension of Political Discourse. Collective Monograph]. Moscow, Gos. in-t rus. yaz. im. A.S. Pushkina, pp. 274-292.
- Gorbacheva A.V., Nesterova T.V., Osadchiy M.A., 2020. Ob ekspertnoy i neekspertnoy interpretatsii polikodovykh tekstov [On Forensic Linguists and Non-Experts Interpretation of Multimodal Texts]. *Vestnik Volgogradskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya 2. Yazykoznanie* [Science Journal of Volgograd State University. Linguistics], vol. 19, no. 1, pp. 102-114. DOI: <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2020.1.9>
- Zlokazov K.V., Lipnickij A.V., 2018. Nasilie v kreolizovannom tekste: issledovanie zakonomernostej ponimaniya [Violence in Creolized Text: Analysis of Comprehension Patterns]. *Politicheskaya lingvistika* [Political Linguistics], no. 5 (71), pp. 143-151. DOI: 10.26170/pl18-05-20
- Solovieva V.A., Venig S.B., Belykh T.V., 2021. Analiz okulomotornoy aktivnosti, nablyudaemoy pri izuchenii obrazovatel'nogo materiala s ekrana [Analysis of Students' Oculomotor Activity Observed When Reading from the PC Screen]. *Integraciya obrazovaniya* [Education Integration], vol. 25, no. 1, pp. 91-109. DOI: 10.15507/1991-9468.102.025.202101.091-109
- Sonin A.G., 2006. *Modelirovanie mekhanizmov ponimaniya polikodovykh tekstov: dis. ... d-ra filol. nauk* [Modeling of Mechanisms for Understanding Multimodal Texts. Dr. philol. sci. diss.]. Moscow. 323 p.
- Baldry A., Thibault P.J., 2006. *Multimodal Transcription and Text Analysis: A Multimedia Toolkit and Associated On-Line Coursebook*. London, Oakville, Equinox. 270 p.
- Chourasia R., Sharma M.D., 2017. Comparison of Eye Scan Patterns in Expert and Novice Pilots During Runway Approach and Landing. *Indian Journal of Aerospace Medicine*, vol. 61, no. 2, pp. 24-32.
- Colaço C.A., Acartürk C., 2019. Visual Behaviour During Perception of Architectural Drawings: Differences Between Architects and Non-Architects. *Design Computing and Cognition '18*. Cham, Springer. DOI: 10.1007/978-3-030-05363-5_21
- Duc A.H., Bays P., Husain M., 2008. Eye Movements as a Probe of Attention. *Progress in Brain Research*, vol. 171, pp. 403-411. DOI: 10.1016/S0079-6123(08)00659-6
- Dzeng E., Colaianni A., Roland M., Levine D., Kelly M. P., Barclay S., Smith T.J., 2016. Moral Distress Amongst American Physician Trainees Regarding Futile Treatments at the End of Life: A Qualitative Study. *Journal of General Internal Medicine*, vol. 31, no. 1, pp. 93-99.
- Franks B., 2018. *Turning Up the Variable Noise: The Quiet Eye, Functional Variability and Advancements in Perceptual Cognitive Expertise*. PhD Diss. Oxford, Oxford Brookes Departments. 77 p.
- Gegenfurtner A., Lehtinen E., Säljö R., 2011. Expertise Differences in the Comprehension of Visualizations: A Meta-Analysis of Eye-Tracking Research in Professional Domains. *Educational Psychology Review*, vol. 23, no. 4, pp. 523-552.
- Hiippala T., 2012. Reading Paths and Visual Perception in Multimodal Research, Psychology and Brain Sciences. *Journal of Pragmatics*, vol. 44, pp. 31-327. DOI: 10.1016/j.pragma.2011.12.008
- Holmqvist K., Nyström M., Andersson R., Dewhurst R., Jarodzka H., Van de Weijer J., 2011. *Eye Tracking: A Comprehensive Guide to Methods and Measures*. Oxford, OUP Oxford. 560 p.
- Jessup S., Willis S.M., Alarcon G., Lee M., 2021. Using Eye-Tracking Data to Compare Differences in Code Comprehension and Code Perceptions Between Expert and Novice Programmers. *Proceedings of the 54th Hawaii International Conference on System Sciences*, p. 114.
- Kalyuga S., 2007. Enhancing Instructional Efficiency of Interactive E-learning Environments: A Cognitive Load Perspective. *Educ Psychol Rev* 19, pp. 387-399. DOI:10.1007/s10648-007-9051-6
- Kendeou P., van den Broek P., 2005. The Effects of Readers' Misconceptions on Comprehension of Scientific Text. *Journal of Educational Psychology*, vol. 97, no. 2, pp. 235-245. DOI: 10.1037/0022-0663.97.2.235
- Kintsch W., 1974. *The Representation of Meaning in Memory*. Hillsdale, N.J., Lawrence Erlbaum Associates. 279 p.
- Konstantopoulos P., 2009. *Investigating Drivers' Visual Search Strategies: Towards an Efficient Training Intervention*. PhD Diss. Nottingham, University of Nottingham. 224 p.
- Kress G., Leeuwen T. van, 1996. *Reading Images: The Grammar of Visual Design*. New York, Routledge. 312 p.
- Kress G., van Leeuwen T., 2001. *Multimodal Discourse: The Modes and Media of Contemporary Communication*. London, Edward Arnold. 152 p.

- Kundel H.L., Nodine C.F., Conant E.F., Weinstein S.P., 2007. Holistic Component of Image Perception in Mammogram Interpretation: Gaze-Tracking Study. *Radiology*, vol. 242, no. 2, pp. 396-402.
- Leeuwen T. van, 2005. *Introducing Social Semiotics*. New York, Psychology Press. 320 p.
- O'Halloran K., 2008. Systemic Functional-Multimodal Discourse Analysis (SF-MDA): Constructing Ideational Meaning Using Language and Visual Imagery. *Visual Communication*, vol. 4, pp. 443-475. DOI: 10.1177/1470357208096210
- O'Halloran K.L., Tan S., Wignell P., Bateman J.A., Pham D.-S., Grossman M., Moere A.V., 2016. Interpreting Text and Image Relations in Violent Extremist Discourse: A Mixed Methods Approach for Big Data Analytics. *Terrorism and Political Violence*, pp. 1-21. DOI: 10.1080/09546553.2016.1233871
- Petrova T.E., Riekhakaynen E.I., Bratash V.S., 2020. An Eye-Tracking Study of Sketch Processing: Evidence from Russian. *Frontiers in Psychology*, 11, p. 297.
- Rayner K., 2009. Eye Movements and Attention in Reading, Scene Perception, and Visual Search. *The Quarterly Journal of Experimental Psychology*, vol. 62, no. 8, pp. 1457-1506.
- Richter, T., Maier, J., 2017. Comprehension of Multiple Documents with Conflicting Information: A Two-Step Model of Validation. *Educational Psychologist*, 52, pp. 148-166.
- Ericsson K.A., Hoffman R.R., Kozbelt A., Williams A.M., eds., 2018. *The Cambridge Handbook of Expertise and Expert Performance*. New York, CUP. 918 p.
- Verhoeven L., Perfetti Ch., 2008. Advances in Text Comprehension: Model, Process and Development. *Applied Cognitive Psychology*, vol. 22, no. 3, pp. 293-301. DOI: 10.1002/acp.1417
- Reingold E.M., Charness N., Pomplun M., Stampe D.M., 2001. Visual Span in Expert Chess Players: Evidence from Eye Movements. *Psychological Science*, vol. 12, no. 1, pp. 48-55.
- Yarbus A.L., 1967. *Eye Movements and Vision*. New York, Plenum Press. 121 p.

Information About the Authors

Aleksandra V. Gorbacheva, Researcher, Laboratory of Language and Cognition, Pushkin State Russian Language Institute, Akademika Volgina St, 6, 117485 Moscow, Russia, avgorbacheva@pushkin.institute, <https://orcid.org/0000-0002-8906-3870>

Alexandra A. Berlin Khenis, Junior Researcher, Center of Cognitive Science, Sirius University of Science and Technology, Prosp. Olympiyskiy, 1, 354340 Sochi, Russia; Specialist, Laboratory of Language and Cognition, Pushkin State Russian Language Institute, Akademika Volgina St, 6, 117485 Moscow, Russia, alexa.munxen@gmail, <https://orcid.org/0000-0003-2034-1526>

Mikhail A. Osadchij, Doctor of Sciences (Philology), Vice-President, Russian Society for Teaching Russian Language and Literature, PO Box 16 Saint Petersburg, Russia, osadchij@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0001-7964-9029>

Информация об авторах

Александра Вячеславовна Горбачева, научный сотрудник лаборатории когнитивных и лингвистических исследований, Государственный институт русского языка им. А.С. Пушкина, ул. Академика Волгина, 6, 117485 г. Москва, Россия, avgorbacheva@pushkin.institute, <https://orcid.org/0000-0002-8906-3870>

Александра Александровна Берлин Хенис, младший научный сотрудник Центра когнитивных исследований, Научно-технологический университет «Сириус», просп. Олимпийский, 1, 354340 г. Сочи, Россия; специалист лаборатории когнитивных и лингвистических исследований, Государственный институт русского языка им. А.С. Пушкина, ул. Академика Волгина, 6, 117485 г. Москва, Россия, alexa.munxen@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0003-2034-1526>

Михаил Андреевич Осадчий, доктор филологических наук, вице-президент, Российское общество преподавателей русского языка и литературы, а/я 16 г. Санкт-Петербург, Россия, osadchij@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0001-7964-9029>



LINGUISTIC CHARACTERISTICS OF THE CAPTIONS TO INTERNET POSTS OF ENGLISH-SPEAKING INFLUENCERS

Viktoria V. Kaziaba

Northern (Arctic) Federal University named after M.V. Lomonosov, Severodvinsk, Russia

