



DOI: <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2023.4.11>

UDC 81'276.6:070
LBC 81.055.51.5



Submitted: 16.01.2023
Accepted: 04.05.2023

DIALOGUE CATEGORY IN MEDIA GENRES: REVIEW OF THE FOREIGN STUDIES¹

Oxana S. Issers

Dostoevsky Omsk State University, Omsk, Russia

Anastasia S. Gerasimova

Dostoevsky Omsk State University, Omsk, Russia;
Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University, Saint Petersburg, Russia

Abstract. The review gives critical evaluation of the latest decade publications by nonnative colleagues devoted to the description of dialogic genres in modern media. The works related to the analysis of the dialogue structure peculiarities in social networks and on television are converged on. The dialogue category in online space is noted to be studied within structural-semantic and functional approach (the research into general principles of building a dialogue in social networks, and the functions of journalists in “digital” newspapers); communicative-and-pragmatic approach (the description of dialogic interaction between companies and consumers, including marketing strategies, dialogic cooperation strategies, strategies for neutralizing critical consumers’ reviews), and axiological approach (manifestation of the evaluative and emotional components of dialogic communication). The analysis of the dialogue on TV is highly relevant within the framework of the communicative-strategic paradigm with reference to the genre of the television program, the image of the presenter, the national, cultural and gender identity of the speakers, their role status, as well as the target audience. In addition, a specific area of research is formed by works dedicated to the analysis of the features of a television political interview and the phenomenon of dialogue imitation in monologue genres. The results of the research prove that the development of both social networks and new media genres provide the growth of works devoted to the dialogue category description, thus, media discourse is becoming more and more attractive in terms of linguistic analysis.

Key words: dialogue, dialogic category, media discourse, media linguistics, dialogic communication, communicative strategy, TV genre, media genre.

Citation. Issers O.S., Gerasimova A.S. Dialogue Category in Media Genres: Review of the Foreign Studies. *Vestnik Volgogradskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya 2. Yazykoznanie* [Science Journal of Volgograd State University. Linguistics], 2023, vol. 22, no. 4, pp. 148-157. (in Russian). DOI: <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2023.4.11>

УДК 81'276.6:070
ББК 81.055.51.5

Дата поступления статьи: 16.01.2023
Дата принятия статьи: 04.05.2023

КАТЕГОРИЯ ДИАЛОГИЧНОСТИ В МЕДИАЖАНРАХ: ОБЗОР ЗАРУБЕЖНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ¹

Оксана Сергеевна Иссерс

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

Анастасия Сергеевна Герасимова

Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского, г. Омск, Россия;
Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, г. Санкт-Петербург, Россия

Аннотация. В статье представлен обзор зарубежных публикаций последнего десятилетия, посвященных диалогическим жанрам современных медиа. В фокусе внимания находятся работы, в которых выявлены особенности организации диалога в социальных сетях и на телевидении. Установлено, что к наиболее актуальным научным подходам, в рамках которых исследуется категория диалогичности в онлайн-пространстве, относятся структурно-семантический и функциональный (описание общих принципов построения диалога в социальных сетях, функций журналистов в «цифровых» изданиях), коммуникативно-прагматический (рассмотрение диалогического взаимодействия между компаниями и потребителями (маркетинговые стратегии, диалогические стратегии кооперации, стратегии нивелирования критических отзывов потребителей)), аксиологический (определение оценочных и эмотивных компонентов диалога). В исследованиях диалога на ТВ отмечается актуальность его анализа в рамках коммуникативно-стратегической парадигмы с учетом жанра телевизионной передачи, имиджа ведущего, национально-культурной и гендерной принадлежности говорящих, их ролевого статуса, а также целевой аудитории. Отдельное (имитационно-прагматическое) направление исследований составляют работы о телевизионном политическом интервью и (феномене) имитации диалога в монологических жанрах. Результаты обзора подтверждают, что с развитием социальных сетей и формированием новых жанров медиа количество исследований, посвященных категории диалогичности, неуклонно растет, а сама область медиадискурса становится все более перспективной с точки зрения лингвистического анализа.

Ключевые слова: диалог, категория диалогичности, медиадискурс, медиалингвистика, диалогическая коммуникация, коммуникативная стратегия, телевизионный жанр, медиажанр.

Цитирование. Иссерс О. С., Герасимова А. С. Категория диалогичности в медиажанрах: обзор зарубежных исследований // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2, Языкознание. – 2023. – Т. 22, № 4. – С. 148–157. – DOI: <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2023.4.11>

Введение

Изучение разных аспектов диалогического взаимодействия берет свое начало в античности в рамках риторической парадигмы и продолжается в той или иной форме в настоящее время: диалогичность рассматривается специалистами в области психологии, политологии, социологии, культурологии и других «науках о человеке». Тем не менее, будучи языковой категорией, самое широкое освещение данный феномен получил в рамках лингвистического знания. Основные концепции диалога изложены в работах второй половины XX в. [Баранов, Крейдлин, 1992а; 1992б; Бахтин, 1986а; 1986б; Виноградов, 1980; Демьянков, 1991; Падучева, 1982; Сухих, 1994; Якубинский, 1986; Dijk, 1984; Grice, 1975; Henne, Rehbock, 1982; Hundsnurscher, 1994; Leech, 1983; Sacks, 1992; Sacks, Schegloff, 1974; Sandig, 1983; Schegloff, 1972; Schwitalla, 1979].