Dana E. Barmina

Northern (Arctic) Federal University named after M.V. Lomonosov, Severodvinsk, Russia

Abstract. The article is devoted to a multidimensional analysis of the linguistic properties of captions, i.e. texts under publications of English-speaking influencers on the Internet. The research is aimed at studying the syntactic, lexical-and-semantic, thematic and graphic features of the verbal component of opinion leaders' posts on the Internet platform. Interest in the verbal output of this category of communicants is due to their authority compared to other users, as well as due to the commercialization of their communication in the absence of special knowledge and qualifications. The factual material includes 2000 captions, which belong to 100 popular opinion leaders in the English-language Internet segment. At the center of the research methodology there are multidirectional critical content analysis, linguo-statistical and corpus methods of data processing, including automated ones, using application programs for SEO-analytics. The results of the captions study reveal their syntactic design mainly in the form of sentences and small narrative texts. A poor, plain and easy-to-follow vocabulary with a lot of inconsequential words makes the influencers' captions understandable and readable for general consumption. The emotional tone of the captions is ambivalent – neutral to a greater degree, or rather positive. The active usage of graphic means (ideograms, iteration, capitalization) is not creative, but only serves as a visual reinforcement and intensification of the transmitted intentions. The disclosure of the topics covered in the captions is superficially conducted. However, the subject matter is wide and focused on representation of impressionistic experiences and routine events in the author's life. This posting strategy is similar to online-diary genre. It allows influencers to make their virtual presence felt on a daily basis, thus, creating minor news hooks, and to engage their readers emotionally, while broadcasting hidden advertising under the guise of personal preferences, tips and recommendations.

Key words: caption, influencer, opinion leader, blogger, social network, Internet communication, Internet linguistics.

Citation. Kaziaba V.V., Barmina D.E. Linguistic Characteristics of the Captions to Internet Posts of English-Speaking Influencers. *Vestnik Volgogradskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya 2. Yazykoznanie* [Science Journal of Volgograd State University. Linguistics], 2022, vol. 21, no. 3, pp. 176-191. (in Russian). DOI: <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2022.3.14>

УДК 811.111'004.738.5
ББК 81.432.1-51

Дата поступления статьи: 14.01.2022
Дата принятия статьи: 21.03.2022

ЛИНГВИСТИЧЕСКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА КЭПШН ИНТЕРНЕТ-ПУБЛИКАЦИЙ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ИНФЛЮЕНСЕРОВ

Виктория Викторовна Казяба

Северный (Арктический) федеральный университет им. М.В. Ломоносова, г. Северодвинск, Россия

Дана Эдуардовна Бармина

Северный (Арктический) федеральный университет им. М.В. Ломоносова, г. Северодвинск, Россия

Аннотация. Статья посвящена многоаспектной характеристике лингвистических свойств кэпшн – подписей к публикациям англоязычных инфлюенсеров. Определены синтаксические, лексико-семантические, тематические, графические параметры вербальной составляющей постов лидеров мнений в социальной сети. Актуальность исследования обусловлена авторитетом инфлюенсеров среди иных категорий коммуникантов, а также коммерциализацией их интернет-коммуникации. Материалом для изучения стали 2 000 кэпшн, принадлежащих 100 популярным англоязычным лидерам мнений. В основе методологии – разнонаправленный критический контент-анализ, лингвостатистические и корпусные способы обработки данных, в том числе автоматизированные, с применением программ для SEO-аналитики. Установлено, что синтаксически кэпшн оформлены преимущественно в виде предложений или малых по объему текстов повествовательного характера. Скучный и простой вокабуляр с большим количеством незначимых слов делает подписи инфлюенсеров удобочитаемыми для широкой аудитории. Эмоциональная тональность кэпшн преимущественно нейтральна либо позитивна. Активное, но не креативное использование графики (идеограмм, капитализации, итерации) служит лишь визуальным усилением передаваемых интенций. Выявлено, что затрагиваемые в постах темы освещены поверхностно. Тематически кэпшн отличаются широтой, ориентированы на трансляцию субъективных переживаний автора и описание рутинных событий его жизни, что сближает кэпшн с жанром онлайн-дневника и позволяет инфлюенсерам, ежедневно напоминая о себе, привлекать читателей и под видом личных предпочтений и рекомендаций транслировать скрытую рекламу.

Ключевые слова: кэпшн, инфлюенсер, лидер мнения, блогер, социальная сеть, интернет-коммуникация, интернет-лингвистика.

Цитирование. Казяба В. В., Бармина Д. Э. Лингвистическая характеристика кэпшн интернет-публикаций англоязычных инфлюенсеров // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2, Языкознание. – 2022. – Т. 21, № 3. – С. 176–191. – DOI: <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2022.3.14>

Введение

Язык и коммуникация в виртуальной среде – своеобразны, функционирование их единиц – уникально и динамично, что особенно отчетливо проявляется в процессе взаимодействия людей в социальных сетях, стирающего любые временные и пространственные границы. Одним из самых востребованных коммуникативных веб-сервисов в мире является Instagram*. Согласно статистике, представленной крупнейшей международной компанией в области поисковой оптимизации на основании анализа больших данных «Ahrefs» (Ahrefsblog), в 2021 г. Instagram – это третья по посещаемости социальная сеть в мире с ежемесячным трафиком пользователей более 665 млн человек.

Instagram уже имеет историю изучения представителями разных научных дисциплин – социологами, психологами, философами, политологами, маркетологами, юристами, экономистами. При этом языковеды, как зарубежные, так и отечественные, только начинают анализ этой социальной сети. В частности, ученые фокусируются на жанровой спе-

цифике [Витковская, Исакова, 2020; Горошко, Полякова, 2019; Дацко, 2017; Киуру, 2015; Щурина, 2016], лексико-грамматических [Агурева, 2019; Исаева, Акимцева, Грекова, 2020; Пархоменко, 2018; Тетерлева, Портнова, 2018; Faradisa, Aziz, Yasin, 2019; Language Change..., 2020], стилистических [Абышева, Корбут, 2020; Бодулева, 2020; Мозговая, 2018; Павловская, 2019], паравербальных особенностях профилей [Gunkel, 2018], а также прагматических стратегиях, коммуникативных кодах и тактиках внутри этого онлайн-сервиса [Федоров, Тыщенко, 2020; Amirudin, Triyono, 2018]. Наметилась тенденция и к анализу вербального воплощения и стратегий конструирования виртуальных личностей в Instagram [Васина, 2016; Сулейманова, 2017; Nurhantoro, Wulandari, 2017; Smith, Sanderson, 2015], поскольку создателями всего контента, задающими тенденции и развивающими данную социальную сеть, являются непосредственно сами пользователи: они демонстрируют и позиционируют свою индивидуальность, создают и выстраивают собственный целостный виртуальный образ во многом благодаря осознанному применению языковых средств. Однако рассмотрение язы-

* Деятельность социальной сети Instagram признана экстремистской и запрещена на территории Российской Федерации.

ковых личностей в Instagram по-прежнему имеет спорадический характер в лингвистике, в то время как, например, в маркетинге этому уделяется повышенное внимание в связи с тем, что коммуникативный и коммерческий успех прямо пропорциональны успешной самопрезентации и проработанной онлайн-идентичности пользователя. Такой путь достижения успеха, характерный для Instagram, обуславливает особенный интерес к так называемым инфлюенсерам (или лидерам общественного мнения) – центральной и наиболее авторитетной категории пользователей исследуемой социальной сети, практически не описанной языковедами (о категориях коммуникантов в Instagram см.: [Кадырова, 2016; Казяба, 2019]). Основные их атрибуты и отличительные признаки можно выявить, обращаясь к толкованиям слова *influencer*, представленным в словарях. Это известность и влияние в социальном медиaprостранстве (Duden), лояльная аудитория, высокий потенциал влияния, активная рекламная деятельность с целью заработка (Macmillan Open Dictionary). Значимость инфлюенсеров в онлайн-общении сложно переоценить, поскольку в такой коммуникации находит отражение стереотипизация человеческого мышления, которая порождает, по мнению Р. Чалдини, тенденцию принимать без раздумий утверждения и советы индивидов, кажущихся авторитетными в какой-либо области [Чалдини, 2006, с. 22]. Носитель авторитета (даже мнимого) может внушать так называемое «управляемое уважение», феномен которого заключается в необходимости повиновения авторитетам и следования их указаниям (подробно см.: [Milgram, 1974]). Это наделяет инфлюенсеров исключительной властью над другими пользователями, а она нуждается в постоянной демонстрации, проработке и объективизации.

В формировании потенциальной виртуальной успешности как ведущего символа влияния и авторитетности существенным фактором становится самопрезентация, в интернет-пространстве представляющая собой коммуникативную стратегическую деятельность пользователя сети по изобретению виртуального образа личности посредством вербальных и невербальных возможностей поликодового медиатекста (см. об этом: [Стахов-

ская, 2019; Уманская, Тезикова, 2012; Шишкова, 2010]). Как показано в наших публикациях, сервис Instagram располагает следующими возможностями осуществления продуктивной вербальной самопрезентации: 1) двухступенчатая самоминация (присвоение названия аккаунту – username, самому пользователю – name); 2) самоописание (bio – краткая информация о коммуниканте); 3) названия «актуальных» (highlights); 4) кэпшн (подписи к публикациям); 5) комментарии (реплики пользователя в ответ на реакции подписчиков) (см., например: [Казяба, 2019]). Все перечисленное образует фундамент для составления портрета и имиджа онлайн-индивида, и любой инфлюенсер должен свободно владеть и осмысленно пользоваться этим инструментарием для продвижения по своей виртуальной карьерной лестнице.

В исследовании мы сконцентрируем внимание на многоаспектном лингвистическом анализе кэпшн, так как именно посредством этого инструмента передается значительное количество вербальной информации в Instagram. Кэпшн – это небольшой по объему (до 2 200 символов) авторский монологический текст, располагающийся под каждым публикуемым медиа в аккаунте. В Instagram доминанту образуют фото и видео, однако тот факт, что каждый пост в данной сети – это по сути креолизованный текст, подтверждает важность и вербального компонента. Только в гармоничном союзе медиафайлов с подписью фактура Instagram-поста становится завершенной, а сам он наполняется необходимым смыслом. Для такого типа коммуниканта, как инфлюенсер, подпись к фотографии выполняет, с одной стороны, функции самовыражения и самопрезентации, а с другой, она позволяет обратиться к аудитории, транслировать важную информацию, рекламировать и рекомендовать какой-либо продукт, привлекать к своему профилю новых подписчиков. Все вышперечисленное и позволяет лидерам мнений монетизировать свое пребывание в Instagram.

Материал и методы

Источником исследовательского материала стали 100 персональных страниц Instagram, принадлежащих англоязычным ин-

флюенсерам с аудиторией подписчиков не менее 100 тыс. человек. Привлекались аккаунты только тех пользователей, которые родились и/или проживают в Великобритании или США (отбор осуществлялся с использованием фильтра «USA» и «UK» в поисковой строке). Дополнительно при отборе источников учитывались данные рейтингов инфлюенсеров и аналитики Instagram, представленные в таких крупных медиаобозревателях, как «SarNgage», «HypeAuditor», «YouGov». Картошка подписей к фото получена методом случайной выборки – было извлечено по 20 кэпшн, публикуемых в разное время, из каждого Instagram-профиля фокус-группы лидеров мнений. В результате исследовательский корпус составил 2 000 кэпшн. Подобный объем фактологического материала можно признать репрезентативным, поскольку, согласно социологическим и социолингвистическим исследованиям, даже в условиях слишком масштабной генеральной совокупности 2 % единиц от их общего количества вполне достаточно для формулирования выводов [Buchstaller, Khattab, 2014]. По причине того, что на момент сбора материала среднее количество постов на страницах англоязычных инфлюенсеров составляло 1 015, мы имеем все основания полагать отобранный текстовый массив исчерпывающим для изучения.

Выбор анализируемых аспектов и методов исследования продиктован медийными, жанровыми и коммуникационными особенностями, присущими Instagram. Учитывая, что кэпшн как вербальные образования порождаются в интернет-пространстве, мы анализируем их как единицы социально-сетевого дискурса, соглашаясь с тезисами Р.К. Потаповой и И.В. Курьяновой, утверждающих, что исследование текста цифровой коммуникации возможно лишь при многоаспектном синергетическом подходе, где наиболее значимыми параметрами оказываются: анализ объема сообщения и его (потенциальной) компрессии, описание графической «аранжировки» текста, рассмотрение словарного запаса и лексикона [Потапова, Курьянова, 2021, с. 9]. Предложенный исследователями подход позволяет обнаруживать не только лингвистические параметры и закономерности организации и функционирования интернет-текстов, но и помогает «наибо-

лее достоверно определять общественные настроения, симпатии и антипатии различных коммуникативных аудиторий, а также выявлять индивидуальные характеристики каждой отдельной личности» [Потапова, Курьянова, 2021, с. 12], что приобретает особенное значение для изучения вербально воплощенных авторитетов.

Таким образом, корпус отобранных примеров анализируется и описывается с точки зрения их синтаксической структуры, лексико-семантических, графических и тематических характеристик с привлечением соответствующих традиционных лингвистических методов и приемов, ведущим среди которых избран разнонаправленный критический контент-анализ. Вместе с тем специфика материала требует привлечения лингвостатистических и корпусных способов обработки данных: программ для SEO-аналитики (Search Engine Optimization). Как показано Кононовой и Николаевой, изучение кэпшн с помощью SEO-инструментов позволяет интерпретировать материал с позиций «техногенного адресата» [Кононова, Николаев, 2016, с. 97]. Это делает возможным не только оценку содержания, воздействия, восприятия текста, но и понимание его потенциальной успешности, востребованности, цифровой оптимизированности для поисковых задач в Интернете, что является приоритетным для инфлюенсеров в силу их коммуникативных установок в Instagram.

В работе задействованы различные инструменты и программы для SEO-аналитики с учетом их качества и степени достоверности получаемых результатов относительно определенного аспекта анализа текста. Подробнее примененный инструментарий представлен при поэтапном описании исследуемых кэпшн англоязычных инфлюенсеров.

Результаты и обсуждение

Синтаксическая характеристика

Анализ синтаксической структуры кэпшн инфлюенсеров нацелен на дескриптивное выявление типизированных грамматических моделей подписей к Instagram-публикациям и определение степени языковой экономии, коммуникативной компрессии в условиях технически ограниченного объема допустимых пе-

чатных знаков. Фактологический материал представлен 4 синтаксическими моделями: 1) кэпшн-слово; 2) кэпшн-словосочетание; 3) кэпшн-предложение; 4) кэпшн-текст (последовательность предложений). Опишем каждую модель в отдельности.

1. В корпусе примеров наименее распространены кэпшн, выраженные одним словом (2,5 % от общей выборки). Это, как правило, прилагательные или наречия, например: *spring* 🌱; *gangsta*; *Busted*; *naughty* 🍑; *windy*. Данная синтаксическая модель постинга подчеркнута буквально, ее реализация сопровождается созвучными графическими элементами, а медиафайлы максимально наглядно представляют значение подписи. В подавляющем большинстве случаев такие кэпшн выражены языковыми единицами, призванными передать некий ситуативный «вайб» автора (атмосферу, настроение, эмоцию, энергетику, ощущения): *dark*; *Grateful* 🌟; *lamentably*; *slowly*.

2. Следующую синтаксическую модель кэпшн образуют подписи, структурированные как словосочетания – 10,5 % случаев. Встречаются с разными видами связи – сочинительной: *the past & pending*; *My little side kick and heart beat* 🥰, и подчинительной: *Little slice of paradise* 🍷; *Working remotely*; *Eye contact* 👁️. Последние составляют 90 % всех кэпшн-словосочетаний. Среди них количественно выделяются следующие: субстантивные (определятельные и предложные): *starry night*; *Lady of t44he Manor* 🏰; *Moonrise over Vestmannaeyjabær*; местоименные: *me by the sea*; адъективные: *pretty in pink* 🦋💕🌟; *Too comfy in my @whitefoxboutique*. Особенность кэпшн данной синтаксической модели заключается в том, что большинство из них едва ли поддаются семантическому и тематическому анализу в отрыве от сопровождающего их видео- или фотоматериала.

3. Треть случаев (30 %) приходится на модель кэпшн-предложения, разнообразные по структуре. В отличие от словосочетаний кэпшн-предложения репрезентируют относительно законченное сообщение и предикативность, а также имеют типичное для предложения пунктуационное оформление.

Более половины примеров в рамках данной синтаксической модели (63,9 %) – простые двусоставные предложения, в том чис-

ле повествовательные: *Chasing sunset is my favourite hobby*; *At some point this is going to have to be dealt with.*; *I should be a movie star* 🤔; *Flynn is an incredible photographer.*; *My favorite tiktokers to collab with are dogs*; вопросительные: *What more could I ask for?* 🙄; *In your words what was the biggest fail of this year my friends?* 🙄👉❤️; побудительные: *Alexa, play "Live your life"* 🎵; *Never give up on yourself!!!* Встречается также достаточно много назывных односоставных предложений: *Mountain adventures!* ❤️🏔️; *Mood after watching the new Star Wars movie!*

Кэпшн, реализованные в виде сложных предложений (36,1 % всех кэпшн-предложений), также неоднородны. Наиболее широко представлены сложноподчиненные предложения: *You're stronger than you think*; *The reality of trying to recreate a cute couples photo you've seen on Instagram whilst out on a dog walk...*; *Tryna act like I'm not using self timer...*; *I've decided that I'm going to start posting photos on here with my girlfriend for a change*. Обнаружены также сложносочиненные предложения, однако их в два раза меньше, чем сложноподчиненных: *We got wet and muddy and cold, but after weeks apart it was worth it!* ❤️; *Her attitude kinda savage but her heart is gold* 🌟; *Be urself, there's no one Better* 🙄.

Кэпшн-предложения – это форма лаконичной, емкой Instagram-подписи с почти всегда исчерпывающей и понятной тематической и смысловой направленностью. Около 70 % всех кэпшн-предложений успешно интерпретируемы без невербального компонента, а также синтезируют в себе констатирующую информацию и эмоционально-оценочное отношение автора к описываемому. В связи с этим данная форма Instagram-постинга сближается со статусными репликами, принятыми в иных сервисах социально-сетевых дискурса.

4. Наиболее востребованной синтаксической моделью подписи к фото или видео оказалась последовательность предложений (53 % кэпшн): *Today I stole my boyfriends hairdresser @rifrafhair and he turned my (like 6 inch) roots into this beautifully blended and toned blonde look and I'm so excited! Colors are fun but it's so nice to grow it out and have it look this natural and healthy, thank you so much!* Связность, целостность и закончен-

ность позволяют маркировать кэпшн, созданные по такой синтаксической модели, как текст. С помощью свободно доступного текстового анализатора «Analyze My Writing» нами был произведен лингвостатистический анализ количества используемых символов и предложений в Instagram-подписях, реализующих описываемую модель. Максимально длинный из обнаруженных текстов насчитывает 1 877 символов, включая пробелы, а максимально короткий – 62. Среднее значение параметра составляет 232 знака, что почти в десять раз меньше допустимого символического объема в посте. Среднее количество предложений в кэпшн-текстах – 3. Подобная краткость, вероятно, оправдана частотой постинга в аккаунтах лидеров мнений. Имиджевая необходимость их постоянной поддержки связи с аудиторией подписчиков вкупе с трудоемкостью создания крупных записей и копирайтинга обуславливают обилие подписей в виде небольших текстов, которые тем не менее создают эффект постоянной включенности в коммуникацию и личного участия инфлюенсера.