Представление о диалогичности как существенной характеристике любого коммуникативного акта определяется самой моделью коммуникации, где обязательными участни-

ками являются адресант и адресат [Якобсон, 1975]. В отечественной традиции понятие диалога как одной из основных текстовых категорий было теоретически осмыслено М.М. Бахтиным, утверждавшим, что подлинная сущность текста «всегда развивается на границе двух сознаний, двух субъектов» [Бахтин, 1997, с. 229]. В дальнейшем концепция М.М. Бахтина стала стимулом для исследований в области лингвистики текста, жанроведения, коммуникативной стилистики, поэтики художественной речи, медиалингвистики и др. направлений, которые сегодня вряд ли можно перечислить.

В дискурсивных практиках современных медиа все чаще наблюдается установка на диалогическое построение текста, расширяется присутствие в медиасфере форматов, построенных на основе диалога с реальными или виртуальными собеседниками. По мнению Л.Р. Дускаевой, в рамках медиадискурса именно диалогичность создает архитектуру того или иного жанра и определяет его лингвистическую специфику [Дускаева, 2020, с. 32].

К началу нового тысячелетия сложился целый ряд подходов к изучению диалога – структурно-семантический [Ширяев, 2001; Федотова, 2006], функциональный [Баделина, 1997; Цирельсон, 2002; Казаковская, 2004], коммуникативно-прагматический [Булыгина, Шмелев, 1997; Макаров, 2003], когнитивно-дискурсивный [Борисова, 2009; Кристева, 2004] и некоторые другие. Однако многие исследования, осуществленные зарубежными учеными, недостаточно известны российскому лингвистическому сообществу. В данной статье предлагается обзор зарубежных работ последнего десятилетия, посвященных описанию категории диалогичности в современных медиа, в частности в онлайн-пространстве и на телевидении.

Среди наиболее популярных направлений исследования диалогичности в сетевой коммуникации можно выделить работы, посвященные общим принципам построения и функционирования диалога, особенностям диалогического общения между компаниями и потребителями (маркетинговые стратегии, диалогические стратегии кооперации), оценочному компоненту диалогической коммуникации. Описание диалога на ТВ осуществляется в рамках коммуникативно-стратегической парадигмы с учетом жанра телевизионной передачи, имиджа ведущего, национально-культурной и гендерной принадлежности говорящих, их ролевого статуса, а также целевой аудитории. Кроме того, отдельные направления исследований формируют работы, посвященные анализу особенностей телевизионного политического интервью и феномену имитации диалога в монологических жанрах.

Диалогическая коммуникация в онлайн-пространстве

Общие принципы построения диалогической коммуникации в социальных сетях (Twitter *, Facebook **, Instagram ***) и он-

лайн-газетах анализируются в значительном количестве зарубежных исследований. Так, особенности современного диалогического онлайн-общения в социальной сети Twitter являются объектом исследования в работе Дж. Гиллен и Г. Мерчант «Контактные сигналы: Твиттер как социальная и лингвистическая диалогическая практика»² [Gillen, Merchant, 2013]. Авторы анализируют процессы смыслообразования и семантические нюансы высказываний в контексте общих принципов человеческого общения, предложенных М.М. Бахтиным, а также рассматривают новые формы письменной диалогической коммуникации, связанной с особенностями ведения блога.

В работе А. Лопез Идальго, А. Фернандес Барреро «Коллективные онлайн-интервью: конвергенция медиа и активной аудитории. Возможности и вызовы участия читателей» [López Hidalgo, Fernández Barrero, 2015] представлено концептуальное исследование возможностей «цифрового» интервью в испанских онлайн-газетах El País, и El Mundo, а также описаны новые функции, которые выполняют журналисты, являясь модераторами беседы. В частности, по результатам исследования авторы отмечают, что журналист не только участвует в выборе интервьюируемых и составляет вопросы для беседы, но и настаивает собеседника на диалог, в частности, он может помочь гостю в подготовке и редактировании ответов.

Отдельного внимания заслуживают исследования по описанию маркетинговых диалогических стратегий сетевой коммуникации с потребителем. В работах, посвященных данному аспекту, проводится анализ стратегических возможностей Твиттера как канала взаимодействия компании с потребителем [Sundstrom, Levenshus, 2017]. В статье сравниваются особенности диалогической коммуникации некоммерческих и коммерческих организаций [Wang, Yang, 2019], описыва-

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

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

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

ется диалогическое общение брендов с целевой аудиторией в Instagram [Bilgiler, Kocaömer 2020], изучается влияние диалогических стратегий на реакции пользователей и расширение сети подписчиков [Hebla, Rahal, 2022].

Результаты исследований дают возможность утверждать, что платформы социальных сетей обладают значительным потенциалом для установления диалоговой коммуникации между брендами и их целевой аудиторией. Так, фирмы и компании эффективно используют посты и истории в ленте. Более того, бренды активно реагируют на комментарии, сделанные под их собственными постами. Таким образом, в социальных сетях диалог может использоваться как средство продвижения товара или услуги.

Подчеркнем, что в условиях взаимодействия онлайн особое значение приобретает построение кооперативной коммуникации и стратегии эффективного ответа на негативные отзывы клиентов. Так, в работе М. Йоханн, К. Вольф, А. Годулла «Управление отношениями в Facebook: долгосрочный анализ ведущих компаний Германии» рассматривается коммуникация немецких компаний с клиентами в Facebook, в частности, ее неформальный компонент, при этом результаты исследования демонстрируют возможности эффективного управления диалогом с авторами критических комментариев [Johann, Wolf, Godulla, 2021].