Вопреки преимущественной краткости и не всегда традиционному оформлению текстов в картотеке нашли свое отражение все основные типы речи: повествование, описание, рассуждение.

Повествование используется преимущественно в постах о рутинных событиях, путешествиях, происшествиях из жизни: *This was a moment for me. I got ready & went to my office for a couple meetings. As I was walking down the hall on the way to the conference room, I looked down at my outfit, looked around my office space and thought... "damnit, I'm 30!" 😂 This is my first real moment feeling my age! And I'm embracing every moment of it! 💕*

Описание применимо, как правило, с целью рекламы понравившегося продукта аудитории: *this divine long lasting lip gloss is made for goddesses. Soft texture, luscious shine and magic of color from NYC.*

Рассуждение используется, если инфлюенсеру необходимо посоветоваться со своими единомышленниками, пофилософствовать или поделиться своим видением какой-либо актуальной проблемы: *What does it mean to be a child? Be stupid? Or forever happy and*

carefree??? I think that mom and dad are next to us making us eternal babies.

Более крупные кэпшн-тексты вбирают в себя комбинации различных типов речи.

Использование в качестве подписи к посту текста вызывает больше реакций аудитории в виде комментариев, чем иные синтаксические единицы в аналогичной функции.

Лексико-семантическая характеристика

Лексико-семантический анализ кэпшн инфлюенсеров исходя из специфики коммуникативных интенций присутствия последних в Instagram целесообразно оценивать не только с дескриптивно-лингвистических позиций, но и с точки зрения восприятия продуцируемых подписей аудиторией, а также их оптимизированности для распространения и решения поисковых задач в интернет-пространстве.

Нами были избраны релевантные изучаемому материалу аспекты SEO-анализа. Прежде всего произведена лексическая оценка кэпшн с применением свободно доступного программного обеспечения «Simple Concordance Program» (версия 4.09): определена лексическая плотность вокабуляра, иными словами, разнообразие его состава. Скомпилировав список слов, входящих в корпус кэпшн, мы вычислили общее количество уникальных лексем (общий вокабуляр корпуса), а также количество всех словоупотреблений. Деление первой величины на вторую позволило определить коэффициент лексической плотности корпуса, референсные значения которой могут колебаться в пределах от 0 до 1, где 1 – это показатель максимальной вокабулярной вариативности. Коэффициент лексической плотности исследуемых единиц составил 0,33, что свидетельствует об однообразном вокабуляре и скудном лексиконе инфлюенсеров. Полученное значение также указывает на стереотипность Instagram-кэпшн, универсализацию их языка, а также концентрацию дискурса на одних и тех же темах.

Чтобы впоследствии охарактеризовать тематическую направленность подписей, а также достоверно оценить их лексический состав, с помощью «Simple Concordance Program» был составлен список наиболее употребляемых контент-слов, исключая служебные части речи (см. табл. 1).

Таблица 1. Самые частотные слова в кэпшн англоязычных Instagram-инфлюенсеров

Table 1. Most frequent caption words of English-speaking Instagram influencers

№	Лексема	Количество случаев употребления
1	<i>I</i>	1 348
2	<i>you</i>	1 124
3	<i>my</i>	901
4	<i>me</i>	415
5	<i>your</i>	377
6	<i>so</i>	362
7	<i>new</i>	260
8	<i>get</i>	201
9	<i>love</i>	201
10	<i>time</i>	189
11	<i>ad</i>	173
12	<i>day</i>	172
13	<i>know</i>	157
14	<i>good</i>	148
15	<i>like</i>	121
16	<i>today</i>	119
17	<i>favorite</i>	116
18	<i>happy</i>	116
19	<i>work</i>	106
20	<i>photo</i>	102

Результаты свидетельствуют об отсутствии единой тематической или дискурсивной направленности кэпшн, но однозначно указывают на их эгоцентрический характер в связи с превалированием местоимений *I, my, me*, отсылающих к автору. Следовательно, кэпшн инфлюенсеров можно рассматривать как элементы автобиографического описания, а весь аккаунт, таким образом, сближается с жанром дневника. Данный тезис подтверждается и употребительностью лексем *today, day, time*, выражающих семантику времени и маркирующих важность, обязательность каждодневных публикаций для лидеров мнений. Личность инфлюенсера также раскрывается посредством слов *love, like, favorite*, транслирующих вкусы и предпочтения блогера, об истинности которых порой трудно судить в виду широкой спекуляции данными лексемами в постах с продакшн-плейсментом. В качестве иллюстрации к сказанному можно привести кэпшн с личным повествованием: “*Yes, I like Home Alone. I remember my childhood*”, и очевидно рекламную запись: “*Peter Parker is back!!!! Jesus! SpiderMan: No Way Home!!! I like this superhero films ❤️ Take your promo code for Amazon Prime Video below 📺*”.

Отраженное в таблице частотное употребление сокращения *ad* (от существительного *advertisement* – реклама), напрямую указывает на коммерческую составляющую деятельности инфлюенсеров в Instagram. Само описание объекта маркетинга строится исключительно в позитивном ключе (например, прилагательные *good, new*, усилительное наречие *so*) и преподносится как эмпирически полученное знание (*know*). Обращенность к аудитории и публичность жанра кэпшн реализуется многократными местоименными апелляциями к подписчикам (*you, your*). Анализ вокабуляра в целом указывает на предпочтение инфлюенсерами нейтральной лексики, преимущественно обиходного дискурса с концентрацией на повествовании о себе, своих делах, мыслях, чувствах в тесной связи с рекламными описаниями товаров или услуг.

Чтобы оценить продуцируемые лидерами мнений тексты с позиции читателя, обратимся такому параметру SEO-анализа, как индекс туманности Ганнинга (Gunning Fog Index). Данный параметр позволяет определить коэффициент удобочитаемости текстового материала и сделать вывод о легкости и комфортности его восприятия в процессе чтения. Индекс рассчитывается посредством

установления средней длины предложения и удельного веса сложных слов. С помощью утилиты «Text Analyzer» мы выяснили, что удобочитаемость кэпшн инфлюенсеров составляет 10,78, что соответствует легкому восприятию текстов и коррелирует с уровнем ученика старшей школы. Подобные значения свойственны для периодических изданий [Brucker, 2009, p. 109], что позволяет воспринимать аккаунт инфлюенсера как средство массовой информации, адресованное широкому кругу читателей.

Исследуемые тексты были изучены на предмет их «водности», то есть наличия повторяющихся слов, не несущих смысловой нагрузки. Средний для всего текстового массива кэпшн результат в 28 % свидетельствует о повышенном количестве слов, не влияющих на содержание написанного, что согласуется с полученными данными о скудости и легкости восприятия вокабуляра инфлюенсеров. Наиболее распространенными словами-филлерами в кэпшн оказались: *actually, okay, completely, well, literally, certainly*. Вместе с тем такой уровень «водности» является допустимым для вполне ясной передачи интенций с сохранением эмоциональности записи.

Эмоциональная окраска подписей также была изучена посредством обозначенных выше SEO-анализаторов. Как показано А.А. Юргановым, функция сентимент-анализа позволяет оценить тональность текста с позиций заложенных в него эмоций и мнений [Юрганов, 2017, с. 39]. Прежде всего это можно сделать сквозь призму лексических маркеров. Среди 2 000 рассматриваемых кэпшн 36 % (729 примеров) содержат позитивные подписи: *the way to make me happy is to take me outside 🌞🌿; Lockdown definitely makes you appreciate the little things... I love this city ❤️ hope everyone's having a good week people*. Негативно окрашенные кэпшн составили лишь 6 % материала (120 случаев): *deeply hated; GO TO HELL plz; Reducing me to tears. AGAIN!* Больше половины кэпшн (58 %, 1151 текст) имеют нейтральную эмоциональную тональность: *I've decided that I'm going to start posting photos on here with my girlfriend for a change; A goal without a plan is just a wish*. Таким образом, инфлюенсерам удается выдержать баланс между информа-

тивностью и эмотивностью вербализации замысла публикации.

Полученные результаты были перепроверены вручную, так как автоматизированный анализ эмоциональной тональности зачастую затруднен по причине многозначности лексем, имплицитных оценок и, что особенно актуально для интернет-коммуникации, в связи с использованием графических средств. Например, сентимент-анализатор маркирует следующий кэпшн как негативный по причине наличия негативно окрашенных лексем: *Ever since I been filming alone, I've had to create a bunch of new characters... don't think I've hated one as much as this guy. 😞 new vid coming soon!* Однако ручной графический и контент-анализ указывают на то, что подпись содержит иронию и эмоционально позитивна. В связи с этим возникает потребность отдельного изучения задействованных в кэпшн паравербальных средств как выразителей дополнительных смыслов, способных преобразовать лексическое значение языковых единиц, входящих в высказывание.

Графические средства и приемы

Кэпшн англоязычных лидеров мнений в Instagram изобилуют графическими средствами – 77 % текстов содержат те или иные параграфемные элементы.