Диалогическая коммуникация между компаниями и целевой аудиторией в онлайн-пространстве может также осуществляется при помощи использования такого маркетингового инструмента, как «голос бренда» (“a brand voice” / “a tone of voice”). В статье Р.Х. Барселос, Д.К. Дантас, С. Сенекал «Следите за своим голосом: как голос бренда в социальных сетях влияет на реакцию потребителей» подчеркивается влияние данного феномена на намерение потребителей совершить покупку [Barcelos, Dantas, Sénécal 2018].

Еще одну группу исследований, связанных с выделением характеристик сетевой диалогической коммуникации, составляют работы, посвященные описанию оценочного и эмотивного компонентов данного типа общения. Например, в статье Д. Йованович, Т.Дж. Ван Льювен «Мультимодальный диалог

в социальных сетях» рассматривается цифровой мультимодальный диалог на различных платформах (Instagram, Twitter, Facebook, Viber, WhatsApp, Snapchat), а также предлагается анализ структуры сообщений и их жанровых особенностей в аспекте использования смайликов и эмодиконов [Jovanovic, Van Leeuwen 2018].

Обзор научных исследований, посвященных диалогической коммуникации в онлайн-пространстве, свидетельствует о широком спектре освещаемых вопросов: общение в социальных сетях и онлайн-газетах, коммуникация с потребителем (в том числе и стратегии эффективного ответа на негативные отзывы), эмотивный компонент диалогического общения.

Диалогическая коммуникация на ТВ

Одним из фокусов исследования диалогических форматов на ТВ является их влияние на коммуникативное поведение членов социума в реальных жизненных ситуациях. В рамках спланированного коммуникативного сценария герои телепередач демонстрируют модели поведения, которые служат ориентиром для массовой аудитории. Таким образом, категория диалогичности в телевизионном дискурсе вызывает исследовательский интерес прежде всего с точки зрения стратегий вербального и невербального поведения, а также с точки зрения национально-культурной и гендерной принадлежности говорящих, их ролевого статуса и жанра телевизионной программы. Так, в статье Д.М. Койшигуловой, Д.А. Карагойшиевой и др. «Телеинституциональная коммуникация как социокультурный аспект в коммуникации (на материале немецких и казахских ток-шоу)» рассматриваются национально-культурные особенности коммуникативного поведения участников и ведущих токшоу, темы дискуссий, вербальные и невербальные способы взаимодействия на ТВ, имеющие свои особенности [Koishigulova et al., 2014]. По результатам исследования авторы приходят к выводу о том, что социальная дистанция при диалогическом общении между участниками немецкого токшоу значительно меньше, чем между участниками казахского телешоу. Кроме того, при ком-

муникации немцы демонстрируют стратегию подавления своего собеседника (тактика упрека), вынуждая его тем самым совершать определенный речевой ход (тактика оправдания). Представители казахской лингвокультуры, напротив, используют речевые акты, не нарушающие коммуникативного пространства адресата. В отношении невербального компонента авторы отмечают, что, в отличие от выступлений казахстанских участников, высказывания немцев зачастую сопровождаются выразительными жестами и мимикой. Особой экспрессивностью отличаются критические замечания говорящих, не свойственные восточной коммуникативной культуре, к которой относится большинство жителей Республики Казахстан.

В работе В. Рен, Х. Вудфилд «Отказы китайок от свиданий в реалити-шоу: выражение участия или независимости?» исследуется коммуникативная стратегия отказа [Ren, Woodfield, 2016]. На примере высказываний из китайского реалити-шоу знакомств было установлено что, отказываясь от приглашения на свидание, китайки использовали ограниченный набор коммуникативных приемов ведения диалога. Их отказы в основном реализовывались с помощью тактик извинения и объяснения причин отказа. Стратегии прямого отказа использовались в незначительном количестве. Кроме того, китайки продемонстрировали широкое использование в речи дискурсивных маркеров вежливости. В качестве одного из результатов исследования авторы отмечают возможное влияние жанра реалити-шоу на поведение китайских женщин в реальной коммуникации с противоположным полом.

Информативным объектом исследований с точки зрения воздействия на массовую аудиторию в контексте диалога является имидж ведущего телешоу. В статье «Образ телеведущего и его восприятие молодой аудиторией (межкультурное исследование: Чехия / Кыргызстан)» чешский исследователь Т. Искандерова описывает факторы, влияющие на успешность телеинтервью и его популярность среди молодежи [Iskanderova, 2022]. Коммуникативное поведение ведущего характеризуется по таким параметрам, как темп и интонация речи, особенности мимики и жесты ку-

ляции, тональность общения (формальный / неформальный стиль), а также наличие распространенных высказываний и элементов юмора. Согласно результатам исследования, вербальное и невербальное поведение ведущих является одним из главных факторов, влияющих на популярность телешоу. Стиль общения ведущего всегда адаптирован к формату телепередачи и целевой аудитории (учитываются гендерный, профессиональный и культурный критерии).

Широкое освещение при описании диалогических телевизионных жанров получило политическое интервью. Внимание исследователей сосредоточено на построении кооперативного и конфликтного диалога в формате интервью. Например, в исследовании греческих ученых Л. Гиалабуки, Т.-С. Павлиду «За границами ответа: использование интервьюируемыми вопросов в телевизионных политических интервью» рассматриваются речевые практики интервьюируемых [Gialabouki, Pavlidou, 2019]. Особое внимание уделяется приемам реакции на неудобные и провокационные вопросы. В частности, авторы установили, что, отвечая на вопросы журналистов, интервьюируемые часто формулируют высказывание в вопросительной форме, минимизируя или оспаривая тем самым провокационные предположения в свой адрес.

Примером анализа политического интервью на ТВ может послужить статья Е. Зураускайте «Выражение невежливости в политических теледебатах», в которой исследуется категория невежливости в телевизионных политических дебатах, проводимых перед парламентскими выборами в Литве [Zurauskaite, 2021]. Результаты исследования показали, что невежливость во время политических теледебатов может выражаться как прямо, так и косвенно, причем эти приемы используются в относительно равной степени. Прямая невежливость представлена всеми функциональными типами предложений. Косвенная невежливость может проявляться на уровне различных языковых средств: инклюзивных форм, официальных обращений, иронии. Это говорит о том, что невежливость в контексте политического телевизионного диалога представляет собой культурно-речевое явление, характеризующееся разнообразными творческими способами ис-

пользования языка для публичного умаления политических оппонентов.

Отметим также работы, посвященные исследованию имитации диалога в монологических жанрах на примере политического дискурса. В статье «Позиция и диалогичность в прощальных обращениях Барака Обамы и Джорджа Буша к жителям Америки: эффективность, эпистемичность и (контрастное) отрицание» испанский исследователь Л. Идальго-Даунинг описывает особенности прощальных речей Барака Обамы и Джорджа Буша, в частности, выявляет лингвистические маркеры, обозначающие позицию президентов (“stance”) по отношению к различным событиям и темам, а также языковые приемы, позволяющие выразить согласие / несогласие с общественностью [Hidalgo-Downing 2021]. Анализ речей показал, что стиль интерактивной позиции Б. Обамы можно назвать в высшей степени диалогичным, сочетающим в себе маркеры директивности и контрастивно-отрицания. Директивность используется для непосредственного взаимодействия с аудиторией и как способ убеждения общества принять определенные меры в отношении будущего Америки. Стиль интерактивной позиции Дж. Буша характеризуется наличием высказываний, основанных на деонтической модальности – лингвистической категории, указывающей, каким должен быть мир в соответствии с определенными нормами, ожиданиями и желаниями говорящего. Данный прием позволяет сконцентрировать внимание общественности на том, что позиция президента по отношению к Америке сводится к главной цели – обеспечить ее национальную безопасность.

Выводы

На основании представленного обзора публикаций можно выделить следующие подходы к анализу диалогической коммуникации в онлайн-пространстве и на ТВ: 1) структурно-семантический и функциональный (изучение общих принципов построения диалога, функции журналистов в онлайн-интервью); 2) коммуникативно-прагматический (продвижение товаров и услуг, воздействие на потребителя посредством диалогической коммуникации, воз-

действие на массовую аудиторию через трансляцию коммуникативных моделей поведения, навязывание штампов и клише); 3) коммуникативно-стратегический (планирование коммуникативного сюжета телешоу / политического интервью, построение имиджа на ТВ); 4) аксиологический (оценочный и эмотивный компонент диалога); 5) имитационно-прагматический (исследование феномена имитации диалога в монологических жанрах). Необходимо подчеркнуть, что с развитием социальных сетей и появлением новых жанров медиа количество исследований неуклонно растет, а сама область медиадискурса становится все более перспективной с точки зрения лингвистического анализа, поскольку язык воздействует на массовое сознание, а значит, отчасти формирует ту реальность, в которой мы живем.

ПРИМЕЧАНИЯ

¹ Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ, проект № 22-28-01963 «Диалогическая коммуникация в новых медийных практиках: социокультурная, прагматическая 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 Здесь и далее перевод А.С. Герасимовой.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Баделина М. В., 1997. Отношения согласия между репликами диалогических единств : дис. ... канд. филол. наук. Иваново. 174 с.
- Баранов А. Н., Крейдлин Г. Е., 1992а. Иллокутивное вынуждение в структуре диалога // Вопросы языкознания. № 2. С. 84–99.
- Баранов А. Н., Крейдлин Г. Е., 1992б. Структура диалогического текста: лексические показатели минимальных диалогов // Вопросы языкознания. № 3. С. 8–17.
- Бахтин М. М., 1986а. Проблема текста в лингвистике, филологии и других гуманитарных науках // Бахтин М. М. Литературно-критические статьи / сост. С. Бочаров, В. Кожин. М. : Худ. лит. С. 473–500.
- Бахтин М. М., 1986б. Эстетика словесного творчества. М. : Искусство. 445 с.
- Бахтин М. М., 1997. Проблема текста в лингвистике, филологии и других гуманитарных науках.