Абсолютное большинство примеров – 1 412 кэпшн (71 %) включают идеограммы. В большом количестве случаев (68 % примеров с идеограммами) представлены эмодзи, соответствующие эмоциональному состоянию автора. Для этой цели инфлюенсеры предпочитают использовать изображения смайлов, среди которых наиболее востребованы эксплицитные позитивные эмоции и состояния: 😊; 😄; 😁; 😂; 😍. Эмодзи в виде человеческого изображения встречаются реже (17 % примеров подгруппы) и являются, как правило, частью идиостиля владельца аккаунта: 🧑; 🧑; 🧑; 🧑. Среди неантропоморфных эмодзи наиболее востребованными для выражения чувств, качеств и состояний являются следующие: ❤️ и множественные вариации (любовь, симпатия, предпочтение), 🌟 (радость, успех, кураж), 🌞 (счастье), 🚀 (уверенность, убежденность), 🦅 (работоспособность), 🐾 (нежность, ласка). Около 42 % гра-

Таблица 2. Тематическая направленность кэпшн англоязычных Instagram-инфлюенсеров

Table 2. Thematic focus in the captions of English-speaking Instagram influencers

№	Тема кэпшн	Представленность в общей выборке, %
1	<i>Впечатления и чувства</i>	42
2	<i>Повседневный образ жизни (lifestyle)</i>	38
3	<i>Мода (фэшн-, бьюти-индустрия)</i>	27
4	<i>Здоровье и спорт</i>	22
5	<i>Путешествия</i>	16
6	<i>Реклама</i>	13
7	<i>Природа и погода</i>	12
8	<i>Знаменательные события</i>	10
9	<i>Семья и друзья</i>	10
10	<i>События в мире</i>	7

Практически половина подписей содержит выражение внутреннего состояния автора, некую психологическую саморефлексию, упоминание переживаемого впечатления или испытываемого чувства. Эмоциональное вовлечение аудитории – основной способ сближения с подписчиками, завоевания их любви, возникновения интереса к личности инфлюенсера. Поскольку для постоянного контакта с читателями и расширения охвата им нужно поддерживать веб-активность ежедневно, подписи о рутинных событиях текущей жизни в виде дневниковых записей появляются у всех лидеров мнения регулярно. В таких кэпшн блогеры примеряют на себя роль друзей своей аудитории, рассказывая о своих каждодневных привычках и обыденных делах, создавая таким образом впечатление близости и схожести с подписчиками вопреки своему «звездному» статусу в Интернете.

Популярная тема моды в кэпшн тесно переплетена с бьюти- и фэшн-индустрией. Здесь инфлюенсеры рассказывают о своих любимых косметических продуктах, о собственном стиле в одежде, о трендах в моде и макияже, об удачных сочетаниях цветов и фасонов, о подборе одежды и аксессуаров на самые разные мероприятия. Не менее распространены кэпшн о здоровом образе жизни. При этом инфлюенсеры, зачастую не имеющие соответствующей квалификации, охотно публикуют описание тренировок, советы по организации рациона питания, рецепты диетических блюд.

Немало подписей посвящены путешествиям. В этих кэпшн инфлюенсеры сообщают фолловерам о своих излюбленных точках мира (городах, странах), необычных локаци-

ях (любимые места, в широком смысле, особенно удачные для создания визуального контента – как на открытом воздухе, так и в помещениях), рекомендуют кафе и рестораны, отели и хостелы, пишут о достопримечательностях, которые действительно стоит посетить. Зачастую данная тема соединяется с описанием природных ландшафтов и местного климата.

Отдельного внимания заслуживают публикации, сопровождающиеся пометкой «ad» (реклама), что свидетельствует о честности инфлюенсера перед аудиторией и открытой демонстрации проплачиваемых рекламных постов. Вместе с тем количество кэпшн, реально содержащих неявную вербальную рекламу значительно больше (около 32 % примеров). В таких подписях лидер мнений только упоминает название либо аккаунт какого-либо бренда или другого инфлюенсера, например: *Blue jeans, white sneakers, lip gloss and just a drop of Nasomatto Fantomas – my carma for tonight; overeating in @ mcdonalds.*

Дальнейшее тематическое классифицирование кэпшн представляется объемным и дробным, так как затрагиваемые темы довольно разнообразны – это и острые социальные проблемы (самоизоляция, пандемия, выборы, катастрофы), и праздники, семейные торжества и события, и отсылки к каким-то собственным сторонним проектам за пределами Instagram и многое другое. В качестве главной особенности кэпшн англоязычных инфлюенсеров необходимо отметить преобладание констатации фактов, в ряде случаев снабженной эмоциональной личной оценкой. Ана-

литическое развертывание какой-либо темы в рамках кэпшн лидеров мнений практически не представлено.

Выводы

Результаты многоаспектного анализа кэпшн англоязычных Instagram-инфлюенсеров позволили определить лингвистические свойства подписей к фото и на этом основании выявить стратегии вербального поведения и (само)презентирования, а также лингвистического маркетинга в рамках монетизации интернет-коммуникации в рассматриваемой социальной сети, реализуемых лидерами мнений, не имеющими какой-либо узкой квалификации или специальных знаний в профессиональных областях.

Инфлюенсеры тяготеют к лаконичным подписям, синтаксически оформленным в виде предложений или текста-повествования малого объема. Однообразие вокабуляра и довольно скудный нейтральный лексикон инфлюенсеров отражает стереотипность Instagram-кэпшн, универсализацию их языка, а также концентрацию дискурса на одних и тех же темах. На это указывает и большое количество незначимых слов. Индекс удобочитаемости, соответствующий уровню старшеклассника, делает вербальную продукцию инфлюенсеров легкой и понятной для широкого круга читателей. На лексическом уровне ярко проявляется вербальная эгоцентричность подписей к постам, концентрация на описании мыслей, чувств в тесной связи с продакт-плейсментом. Полученные результаты частично перекликаются с данными сентимент-анализа, согласно которому чуть больше половины кэпшн имеют нейтральную эмоциональную тональность, а другая часть эмоционально окрашена, преимущественно позитивно. Как эмоциональные, так и констатирующие кэпшн усиливаются немногочисленными графическими средствами в виде идеограмм, капитализации и итерации. Однако креативные и аттрактивные функции паравербалики сведены к минимуму. Тематический диапазон кэпшн при всей его широте и разнообразии лишен аналитической или узкоспециальной направленности и ори-

ентирован на освещение субъективных переживаний автора и рутинных событий в его жизни.

Выявленные свойства позволяют сравнить кэпшн инфлюенсеров с онлайн-дневником, где публикации обиходного характера – это лишь информационный повод для ежедневного напоминания о себе, а эмоционально-оценочные высказывания – способ привлечь аудиторию, создавая эффект сближения, искренности и открытости. Такая стратегия постинга позволяет успешно транслировать рекламу, особенно скрытого характера, маскируя маркетинговые интенции под личные предпочтения, советы и рекомендации.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Абышева А. А., Корбут Д. Д., 2020. Стилистические особенности мотивационных профилей в Instagram // Филология, лингвистика, журналистика: актуальные вопросы и современные аспекты : сб. ст. Междунар. науч.-практ. конф. (г. Пенза, 15 авг. 2020 г.). Пенза : Наука и Просвещение. С. 73–75.
- Агуреева Е. В., 2019. Особенности функционирования иностранной лексики в языке Инстаграм // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. № 6–1. С. 84–87. DOI: 10.24411/2500-1000-2019-11254
- Бодулева А. Р., Салина А. С., Иванова А. В., 2020. Функционально-стилистические особенности рекламного дискурса (на материале англоязычных слоганов сети Instagram) // Вестник Пермского национального исследовательского политехнического университета. Проблемы языкознания и педагогики. № 3. С. 69–78. DOI: 10.15593/2224-9389/2020.3.6.
- Васина Е., 2016. Самопрезентации индивида в сети: особенности языковых игр // Научные ведомости БелГУ. Серия: Гуманитарные науки. Вып. 30, № 14 (235). С. 61–66.
- Витковская Н. Г., Исакова Т. Б., 2020. Некоторые особенности блога как жанра журналистики (на примере социальной сети «Инстаграм») // Вестник Волжского университета им. В. Н. Татищева. Т. 2, № 2 (32). С. 119–127.
- Горошко Е. И., Полякова Т. Л., 2019. Инстаграм как жанр 2.0 (на примере политической коммуникации) // Жанры речи. № 4 (24). С. 300–313. DOI: 10.18500/2311-0740-2019-4-24-300-313
- Дацко Д. А., 2017. Инстаграм-поэзия как новомодный жанр современной сетевой литературы // Проблемы современных интеграционных

- процессов и пути их решения : сб. ст. Междунар. науч.-практ. конф. (г. Уфа, 25 окт. 2017 г.). Уфа : Омега Сайнс. С. 23–26.
- Исаева А. Ю., Акимцева Ю. В., Грекова Д. М., 2020. Лингвистические особенности сетевого общения (на материале англоязычных комментариев в социальных сетях Facebook и Instagram) // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. № 2 (145). С. 201–206.
- Кадырова Г. Х., 2016. Персонализация информации в социальных сетях // Историческая и социально-образовательная мысль. Т. 8, № 5–2. С. 105–110. DOI: 10.17748/2075-9908-2016-8-5/2-105-110
- Казяба В. В., 2019. Вербальная самопрезентация немецкоязычных инфлюенсеров в Instagram // Научный диалог. № 9. С. 88–102. DOI: 10.24224/2227-1295-2019-4-88-102
- Киуру К. В., 2015. Insta как жанр креолизованного текста в социальных медиа // Когнитивные исследования языка. № 22. С. 796–798.
- Кононова И. В., Николаев Ф. А., 2016. SEO-оптимизированный текст как жанровая разновидность компьютерно опосредованного рекламного дискурса // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2, Языкознание. Т. 15, № 4. С. 96–103. DOI: <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2016.4.10>
- Мозговая А. О., 2018. Лексико-стилистические особенности Интернет-коммуникации (на примере немецкоязычного Интернет-сервиса Instagram) // Филологические науки. Вопросы теории и практики. № 6–2 (84). С. 374–378. DOI: 10.30853/filnauki.2018-6-2.39
- Павловская О. Е., 2019. Жанрово-стилистические особенности медиатекстов православной тематики в социальной сети Instagram // Русский язык в поликультурном мире : сб. науч. ст. III Междунар. симпозиума (г. Ялта, 8–12 июня 2019 г.). Симферополь : Ариал. С. 171–175.
- Пархоменко И. И., 2018. Специфика грамматического оформления высказываний на испанском языке в сети Инстаграм // Иностранные языки: проблемы преподавания и риски коммуникации. Саратов : Саратовский источник. С. 127–134.
- Потапова Р. К., Курьянова И. В., 2021. Особенности исследования текста в эпоху цифровой коммуникации // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2, Языкознание. Т. 20, № 2. С. 5–15. DOI: <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2021.2.1>
- Стаховская Ю. М., 2019. Самопрезентация цифрового поколения в социальных сетях // Культуре сетевых коммуникаций и цифровая грамотность / под науч. ред. А. П. Глухова. Томск : Нац. иссл. Том. гос. ун-т. С. 28–43.
- Сулейманова Л. В., 2017. Конструирование женственности в дискурсе социальных сетевых медиа (на примере Instagram) // Общество: социология, психология, педагогика. № 1. С. 37–42.
- Тетерлева Е. В., Портнова И. В., 2018. Грамматические особенности англоязычных комментариев в социальной сети Instagram // Проблемы романо-германской филологии, педагогики и методики преподавания иностранных языков. № 14. С. 91–94.
- Уманская И. А., Тезикова Е. А., 2012. Особенности самопрезентации в Интернет-сетях в период ранней юности и молодости // Вестник Костромского государственного университета им. Н.А. Некрасова. Серия: Педагогика. Психология. Социокинетика. Т. 18, № 4. С. 66–68.
- Федоров И. Е., Тьщенко А. В., 2020. Коммуникативный код рекламных сообщений в Instagram: семиотический аспект // Когнитивно-дискурсивное пространство в современном гуманитарном знании : сб. науч. тр. конф. Краснодар : Куб. гос. ун-т. С. 132–141.
- Чалдини Р., 2006. Психология влияния. СПб : Питер. 288 с.
- Шишкова А. Р., 2010. Самопрезентация пользователей социальных сетей Web 2.0 // Современные исследования социальных проблем. № 4 (04). С. 221–225. DOI: 10.12731/2077-1770-2010-4-%25p
- Щурина Ю. В., 2016. Жанровое своеобразие социальной сети Instagram // Жанры речи. № 1 (13). С. 156–168. DOI: 10.18500/2311-0740-2016-1-13-156-168
- Юрганов А. А., 2017. Сентимент-анализ как инструмент исследования текстов // Проблемы современной науки и образования. № 29 (111). Иваново : Олимп. С. 39–41.
- Amirudin A., Triyono S., 2018. Expositive Acts on Instagram: Knowing What People Intent to “Write” on Their Captions Through Pragmatics Perspective // International Journal of Applied Linguistics & English Literature. Vol. 7, № 4. P. 129–137. DOI: 10.7575/aiac.ijalel.v.7n.4p.129
- Brucker C., 2009. Arkansas Tech Writing. English 2053: Technical Writing. Arkansas : Arkansas Tech University. 194 p.
- Buchstaller I., Khattab G., 2014. Population Samples // Research Methods in Linguistics / ed. by R. J. Podesva, D. Sharma. Cambridge : Cambridge University Press. P. 74–95.
- Faradisa A., Aziz Z.A., Yasin B., 2019. An Analysis of Word Formation Processes Found in Instagram // English Education Journal. № 4. P. 52–64.

- Gunkel K., 2018. Der Instagram-Effekt. Wie ikonische Kommunikation in den Social Media unsere visuelle Kultur prägt. Bielefeld : Transcript Verlag. 424 S.
- Milgram S., 1974. Obedience to Authority. N. Y. : Herper & Row. 224 p.
- Natsir M., Saragih B., Mira A., Dewi R., Sinaga L. S. M., 2020. Language Change in Social Media (Instagram) // Randwick International of Social Science Journal. № 1 (2). P. 394–401. DOI: <https://doi.org/10.47175/rissj.v1i2.70>
- Nurhantoro T. S., Wulandari N., 2017. Exploring the Use of English in Instagram and Its Influence on the User's Identity // Journal Of English Language and Education. Vol. 3, № 2. P. 37–43. DOI: <https://doi.org/10.26486/jele.v3i2.322>
- Smith L. R., Sanderson J., 2015. I'm Going to Instagram It! An Analysis of Athlete Self-Presentation on Instagram // Journal of Broadcasting & Electronic Media. № 59 (2). P. 342–358.

ИСТОЧНИКИ

- Ahrefsblog* – ahrefsblog : Data and Studies. Top 100 Most Visited Websites Globally. URL: <https://ahrefs.com/blog/most-visited-websites>
- Analyze My Writing* – Analyze My Writing : Online Writing Sample Content and Readability Analyzer. URL: <https://www.analyzemywriting.com>
- HypeAuditor* – HypeAuditor : Influencer Marketing Platform. URL: <https://hypeauditor.com>
- Instagram* – Instagram : Photo and Video Sharing Social Networking Service. URL: <https://www.instagram.com>
- SCP* – Simple Concordance Program : Concordance and Word Listing. URL: <http://www.textworld.com/scp>
- StarNgage* – StarNgage : Influencer Marketing Platform. URL: <https://starngage.com>
- Text Analyzer* – Text Analyzer : Text Analysis Tool. URL: <https://www.online-utility.org/text/analyzer.jsp>
- YouGov* – *What the world thinks* – YouGov – What the world thinks : Global Public Opinion and Data Company. URL: <https://today.yougov.com>

СЛОВАРИ

- Duden* – *Sprache sagt alles* – Duden – Sprache sagt alles : Wörterbuch Online. URL: <https://www.duden.de/node/225112/revision/535797>
- Macmillan Open Dictionary* – Macmillan Open Dictionary : Crowdsourced Dictionary. URL: <https://www.macmillandictionary.com/dictionary/british/influencer>

REFERENCES

- Abysheva A.A., Korbut D.D., 2020. Stilisticheskie osobennosti motivatsionnykh profiley v Instagram [Stylistic Features of Motivational Profiles on Instagram]. *Filologiya, lingvistika, zhurnalistika: aktual'nye voprosy i sovremennye aspekty: sb. st. Mezhdunar. nauch.-prakt. konf. (g. Penza, 15 avg. 2020 g.)* [Philology, Linguistics, Journalism: Topical Issues and Modern Aspects. Proceedings of the International Scientific and Practical Conference (Penza, August 15, 2020)]. Penza, Nauka i Prosveshchenie Publ., pp. 73-75.
- Agureeva E.V., 2019. Osobennosti funktsionirovaniya inostrannoy leksiki v yazyke Instagram [Functioning Features of Foreign Vocabulary for the Instagram Language]. *Mezhdunarodnyy zhurnal gumanitarnykh i estestvennykh nauk* [International Journal of Humanities and Natural Sciences], no. 6-1, pp. 84-87. DOI: 10.24411/2500-1000-2019-11254
- Boduleva A.R., Salina A.S., Ivanova A.V., 2020. Funktsional'no-stilisticheskie osobennosti reklamnogo diskursa (na materiale angloyazychnykh sloganov seti Instagram) [Functional and Stylistic Peculiarities of Advertising Discourse (The Case of English Advertising Slogans in Instagram)]. *Vestnik Permskogo natsional'nogo issledovatel'skogo politekhnicheskogo universiteta. Problemy yazykoznaniya i pedagogiki* [PNRPU Linguistics and Pedagogy Bulletin], no. 3, pp. 69-78. DOI: 10.15593/2224-9389/2020.3.6
- Vasina E., 2016. Samoprezentatsii individva v seti: osobennosti yazykovykh igr [Self-Presentation of an Individual on the Web: Specific Features of Language Games]. *Nauchnye vedomosti BelGU. Seriya: Gumanitarnye nauki* [Science Journal of Belgorod National Research University. Humanities Series], iss. 30, no. 14 (235), pp. 61-66.
- Vitkovskaya N.G., Isakova T.B., 2020. Nekotorye osobennosti bloga kak zhanra zhurnalistiki (na primere sotsial'noy seti «Instagram») [Some Blog Features as a Genre of Journalism (On the Example of Social Network “Instagram”)]. *Vestnik Volzhskogo universiteta im. V.N. Tatishcheva* [Science Journal of Volzhsky University Named After V.N. Tatishchev], vol. 2, no. 2 (32), pp. 119-127.
- Goroshko E.I., Polyakova T.L., 2019. Instagram kak zhanr 2.0 (na primere politicheskoy kommunikatsii) [Instagram as a Genre 2.0 (Political Communication Case)]. *Zhanry rechi* [Speech Genres], no. 4 (24), pp. 300-313. DOI: 10.18500/2311-0740-2019-4-24-300-313
- Datsko D.A., 2017. Instagram-poeziya kak novomodnyy zhanr sovremennoy setevoy