- Опыт философского анализа // Бахтин М. М. Русская словесность. От теории словесности к структуре текста. Антология / под ред. В. П. Нерознака. М. : Academia. С. 227–249.
- Борисова И. Н., 2009. Русский разговорный диалог: структура и динамика. М. : Либроком. 320 с.
- Булыгина Т. В., Шмелев А. Д., 1997. Языковая концептуализация мира (на материале русской грамматики). М. : Яз. рус. культуры. 576 с.
- Виноградов В. В., 1980. О языке художественной прозы. Избранные труды. М. : Наука. 360 с.
- Демьянков В. З., 1991. Тайна диалога // Диалог: теоретические проблемы и методы исследования : сб. науч.-аналит. обзоров / отв. ред. Н. А. Безменова. М. : ИНИОН. С. 11–44.
- Дускаева Л. Р., 2020. Диалогичность // Медиалингвистика в терминах и понятиях : слов.-справ. / под ред. Л. Р. Дускаевой ; редкол.: В. В. Васильева, Ю. М. Коняева, А. А. Малышев, Т. Ю. Редькина. М. : Флинта. С. 32–38.
- Казаковская В. В., 2004. Вопросо-ответные единства в диалоге «взрослый-ребенок» // Вопросы языкознания. № 2. С. 89–107.
- Кристева Ю., 2004. Слово, диалог и роман // Избранные труды : Разрушение поэтики. М. : РОС-СПЭН. С. 165–193.
- Макаров М. Л., 2003. Основы теории дискурса. М. : Гнозис. 280 с.
- Падучева Е. В., 1982. Прагматические аспекты связности диалога // Известия АН СССР. Серия литературы и языка. Т. 41, № 4. С. 305–313.
- Сухих С. А., 1994. Методология и методы исследования диалога // Диалог глазами лингвиста : сб. науч. тр. / редкол. : Г. П. Немец (отв. ред.) [и др]. Краснодар : КГУ. С. 39–47.
- Федотова Н. В., 2006. Семантика и структура диалогического текста в системе русского языка (на примере телевизионных передач) : дис. ... канд. филол. наук. Тамбов. 353 с.
- Цирельсон Н. Ю., 2002. Взаимодействие иницирующих реплик и реплик-реакций в диалоге: на материале современного английского языка : дис. ... канд. филол. наук. М. 195 с.
- Ширяев Е. Н., 2001. Семантико-синтаксическая структура разговорного диалога // Русский язык в научном освещении. № 1 (1). С. 132–147.
- Якобсон Р. О., 1975. Лингвистика и поэтика // Структурализм «за» и «против». М. : Прогресс. С. 193–230.
- Якубинский Л. П., 1986. О диалогической речи // Избранные работы. Язык и его функционирование / под ред. А. А. Леонтьева. М. : Наука. С. 17–58.
- Barcelos R. H., Dantas D. C., Sénécal S., 2018. Watch Your Tone: How a Brand's Tone of Voice on Social Media Influences Consumer Responses // Journal of Interactive Marketing. Vol. 41. P. 60–80. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.intmar.2017.10.001>
- Bilgiler H. A., Kocaömer C., 2020. Instagram in the Context of Dialogic Communication: A Content Analysis for Top Performing Brands on Instagram // Global Media Journal. Vol. 10, iss. 20. P. 114–129.
- Gialabouki L., Pavlidou T-S., 2019. Beyond Answering: Interviewees' Use of Questions in TV Political Interviews // Journal of Pragmatics. Vol. 151. P. 18–29. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.pragma.2019.07.014>
- Gillen J., Merchant G., 2013. Contact Calls: Twitter as a Dialogic Social and Linguistic Practice // Language Sciences. Vol. 35. P. 47–58. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.langsci.2012.04.015>
- Grice H. P., 1975. Logic and Conversation // Syntax and Semantics. Vol. 3. Speech Acts / ed. by P. Cole, J. L. Morgan. N. Y. : Academic Press. P. 41–58.
- Hebla M. R., Rahal F., 2022. Organizational Dialogic Communication and Engagement: Examining the Relationship Between Dialogic Strategies and Facets of User Engagement in Nonprofit Sport Organizations // International Journal of Sports Science. Vol. 12, iss. 3. P. 61–72. DOI: [10.5923/j.sports.20221203.02](https://doi.org/10.5923/j.sports.20221203.02)
- Henne H., Rehbock H., 1982. Einführung in die Gesprächsanalyse. Berlin ; N. Y. : [s. n.]. 300 p.
- Hidalgo-Downing L., 2021. Stance and Dialogicity in Barack Obama and George W. Bush's Farewell Addresses to the Nation: Effectivity, Epistemicity and (Contrastive) Negation // Journal of Pragmatics. Vol. 185. P. 93–107. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.pragma.2021.08.010>
- Hundsnurscher F., 1994. Dialog-Typologie. Handbuch der Dialoganalyse / Hrsg. von G. Fritz, F. Hundsnurscher. Tübingen. 298 p.
- Iskanderova T., 2022. TV Moderator's Image and Its Perception by Young Audience (Intercultural Study Czech Republic/Kyrgyzstan) // Conference: EUSOC 2009 : Conference Materials. URL: https://www.researchgate.net/publication/359788994_TV_moderator's_image_and_its_perception_by_young_audience_intercultural_study_czech_republickyrgyzstan
- Johann M., Wolf C., Godulla A., 2021. Managing Relationships on Facebook: A Long-Term Analysis of Leading Companies in Germany // Public Relations Review. Vol. 47 (3). P. 1–12. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2021.102044>
- Jovanovic D., Van Leeuwen T. J., 2018. Multimodal Dialogue on Social Media // Social Semiotics. Vol. 28 (5). P. 683–699. DOI: <https://doi.org/10.1080/10350330.2018.1504732>
- Koishigulova D. M., Karagoishiyeva D. A., Dosanova A. M., Abdirkenova A. K., 2014. TV-Institutional

- Communication as a Social and Cultural Point in the Communication (Based on German and Kazakh Talk Shows) // *Procedia – Social and Behavioral Sciences*. Vol. 114. P. 649–653. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.12.762>
- Leech G. N., 1983. *Principles of Pragmatics*. London ; N. Y. : Longman. 250 p.
- López Hidalgo A., Fernández Barrero M. A., 2015. Online Collective Interviews: Converging Media and Active Audiences. Possibilities and Challenges for Readers' Participation // *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*. Vol. 21 (1). P. 353–367. DOI: 10.5209/rev-ESMP.2015.v21.n1.49099
- Ren W., Woodfield H., 2016. Chinese Females' Date Refusals in Reality TV Shows: Expressing Involvement or Independence? // *Discourse, Context & Media*. Vol. 13, Pt. B. P. 89–97. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.dcm.2016.05.008>
- Sacks H., 1992. *Lectures on Conversation*. In 2 Vols. / ed. by G. Jefferson. Blackwell. 580 p.
- Sacks H., Schegloff E. A., Jefferson G., 1974. A Simplest Systematics for the Organization of Turntaking for Conversation // *Language*. Vol. 50. P. 696–735.
- Sandig B., 1983. Zwei Gruppen von Gesprächsstilen. Ichzentrierter versus duzentrierter Partnerbezug // *Stilistik*. Bd.II. Gesprächsstile / Hrsg. von B. Sandig. Hildesheim ; Zurich ; N. Y. : [s. n.].
- Schegloff E. A., 1972. Sequencing in Conversational Openings // *Advances in the Sociology of Language*. Vol. 2. The Hague : Mouton . P. 91–125.
- Schwitalla J., 1979. *Dialogsteuerung in Interviews*. Munchen. 350 p.
- Sundstrom B., Levenshus A. B., 2017. The Art of Engagement: Dialogic Strategies on Twitter // *Journal of Communication Management*. Vol. 21 (1). P. 17–33. DOI: <https://doi.org/10.1108/JCOM-07-2015-0057>
- Van Dijk T. A., 1984. *Prejudice in Discourse: An Analysis of Ethnic Prejudice in Cognition and Conversation*. Amsterdam ; Philadelphia : J. Benjamins Co. 172 p.
- Wang Y., Yang Y., 2019. Dialogic Communication on Social Media: How Organizations Use Twitter to Build Dialogic Relationships with Their Publics // *Computers in Human Behavior*. Vol. 104. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.chb.2019.106183>
- Zurauskaite E., 2021. Expressing Impoliteness in Political TV Debates // *Lietuvių kalba*. Vol. 16. P. 153–177. DOI: <https://doi.org/10.15388/LK.2021.8>
- the Utterances of Dialogical Units. Cand. philol. sci. diss.]. Ivanovo. 174 p.
- Baranov A.N., Kreydlin G.E., 1992a. Illokutivnoe vyzhdenie v strukture dialoga [Illocutionary Necessiation in the Dialogue Structure]. *Voprosy yazykoznanija* [Topics in the Study of Language], no. 2, pp. 84-99.
- Baranov A.N., Kreydlin G.E., 1992b. Struktura dialogicheskogo teksta: leksicheskie pokazateli minimalnykh dialogov [The Structure of a Dialogic Text: Lexical Markers of Minimal Dialogues]. *Voprosy yazykoznanija* [Topics in the Study of Language], no. 3, pp. 8-17.
- Bakhtin M.M., 1986a. Problema teksta v lingvistike, filologii i drugih gumanitarnykh naukakh [The Problem of the Text in Linguistics, Philology and Other Humanitarian Sciences]. Bakhtin M.M. *Literaturno-kriticheskie statyi* [Literary Critical Articles]. Moscow, Hud. lit. Publ., pp. 473-500.
- Bakhtin M.M., 1986b. *Estetika slovesnogo tvorchestva* [Aesthetics of Verbal Creativity]. Moscow, Iskusstvo Publ. 445 p.
- Bakhtin M.M., 1997. Problema teksta v lingvistike, filologii i drugih gumanitarnykh naukakh. Opyt filosofskogo analiza [The Problem of the Text in Linguistics, Philology and Other Humanitarian Sciences. Experience of Philosophical Analysis]. Bakhtin M.M. *Russkaya slovesnost. Ot teorii slovesnosti k strukture teksta. Antologiya* [Russian Literature. From the Literature Theory to the Structure of the Text. Anthology]. Moscow, Academia Publ., pp. 227-249.
- Borisova I.N., 2009. *Russkiy razgovornyy dialog: struktura i dinamika* [Russian Speech Dialogue: The Structure and Dynamics]. Moscow, Librokom Publ. 320 p.
- Bulygina T.V., Shmelev A.D., 1997. *Yazykovaya kontseptualizatsiya mira (na materiale russkoy grammatiki)* [Linguistic Conceptualization of the World (Based on the Material of Russian Grammar)]. Moscow, Yaz. rus. kultury Publ. 576 p.
- Vinogradov V.V., 1980. *O yazyke khudozhestvennoy prozy: Izbrannye trudy* [About the Language of Fiction: Selected Works]. Moscow, Nauka Publ. 360 p.
- Demyankov V.Z., 1991. Tayna dialoga [The Mystery of a Dialogue]. Bezmenova N.A., ed. *Dialog: teoreticheskie problemy i metody issledovaniya: sb. nauch.-analit. obzorov* [Dialogue: Theoretical Problems and Research Methods: Collection of Scientific and Analytical Reviews]. Moscow, INION Publ., pp. 11-44.
- Duskaeva L.R., 2020. Dialogichnost [Dialogueness]. Duskaeva L.R., Vasilyeva V.V., Konyaeva Yu.M., Malyshev A.A., Redkina T.Yu., eds.