- literary [Instagram Poetry as an On-Trend Genre of Modern Network-Wide Literature]. *Problemy sovremennykh integratsionnykh protsessov i puti ikh resheniya: sb. st. Mezhdunar. nauch.-prakt. konf. (g. Ufa, 25 okt. 2017 g.)* [Problems of Modern Integration Processes and Ways of Solving Them. Proceedings of the International Scientific and Practical Conference (Ufa, October 25, 2017)]. Ufa, Omega Sayns Publ., pp. 23-26.
- Isaeva A.Y., Akimtseva Y.V., Grekova D.M., 2020. Lingvisticheskie osobennosti setevogo obshcheniya (na materiale angloyazychnykh kommentariyev v sotsial'nykh setyakh Facebook i Instagram) [Linguistic Peculiarities of the Communications Networking (Based on English Comments from Facebook and Instagram)]. *Izvestiya Volgogradskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta* [Scientific Proceedings of Volgograd State Pedagogical University], no. 2 (145), pp. 201-206.
- Kadyrova G.K., 2016. Personifikatsiya informatsii v sotsial'nykh setyakh [Personification of Information in Social Networks]. *Istoricheskaya i sotsial'no-obrazovatel'naya mysl'* [Historical and Socio-Educational Thought], vol. 8, no. 5-2, pp. 105-110. DOI: 10.17748/2075-9908-2016-8-5/2-105-110
- Kazyaba V.V., 2019. Verbal'naya samoprezentatsiya nemetskoyazychnykh influenserov v Instagram [Verbal Self-Representation of German-Speaking Influencers on Instagram]. *Nauchnyy dialog* [Scientific Dialogue], no. 9, pp. 88-102. DOI: 10.24224/2227-1295-2019-4-88-102
- Kiuru K.V., 2015. Insta kak zhanr kreolizovannogo teksta v sotsial'nykh media ['Insta' as a Creolized Text Genre in Social Media]. *Kognitivnye issledovaniya yazyka* [Cognitive Language Studies], no. 22, pp. 796-798.
- Kononova I.V., Nikolaev F.A., 2016. SEO-optimizirovannyi tekst kak zhanrovaya raznovidnost' komp'yuterno oposredovannogo reklamnogo diskursa [SEO-Optimized Text as a Genre Variation of Computer-Mediated Advertising Discourse]. *Vestnik Volgogradskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya 2. Yazykoznanie* [Science Journal of Volgograd State University. Linguistics], vol. 15, no. 4, pp. 96-103. DOI: <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2016.4.10>
- Mozgovaya A.O., 2018. Leksiko-stilisticheskie osobennosti Internet-kommunikatsii (na primere nemetskoyazychnogo Internet-servisa Instagram) [Lexico-Stylistic Peculiarities of Internet Communication (Based on the Example of the German-Speaking Internet Service Instagram)]. *Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki* [Philological Sciences. Issues of Theory and Practice], no. 6-2 (84), pp. 374-378. DOI: 10.30853/filnauki.2018-6-2.39
- Pavlovskaya O.E., 2019. Zhanrovo-stilisticheskie osobennosti mediatekstov pravoslavnoy tematiki v sotsial'noy seti Instagram [Genre and Stylistic Features of Orthodox Media Texts on the Instagram Social Network]. *Russkiy yazyk v polikul'turnom mire: sb. nauch. st. III Mezhdunar. simpoziuma (g. Yalta, 8-12 iyunya 2019 g.)* [Russian Language in the Multicultural World. Proceedings of the 3rd International Symposium (Yalta, June 8-12, 2019)]. Simferopol, Arial Publ., pp. 171-175.
- Parkhomenko I.I., 2018. Spetsifika grammaticheskogo oformleniya vyskazyvaniy na ispanskom yazyke v seti Instagram [Specificity of Grammatical Design of Statements in Spanish on Instagram]. *Inostrannye yazyki: problemy prepodavaniya i riski kommunikatsii* [Foreign Languages: Teaching Problems and Communication Risks]. Saratov, Saratovskiy istochnik Publ., pp. 127-134.
- Potapova R.K., Kur'yanova I.V., 2021. Osobennosti issledovaniya teksta v epokhu tsifrovoy kommunikatsii [Features of Text Research in the Age of Internet-Mediated Communication]. *Vestnik Volgogradskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya 2. Yazykoznanie* [Science Journal of Volgograd State University. Linguistics], vol. 20, no. 2, pp. 5-15. DOI: <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2021.2.1>
- Stakhovskaya Y.M., 2019. Samoprezentatsiya tsifrovogo pokoleniya v sotsial'nykh setyakh [Self-Presentation of the Digital Generation on Social Media]. Glukhov A.P., ed. *Kul'tura setevykh kommunikatsiy i tsifrovaya gramotnost'* [Networked Culture and Digital Literacy]. Tomsk, Nats. issl. Tomskiy gos. un-t, pp. 28-43.
- Suleymanova L.V., 2017. Konstruirovaniye zhenstvennosti v diskurse sotsial'nykh setevykh media (na primere Instagram) [The Construction of Femininity in the Discourse of Social Networking Media (On the Example of Instagram)]. *Obshchestvo: sotsiologiya, psikhologiya, pedagogika* [Society: Sociology, Psychology, Pedagogy], no. 1, pp. 37-42.
- Teterleva E.V., Portnova I.V., 2018. Grammaticheskie osobennosti angloyazychnykh kommentariyev v sotsial'noy seti Instagram [Grammatical Features of English Comments on the Social Network Instagram]. *Problemy romano-germanskoy filologii, pedagogiki i metodiki prepodavaniya inostrannykh yazykov* [Problems of Romance-Germanic Philology, Pedagogy and Methods of Teaching Foreign Languages], no. 14, pp. 91-94.

- Umanskaya I.A., Tezikova E.A., 2012. Osobennosti samoprezentatsii v Internet-setyakh v period ranney yunosti i molodosti [Features of Self-Presentation on Internet Networks During Early Adolescence and Youth]. *Vestnik Kostromskogo gosudarstvennogo universiteta im. N.A. Nekrasova. Seriya: Pedagogika. Psikhologiya. Sotsiokinetika* [Science Journal of Nekrasov Kostroma State University. Pedagogy. Psychology. Sociokinetics], vol. 18, no. 4, pp. 66-68.
- Fedorov I.E., Tyshchenko A.V., 2020. Kommunikativnyy kod reklamnykh soobshcheniy v Instagram: semioticheskiy aspekt [The Communicative Code of Instagram Advertising Messages: Semiotic Aspect]. *Kognitivno-diskursivnoe prostranstvo v sovremennom gumanitarnom znanii: sb. nauch. tr. konf.* [Cognitive-Discursive Space in Modern Humanitarian Knowledge. Proceedings of the Scientific Conference]. Krasnodar, Kubanskiy gos. un-t, pp. 132-141.
- Chaldini R., 2006. *Psikhologiya vliyaniya* [Psychology of Influence]. Saint Petersburg, Piter Publ. 288 p.
- Shishkova A.R., 2010. Samoprezentatsiya pol'zovateley sotsial'nykh setey Web 2.0 [Self-Presentation of Users on Web 2.0 Social Networks]. *Sovremennye issledovaniya sotsial'nykh problem* [Contemporary Research on Social Problems], no. 4 (04), pp. 221-225. DOI: 10.12731/2077-1770-2010-4-%25p
- Shchurina Y.V., 2016. Zhanrovoe svoebrazie sotsial'noy seti Instagram [Genre Originality of the Social Network Instagram]. *Zhanry rechi* [Speech Genres], no. 1 (13), pp. 156-168. DOI: 10.18500/2311-0740-2016-1-13-156-168
- Yurganov A.A., 2017. Sentiment-analiz kak instrument issledovaniya tekstov [Sentiment Analysis as a Text Research Tool]. *Problemy sovremennoy nauki i obrazovaniya* [Problematic Issues of Modern Science and Education]. Ivanovo, Olimp Publ., no. 29 (111), pp. 39-41.
- Amirudin A., Triyono S., 2018. Expositive Acts on Instagram: Knowing What People Intent to "Write" on Their Captions Through Pragmatics Perspective. *International Journal of Applied Linguistics & English Literature*, vol. 7, no. 4, pp. 129-137. DOI: 10.7575/aiac.ijalel.v.7n.4p.129
- Brucker C., 2009. *Arkansas Tech Writing. English 2053: Technical Writing*. Arkansas, Arkansas Tech University. 194 p.
- Buchstaller I., Khattab G., 2014. Population Samples. Podesva R.J., Sharma D., eds. *Research Methods in Linguistics*. Cambridge, Cambridge University Press, pp. 74-95.
- Faradisa A., Aziz Z.A., Yasin B., 2019. An Analysis of Word Formation Processes Found in Instagram. *English Education Journal*, no. 4, pp. 52-64.
- Gunkel K., 2018. *Der Instagram-Effekt. Wie ikonische Kommunikation in den Social Media unsere visuelle Kultur prägt*. Bielefeld, Transcript Verlag. 424 S.
- Milgram S., 1974. *Obedience to Authority*. New York, Herper & Row. 224 p.
- Natsir M., Saragih B., Mira A.P.S., Dewi R., Sinaga L.S.M., 2020. Language Change in Social Media (Instagram). *Randwick International of Social Science Journal*, no. 1 (2), pp. 394-401. DOI: <https://doi.org/10.47175/rissj.v1i2.70>
- Nurhantoro T.S., Wulandari N., 2017. Exploring the Use of English in Instagram and Its Influence on the User's Identity. *JELE (Journal of English Language and Education)*, vol. 3, no. 2, pp. 37-43. DOI: <https://doi.org/10.26486/jele.v3i2.322>
- Smith L.R., Sanderson J., 2015. I'm Going to Instagram It! An Analysis of Athlete Self-Presentation on Instagram. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, no. 59 (2), pp. 342-358.