REFERENCES

Badelina M.V., 1997. *Otnosheniya soglasiya mezhdu replikami dialogicheskikh edinstv: dis. ... kand. filol. nauk* [The Relations of Agreement Between

- Medialingvistika v terminakh i ponyatiyakh: slov.-sprav.* [Medialinguistics in Terms and Concepts. Reference Dictionary]. Moscow, Flinta Publ., pp. 32-38.
- Kazakovskaya V.V., 2004. Voprosy-otvetnye edinstva v dialoge “vzroslyy-rebenok” [Question-Answer Units in the Dialogue “Adult-Child”]. *Voprosy yazykoznaniiya* [Topics in the Study of Language], no. 2, pp. 89-107.
- Kristeva Yu., 2004. Slovo, dialog i roman [A Word, a Dialogue and a Novel]. *Izbrannye trudy: Razrushenie poetiki* [Selected Works: Destruction of Poetics]. Moscow, ROSSPEN Publ., pp. 165-193.
- Makarov M.L., 2003. *Osnovy teorii diskursa* [Basics of the Discourse Theory]. Moscow, Gnozis Publ. 280 p.
- Paducheva E.V., 1982. Pragmaticheskie aspekty svyaznosti dialoga [Pragmatic Aspects of Dialogue Coherence]. *Izvestiya AN SSSR. Seriya literatury i yazyka* [Proceedings of the Academy of Sciences of the USSR], vol. 41, no. 4, pp. 305-313.
- Sukhikh S.A., 1994. Metodologiya i metody issledovaniya dialoga [Methodology and Methods of Study of the Dialogue]. Nemeč G.P. et al., eds. *Dialog glazami lingvista: sb. nauch. tr.* [Dialogue in Linguist's Eyes. Collection of Scientific Works]. Krasnodar, KGU, pp. 39-47.
- Fedotova N.V., 2006. *Semantika i struktura dialogicheskogo teksta v sisteme russkogo yazyka (na primere televizionnykh peredach): dis. ... kand. filol. nauk* [Semantics and Structure of a Dialogic Text in the System of Russian Language (Based on the Example of TV Programs). Cand. philol. sci. diss.]. Tambov. 353 p.
- Tsirelson N.Yu., 2002. *Vzaimodeystvie initsiiruyushchikh replik i replik-redaktsiy v dialoge: na materiale sovremennogo angliyskogo yazyka: dis. ... kand. filol. nauk* [Interaction of Initiating Utterances and Editing Utterances in a Dialogue: Based on the Material of Modern English Language. Cand. philol. sci. diss.]. Moscow. 195 p.
- Shiryaev E.N., 2001. Semantiko-sintaksicheskaya struktura razgovornogo dialoga [Semantic and Syntactical Structure of a Speech Dialogue]. *Russkiy yazyk v nauchnom osveshchenii* [Russian Language and Linguistic Theory], no. 1 (1), pp. 132-147.
- Yakobson R.O., 1975. Lingvistika i poetika [Linguistics and Poetics]. *Strukturalizm «za» i «protiv»* [Structuralism “For” and “Against”]. Moscow, Progress Publ., pp. 193-230.
- Yakubinskiy L.P., 1986. O dialogicheskoy rechi [About Dialogical Speech]. *Izbrannye raboty. Yazyk i ego funktsionirovanie* [L.P. Yakubinskiy. Selected Works. Language and Its Functioning]. Moscow, Nauka Publ., pp. 17-58.
- Barcelos R.H., Dantas D.C., Sénécals S., 2018. Watch Your Tone: How a Brand's Tone of Voice on Social Media Influences Consumer Responses. *Journal of Interactive Marketing*, vol. 41, pp. 60-80. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.intmar.2017.10.001>
- Bilgiler H.A., Kocaömer C., 2020. Instagram in the Context of Dialogic Communication: A Content Analysis for Top Performing Brands on Instagram. *Global Media Journal*, vol. 10, iss. 20, pp. 114-129.
- Gialabouki L., Pavlidou T-S., 2019. Beyond Answering: Interviewees' Use of Questions in TV Political Interviews. *Journal of Pragmatics*, vol. 151, pp. 18-29. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.pragma.2019.07.014>
- Gillen J., Merchant G., 2013. Contact Calls: Twitter as a Dialogic Social and Linguistic Practice. *Language Sciences*, vol. 35, pp. 47-58. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.langsci.2012.04.015>
- Grice H.P., 1975. Logic and Conversation. Cole P., Morgan J.L., eds. *Syntax and Semantics*, vol. 3: Speech Acts. New York, Academic Press, pp. 41-58.
- Hebla M.R., Rahal F., 2022. Organizational Dialogic Communication and Engagement: Examining the Relationship Between Dialogic Strategies and Facets of User Engagement in Nonprofit Sport Organizations. *International Journal of Sports Science*, vol. 12, iss. 3, pp. 61-72. DOI: 10.5923/j.sports.20221203.02
- Henne H., Rehbock H., 1982. *Einführung in die Gesprächsanalyse*. Berlin, New York, s.n. 300 p.
- Hidalgo-Downing L., 2021. Stance and Dialogicity in Barack Obama and George W. Bush's Farewell Addresses to the Nation: Effectivity, Epistemicity and (Contrastive) Negation. *Journal of Pragmatics*, vol. 185, pp. 93-107. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.pragma.2021.08.010>
- Hundsnurscher F., 1994. *Dialog-Typologie. Handbuch der Dialoganalyse*. Tübingen. 298 p.
- Iskanderova T., 2022. TV Moderator's Image and Its Perception by Young Audience (Intercultural Study Czech Republic/Kyrgyzstan). *Conference: EUSOC 2009: Conference Materials*. URL: https://www.researchgate.net/publication/359788994_TV_moderator's_image_and_its_perception_by_young_audience_intercultural_study_czech_republickyrgyzstan
- Johann M., Wolf C., Godulla A., 2021. Managing Relationships on Facebook: A Long-Term Analysis of Leading Companies in Germany. *Public Relations Review*, vol. 47 (3), pp. 1-12. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2021.102044>

- Jovanovic D., Van Leeuwen T.J., 2018. Multimodal Dialogue on Social Media. *Social Semiotics*, vol. 28 (5), pp. 683-699. DOI: <https://doi.org/10.1080/10350330.2018.1504732>
- Koishigulova D.M., Karagoishiyeva D.A., Dosanova A.M., Abdirkenova A.K., 2014. TV-Institutional Communication as a Social and Cultural Point in the Communication (Based on German and Kazakh Talk Shows). *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, vol. 114, pp. 649-653. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.12.762>
- Leech G.N., 1983. *Principles of Pragmatics*. London, New York, Longman. 250 p.
- López Hidalgo A., Fernández Barrero M.A., 2015. Online Collective Interviews: Converging Media and Active Audiences. Possibilities and Challenges for Readers' Participation. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, vol. 21 (1), pp. 353-367. DOI: <https://doi.org/10.5209/rev-ESMP.2015.v21.n1.49099>
- Ren W., Woodfield H., 2016. Chinese Females' Date Refusals in Reality TV Shows: Expressing Involvement or Independence? *Discourse, Context & Media*, vol. 13, pt. B, pp. 89-97. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.dcm.2016.05.008>
- Sacks H., 1992. *Lectures on Conversation. In 2 Vols.* Blackwell. 580 p.
- Sacks H., Schegloff E.A., Jefferson G., 1974. A Simplest Systematics for the Organization of Turntaking for Conversation. *Language*, vol. 50, pp. 696-735.
- Sandig B., 1983. Zwei Gruppen von Gesprächsstilen. Ichzentrierter versus duzentrierter Partnerbezug. Sandig B., Hrsg. *Stilistik. Bd.II. Gesprächsstile*. Hildesheim, Zurich, New York, s.n.
- Schegloff E.A., 1972. Sequencing in Conversational Openings. *Advances in the Sociology of Language. Vol. 2*. The Hague, Mouton, pp. 91-125.
- Schwitalla J., 1979. *Dialogsteuerung in Interviews*. Munchen. 350 p.
- Sundstrom B., Levenshus A.B., 2017. The Art of Engagement: Dialogic Strategies on Twitter. *Journal of Communication Management*, vol. 21 (1), pp. 17-33. DOI: <https://doi.org/10.1108/JCOM-07-2015-0057>
- Van Dijk T.A., 1984. *Prejudice in Discourse: An Analysis of Ethnic Prejudice in Cognition and Conversation*. Amsterdam, Philadelphia, J. Benjamins Co. 172 p.
- Wang Y., Yang Y., 2019. Dialogic Communication on Social Media: How Organizations Use Twitter to Build Dialogic Relationships with Their Publics. *Computers in Human Behavior*, vol. 104. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.chb.2019.106183>
- Zurauskaite E., 2021. Expressing Impoliteness in Political TV Debates. *Lietuvių kalba*, vol. 16, pp. 153-177. DOI: <https://doi.org/10.15388/LK.2021.8>

Information About the Authors

Oxana S. Issers, Doctor of Sciences (Philology), Professor, 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>

Anastasia S. Gerasimova, Candidate of Sciences (Philology), Researcher, Department of Theoretical and Applied Linguistics, Dostoevsky Omsk State University, Prosp. Mira, 55a, 644077 Omsk, Russia; Associate Professor, Graduate School of Linguistics and Pedagogy, Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University, Polytekhnikeskaya St, 29, 195251 Saint Petersburg, Russia, nastasi_09@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0002-0857-4151>

Информация об авторах

Оксана Сергеевна Иссерс, доктор филологических наук, профессор, заведующий 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>

Анастасия Сергеевна Герасимова, кандидат филологических наук, научный сотрудник кафедры теоретической и прикладной лингвистики, Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского, просп. Мира, 55а, 644077 г. Омск, Россия; доцент Высшей школы лингвистики и педагогики, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, ул. Политехническая, 29, 195251 г. Санкт-Петербург, Россия, nastasi_09@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0002-0857-4151>