SOURCES

- Ahrefsblog: Data and Studies. Top 100 Most Visited Websites Globally*. URL: <https://ahrefs.com/blog/most-visited-websites>
- Analyze My Writing: Online Writing Sample Content and Readability Analyzer*. URL: <https://www.analyzemywriting.com>
- HypeAuditor: Influencer Marketing Platform*. URL: <https://hypeauditor.com>
- Instagram: Photo and Video Sharing Social Networking Service*. URL: <https://www.instagram.com>
- Simple Concordance Program: Concordance and Word Listing*. URL: <http://www.textworld.com/scp>
- StarNgage: Influencer Marketing Platform*. URL: <https://starngage.com>
- Text Analyzer: Text Analysis Tool*. URL: <https://www.online-utility.org/text/analyzer.jsp>
- YouGov – What the World Thinks: Global Public Opinion and Data Company*. URL: <https://today.yougov.com>

DICTIONARIES

- Duden – Sprache sagt alles: Wörterbuch Online*. URL: <https://www.duden.de/node/225112/revision/535797>
- Macmillan Open Dictionary: Crowdsourced Dictionary*. URL: <https://www.macmillandictionary>

Information About the Authors

Viktoria V. Kaziaba, Candidate of Sciences (Philology), Associate Professor, Department of General and Germanic Linguistics, Northern (Arctic) Federal University named after M.V. Lomonosov, Karla Marksa St, 36, 164505 Severodvinsk, Russia, kazaba@yandex.ru, <https://orcid.org/0000-0002-1777-1712>

Dana E. Barmina, Master Student, Northern (Arctic) Federal University named after M.V. Lomonosov, Karla Marksa St, 36, 164505 Severodvinsk, Russia, barmina.dana@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0002-2253-560X>

Информация об авторах

Виктория Викторовна Казяба, кандидат филологических наук, доцент кафедры общего и германского языкознания, Северный (Арктический) федеральный университет им. М.В. Ломоносова, ул. Карла Маркса, 36, 164505 г. Северодвинск, Россия, kazaba@yandex.ru, <https://orcid.org/0000-0002-1777-1712>

Дана Эдуардовна Бармина, магистрант, Северный (Арктический) федеральный университет им. М.В. Ломоносова, ул. Карла Маркса, 36, 164505 г. Северодвинск, Россия, barmina.dana@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0002-2253-560X>

Журнал «Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2. Языкознание» издается для широкого ознакомления научного сообщества с новыми исследованиями отечественных и зарубежных авторов, связанными с приоритетными лингвистическими направлениями, что способствует развитию современного гуманитарного знания и международного научного взаимодействия, а также созданию творческой дискуссионной площадки для реализации комплексного подхода в решении проблем языкознания на основе соединения традиций российской университетской и академической филологической науки с достижениями современной лингвистики.



Редакционная политика журнала направлена на распространение достижений российской и мировой лингвистики, опирающихся на современную научную методологию и широкий круг лингвистических источников, чему способствует:

– обеспечение доступности опубликованных статей независимо от географического положения и языковой принадлежности их авторов и читателей: развитие журнала по типу научного издания «открытого доступа» (Open Access), расширение присутствия журнала в международных базах данных и открытых электронных ресурсах, публикация статей на английском языке, увеличение объема аннотации (Abstract) и дублирование списка литературы в латинском алфавите (References);

– поддержание высоких стандартов публикаций благодаря их экспертной оценке и профессиональной редакционно-издательской обработке;

– публикация научно-теоретических, научно-практических и экспериментальных работ по актуальным проблемам развития и функционирования русского и других языков, межкультурной коммуникации и сопоставительному изучению языков, теории языка, научных дискуссий по проблемам приоритетных направлений лингвистики, междисциплинарных исследований.

Уважаемые читатели!

Подписка на II полугодие 2022 года осуществляется по «Объединенному каталогу. Пресса России. Газеты и журналы». Т. 1. Подписной индекс 20986.

Стоимость подписки на II полугодие 2022 года 2586 руб. 90 коп.
Распространение журнала осуществляется по адресной системе.

Science Journal of Volgograd State University. Linguistics is published to introduce high priority linguistic topics and current innovative results of Russian and foreign researchers to scientific community, which contributes to developing humanitarian issues and international science communications, enhancing debates and discussions, offering solutions on linguistic issues based on Russian scholarly and academic traditions in Philology combined with modern advances in Linguistics.



Editorial policy of the journal is intended to promote Russian and world achievements in Linguistics that are gained with relevance to modern research methods and broad scale of linguistic sources.

It is facilitated with:

- ensuring accessibility to the published articles irrespective of the geographic location or language of authors and readers;
- introducing an open access journal policy;
- extending inclusion of the journal into international data bases and open digital resources;
- publishing articles in English, duplicating References in Latin, enlarging Abstracts;
- maintaining high publishing standards due to expertise, professional editorial and technological processes;
- publishing scholarly and theoretical, scholarly and practical works and experimental results in current issues on functional linguistics of the Russian and other languages, intercultural communication, comparative language studies, linguistic theory, handling scientific discussions on prioritized trends in linguistics, cross-disciplinary studies.

Dear readers!

Subscription for the 2nd half of 2022 is carried out through
“The United Catalog. Russian Press. Newspapers and Journals”. Vol. 1.
The subscription index is 20986.

The cost of subscription for the 2nd half of 2022 is 2586.90 rubles.
Distribution of the journal is carried out through the address system.

**УСЛОВИЯ ОПУБЛИКОВАНИЯ СТАТЕЙ
В ЖУРНАЛЕ «ВЕСТНИК ВолГУ.
Серия 2. ЯЗЫКОЗНАНИЕ»**

1. Редакционная коллегия журнала «Вестник ВолГУ. Серия 2. Языкознание» принимает к печати оригинальные авторские статьи.

2. Подача, рецензирование, редактирование и публикация статей в журнале являются бесплатными. Никаких авторских взносов не предусмотрено.

3. Авторство должно ограничиваться теми, кто внес значительный вклад в концепцию, дизайн, исполнение или интерпретацию опубликованного исследования. Все они должны быть указаны в качестве соавторов.

4. Статья должна быть актуальной, обладать новизной, содержать постановку задач (проблем), описание основных результатов исследования, полученных автором, выводы. Представляемая для публикации статья не должна быть ранее опубликована в других изданиях.

5. Автор несет полную ответственность за подбор и достоверность приведенных фактов, цитат, статистических и социологических данных, имен собственных, географических названий и прочих сведений, за точность библиографической информации, содержащейся в статье.

6. В случае обнаружения ошибок или неточностей в своей опубликованной работе автор обязан незамедлительно уведомить редактора журнала (или издателя) и сотрудничать с ним, чтобы отменить статью или внести в нее исправления.

7. Автор обязан указать все источники финансирования исследования.

8. Представленная статья должна соответствовать **принятым журналом правилам оформления**.

9. Текст статьи представляется по электронной почте на адрес редколлегии журнала (vestnik2@volsu.ru). Бумажный вариант не требуется. **Обязательно** наличие сопроводительных документов.

10. Полнотекстовые версии статей, аннотации, ключевые слова, информация об авторах на русском и английском языках размещаются **в открытом доступе (Open Access)** в Интернете.

Отправка автором рукописи статьи и сопроводительных документов на e-mail редакции vestnik2@volsu.ru является формой **акцента оферты** на принятие договора (публичной оферты) предоставления права использования произведения в периодическом печатном издании «Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2. Языкознание».

Редакционная коллегия приступает к работе со статьей после получения всех сопроводительных документов по электронной почте.

Решение о публикации статей принимается редакционной коллегией после рецензирования. Редакция оставляет за собой право отклонить или отправить представленные статьи на доработку на основании соответствующих заключений рецензентов. Переработанные варианты статей рассматриваются заново.

Среднее количество времени между подачей и принятием статьи составляет восемь недель.

Более подробно о процессе подачи, направления, рецензирования и опубликования научных статей смотрите на сайте журнала <https://l.jvolsu.com> в разделе «Для авторов».

CONDITIONS OF PUBLICATION
IN *SCIENCE JOURNAL OF VOLGOGRAD STATE UNIVERSITY. LINGUISTICS*

1. The Editorial Staff of *Science Journal of Volgograd State University. Linguistics* publishes only original articles.

2. The submission, reviewing, editing and publication of articles in the journal are free of charge. No author fees are involved.

3. Authorship should be limited to those who have made a significant contribution to the conception, design, execution, or interpretation of the reported study. All those who have made significant contributions should be listed as co-authors.

4. An article must be relevant and must include a task (issue) statement, the description of main research results and conclusions. The submitted article must not be previously published in other journals.

5. The author bears full responsibility for the selection and accuracy of facts, citations, statistical and sociological data, proper names, geographical names, bibliographic information and other data contained in the article.

6. If the author discovers a significant error or inaccuracy in his/her own published work, it is the author's obligation to promptly notify the journal editor or publisher and cooperate with the editor or publisher to retract or correct the article.

7. The author must disclose all sources of the financial support for the article.

8. The submitted article must comply with the **journal's format requirements**.

9. Articles should be submitted in electronic format only via e-mail vestnik2@volsu.ru. The author **must** submit the article accompanied by cover documents.

10. Full-text versions of published articles and their metadata (abstracts, key words, information about the author(s) in Russian and English) are available in **the Open Access** on the Internet.

Submitting an article and cover documents via the indicated e-mail vestnik2@volsu.ru the author **accepts the offer** of granting rights (public offer) to use the article in *Science Journal of Volgograd State University. Linguistics* print periodical.

The Editorial Staff starts the reviewing process after receiving all cover documents by e-mail.

The decision to publish articles is made by the Editorial Staff after reviewing. The Editors reserve the right to reject or send submitted articles for revision on the basis of the relevant opinions of the reviewers. Revised versions of articles are reviewed repeatedly.

The review usually takes 8 weeks.

For more detailed information regarding the submission, reviewing and publication of academic articles please refer to the journal's website <https://l.jvolsu.com/index.php/en/> (section "For Author").

Science Journal of Volgograd State University. Linguistics

is indexed by:

