

1

Камеровский
государственный
университет
Объединяем
знания и людей

2782-4799 (print)
2782-4802 (online)

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

Том 1 № 3
2022

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

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

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

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

Издается с 2022 года. Выходит 4 раза в год.

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

Адрес редакции: Россия, Кемеровская область – Кузбасс, 650000, г. Кемерово, ул. Красная, 6; jsocnet@mail.ru

Позиция редакции может не совпадать с мнением авторов.

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

Журнал включен в Российский индекс научного цитирования.

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

Статьи распространяются на условиях лицензии CC BY 4.0 International License.

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

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

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

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

Founded in 2022. Published 4 times a year.

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

Editorial Office Address: 6, Krasnaya St., Kemerovo, Kemerovo region (Kuzbass), Russia, 650000; jsocnet@mail.ru

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

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

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

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

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

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

16+

Контакты для сотрудничества / Contacts for co-operation:

Голев Николай Данилович, главный редактор.
Nikolay D. Golev, Editor-in-Chief.
ngolevd@mail.ru

Ким Лидия Густовна, заместитель главного редактора.
Lidia G. Kim, Vice Editor-in-Chief.
kimli09@mail.ru



Главный редактор



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

Заместитель главного редактора



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

Редакционная коллегия / Editorial board



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



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



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



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



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



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



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



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



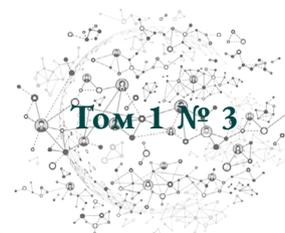
Рабенко Татьяна Геннадьевна
д-р филол. наук, проф., КемГУ (Кемерово,
Россия).
Tatiana G. Rabenko, Dr.Sci.(Philol.), Prof.,
Kemerovo State University (Kemerovo, Russia).

Над выпуском работали:

Литературный редактор и корректор – Л. С. Старикова.
Литературный редактор (английский язык) – Н. В. Рабкина.
Верстка и дизайн – Н. В. Митько.

Literary editors and Proof-reader – L. S. Starikova.
Literary editor (Eng.) – N. V. Rabkina.
Layout and design – N. V. Mitko.

VIRTUAL COMMUNICATION & SOCIAL NETWORKS ВИРТУАЛЬНАЯ КОММУНИКАЦИЯ И СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ



Медиакоммуникации и журналистика

Комплексный подход к оценке
достоверности информации
в сетевых СМИ

Блинова М. Д., Соломин В. Е. 107

Социальная сеть ВКонтакте как инструмент
формирования профессиональных
компетенций студентов вуза (на примере
направления Журналистика)

Дзвоник В. П. 114

Междисциплинарные исследования языка

Французский язык открывает двери
в мир франкофонной политологии

Бушев А. Б. 118

Интернет-мемы в сетевой коммуникации
(на материале сайтов с развлекательным
содержанием)

Дашкова С. Ю. 130

Лингвопрагматические особенности
франкоязычного интернет-комментария
(на примере политической новостной
статьи)

Рольгайзер А. А. 136

Новые дискурсивные практики в социальных сетях

Beauty- и fashion-блоги: трудности перевода

Рабкина Н. В., Бахтина Л. С. 143

Реконструкция интерпретационного
уровня в структуре языковой личности
как участника виртуальной диалогической
коммуникации

Шпильная Н. Н., Скубиёва Е. Н. 150

Психология и социология виртуальной коммуникации

Феноменология электронного
академического обмана в студенческой
среде

Клопкова Е. А., Микляева А. В. 155

Нарратив как технология вовлечения
в социально-психологические группы
ВКонтакте

Рогова Е. Н., Яницкий Л. С. 161

Media Communications and Journalism

Comprehensive Approach to Assessing the
Reliability of Information in Online Media

Blinova M. D., Solomin V. E. 107

Vkontakte Social Network
as a Tool of Professional Skills Development
in University Students (the example
of the educational standard Journalism)

Dzvonik V. P. 114

Interdisciplinary Linguistics

French Politology via the French Language

Bouchev A. B. 118

Internet Memes in Network Communication:
English Entertainment Sites

Dashkova S. Yu. 130

Internet Comments to French Political News:
Linguapragmatic Features

Rolgayzer A. A. 136

New Discursive Practices in Social Networks

Beauty- and Fashion-Blogs: Lost
in Translation

Rabkina N. V., Bakhtina L. S. 143

Reconstruction of the Interpretive Level
in the Structure of a Linguistic Personality
as a Participant of Virtual Dialogic
Communication

Shpilnaya N. N., Skubieva E. N. 150

Psychology and Sociology of Virtual Communication

Phenomenology of Digital Academic
Dishonesty at University

Klopкова E. A., Miklyayeva A. V. 155

Narrative as Involvement Technology:
Socio-Psychological Groups in VKontakte
Social Net

Rogova E. N., Yanitskiy L. S. 161

Оригинальная статья

Комплексный подход к оценке достоверности информации в сетевых СМИ

Блинова Мария Дмитриевна

Кемеровский государственный университет
Кемерово, Россия

Соломин Валентин Евгеньевич

Кемеровский государственный университет
Кемерово, Россия
solominve@yandex.ru

Поступила в редакцию 01.08.2022. Принята после рецензирования 22.08.2022. Принята в печать 25.08.2022.

Аннотация: Предложен комплексный подход к оценке достоверности информации в сетевых СМИ и апробирован на медиатекстах интернет-порталов РБК и РИА Новости. Он разработан на основе разрозненных представлений медиаисследователей о качественном содержании публикаций СМИ и включает критерии: 1) явные (внешние) характеристики издания: позиционирование на медиарынке, профессиональные характеристики состава редакции СМИ, дискурс вокруг деятельности издания; 2) латентные (скрытые) характеристики издания: система ценностей, или идеология средства массовой информации, проявляющаяся в формировании медиапостовки и авторском стиле отдельно взятых медиатекстов; 3) соотношение целей и интересов СМИ и аудитории: тип и вид информации, коммуникативные цели сообщений, отсутствие конфликта между элементами медиатекста (вербальных и невербальных (визуальных)), точность, полнота, достаточность информации (использование большого количества имен собственных, наличие ссылок на достоверные источники информации, соблюдение логики при выдвигании и развитии гипотез). В результате анализа 20 медиатекстов сделан вывод о возможности применения данного подхода к анализу сетевых СМИ, он отличается объективностью и призван оценить достоверность не только отдельно взятого медиатекста (третья группа критериев), но и средства массовой информации в целом.

Ключевые слова: сетевая журналистика, объективность информации, достоверность информации, анализ медиатекста, журналистский текст, проверка достоверности информации

Цитирование: Блинова М. Д., Соломин В. Е. Комплексный подход к оценке достоверности информации в сетевых СМИ. *Виртуальная коммуникация и социальные сети*. 2022. Т. 1. № 3. С. 107–113.

full article

Comprehensive Approach to Assessing the Reliability of Information in Online Media

Maria D. Blinova

Kemerovo State University
Kemerovo, Russia

Valentin E. Solomin

Kemerovo State University
Kemerovo, Russia
solominve@yandex.ru

Received 1 Aug 2022. Accepted after peer review 22 Aug 2022. Accepted for publication 25 Aug 2022.

Abstract: The article proposes a comprehensive approach to assessing the reliability of information in online media. The approach was tested on twenty Internet media texts published on the RBC and RIA Novosti news portals. The approach is based on separate ideas of media researchers about the qualitative content of media publications. It includes the following criteria: 1) explicit (external) position of the publication in the media market, e.g., professionalism of the editorial staff, discourse that surrounds the media, etc.; 2) latent (hidden) characteristics of the publication, i.e., its value system, ideology, media message, style, etc.; 3) goals and interests of the media vs. those of the audience, e.g.,

type of information, communicative goals, conflict between verbal and non-verbal content, accuracy, completeness, sufficiency, references, links to reliable sources, logical nomination and hypotheses development, etc. This approach proved to be objective as it is able to assess both individual texts and the whole media source.

Keywords: network journalism, objectivity of information, reliability of information, analysis of media text, journalistic text, verification of the reliability of information

Citation: Blinova M. D., Solomin V. E. Comprehensive Approach to Assessing the Reliability of Information in Online Media. *Virtual Communication and Social Networks*, 2022, 1(3): 107–113

Введение

Достоверность информации относится к основным требованиям, предъявляемым к информации СМИ, наряду с точностью, наличием ссылок на источники, разграничением фактов и мнений, а также плюрализмом в представлении точек зрения. По мнению Г. С. Мельник, К. Е. Виноградовой и Р. П. Лисеева, «основной заботой журналиста является обоснование и достоверность предъявляемых фактов» [Мельник и др. 2015: 56].

Достоверная информация обладает «объективным характером. Под объективностью информации в современной теории и практике журналистики понимается ее совпадение с содержанием объекта отображения. Чем полнее и глубже такая информация отображает интересующее нас явление, тем она объективнее» [Тертычный 2018: 113]. Именно поэтому вопрос достоверности является важным и острым не только в теории журналистики, но и в ее практике.

В условиях информационного общества в деятельности журналистов происходит смещение фокуса с объективности и достоверности информации на оперативность ее подачи аудитории, следовательно, меняется и характер влияния информации непосредственно на аудиторию. Каждый день публикуется все больше медиатекстов, но все меньшее их число представляет качественную и проверенную информацию, что обосновывает необходимость выработки комплексного подхода к оценке достоверности журналистских текстов на основе имеющихся систем оценки достоверности информации.

Под медиатекстом в данной работе понимаем разновидность текста, принадлежащую массовой информации, характеризующуюся особым типом автора, специфической текстовой модальностью, рассчитанную на массовую аудиторию [Солганик 2005: 15].

Объект исследования – достоверность как свойство и показатель качества журналистской информации. Предмет – критерии оценки достоверности информации и способы ее проверки. Цель – выработка комплексного подхода к оценке достоверности журналистских текстов в сетевых СМИ на основе имеющихся систем оценки достоверности информации.

Современные исследователи сферы медиа формируют ряд систем оценки достоверности информации.

А. П. Суходолов, В. А. Маренко и В. Е. Ложников предлагают иерархическую модель, суть которой заключается в том, что достоверность информации, представляемая СМИ, зависит от добросовестности и профессионализма журналиста. Авторская информация об исследуемых объектах несколько отличается от собственной информации, присущей объектам. Журналисты вносят в информационные продукты субъективизм, искажая реальную информацию об описываемом объекте намеренно или нет. Искажение информации происходит и далее. Субъекты воспринимают авторскую информацию не в полном объеме. Искажение в этом случае обусловлено свойствами окружающей среды и состоянием органов чувств воспринимающего субъекта [Суходолов и др. 2020].

Г. В. Чевозерова предлагает следующие основания для проверки информации на достоверность, или истинность:

- 1) «возможность подтверждения описываемого события или явления фотографиями, видеозаписями, аудиозаписями, документами и ссылками на авторитетные источники информации;
- 2) наличие логики построения материала в соответствии с выдвигаемыми гипотезами или предположениями;
- 3) прогностическое определение дискурса вокруг публикуемой информации;
- 4) выявление транслируемых ценностей;
- 5) возможность сопоставления личного восприятия автора медиатекста с фактологическими сведениями, а также определение преобладающего характера публикации;
- 6) определение преобладающего акцента на социальный опыт, научное или религиозное знание у автора журналистского текста;
- 7) возможность доказать достоверность публикуемых данных с позиций логики и практики» [Чевозерова 2016].

Другой подход к оценке достоверности информации предлагает А. В. Белоедова, используя при этом научные исследования, профессионально-этические документы, журналистский опыт, фактчекинг и собственные

наблюдения. Исследователь включает в систему оценки следующие элементы:

- 1) тип и идеология изданий, формирующие особый образ реальной действительности;
- 2) коммуникативные цели сообщений, такие как информирование, предоставление проверенных данных, различного рода манипулирование и пр.;
- 3) возможность подтверждения истинности данных путем их сопоставления с предоставляемыми другими источниками;
- 4) репутация источников информации как авторитетных и наличие прямых ссылок на них непосредственно в медиатексте;
- 5) типы и виды информации, такие как факты, оценки, нормативы, мнения, гипотезы, прогнозы, версии, фактоиды, слухи, фейки; информация из вторых / третьих рук;
- 6) отсутствие противоречий между вербальной и невербальной составляющей медиатекста;
- 7) точность, полнота и достаточность предоставляемых сведений, напрямую зависящие от использования имен, географических названий, названий авторитетных организаций и подразделений, дат, цифр, статистических данных и т. д.;
- 8) прямые или опосредованные цитирования авторитетных источников информации: представителей государственных ведомств, экспертов, высокопоставленных лиц и специалистов в разных областях с указанием первоисточника. Достоверность в данном случае повысит также указание должностей и другой фактической информации, подтверждающей авторитетность источника информации [Белоедова 2018].

Проверка информации на достоверность является одной из самых важных задач журналиста, которая предотвращает распространение недостоверных сведений, формирование с их помощью неблагоприятного общественного мнения, искажение массового сознания и деформацию оценки предмета обсуждения. На наш взгляд, представленные системы оценки достоверности информации в СМИ не отвечают требованиям комплексного характера.

Методы и материалы

Использованы следующие методы исследования: структурный анализ, системный анализ и контент-анализ.

Материалом послужили медиатексты, представленные в деятельности интернет-портала РосБизнесКонсалтинг (РБК) и РИА Новости в период с 1 сентября 2021 г. по 1 января 2022 г. Для детального анализа суммарно методом случайной выборки отобрано 20 наиболее популярных по количеству просмотров медиатекстов (10 – с интернет-портала РБК, 10 – с РИА Новости).

Выбор сетевого издания РБК и сайта РИА Новости обусловлен, во-первых, масштабностью деятельности интернет-порталов, во-вторых, высоким индексом цитируемости в социальных сетях. Сайт РИА Новости является одним из лидеров Рунета среди информационных онлайн-ресурсов и самым цитируемым российским сетевым СМИ в социальных сетях по состоянию на октябрь 2021 г.

Так, по данным рейтинга популярности русскоязычных СМИ в социальных медиа, подготовленном компанией Brand Analytics, на март 2022 г. доля цитируемости РБК среди Топ-100 медиаплощадок составила 4,5 %, а индекс цитируемости за месяц – 348189; доля цитируемости РИА Новости среди Топ-100 медиаплощадок составила 8,5 %, а индекс цитируемости за месяц – 651640. Данный показатель означает, что интернет-порталы пользуются доверием у аудитории, следовательно, дискурс вокруг деятельности изданий положительный, интернет-СМИ воспринимаются аудиторией как достоверные и качественные (это соответствует заявленной главным редактором РБК информационной политике издания). Причем такое мнение очевидно укрепляется, поскольку в январе индекс цитируемости РБК в социальных сетях составлял 297373, а индекс цитируемости РИА Новости – 505491. Таким образом, доля публикаций материалов изданий аудиторией в социальных сетях выросла за два месяца на 50816 и 146149 единиц соответственно. Вероятно, такая популярность СМИ обусловлена, помимо публикации качественного контента, тематическим разнообразием медиатекстов.

Результаты

Ни одна из представленных выше систем оценки достоверности информации в средствах массовой информации не отвечает требованиям комплексного характера. Нами предпринята попытка выработки комплексного подхода к оценке достоверности как критерия важности и первостепенного свойства информации, соответственно – и качественного продукта журналистской деятельности, путем вычленения и последующей группировки, на наш взгляд, наиболее значимых критериев оценки из систем, разработанных А. П. Суходоловым, В. А. Маренко и В. Е. Ложниковым (иерархическая модель), Г. В. Чевозеровой и А. В. Белоедовой.

Предлагаемый нами комплексный подход включает в себя следующие группы критериев:

- 1) явные (внешние) характеристики издания: позиционирование на медиарынке, профессиональные характеристики состава редакции СМИ, дискурс вокруг деятельности издания;

- 2) латентные (скрытые) характеристики издания: система ценностей, или идеология средства массовой информации, проявляющаяся в формировании медиапункты и авторском стиле отдельных взятых медиатекстов;
- 3) соотношение целей и интересов СМИ и аудитории: тип и вид информации, коммуникативные цели сообщений, отсутствие конфликта между элементами медиатекста (вербальных и невербальных (визуальных)), точность, полнота, достаточность информации (использование большого количества имен собственных, наличие ссылок на достоверные источники информации, соблюдение логики при выдвижении и развитии гипотез).

Анализ медиатекстов интернет-портала РБК

Портал РБК – российское деловое издание, посвященное проблемам бизнеса, прогнозам и анализу тенденций российской и мировой экономики. РБК также публикует интервью с представителями российской и западной бизнес-элиты, опыт работы и достижения различных компаний. Особенность издания – публикация карт бизнеса и бизнес-расследований. По словам Валерия Игуменова, главного редактора РБК, издание рассказывает обо всем интересном и важном в экономике и бизнесе, а качественная и достоверная аналитика в свою очередь помогает принимать решения, управлять бизнесом, зарабатывать деньги. Таким образом, качество и достоверность информации в медиатекстах заявляется уже на уровне концепции и информационной политики портала.

Охарактеризовать профессионализм состава редакции РБК можно лишь отчасти: на сайте издания размещен список пишущих авторов, однако полные сведения представлены не обо всех журналистах. Несмотря на это, очевидно, что произведен качественный подбор авторов медиатекстов, поскольку портал дает представление о тематической специализации отдельных корреспондентов¹. К примеру, Александр Атасунцев: «Пишу про страны постсоветского пространства – крайне сложный регион, который может много рассказать о самих себе. В прошлом году почти два месяца не вылезал из Белоруссии во время протестов, работал на войне в Нагорном Карабахе. Со времен последнего раскола в православии, вызванного решением Константинопольского патриархата дать независимость украинской церкви, работает также с церковными темами»; Денис Ворошилов: «Выпускающий редактор политического выпуска. Журналист и редактор-новостник, 12 лет был репортером российского медиа в США и Великобритании. В РБК пришел уже во второй

раз – до этого работал в компании в начале 2000-х редактором новостной службы». Однако профессионализм корреспондентов, несмотря на отсутствие полных сведений о каждом из сотрудников, подтверждается, на наш взгляд, за счет высокого уровня цитируемости издания.

В результате анализа медиатекстов портала РБК (табл. 1), по второй и третьей группе критериев материалы издания можно считать достоверными. Все элементы текстов соответствуют критериям достоверности информации: присутствуют факты и мнения; медиатекст содержит цитирования, имена собственные, географические названия и названия авторитетных организаций; отсутствует конфликт текста и визуальных элементов публикации. Портал РБК сохраняет свой авторитет на медиарынке, являясь каналом распространения качественной и достоверной информации.

Анализ медиатекстов РИА Новости

РИА Новости – действующее информационное агентство. В качестве зарегистрированного СМИ, включая сетевое издание ria.ru, входит в медиагруппу «Россия сегодня» и является частью этого бренда. Агентство выпускает оперативные круглосуточные ленты новостей на 5 языках от корреспондентов в 125 городах мира и несколько десятков тематических лент. Ежедневно на лентах агентства появляется более 1500 сообщений, получать которые можно через онлайн-терминал, электронную почту, ftp-сервер или мобильное приложение.

РИА Новости обеспечивает свою аудиторию точной и оперативной информацией обо всех важнейших событиях в России и за рубежом, охватывая огромный пласт населения мира: по данным Google Analytics на апрель 2020 г. сайт ria.ru (флагман медиагруппы «Россия сегодня») установил абсолютный рекорд по аудитории: более 95 млн пользователей. Интернет-портал позиционируется на медиарынке как универсальное, качественное и достоверное СМИ («Мы видим свою миссию в создании актуальной и достоверной картины дня», – обозначено в брендбуке РИА Новости), порождая положительный дискурс вокруг своей деятельности. Несмотря на явную открытость аудитории, практически не представляется возможным охарактеризовать профессионализм состава редакции РИА Новости, т.к. портал не размещает информацию об авторах, а на сайте медиагруппы предоставлены сведения только о главном редакторе. Однако, на наш взгляд, профессионализм состава редакции подтверждается, во-первых, высоким индексом цитируемости материалов издания, во-вторых, широким охватом и стабильным ростом аудитории.

¹ РБК. Авторы. URL: <https://www.rbc.ru/authors> (дата обращения: 15.05.2022).

В результате анализа медиатекстов РИА Новости (табл. 2), по второй и третьей группе критериев материалы издания можно считать достоверными. Все элементы текстов соответствуют критериям достоверности информации: отсутствует недостоверная информация – фактоиды, фейки, слухи и т.д.; медиатекст содержит цитирования,

имена собственные, географические названия и названия авторитетных организаций; не наблюдается конфликт текста и визуальных элементов публикации. РИА Новости сохраняют свой авторитет на медиарынке и выполняют миссию по созданию актуальной и достоверной картины дня.

Табл. 1. Анализ достоверности информации в медиатекстах РБК
Tab. 1. Information reliability analysis: RBC news

№	Критерии Наименование публикации	Социальная значимость	Тип и вид информации	Коммуникативная цель	Критерии точности, полноты и достаточности сведений			Конфликт между вербальными и невербальными элементами материала
					1	2	3	
1	МВД назвало число погибших в ДТП с электросамокатами ²	высокая	факт	информирование	+	+	+	отсутствует
2	Турчак заявил о конституционном большинстве у единороссов в новой Думе ³	высокая	мнение	информирование	+	+	+	отсутствует
3	Саакашвили пожелал доброго утра «уже из Грузии спустя восемь лет» ⁴	высокая	мнение	информирование	+	+	+	отсутствует
4	В России началась перепись населения ⁵	высокая	факт	информирование	+	+	+	отсутствует
5	Санкт-Петербург решил не продлевать нерабочие дни	высокая	факт	информирование	+	+	+	отсутствует
6	Глава «Ритуала» рассказал о похоронных пиках из-за волн пандемии COVID-19 ⁷	высокая	мнение	информирование	+	+	+	отсутствует
7	Девелопера Худояна приговорили к шести годам лишения свободы ⁸	высокая	факт	информирование	+	+	+	отсутствует
8	«ВКонтакте» назвала Путина и Навального самыми обсуждаемыми людьми года ⁹	высокая	факт	информирование	+	+	+	отсутствует
9	Путин назвал важнейшую задачу России ¹⁰	высокая	мнение	информирование	+	+	+	отсутствует
10	Красную площадь решили закрыть на новогоднюю ночь ¹¹	высокая	факт	информирование	+	+	+	отсутствует

Прим.: 1 – Использование имен, названий авторитетных организаций, географических названий и статистических данных.

2 – Прямые и опосредованные цитирования.

3 – Ссылки на авторитетные источники, документы, гиперссылки.

² Полякова В. МВД назвало число погибших в ДТП с электросамокатами. РБК. 05.09.2021. URL: rbc.ru/society/05/09/2021/61341b5e9a7947aed5edf436 (дата обращения: 15.05.2022).

³ Турчак заявил о конституционном большинстве у единороссов в новой Думе. РБК. 20.09.2021. URL: rbc.ru/politics/20/09/2021/6148293e9a7947638246c1f0 (дата обращения: 15.05.2022).

⁴ Юшков М. Саакашвили пожелал доброго утра «уже из Грузии спустя восемь лет». РБК. 01.10.2021. URL: rbc.ru/politics/01/10/2021/6156a5e29a7947531d0a1b8a (дата обращения: 15.05.2022).

⁵ Демченко Н., Мартынова П. В России началась перепись населения. РБК. 15.10.2021. URL: rbc.ru/society/15/10/2021/6166cb889a794792d69cc941 (дата обращения: 15.05.2022).

⁶ Громова А. Санкт-Петербург решил не продлевать нерабочие дни. РБК. 05.11.2021. URL: rbc.ru/society/05/11/2021/618509bf9a79475bdfadd45b (дата обращения: 15.05.2022).

⁷ Кузнецова Е. Глава «Ритуала» рассказал о похоронных пиках из-за волн пандемии COVID-19. РБК. 15.11.2021. URL: rbc.ru/society/15/11/2021/618e57619a7947780da64d13 (дата обращения: 18.05.2022).

⁸ Калюков Е., Алехина М. Девелопера Худояна приговорили к шести годам лишения свободы. РБК. 25.11.2021. URL: rbc.ru/society/25/11/2021/619f997a9a7947a2eae50d63 (дата обращения: 18.05.2022).

⁹ Тютина В. «ВКонтакте» назвала Путина и Навального самыми обсуждаемыми людьми года. РБК. 10.12.2021. URL: rbc.ru/politics/10/12/2021/61b2e5029a79478f5a41c89c (дата обращения: 18.05.2022).

¹⁰ Тютина В. Путин назвал важнейшую задачу России. РБК. 23.12.2021. URL: rbc.ru/politics/23/12/2021/61c441c29a794758e8d3caae (дата обращения: 18.05.2022).

¹¹ Гордеев В. Красную площадь решили закрыть на новогоднюю ночь. РБК. 30.12.2021. URL: rbc.ru/society/30/12/2021/61cdb2bb9a7947849d34bb07 (дата обращения: 18.05.2022).

Табл. 2. Анализ достоверности информации в медиатекстах РИА Новости

Tab. 2. Information reliability analysis: RIA Novosti news

№	Критерии Наименование публикации	Социальная значимость	Тип и вид информации	Коммуникативная цель	Критерии точности, полноты и достаточности сведений			Конфликт между вербальными и невербальными элементами материала
					1	2	3	
1	В США заявили о способности мю-штамма коронавируса обходить защиту антител ¹²	высокая	факт	информирование	+	+	+	отсутствует
2	Талибы отвергли предложение лидера сопротивления в Панджшере ¹³	высокая	факт	информирование	+	+	+	отсутствует
3	В Совфеде пообещали чувствительный ответ на новые санкции США ¹⁴	высокая	факт	информирование	+	+	+	отсутствует
4	В ДНР заявили, что Киев на переговорах побил все рекорды по циничности ¹⁵	высокая	факт	информирование	+	+	+	отсутствует
5	Москвичи назвали Парк Горького самым лучшим местом для вечерних прогулок ¹⁶	высокая	мнение	информирование	+	+	+	отсутствует
6	«Зенит» получил предупреждение за нецензурные скандирования на матче ¹⁷	высокая	факт	информирование	+	+	+	отсутствует
7	Киноэкипаж вернулся в Россию после полета на МКС ¹⁸	высокая	факт	информирование	+	+	+	отсутствует
8	В Шереметьево пассажир попытался разбить иллюминатор в самолете ¹⁹	высокая	факт	информирование	+	+	+	отсутствует
9	Умерла актриса Нина Русланова ²⁰	высокая	факт	информирование	+	+	+	отсутствует
10	Россиянам дали четыре «противораковых» совета ²¹	высокая	факт	информирование	+	+	+	отсутствует

Прим.: 1 – Использование имен, названий авторитетных организаций, географических названий и статистических данных.

2 – Прямые и опосредованные цитирования.

3 – Ссылки на авторитетные источники, документы, гиперссылки.

Заключение

Огромное количество различной информации вокруг человека не только не улучшает или упрощает его жизнь, но даже усложняет, поскольку любая информация сегодня расценивается как товар. Причем товар дорогой,

не каждому доступный. Объяснение этому – социальное неравенство, усиливающееся в информационную эпоху. Социальный статус каждого отдельно взятого человека либо дает доступ к определенным источникам

¹² В США заявили о способности мю-штамма коронавируса обходить защиту антител. *РИА Новости*. 05.09.2021. URL: ria.ru/20210905/mu-1748785760.html (дата обращения: 23.05.2022).

¹³ Талибы отвергли предложение лидера сопротивления в Панджшере. *РИА Новости*. 05.09.2021. URL: ria.ru/20210905/afghanistan-1748796711.html (дата обращения: 23.05.2022).

¹⁴ В Совфеде пообещали чувствительный ответ на новые санкции США. *РИА Новости*. 22.09.2021. URL: ria.ru/20210922/sovfed-1751387407.html (дата обращения: 23.05.2022).

¹⁵ В ДНР заявили, что Киев на переговорах побил все рекорды по циничности. *РИА Новости*. 29.09.2021. URL: ria.ru/20210929/dnr-1752413911.html (дата обращения: 23.05.2022).

¹⁶ Москвичи назвали Парк Горького самым лучшим местом для вечерних прогулок. *РИА Новости*. 03.10.2021. URL: ria.ru/20211003/dosug-1752913198.html (дата обращения: 23.05.2022).

¹⁷ «Зенит» получил предупреждение за нецензурные скандирования на матче. *РИА Новости*. 07.10.2021. URL: rsport.ria.ru/20211007/zenit-1753598362.html (дата обращения: 26.05.2022).

¹⁸ Киноэкипаж вернулся в Россию после полета на МКС. *РИА Новости*. 17.10.2021. URL: ria.ru/20211017/kinoekipazh-1754945040.html (дата обращения: 26.05.2022).

¹⁹ В Шереметьево пассажир попытался разбить иллюминатор в самолете. *РИА Новости*. 07.11.2021. URL: ria.ru/20211107/samolet-1757985758.html (дата обращения: 26.05.2022).

²⁰ Умерла актриса Нина Русланова. *РИА Новости*. 21.11.2021. URL: ria.ru/20211121/ruslanova-1760087477.html (дата обращения: 26.05.2022).

²¹ Россиянам дали четыре «противораковых» совета. *РИА Новости*. 28.11.2021. URL: ria.ru/20211128/rak-1761186473.html (дата обращения: 26.05.2022).

информации, либо нет. Вследствие этого повышается ценность качественной объективной информации, или достоверной, отражающей реальную действительность.

Достоверность как критерий важности и первостепенное свойство информации должна иметь четкие границы, поскольку отражает условия реальной действительности и зависит от них. Для журналиста достоверностью обладают такие фрагменты реальности, как материал, запечатленный на фотографии, в аудио- или видеозаписи. Эта истина наиболее объективна, поскольку в таком отражении реальности практически не участвует сознание, если материал представляет события без купюр и последующего монтажа. Фото-, аудио- и видеодокументы обладают наибольшей степенью убедительности и для аудитории средств массовой информации.

Наибольшую достоверность представляют факты, действительность которых можно подтвердить фотографиями, аудиозаписями, видеозаписями и официальными документами. Использование в медиатекстах непосредственно данных материалов или опоры на них повышает достоверность информации в глазах аудитории.

В результате анализа 20 медиатекстов популярных сетевых СМИ, отобранных методом случайной выборки, нами было выявлено, что предлагаемый комплексный подход охватывает все уровни издания:

от внешнего облика и дискурса до внутреннего содержания, миссии и идеологии, – и способен помочь объективно оценить качественность (достоверность) публикуемой информации и издания. Таким образом, комплексный подход к оценке достоверности информации сетевых СМИ отличается объективностью и призван оценить достоверность не только отдельно взятого медиатекста (третья группа критериев), но и средства массовой информации в целом, одновременно с этим производя оценку социальной значимости медиатекстов и изданий (первая и вторая группа критериев) как качественных продуктов журналистской деятельности.

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

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

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

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

Литература / References

- Белоедова А. В. Способы оценки журналистской информации с точки зрения достоверности. *Современный дискурс-анализ*. 2018. № 3-1. С. 52–57. [Beloeidova A. V. Means for evaluating the journalistic information from the point of its veracity. *Sovremennyi diskurs-analiz*, 2018, (3-1): 52–57. (In Russ.)]
- Мельник Г. С., Виноградова К. Е., Лисеев Р. П. Основы творческой деятельности журналиста. М.: Флинта; Наука, 2015. 208 с. [Melnik G. S., Vinogradova K. E., Liseev R. P. *Fundamentals of creative activity of a journalist*. Moscow: Flinta; Nauka, 2015, 208. (In Russ.)]
- Солганик Г. Я. К определению понятий «текст» и «медиатекст». *Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика*. 2005. № 2. С. 7–16. [Solganik G. Ya. How to attribute text and media text. *Vestnik Moskovskogo Universiteta. Seriya 10. Zhurnalistika*, 2005, (2): 7–16. (In Russ.)]
- Суходолов А. П., Маренко В. А., Ложников В. Е. Модели достоверности информации в СМИ для задач принятия решений. *Вопросы теории и практики журналистики*. 2020. Т. 9. № 1. С. 34–45. [Sukhodolov A. P., Marenko V. A., Lozhnikov V. E. Mass media information validation models for decision making. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki*, 2020, 9(1): 34–45. (In Russ.)] [https://doi.org/10.17150/2308-6203.2020.9\(1\).34-45](https://doi.org/10.17150/2308-6203.2020.9(1).34-45)
- Тертычный А. А. Объективность информации в СМИ: достижима ли она? *Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки*. 2018. Т. 37. № 1. С. 113–120. [Tertychny A. A. Objective information in media: is it reachable? *Nauchnyye vedomosti Belgorodskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Gumanitarnyye nauki*, 2018, 37(1): 113–120. (In Russ.)] <https://doi.org/10.18413/2075-4574-2018-37-1-113-120>
- Чезозерова Г. В. Проблемы познания в журналистике. Достоверность журналистской информации. *Медиаскоп*. 2016. № 1. [Chevozerova G. V. Cognition in journalism: journalistic information credibility. *Mediascope*, 2016, (1). (In Russ.)] URL: <http://mediascope.ru/node/2090> (accessed 20 Jun 2022).

Оригинальная статья

Социальная сеть ВКонтакте как инструмент формирования профессиональных компетенций студентов вуза (на примере направления Журналистика)

Дзвоник Вероника Петровна
Кемеровский государственный университет
Кемерово, Россия
veronika_dzv0nik@mail.ru

Поступила в редакцию 30.06.2022. Принята после рецензирования 23.07.2022. Принята в печать 25.07.2022.

Аннотация: Рассмотрены социальные сети как площадка для организации образовательного процесса в онлайн-формате, определяется их роль в процессе обучения на примере учебной телевизионной программы студентов направления *Журналистика* Кемеровского государственного университета, отмечается необходимость использования социальных сетей для создания игровой обучающей среды в образовательном процессе. Актуальность исследования обусловлена недостаточной разработанностью в педагогической теории и практике инструментария по оценке влияния социальных сетей на результативность формирования профессиональных компетенций студентов. Включение в образовательный процесс интерактивных элементов, моделирование создания контента в профессиональных телевизионных редакциях и организация редакционного взаимодействия в рамках учебной телевизионной программы на площадке социальной сети ВКонтакте позволяют замотивировать студентов, дают возможность в течение семестра вести активную работу над развитием профессиональных компетенций. Социальные сети в данном случае выступают площадкой для повышения мотивации к обучению, средством раскрытия творческих способностей учащихся и способом организации образовательного процесса.

Ключевые слова: цифровизация, игра, социальные сети, инициация, профессиональные компетенции, журналистика, образование, ВКонтакте, образование

Цитирование: Дзвоник В. П. Социальная сеть ВКонтакте как инструмент формирования профессиональных компетенций студентов вуза (на примере направления Журналистика). *Виртуальная коммуникация и социальные сети*. 2022 Т. 1. № 3. С. 114–117.

full article

Vkontakte Social Network as a Tool of Professional Skills Development in University Students (the example of the educational standard Journalism)

Veronika P. Dzvonik
Kemerovo State University
Kemerovo, Russia
veronika_dzv0nik@mail.ru

Received 30 Jun 2022. Accepted after peer review 23 Jul 2022. Accepted for publication 25 Jul 2022.

Abstract: The article considers social networks as a platform for online learning as in case of experimental television programs made by Kemerovo State University students of Journalism. Social networks provide a gaming environment for the academic process. Pedagogical theory and practice lack tools for assessing the impact of social networks on the formation of professional competencies in university students. They create content for online programs in professional television editorial offices under realistic conditions. This experience motivates them and develops their professional skills. Social networks increase motivation for learning, reveal creative abilities, and organize the academic process.

Keywords: digitalization, game, social networks, initiation, professional competencies, journalism, education, VKontakte, education

Citation: Dzvonik V. P. VKontakte Social Network as a Tool of Professional Skills Development in University Students (the example of the educational standard Journalism). *Virtual Communication and Social Networks*, 2022, 1(3): 114–117.

Введение

Кризисные этапы, которые проходит общество, открывают новые возможности для раскрытия творческого потенциала личности. Пандемия коронавирусной инфекции оказала влияние на трансформацию большинства сфер деятельности человека. Изменения также коснулись системы образования. Высшая школа при переходе в связи с эпидемиологической ситуацией на обучение в дистанционном формате столкнулась с трудностями удержания внимания молодежной аудитории: досуг и образование оказались помещены на экран одного гаджета и были вынуждены конкурировать за внимание пользователя.

Сегодня социальные сети являются одной из основных площадок для организации коммуникации как по учебным, так и по внеучебным вопросам. Тенденция развития Сети свидетельствует о непрерывном возрастании обратной связи. Это является показателем того, что, по словам М. Маклюэна, «электронный человек» выбирает диалог и моментальную вовлеченность в общение. Сеть переносит его в любую точку виртуального мира, создавая ощущение, что пользователь одновременно находится и здесь, и во многих других местах параллельно [Маклюэн 1994]. Его отличает активное восприятие информации: важнее общение и самореализация через общение, нежели базовое информирование. Стремление к интерактивности определило гибридизацию устного и письменного текста в Сети: ранее интерактивное взаимодействие такого масштаба и интенсивности существовало только в устном общении [Социальные сети 2021]. Взаимодействие социальной среды и образования способствует созданию социальных сетей. И. М. Панченко выделяет следующие функции социальных сетей: информационную (обмен новостями), коммуникационную (установление контактов), развлекательную (досуг), идентификационную (степень анонимности), социализирующую (принадлежность к сообществу или группе) [Панченко 2018].

С. Н. Макеев называет социальные сети площадкой эволюции общества посредством ускоренного диалога, который помогает решить возникающие вопросы, реализовать цели и потребности. По его мнению, для человека важно не абсолютизировать роль компьютерных технологий и потенциала социальных сетей, а применять их для дополнения возможностей объективного мира [Макеев 2016]. М. В. Бештоков отмечает, что сетевые и компьютерные технологии носят статус не только технического средства, но и социальной коммуникативной среды, предоставляющей возможности для самовыражения и самоидентификации [Бештоков 2016].

Социальные сети претендуют на охват всех сфер жизни человека. Образовательный процесс имеет шансы занять устойчивые позиции на онлайн-площадках при условии, что пользователю будет интересно участвовать в процессе и вовлекать в него новых участников. Учебная коммуникация на площадке социальных сетей позволяет заинтересовать студента, вовлечь в процесс обучения в сверхурочное время и усилить его мотивацию к успешному освоению учебной дисциплины.

Практические дисциплины, которым обучаются студенты направления *Журналистика* Кемеровского государственного университета (КемГУ), связанные с созданием видеоконтента, требуют организации съемочного процесса непосредственно на площадке вуза и за его пределами, а также совместной работы оператора и корреспондента. Учебная телепрограмма *Перемены* выходит раз в две недели. Производством продукта под руководством наставника-модератора занимаются студенты второго курса направления *Журналистика*, выбравшие телевизионное направление и преимущественно впервые столкнувшиеся с необходимостью создания телевизионного контента. Задача преподавателя, выполняющего роль наставника и модератора, заключается в моделировании условий, приближенных к производству видеоконтента в профессиональных редакциях. С этой целью студентам в рамках учебной дисциплины в ходе семестра необходимо попробовать себя в разных профессиональных амплуа: ведущий, корреспондент, редактор, оператор (по желанию). Такой комплексный подход способствует формированию у обучающихся на практике компетенций, которыми должен обладать универсальный журналист. Находясь в специально созданных игровых условиях, студент, с одной стороны, вместе с одноклассниками играет, с другой – по общепринятым канонам создает телевизионный контент, соответствующий жанровой специфике новостных и развлекательных телевизионных программ.

Практическая дисциплина *Выпуск учебной телепрограммы* выступает для будущих журналистов площадкой, где в специально организованных условиях обучающиеся проходят инициацию, которая обеспечивает преемственность, передачу на практике знаний и опыта. Она также является инструментом развития лидерских качеств и социализации [Дзвоник 2019].

И. С. Зиминая выделяет компоненты, из которых складывается система инициирования, применимая в образовательном процессе: символическое отделение (разделение студентов по направлениям Печать / Телевидение), ритуальная смерть (выбор амплуа для работы), возрождение (выполнение определенной роли, рефлексия), возвращение (завершение обучения по данной дисциплине,

получение зачета) [Зими́на 2010]. Инициации позволяют развивать профессиональные компетенции студентов и дают инструментарий для адаптации к новым реалиям. По мнению И. П. Иванова, обучающийся хочет обеспечить себе состояние успеха. Для этого ему необходимы испытания, в преодолении которых он сможет вырасти (примерить на себя все амплуа, представить смонтированный выпуск программы, получить зачет по дисциплине). Важно быть частью коллектива, играть, созидать, творить. Совместное дело, где заранее распределены обязанности, способно вызвать интерес и объединить людей [Иванов 1989].

По результатам проведенного теоретического анализа нами сформулирована проблема исследования: влияние практических учебных дисциплин на формирование профессиональных компетенций у студентов-журналистов посредством социальной сети ВКонтакте.

Методы и материалы

Исследование проходило на базе института филологии, иностранных языков и медиакоммуникаций КемГУ. Выборку составила группа студентов второго курса направления *Журналистика*, в количестве 25 человек.

В рамках проведения констатирующего эксперимента было предложено оценить профессиональные компетенции студентов по шкале от 1 до 10 (1 – компетенция выражена минимально, 10 – максимальное). В рамках формирующего эксперимента студенты в течение семестра самостоятельно руководили учебной телевизионной редакцией, выпускали программу и получали экспертную оценку профессиональных журналистов. Заключительным этапом экспериментальной работы стало проведение контрольного замера, который показал динамику в формировании профессиональных компетенций у студентов-журналистов.

В ходе исследования были использованы следующие методы: анализ психолого-педагогической литературы, наблюдение в процессе работы над выпусками учебной программы, статистический метод (t-критерий Стьюдента для зависимых выборок), исследование процесса формирования профессиональных компетенций с использованием социальной сети ВКонтакте.

Результаты

В марте 2020 г. творческая группа учебной телепрограммы *Перемены* впервые за годы ее существования (проект создан в 2004 г.) столкнулась с необходимостью перехода на режим удаленной работы. Трансформация коснулась как формата проведения занятий по практической дисциплине (еженедельные zoom-конференции),

так и организации процесса съемок и отмотра итогового продукта с участием студентов и профессиональных журналистов-экспертов. В течение семестра под руководством наставника коллектив работал над выпуском программы на площадке социальной сети ВКонтакте.

Согласно опросу выборки за время работы над производством учебной телепрограммы студенты смогли в разной степени развить критическое мышление, командность, стрессоустойчивость, ответственность, гибкость и мобильность (таб.).

Табл. Средние значения показателей профессиональных компетенций студентов на начальном и заключительном этапах
Tab. Mean values of professional competencies in the experimental group at the initial and final stages

Показатель	Начальный этап	Заключительный этап	t	p
Критическое мышление	6,7	7,35	1,68	0,05
Командность	8,1	8,15	0,16	0,44
Гибкость	6,95	7,6	2,37	0,014
Ответственность	7,2	7,3	0,30	0,38
Стрессоустойчивость	7,3	8,75	3,88	0,0005
Мобильность	7	8,15	3,20	0,0023

По итогам сравнения показателей на начальном и заключительном этапах выявлено, что произошли статистически значимые изменения по четырем предложенным для оценки профессиональным компетенциям: критическое мышление, гибкость, стрессоустойчивость, мобильность. В ходе сравнения показателей командности и ответственности студентов до и после формирующего эксперимента значимых отличий не выявлено. Примечательно, что статистически значимые изменения произошли по компетенциям, на формирование которых влияет непосредственно журналист в рамках конкретной задачи, которую ему необходимо решить. В части компетенций, на которые оказывает влияние редакционный коллектив (ответственность и командность), изменений в ходе формирующего эксперимента не произошло. Это обусловлено тем, что, участники, несмотря на работу в команде, прежде всего, заинтересованы в личном успехе. К тому же сама социальная сеть работает на самопрезентацию и самореализацию пользователя: на ведущие позиции выходит отдельно взятая личность, нацеленная на результат, а не коллектив в целом.

Полученная обратная связь от студентов показала, что им комфортнее работать на позициях ведущих и корреспондентов, где взаимодействие с коллективом и ответственность меньше, чем на позиции редактора.

Заключение

Социальные сети можно использовать в качестве мобильной площадки для организации образовательного процесса, выполняющей ряд функций: информационную, коммуникационную, развлекательную, идентификационную, социализирующую. Применение инициации в специально организованных игровых условиях (на площадке социальных сетей) повышает заинтересованность со стороны обучающихся учебной дисциплиной, позволяет им знакомиться с будущей профессией на практике и получать экспертную оценку профессиональных журналистов. В рамках исследования доказано, что учебная дисциплина с практическим уклоном *Выпуск учебной телепрограммы*, организованная с использованием

в образовательном процессе социальной сети ВКонтакте, повлияла на формирование у студентов критического мышления, гибкости, стрессоустойчивости и мобильности. Таким образом, социальную сеть ВКонтакте можно рассматривать в качестве инструмента для повышения мотивации к обучению и формирования профессиональных компетенций студентов направления *Журналистика*, обладающего потенциалом для социализации молодежи. Перспективным для дальнейших исследований представляется поиск подходов по формированию в ходе образовательного процесса у студентов-журналистов командности и ответственности.

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

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

Литература / References

- Бештоков М. В. Социализация в компьютерно-интерактивной социальной системе: образование проблем и проблемы образования. *Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки*. 2016. № 10. С. 32–36. [Beshtokov M. V. Socialization in a computer-interactive social system: education problems and problems of education. *Humanitarian, socio-economic and social sciences*, 2016, (10): 32–36. (In Russ.)]
- Дзвоник В. П. Инициация как инструмент развития лидерских качеств социально активных старшеклассников (на примере школы лидеров КемГУ «Кузбасс беспокойных сердец»). *Вестник Кемеровского государственного университета. Серия: Гуманитарные и общественные науки*. 2019. Т. 3. № 4. С. 309–315. [Dzvonik V. P. Initiation as a tool for the development of leadership qualities of socially active high school students: the case of the school of leaders "The restless hearts of Kuzbass" (Kemerovo State University). *Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Gumanitarnye i obshchestvennye nauki*, 2019, 3(4): 309–315. (In Russ.)] <https://doi.org/10.21603/2542-1840-2019-3-4-309-315>
- Зими́на И. С. Современный вариант инициации в процессе взросления подростков. *Педагогическое образование в России*. 2010. № 2. С. 75–82. [Zimina I. S. Modern variant of initiation during old age teenagers. *Pedagogical Education in Russia*, 2010, (2): 75–82. (In Russ.)]
- Иванов И. П. Энциклопедия коллективных творческих дел. М.: Педагогика, 1989. 208 с. [Ivanov I. P. *Encyclopedia of creative activities*. Moscow: Pedagogika, 1989, 206. (In Russ.)]
- Макеев С. Н. Социальная сеть как средство удовлетворения потребностей человека в условиях расширенной объективно-виртуальной реальности. *Контекст и рефлексия: философия о мире и человеке*. 2016. № 2. С. 65–73. [Makeev S. N. Social network as a means of meet human needs in the extended objective-virtual reality. *Kontekst i refleksiya: filosofiya o mire i cheloveke*, 2016, (2): 65–73. (In Russ.)]
- Маклюэн М. С появлением Спутника планета стала глобальным театром, в котором нет зрителей, а есть только актеры. *Кентавр*. 1994. № 1. С. 20–31. [McLuhan M. At the moment of Sputnik the planet become a global theater in which there are no spectators, but only actors. *Kentavr*, 1994, (1): 20–31. (In Russ.)]
- Панченко И. М. Социальные сети как новая форма коммуникации: польза или опасность для общества? *Социология науки и технологий*. 2018. Т. 9. № 2. С. 86–94. [Panchenko I. M. Social networks as a new form of communication: benefit or danger to society? *Sociology of science and technology*, 2018, (2): 86–94. (In Russ.)] <https://doi.org/10.24411/2079-0910-2018-10006>
- Социальные сети: комплексный лингвистический анализ*, науч. ред. Н. Д. Голев, отв. ред. Л. Г. Ким. Кемерово: КемГУ, 2021. Т. 1. 430 с. [*Social networks: a complex linguistic analysis*, eds. Golev N. D., Kim L. G. Kemerovo: KemSU, 2021, vol. 1, 430. (In Russ.)]

Оригинальная статья

Французский язык открывает двери в мир франкофонной политологии

Бушев Александр Борисович

Тверской государственный университет
Тверь, Россия
<https://orcid.org/0000-0002-8730-0078>
Bushev.AB@tversu.ru

Поступила в редакцию 07.06.2022. Принята после рецензирования 28.06.2022. Принята в печать 28.06.2022.

Аннотация: Обсуждается языковое (само)образование, приводящее индивида к пониманию социальной реальности. Описан опыт использования франкофонных социальных сетей как в изучении языка, так и в понимании политической коммуникации. В частности, подробно рассмотрен ресурс Francais Authentique. Рассматривается предвыборная политическая коммуникация во Франции в 2022 г. Автором статьи проведены лингводидактический эксперимент – освежение в памяти французского языка при помощи технологий YouTube – и знакомство с аутентичными источниками по политическому предвыборному пиару. Материал для такого изучения представлен дискурсами традиционных и новейших медиа. Методологией анализа является авторская теория рамочного анализа дискурса: анализируются рамки ключевых коммуникаторов и целевых аудиторий, фактографическая рамка анализа дискурса, рамка анализа языковых компонентов дискурса, рамка анализа креолизованной и перформансной коммуникации, рамки анализа ценностей, рациональной аргументации, рамки виртуальной коммуникации и обратной связи. Выводы связаны со значимой ролью новейших медиа и успешностью политических стратегий центризма. Исследование процессов изучения языка не может игнорировать современные технологические возможности, влияющие на методику преподавания языка. Применяемые рамки анализа позволяют говорить о языковых, дискурсивно-аргументативных, неязыковых и коммуникативных особенностях исследуемого дискурса.

Ключевые слова: франкофония, автодидактика, сети, выборы, выборная коммуникация, политическая коммуникация, новейшие медиа, рамочная теория анализа дискурса

Цитирование: Бушев А. Б. Французский язык открывает двери в мир франкофонной политологии. *Виртуальная коммуникация и социальные сети*. 2022. Т. 1. № 3. С. 118–129.

Full article

French Politology via the French Language

Alexandr B. Bouchev

Tver State University
Tver, Russia
<https://orcid.org/0000-0002-8730-0078>
Bushev.AB@tversu.ru

Received 7 Jun 2022. Accepted after peer review 28 Jun 2022. Accepted for publication 28 Jun 2022.

Abstract: The paper discusses linguistic autodidactics that lead to the comprehension of social reality. The paper focuses on the Francais Authentique francophone social medium used for language teaching and political discourse comprehension. The author conducted a linguadidactic experiment by using YouTube technologies to practice the French language using authentic traditional and newest sources on the presidential elections in France in 2022. The methodology was based on the authentic theory of discourse analysis frames. The theory features the frames of key communicators and target audiences, factual analysis, analysis of linguistic components of discourse, and the frames of performance, multimedia communication, values, rational argumentation, virtual communication, and feedback. The results shed light upon strategic importance of new media and success of political strategies of centrism in politics.

Keywords: francophone world, autodidactic approaches to language teaching, social nets, elections, election campaign, political communication, new media, frames of discourse analysis

Citation: Bouchev A. B. French Politology via the French Language. *Virtual Communication and Social Networks*, 2022, 1(3): 118–129.

Введение. Сетевая коммуникация как образовательный инструмент

Мы постоянно подчеркиваем, что роль сетевой коммуникации невозможно, да и не нужно оценивать однозначно. Ведь перед нами очень разные причины, вызывающие эту коммуникацию, и очень разный контент. Несомненно одно: мгновенность распространения сетевого дискурса, его лично-массовый характер («по секрету всему свету»), ускорение темпа жизни людей, совершенствование периферических устройств экранной культуры, необходимость самопрезентации, дефицит общения, атомизация, отчуждение людей вызывают обращение к этой форме коммуникации все большего числа людей, часть из которых поселяется в сетях и испытывает определенные психологические проблемы и фрустрацию при лишении такой формы коммуникации. Предметом нашего анализа и типологизации выступают типичные нелинейные и неисключительно прагматические тексты, составляющие дискурсы в соцсетях: научный (академический), деловой, медийный, художественный, разговорный и т. д.

Этот новый вид коммуникации активно рефлексировается. Многочисленные исследования коммуникации в соцсетях стараются ответить на ключевые вопросы в отношении сетевого дискурса [Иванов 2002; Амзин и др. 2016; Кастельс 2016; Социальные сети 2021; Bühl 2000; Kroker, Weinstein 2001; Rheingold 1993]. По нашему мнению, они таковы:

- Как аудитория участвует в медиапроизводстве контента блогеров?
- Насколько визуальный контент предпочитается текстовому?
- Есть ли создание цифровых сообществ?
- Есть ли игровые практики?
- Какие каналы дистрибуции контента используются – сайт, соцсети, мессенджер, рассылки, новостные агрегаторы?
- Как можно судить о потреблении медиаконтента?
- Что такое нелинейность контента? Какие инфомолекулы входят в контент – фотолента, фотогалерея, слайдшоу, карикатура с анимацией, интерактивная видеоклонка, мультискрипты, инфографика, таймлайн, карта, лонгрид, боты, виртуальная и дополнительная реальность?

Эти вопросы составляют нашу перспективную программу исследований.

Роль сетей подчеркивается в журналистике, рекламе, массовой информации, политической мобилизации, развлечениях, образовании, эдьютейнменте, социальной коммуникации, управлении и т. д. [Крюкова, Савельев 2018; Ларионова, Карасик 2019; Солопов 2020; Социально-психологические проблемы 2021; Media education 2006; Media education for a digital generation 2016].

Мы отталкиваемся от того, что существуют следующие виды современных (на 2021 г.) сетевых дискурсов (подразделенных нами в зависимости от функции):

- Интернет как образовательный инструмент;
- Интернет и сети как источник медийного контента;
- Интернет как медиум культуры и «виртуальные протезы»;
- Интернет и сети: контент для хобби;
- Интернет как инструмент политической мобилизации;
- Интернет как инструмент экономической активности;
- Интернет для внутреннего мира человека (Интернет и общение).

Рассматривая Интернет и сети как образовательные инструменты (что важно для настоящей статьи), отметим, что академический и учебный контент были представлены в Сети с момента ее появления, но особенно стали популярны в эпоху пандемии. Интернет изначально функционировал как библиотека и собрание медиа, выполнял энциклопедическую функцию. Перспективность виделась в привлечении трансграничного контента в академических целях [Бушев 2009], возможность привлечь необычный и оцифровать редкий контент.

Медиа социализация аудитории (средний человек проводит в сети более десяти часов в день) потребовала пересмотра контента учебных дисциплин. Наряду с традиционным источником знаний (книги, библиотека) существенное место в обучении занимают ЭБС. В Сети возникли многочисленные интерактивные курсы, осваиваются платформы для обучения.

По-разному этот процесс происходит в технических, естественных и гуманитарных науках и дисциплинах. Показательно создание профессиональных сообществ, моделей предметов исследования, создание и демонстрация профессионального экспертного знания. Необходимым элементом обучения стало использование традиционного и нового медийного контента в гуманитарных науках. Сказываются и виртуализация общественной жизни, киберпротезирование реальности. Они дают возможности изучения объекта, дотеле не представленного в реальности исследователя.

Учиться добывать знания студенту должно быть интересно. И этому не обязательно должна способствовать игровая манера подачи знаний и проведения занятий, заигрывание с обучаемыми, «геймификация образования». Эта цель может выражаться в стимулировании функции рефлексии обучаемого преподавателем – продемонстрировать определенный класс; в пробуждении функции рефлексии над собственной деятельностью сту-

дента – обязательно научиться чему-то новому и нужному и т. д. Это прежде всего стимулирование и самостоятельной деятельности учащегося, и развития практических навыков, ибо вся теория деятельности учит, что лучше выживают знания типа «знаю, как...», а не «знаю, что...». Перед нами – поколение *digital natives*. Они работают с контентом – мультимедийным, гипертекстовым, трансграничным, конвергентным. Они свободно пользуются бескрайними ресурсами Сети, легко преобразовывают их, делятся ими. Перед преподавателем стоит задача научить обучаемых учиться, а не передавать сакральную сумму недоступных непосвященным знаний.

Необходимость синхронного и асинхронного взаимодействия со студентами в электронной среде – одна из составляющих современного образования. В условиях богатства, избытка материалов руководство процессом обучения становится чрезвычайно важным. Иначе ситуация такова: книг, учебников и ресурсов полно, а что и как делать – не знаю. Обучение – это краудсорсинг, совместный поиск ответов. Для преподавателя становится важным изобрести интересные ссылки (ссылки). Задания по той или иной теме носят поисковый, констатирующий, объясняющий, творческий характер. Обучение же в таком случае несомненно приобретает аутодидактический аспект.

Трудности разработки адекватного дистанционного обучения вызывают определенные разочарования в виртуальном дистанционном обучении. Функция сетей как поставщиков сетевого медийного контента близка к образовательной, но имеет более широкую аудиторию: медийный контент, потребление медиа являются частью повседневности большего числа людей. Медиа – источник знаний о мире, индоктринации представлений элит и т. д. При знакомстве с медийными источниками видны особенности дискурса этой новой медикультуры: гипертекстовость, трансграничность, мультимедийность, интерактивность и т. д. [Зубкова 2021].

Отметим современное расширительное понимание медиапрофессионализма: медиапрофессионалом становится сегодня практически каждый, кто создает и потребляет контент социальных сетей. Глобальный медиадискурс потребляет сегодня практически каждый – в оригинале или пересказе. Ушла в прошлое громадная молчаливая аудитория массмедиа. Все пользователи средств массовой коммуникации владеют

современными технологиями. Однако, технологическая продвинутость не решает неграмотности в вопросах медиапотребления и анализа медиа.

Освоение глобального медиадискурса – это возможность получать информацию из первых уст. Это важно для медиапедагогике, для развития критического мышления обучаемых. Локальное переосмысливается через глобальное, всеобщее, а глобальное отражает локализм.

Методология анализа сетевого дискурса

Как анализировать «человека говорящего» в Сети? Мы имеем методологию анализа человека говорящего – языковой личности, ее проявлений в политическом, деловом, медийном и художественном дискурсах. Существует панорама отечественных и зарубежных методологических подходов к трактовке образа автора дискурса, языковой личности автора. Языковая личность в филологической герменевтике понимается и как носитель (группа), и как языковая способность носителя языка, и как совокупность текстов и способность к их пониманию, и как словарная языковая личность (лексикон). Языковая личность определяется и как комплексный способ описания языковой способности индивида, соединяющий в себе системное представление языка с функционированием его в процессе порождения текстов. На основе анализа реализации языком языковой способности человека, т. е. употребления языка (как говорит и что говорит), можно получить выводное знание о личности как об индивидууме и авторе произведенных им текстов как о типе.

В отношении компетенций вторичной языковой личности (связанной с владением неродным, изучаемым языком) несомненно важны уровни подготовленности обучаемого.

Первым уровнем использования медиа является репродуктивный. Например, недавно скончался бывший президент ЮАР Ф. де Клерк. Достаточно знакомства с материалом качественных мировых медиа, чтобы понять, каковы оценки этой личности и прежде всего ее вклада в демонтаж апартеида¹. Второй пример: сети представляют образцы политического дискурса. Так, французский политик Э. Земмур, чьи шансы на грядущих президентских выборах во Франции оценивались весьма высоко, хорошо представлен в сетях².

¹ Скончался бывший президент Южно-Африканской Республики Фредерик де Клерк. *BBC*. 11.11.2021. URL: <https://www.bbc.com/news/world-africa-13230608> (дата обращения: 20.04.2022).

² Éric Zemmour. URL: https://fr.wikipedia.org/wiki/%C3%89ric_Zemmour#Essais (accessed 20 Apr 2022); Éric Zemmour: "Je pense que la guerre civile est déjà là". *You Tube*. 18 Oct 2021. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=7TIzpgKRx0> (accessed 20 Apr 2022); C'était Nîmes et Béziers! *You Tube*. 19 Oct 2021. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=lp61WUveKS8> (accessed 20 Apr 2022); Éric Zemmour en conférence à Béziers. *You Tube*. 18 Oct 2021. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=1j9P6SMSeJ0> (accessed 20 Apr 2022); Éric Zemmour, une possible victoire en 2022? "La bulle n'est pas prête de se rétracter". *You Tube*. 19 Oct 2021. URL: https://www.youtube.com/watch?v=43WXCHE_Gw8 (accessed 20 Apr 2022); Éric Zemmour est face à Alain Duhamel. *You Tube*. 19 Oct 2021. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=acGYPoTU7JU> (accessed 20 Apr 2022).

Познакомившись с видеовыступлениями, можно использовать **текстовые модели** в рассуждении о ценностях и программе французского политика.

Второй уровень реакции – интерактивный. Понятна необходимость собственного комментария, суждения. **Парафразирование, выделение главного, актуализация главного, юмор, аргументация** – в ход идут уже другие техники работы с дискурсом³. Зачастую вербальное решение оформляется в сетевом меаидискурсе как разговорное высказывание: играют роль конвенции неустной и неписьменной речи электронного дискурса.

Обратная сторона репродукции стандартных моделей – навыки современного построения текста в медиа – творческое письмо, понимание современного творческого письма в блоге, а затем и виртуальная реакция. И это не только оперативность (24/7), не только умение быть мультимедийным. Это иные стандарты текстов, иные стандарты общения, иной тематический репертуар.

В комментариях (комментах) проявляются и оценки, и бездоказательные утверждения, и мнения. Порой идет поиск аргументов, иногда слышатся ирония, брань. Представлены могут быть самые экзотические точки зрения. Оценки могут быть выражены при помощи иронии, сарказма, оскорбления и т.д. Для лингвиста представляет интерес языковое оформление комментов – в неустной-неписьменной электронной фактуре речи, все-таки приближающейся по обилию субстандарта и конвенциям к свободной устной разговорной речи.

Третий уровень – уровень оценки, рефлексии роли дискурса. В условиях сетевизации политической культуры показательным замещением реальной жизни виртуальной, что приводит к несерьезному отношению к фактам, логике. Осадок – это и есть конечная цель фейка, который формирует параллельный мир постправды.

Наиболее влиятельным аспектом в подъеме Интернета в 1990-е гг. было освобождение информации от ограничений привычных медиа, которое, как предполагалось, сделает мировое сотрудничество более демократичным. Предполагалось, что чем больше человек получает и производит информации, тем больше он свободен. Однако спустя всего несколько лет стало ясно, что в этих надеждах было одно большое заблуждение. Показательна потеря новой прессой функции контроля. Несмотря на то, что ограничения, которые навязал средствам массовой информации закон, были в Интернете недействительными, исчезла также и одна из самых важных функций прессы – способность отфильтровывать

непроверенную информацию, ложные или искаженные факты и возмутительные претензии, предназначенные не только для того, чтобы злить публику, но и подстрекать целые группы людей, радикализировать их.

Показательно состояние общественного сознания, в котором существенную роль играет политический постмодернизм и удивительная архаика в политической культуре в ответ на крах либеральной идеологии. Еще раз должна быть подчеркнута роль Интернета и социальных сетей в политической культуре. Очевидно, что политика постправды представляет в современных условиях политику пропаганды. Что касается фейк ньюз в социальных сетях, то фейк ньюз нужно маркировать [Бушев 2021а]. Происходит сетевизация дискурса.

Показателен, например, исследуемый нами сетевой дискурс альтернативных правых. Общеизвестно, что это мир сетевых троллей, которые сочиняют безумные теории заговора, продвигают агрессивный культ обиженных белых мужчин, ненависть к женщинам, евреям, цветным людям, трансгендерам. Идеологический посыл подается зачастую в максимально простой, сжатой и понятной постмодернистской аудитории форме интернет-мемов, где эксплуатируется, как правило, образный ряд современных же произведений массовой культуры, уже устоявшиеся образы, связанные с теми или иными меметическими рядами, так или иначе понятными аудитории. Любой мем – это наиболее наглядная иллюстрация постмодернистских идей интертекстуальности и интерконтекстуальности. Важнейшую роль в дискурсе ультраправых играет лягушонок Пеппе – символ новых правых и всего их дискурса, а также тройные скобки, используемые правыми для указания на чуждость кого-то или чего-то.

Важной кажется **техника оценки целевой аудитории**. Известно, что изменение демографических характеристик социума, распространение сетей привело к тому, что наиболее активные политически граждане сегодня рассматривают сети как первый источник информации для себя. Этого не могут не учитывать политики. В 2008 г. Facebook⁴, а в 2012 г. Твиттер сыграли роль в победах на президентских выборах в США. Это достижение фрагментированной аудитории, это влияние информации в социальных сетях на новостную повестку дня. Поддержку страт демонстрируют многочисленные некоммерческие ресурсы Сети. Прекрасный пример: коммуникация первых лиц, официальный пиар рассчитаны на ту или иную определенную целевую аудиторию.

³ Common European framework of reference for languages: learning, teaching, assessment. *Companion volume*. 2021. URL: <https://rm.coe.int/common-european-framework-of-reference-for-languages-learning-teaching/16809ea0d4> (accessed 20 Apr 2022).

⁴ Компания Meta Platforms, владеющая социальными сетями Facebook и Instagram, признана экстремистской организацией, ее деятельность запрещена на территории РФ. *Meta Platforms, the parent company of Facebook and Instagram, is banned in the Russian Federation as an extremist organization.*

Еще одна техника – **оценка культурного резонанса текста**. Инновацией в нашей деятельности является желание связать новые медиа и культуру. На наших глазах происходит медиатизация культуры. В этом отношении сети предоставляют множество ценнейших в языковом и культурном отношении материалов.

Материал исследования. Социальные сети и методика преподавания французского языка

На первом этапе предпринятого нами лингводидактического исследования – освежения в памяти французского языка аутодидактическими методами при помощи технологий YouTube – интерес для нас представляла методика прослушиваний аутентичной речи в связи с успехом говорения по-французски.

Показательно качественное изменение подходов к (само)обучению иностранному языку в связи с новыми технологическими и коммуникативными возможностями и глобальной аудиторией. Кто постарше, помнит, как мы когда-то занимались без обеспечения, какие были громоздкие лингафонные кабинеты, как работали с магнитофонами, кассетами, катушками. Работали с дисками на персональном компьютере и видеокассетами. Новый этап благодатен: Интернет и видеохостинги, возможность проигрывания многократного, возможность имитации, прямой метод, имитация произносительных практик.

Аутентичный французский – замечательный курс, который работает в течение десяти лет на YouTube и в Instagram и имеет 1,44 млн подписчиков. Курс имеет полмиллиона просмотров, множество комментов к каждому ролику на YouTube. Показателен постоянный качественный рост контента⁵. Характерным для курса является современный подход к преподаванию языка, учет технологических и коммуникативных возможностей XXI в., новизна методических подходов, материала: *Comment réserver une place à une réunion zoom avec un tuteur de l'académie Français Authentique? Voici comment réserver simplement et rapidement une place à une conversation Zoom avec un de nos tuteurs*. Показательна интеграция сайта и блога, подкастов, возможности интеракции при помощи Zoom и т. д.⁶

Автор делится секретами планирования курса, источником которого является аутентичная речь. Знаменательна возможность курсов на продвинутом этапе. Целевая аудитория – те, кто понимает напеча-

танный и устный текст, но не говорит активно сам. Это категория *false beginners*, желающих заговорить: *Ecoutez et lisez du français authentique*.

Ce blog s'adresse aux gens dont le français n'est pas la langue maternelle mais qui possèdent de solides bases dans cette langue. Vous avez vécu en France, travaillé dans un pays francophone ou simplement étudié le français à l'école? Ce site est fait pour vous. Vous aurez l'occasion ici de lire et écouter du français 100% authentique. Tous les articles seront créés par des gens dont le français est la langue maternelle. Bonne visite!

Но кроме курса, нацеленного на то, как заговорить, отдельные курсы посвящены обучению в сжатые сроки (*30 jours pour booster ton Français*), идиоматике, произношению, снятию психологических блокировок в устной речи, *étudier en prenant plaisir*. В центре обучения – беглость речи, диалогичность речи, аутентичные диалоги и т. д. В центре также может быть фонетика, идиоматика, SOS-грамматика, есть видеокурс, есть возможность организации конференций. Структурирование дискурса предполагает общение при помощи рассылки.

Мы можем и оценить советы автора методического характера. Методика преподавания иностранных языков меняется на глазах. Подчеркивается постоянное повторение, возможность использования аутентичной речи, многократное и длительное прослушивание. Практика показывает, что длительное прослушивание запускает и остальные навыки.

Si vous lisez les articles de ce blog, vous voulez améliorer votre français. Dans mes articles précédents ainsi que dans mon cours "Les 7 règles de français Authentique", je vous ai donné des conseils pour améliorer votre français. Cependant ces conseils ne vous aideront que si vous agissez. C'est le sujet de l'article aujourd'hui: l'action. C'est une condition essentielle si vous voulez améliorer votre français.

Agir veut dire faire quelque chose. Souvent les gens pensent, réfléchissent, planifient pendant longtemps mais ils n'agissent pas.

Есть отдельные семь советов тому, кто хочет заговорить по-французски. Необходимо определение с целью изучения языка. Важны мотивация, работа и метод. В курсе происходит обсуждение особенностей изучения, оказавшихся эффективными и полезными. Здесь играют роль как наблюдение над собственным изучением языков, так и наблюдение и анализ успешных практик преподавания неносителям со стороны носителей языка. Важно прослушивание разных акцентов, разных голосов.

⁵ Je t'emmène en balade (élections présidentielles, mes lectures, la marche...). *YouTube*. 22 Apr 2022. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=DTyhSgARb6w> (accessed 25 Apr 2022).

⁶ Français Authentique. URL: <https://www.francaisauthentique.com/> (accessed 25 Apr 2022).

В курс включены элементы организационной психологии (Как быть убедительным на собеседовании при приеме на работу и т. д.)⁷.

В курсе присутствует сильная страноведческая составляющая. Это и возможность побывать в доме француза, при этом ценна возможность создания аутентичной обстановки для изучения языка. Приходит гувернер, с прекрасным языком, с прекрасным произношением, и подсознательно вы воспринимаете эту норму. Когда, как не сейчас, учить языки? Автор курса и даже отчасти его семья рассказывают об Эльзасе, о городе Metz, где они живут, или о том, как происходят президентские выборы пятой республики, о Ж. Шираке, Ф. Миттеране и других политиках. Слушателю дается представление о французской цивилизации (темы: Ш. де Голь, французские выборы, французская революция, Ж.-Ж. Руссо и Ф.-М. Вольтер, Ж.-Б. Мольер и т. д.). Страноведческие экскурсии включают Нотр-Дам, Тур Эйфель, Лувр, Диснейленд. Темы разнообразны – от французского завтрака до французских ономастопей. В центре отдельных роликов: сыры, багет, пирожные, вина и т. д.⁸; изготовление багета⁹; звучит часть книги *Lle petit prince* – здесь привлекательны и философская простота сказки, и комментирование лексики.

В курсе обсуждаются особенности поведения французов, бытовые нравы, стереотипы и традиции. Этикет рассматривает то, чего не стоит делать во Франции, политес, использование *je voudrais*: не стоит критиковать французов; не стоит ожидать пунктуальности; стоит ли пропускать людей на эскалаторе; стоит ли ждать от французов английского?!; не стоит подниматься на Эйфелеву башню или ездить на метро в часы пик; рестораны не всегда открыты; как оценить французскую кухню и т. д.

Показательны комментарии к роликам: например **Как отмечать пасху**: *J'adore quand on parle des traditions nationales, merci. Joyeuses Paques!; Merci Prof pour cette information, ça me fait plaisir de savoir plus de détail sur les autres cultures et traditions. "joyeuse pâques"*.

Традиционные вопросы включают пользование словарем, необходимость фонетики, грамматики и т. д. Отдельно обсуждаются элементы семантики (объяснение идиоматических выражений); элементы прагматики (как сказать нет); что означает фраза *Je t'en prie je vous en prie* = 1) Vas-y; 2) De rien; 3) Arrête. Подробно обсужда-

ются психологические проблемы – боязнь ошибок, фрустрация, мотивация, роль автоматизмов, роль рутины.

В курс включены представление о личностном развитии: философия стоицизма, практики медитации и йоги, необходимость следить за физическим здоровьем, важность стереотипных, рутинных, повторных действий, проблемы мотивации бизнеса и т. д., прочитанные книги, борьба со стрессом. Это массовый психологический дискурс. Курс-ода оптимизму: *Tout est possible, quand on veut, on peut*. Включено развитие навыков собеседования и психологии антистресса, психологии достижения:

Que penseriez-vous d'une vie dans laquelle vous vous levez le matin heureux et motivé à l'idée de démarrer une nouvelle journée pleine d'apprentissage et de création? De vous coucher le soir, détendu, avec l'impression du devoir accompli? De ne jamais vous réveiller la nuit en pensant à une chose stressante? De ne pas être malheureux le dimanche soir en pensant au lundi matin qui approche? En bref de vivre une vie riche et sans stress.

Практики работы с материалом стандартны: прослушивание файла с текстом, наличие MP3 и текста, расшифровка слов по одноязычному словарю, возможность коммуникации в клубе¹⁰. Есть возможность прислать комментарий в соцсетях. К услугам обучаемых – чаты, комментарии, книга в формате PDF, файлы в форматах PDF и MP3. Например, участники чата представляются, откуда они, и одновременно отвечают на вопрос, что мешает им заговорить на языке.

Показательно использование автором детей (детские диалоги) и друзей. В ряде уроков идет рассказ о себе, о своих путешествиях, своем доме, блогер показывает свою библиотеку¹¹. Автор курса рассказывает об изучении языков, посещении конференции полиглотов. Автором обсуждаются прочитанные книги Барака Обамы, Дональда Трампа и т. д. В центре отдельных роликов – важность свободы, качества успешной личности и т. д.

В итоге автор настоящей статьи сумел освежить в памяти подзабытый французский язык, которым когда-то бегло владел и свободно общался, бывая во Франции, и запустить навык говорения.

Но в изучении языка нас всегда преследует вопрос – для чего? В нашем случае – явно не для бытового общения. Именно для нас французский язык открыл двери в мир франкофонной политологии.

⁷ Convaincre un recruteur. *Français Authentique*. URL: <https://www.francaisauthentique.com/convaincre-recruteur/> (accessed 25 Apr 2022).

⁸ Les pâtisseries et viennoiseries préférées des français. *YouTube*. 8 Jun 2020. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=XUIWlvC2nzI> (accessed 20 Apr 2022).

⁹ Baguettes de Tradition Française. *YouTube*. 5 Feb 2015. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=DkHsbchF2-g> (accessed 20 Apr 2022).

¹⁰ Pourquoi tu ne parles toujours pas français? *YouTube*. 21 Dec 2018. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=g-UwFjOgR60> (accessed 20 Apr 2022).

¹¹ Je te montre ma bibliothèque. *YouTube*. 29 Apr 2020. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=PtUrCUSJHVo> (accessed 20 Apr 2022).

Социальные сети – киберпротезирование реальности. Мир франкофонной политологии

В течение длительного времени мы смотрим на предвыборную политическую коммуникацию в разных странах, находя в ней модели дискурса, модели политической коммуникации, иллюстрации успешного PR и политической рекламы.

Материал для изучения предвыборного дискурса представлен в современных массмедиа: это тексты различных жанров, посвященные выборам в самых разных странах (политические программы партий, новостные сообщения, резюме повестки дня, политические дебаты на телевидении, комментарии в блогах, плакаты и карикатуры, предвыборные агитационные материалы и т. д.). Так, на недавних (2022 г.) выборах во Франции показательны как статьи во французской печати (Фигаро, Либерасьон, Ле Монде, Нувель Обсерватер, Пари Матч, Экспресс, Паризьен, Франс Суар и т. д.), так и передачи телевидения и радио, представленные сегодня и в глобализированной медиасфере (Франс24, практически все телеканалы, Радио Франс Интернациональ и др.). Широко представлен в новых медиа и неформальный политический дискурс.

В предвыборном дискурсе преломляется вся политическая повестка дня [Мао 2016]. В целом предвыборная риторика, как и вопросы организации кампаний, финансирования, политической партийной деятельности, лоббизма, продолжают обсуждаться в связи с несовершенством существующих практик и важностью выборов. Они привлекают внимание на государственном, научном и повседневно-социологическом уровнях [Amossy, Koren 1990; Amossy 1999]. В предвыборном дискурсе сказываются особенности политической системы, особенности избирательной системы (полупартийная, двухпартийная или многопартийная, представления о консерваторах и либералах, о правых, левых и центре и т. д.).

В качестве методологии анализа нами апробирована авторская методика анализа медиадискурса: при анализе применены фактографическая, языковая рамки анализа, рамка анализа креолизованной коммуникации, рамка анализа аргументации, рамка анализа коммуникаторов, рамка перформансной коммуникации, рамка анализа ключевых коммуникантов и целевых

аудиторий, рамка анализа виртуальной коммуникации и обратной связи [Бушев 20216].

Рамка анализа коммуникаторов и целевых аудиторий

Сама личность кандидата носит символический, знаковый характер. Здесь мы наблюдаем работу таких техник формирования имиджа, как позиционирование, формат, мифологизация, метафоризация, дистанцирование, вербализация, детализация, отстройка и т. д.

В этом отношении показателен кандидат-социалист Ж.-Л. Меланшон. Его имиджевые характеристики прослеживаются в рекламном клипе, записанном им в своей библиотеке, и даже в визуальных средствах на стене библиотеки – фото с Эйфелевой башней, рабочие символизировать социализм, веру в талант французского народа и т. д.¹²

Личная история так или иначе показательна у каждого из кандидатов, например, В. Пекресс, так же как и другие кандидаты, приходит на телевидение вспомнить свою публичную политическую деятельность¹³.

Вспомнить свою политическую карьеру на телевидение приглашается Ж. Лассаль. Его выступление на передаче сопровождается комментариями уважения им памяти и ценностей (ключевые слова выделены нами жирным курсивом):

*J'aime beaucoup ce format. Pour moi, la plus grande qualité d'un homme, c'est la mémoire. La mémoire, car elle permet de se souvenir des erreurs qu'on a commises pour ne pas les réitérer, car elle permet de préserver son identité et de rester fidèle à ses valeurs aussi. Monsieur Lasalle n'a pas oublié son village, et pour cela je le respecte grandement*¹⁴.

При этом Жан Лассаль – кандидат, связанный с провинцией, истинный француз.

Любая оценка личности и биографии блогерами сопровождается оценкой качеств, необходимых политике, например комментарий ролика кандидата Ж.-Л. Меланшона:

*Bravo Jean, un des députés (un politicien) les moins déconnecté. Courage, intégrité, clairvoyance*¹⁵.

Имидж кандидата Э. Макрона, занимающего официальный пост, создается при помощи пресс-службы и имиджа государственной деятельности в целом¹⁶. На официальном сайте освещается текущая деятельность президента, есть возможность написать президенту, узнать о президенте,

¹² Clip officiel de Jean-Luc Mélenchon: un autre monde est possible – Clip officiel #2. *You Tube*. 29 Mar 2022. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=kLvEVQYSmhg> (accessed 20 Apr 2022).

¹³ La 1ère télé de Valérie Pécresse. *You Tube*. 6 Apr 2022. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=oyV5XuKQU7s> (accessed 20 Apr 2022).

¹⁴ Jean Lassalle face à ses archives dans "adn", l'émission politique de l'INA | INA. *You Tube*. 22 Mar 2022. URL: https://www.youtube.com/watch?v=8_Ami8gi5fk (accessed 20 Apr 2022).

¹⁵ Clip officiel de Jean-Luc Mélenchon...

¹⁶ Elysee. URL: <https://www.elysee.fr/crire-au-president-de-la-republique/> (accessed 20 Apr 2022).

проследить за его действиями, позициями, высказываниями в социальных сетях. Его деятельность также освещается всей крупной французской прессой¹⁷.

При этом Э. Макрон не работал на полную мощность с электоратом. Соперники слева и справа укоряли его в том, что он уклонялся от дебатов по внутренним проблемам. Ведь соперниками сознавались уязвимые места в программе Э. Макрона – повышение пенсионного возраста или то, что правительство Э. Макрона требует от безработных 15–20 часов работы или учебы в неделю.

Можно обсудить отдельные целевые аудитории кампании – какова поддержка Э. Макрона среди левоцентристов, правоцентристов. Так, его штабом ставилась задача вызвать симпатии простых людей. Э. Макрону необходимо было избавиться от имиджа, что он – президент богатых, это же порождало впечатление от его трудовых и налоговых реформ. Рискованным шагом представлялся и скандал с консалтинговой фирмой Мак Кинси: Э. Макрона упрекали в том, что неприлично платить частным консультантам. Первое публичное появление на камерах произошло уже на поздних этапах борьбы¹⁸.

Поддержка кандидата, как известно, объясняется «заразительностью» его идеи и его личности. Политик оценивается и по индивидуальным свойствам, как и представитель определенной политической силы [Бушев 2012; 2018; 2021б]. Так, во Франции существуют устойчивые представления, чего ждать от левых и правых политиков [Windisch 1995; Windisch et al. 1995]. Сложнее с центристами. Показательный пример представлял собой действующий президент Э. Макрон в недавнем прошлом на президентских выборах во Франции в 2017 г.: его идеи увеличения минимального оклада, расширения услуг государственной медицинской страховки, увеличения числа учителей и полицейских, инвестиции в сельское хозяйство явно восходили к левой политике, а либерализация рынка труда, отмены пенсионных льгот для госслужащих, снижение налогового бремени для наиболее обеспеченных граждан, упразднение большого количества бюджетных мест, последовательное снижение дефицита госбюджета явно черпали свое обоснование в правой политике. Себя как личность руководитель движения «Вперед, республика!» Э. Макрон представил на страницах книги «Революция», вышедшей в канун первых выигранных им выборов.

Сегодня на президента Э. Макрона уже работает его послужной список. Э. Макрон зарекомендовал себя

как еврофил и атлантист, рыночник, сторонник политики открытых дверей для иммигрантов, борец с терроризмом, сторонник увеличения оборонного бюджета, борец с «жёлтыми жилетами».

Показательны классовые предпочтения кандидатов, хотя ими декларируется знание жизни простого человека.

Фактографическая рамка анализа дискурса

Это первая рамка любого дискурс-анализа. Здесь мы отвечаем на вопрос, какие факты вызывали к жизни именно такой дискурс (именно эту совокупность текстов).

Недаром эти французские выборы были названы газетой «Московский комсомолец» выборами с украинским акцентом. Важна также экономическая стабильность – ее воплощает Э. Макрон. Главным бенефициаром предвыборных баталий оказался человек, который уже сидит в Елисейском дворце. Это случилось из-за международного кризиса. Подчеркивалось, как он предпринимает дипломатические усилия, демонстрировалось, как рядится в тогу миротворца. Задача понималась как остановить конфликт, не вступая в конфликт. На это работали организация санкций в ЕС против России, помощь Украине, разговоры с В. Путиным за очень длинным столом. На положительный результат сработал и спад пандемии. Многие аналитики отмечали, что избирательная кампания была вытеснена освещением конфликта, вопросы внутренней повестки дня показались французам менее важными. Внешнеполитическая повестка оттеснила даже гнев французов по поводу удорожания жизни. А ведь политконсультанты цинично заявляют о том, что инфляция и безработица – мощные предвыборные агитаторы: холодильник традиционно выигрывает у телевизора.

Начало знаменитой речи социалиста Ж.-Л. Меланшона свидетельствует о важности внутривнутриполитического (рост цен) и внешнеполитического (европейская безопасность) моментов:

*À la veille de cinq années décisives pour le changement climatique, entré dans sa phase irréversible, à la veille d'un changement radical de l'ordre du monde dont la première page, hélas, a été ouverte par la terrible guerre d'Ukraine et l'invasion poutine. Il y a 9 000 000 de pauvres dans ce pays riche. Il y a 8 000 000 de personnes à l'aide alimentaire. Il y a 4 000 000 de mal logés. 12 millions de personnes ont eu froid cet hiver parce qu'elles ne pouvaient pas se chauffer*¹⁹.

¹⁷ Discours d'Emmanuel Macron: une série de discours importants ces dernières années. URL: <https://www.linternaute.com/actualite/politique/2498313-discours-d-emmanuel-macron-des-allocutions-sur-la-guerre-et-sa-candidature/> (accessed 20 May 2022).

¹⁸ Présidentielle: les candidats réagissent à leur 1ère télé dans "adn". *You Tube*. 7 Apr 2022. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=9g7w-vnQr8A> (accessed 20 Apr 2022).

¹⁹ Dimanche, la France parle au monde. *Votez! You Tube*. 9 Apr 2022. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=3vsoHix3aSo> (accessed 20 Apr 2022).

Рамка анализа языкового материала

Рамка анализа языковой коммуникации без труда выявляет штампы, клише, речевые стереотипы, эвфемизмы, избитые метафоры и эпитеты, оценочные коннотации, неясность терминов, перенасыщенность (включаемую нами в семантико-синтаксическое явление сверхсатиации), определенные риторические приемы.

Концовка знаменитой речи Ж.-Л. Меланшона – видение новой Франции – полна риторических приемов, прежде всего обращения к собеседнику, его этосу. Речь этого политика перед миллионной аудиторией накануне первого тура, произведшая на автора статьи сильное впечатление, полна параллелизмов, обращений, повторов, выстроена как риторическое произведение-увещание (В. В. Виноградов относил ораторскую речь именно к этому типу произведений):

*La France n'est rien sans son peuple, le peuple est tout, mais vous n'aurez rien du tout, si vous ne faites rien, vous n'aurez rien du tout, si vous laissez aller, vous devez porter haut et fort, comme un projet pour le futur, ce qui pour l'instant n'est qu'un slogan sur une affiche. Un autre monde est possible, dans l'univers entier. Si les Français décident de changer la route de leur patrie, de nouveau nous serons entendus. La France, dans ces conditions, a un message à porter, elle le portera si elle montre l'exemple, si, par ses choix de gouvernement, par les choix de son assemblée, elle ouvre un nouveau chemin et qu'elle montre qu'il est praticable, qu'il est juste et qu'il fonctionne. Voilà la France, voilà celle que nous voulons. Écoutez les gens, avec un bulletin de vote, on peut régler tellement de choses, on peut lancer un tel appel au monde. Il faut que tout change. J'y suis prêt. Nos équipes y sont prêtes. Écoutez la grandeur de la France, qui s'exprimera si vous le voulez telle qu'elle est. Vive la France et surtout vive la République!*²⁰

Показательно, что общественная дискуссия в публичном пространстве глобальных средств массовой информации иллюстрирует весь спектр точек зрения. При этом связь медиа с политикой носит двусторонний характер: политика влияет на формирование медиа, на развитие языковых средств медиадискурса,

его тематического репертуара. Со своей стороны, медиа являются эффективным инструментом воздействия на общественные процессы.

Рамка креолизованной коммуникации

Эта часть дискурса представлена иллюстрациями, плакатами, карикатурами, мемами и другими текстами, комбинирующими вербальные и визуальные языки. Показательно, как оформлены материалы политика, в чем его фирменный стиль. Обратим внимание, что материалы ультраправого кандидата М. Ле Пен несут логотип *M la France*²¹. На это же работает телепередача «Куклы» (Жиньоль). Показательно и участие кандидатов в различного рода шоу.

Рамка анализа ценностей

Исследование политического предвыборного дискурса в западных демократиях высвечивает базовые ценности нации, которые воплощены в такого рода дискурсе. Предвыборный дискурс может быть суммирован в ключевых вопросах предвыборной повестки, с которой та или иная политическая сила идет на выборы. Эти повестки создаются с целью снискать одобрение и поддержку аудитории.

Ценности относят как к объективным, так и субъективным факторам дискурса – это то, чего мы желаем желать. *Ненаучное вычленение* ценностей дает повод для сарказма, обсуждений и размышлений, сравнений и т.д. Выделяются социологические ценности, характерные для французского общества (представленные в программах ультраправых, правых и социалистов).

Ценность *работа, труд* представлены в ролике, в котором сторонники Ж.-Л. Меланшона призывают голосовать за него²².

Рамка анализа тематизма аргументации

Для предвыборных дебатов характерен тематизм – порядка тридцати-сорока актуальных для общества тем, по которым партия в своей программе дает четкий ответ, например, равенство мужчины и женщины в обществе²³, вопросы образования (сравнение подходов)²⁴.

²⁰ Там же.

²¹ Spécial MARINE LE PEN – Les Guignols – CANAL+. *YouTube*. 5 Apr 2022. URL: https://www.youtube.com/watch?v=h_9QbAbC1Bk (accessed 20 Apr 2022).

²² TRAVAIL – Garantir une vie digne pour les travailleurs – Clip officiel #3. *YouTube*. 29 Mar 2022. URL: https://www.youtube.com/watch?v=XyAvTVaMIE&list=PLnAm9o_Xn_3DTuJJpekprYLVe2RtPv1gN&index=2 (accessed 20 Apr 2022).

²³ Garantir l'égalité femmes-hommes – Clip officiel de Mélenchon #5. *YouTube*. 31 Mar 2022. URL: https://www.youtube.com/watch?v=QeZSk8yRqg&list=PLnAm9o_Xn_3DTuJJpekprYLVe2RtPv1gN&index=4 (accessed 20 Apr 2022).

²⁴ Présidentielle: que proposent les candidats en matière d'éducation? *YouTube*. 2 Apr 2022. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=dYAUFWMi-us> (accessed 20 Apr 2022).

Показательно, как кандидат отвечает на все вопросы повестки дня²⁵. Позиция по обсуждаемым вопросам (*issues*) – часто нечетко высказанная, неясно понятая – играет свою роль. При этом базисные ценности не оспариваются сторонами – вера в частную собственность, бизнес, свободную конкуренцию, глобальную роль нации, прогресс.

Левые кандидаты выступают за замораживание цен²⁶. Материал вызывает 531 комментарий, приведем пример: *ouafouaf: Quel énorme travail est fait là! Merci à toute l'équipe pour la vigilance, la rigueur et l'humanité qui anime votre action. Bien entendu c'est "l'Avenir en commun"*. 😊

Рамка риторических стратегий

В своих исследованиях мы выделяем на основе анализа публицистических материалов о дебатах некоторые вербальные стратегии дебатирования. Это обвинения, часто беспочвенные, отрицание, косвенное и прямое обвинение, насмешка, нападки, инсинуации, сравнения, арсенал аргументации, в том числе морального и ценностного характера. Характерно обыгрывание промахов соперника, цитирование и привлечение внимания к вербальным промахам. В ход идут негативные оценки соперника. Не удается избежать обвинений в передергивании. Характерны сложные, национальные аллюзии. Забота о простом рядовом среднем классе – преобладающий аргумент дебатов. Постоянно производится рекрутирование сторонников. Применяются обвинения в цинизме, политической близорукости, прочие эристические ходы (эридика – искусство спора без четкой аргументации). Риторические стратегии воздействующей речи политиков проявляются в таких характеристиках, как деление на *хороших* и *плохих* людей, перекалывание вины, оскорбление политических противников, генерализация, драматизация

и эмоциональность, преувеличение и обещание спасения / освобождения. Таким образом, политики, в первую очередь, обращаются к эмоциональной и экспрессивной стороне высказывания, нежели к объективности и правдивости доносимой информации [Charaudeau 2008; Messin 2009]. Все речи характеризует **гипероценочность**.

Рамка перформансной коммуникации

В данной рамке анализа нас интересуют действия, часто символические – демонстрации и т.д.: дебаты между кандидатами перед вторым туром в 2017 г.²⁷ Обсуждение результатов первого тура происходит в прямом эфире²⁸. Многочисленные сайты медиа дают комментарии избирателей-блогеров. Показателен голографический клип «Весна людей», рассчитанный на интернет-аудиторию²⁹.

Рамка использования виртуальной коммуникации сетевых форматов коммуникации официальных лиц

Значима роль сетевых коммуникаций. Например, YouTube-каналы Ж.-Л. Меланшона³⁰. Это позволяет судить, как качественно общается кандидат с прессой³¹.

Обратим внимание на то, как качественно исполнены электронные материалы М. Ле Пен – и ее сайт, и видео, и YouTube-канал в целом³². На сайте полно поклонников, которые пишут:

Marine femme forte, puissante, pleine d'espérance pour le peuple qui a besoin d'être compris. Je voterai pour elle.

Для кандидатов показательно появление на телепередачах, т.к. печатная реклама малоэффективна. К примеру, кандидат «зеленых» Я. Жадо на утренней передаче про школьные завтраки и стоимость жизни³³.

Ультраправый кандидат Э. Земмур, бывший журналист, особенно хорошо использует всю палитру современных коммуникаций видео на YouTube, многочисленные соцсети, сайты.

²⁵ LA FAQ 2022: Macron, 6e République, animaux, SMIC, RIC, Corse, logement, Parcoursup, hologrammes... *You Tube*. 7 Apr 2022. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=L0Jwhi5pBtI> (accessed 20 Apr 2022).

²⁶ #RDLS153 spéciale depuis la Colombie! *You Tube*. 4 Aug 2022. URL: https://www.youtube.com/channel/UCk_PeY3iC6DIGJKuoEe9bw (accessed 20 Apr 2022).

²⁷ REPLAY – Débat de l'entre-deux-tours: Marine Le Pen / Emmanuel Macron. *You Tube*. 4 May 2017. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=iOAbBdlWgz0> (accessed 20 Apr 2022).

²⁸ Soirée spéciale: premier tour de l'élection présidentielle 2022. *You Tube*. 10 Apr 2022. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=5wH2708mEY8> (accessed 20 Apr 2022).

²⁹ "Le Printemps du Peuple!" – le clip des hologrammes. *You Tube*. 6 Apr 2022. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=CQKLvH5k6AE> (accessed 20 Apr 2022).

³⁰ #RDLS153 spéciale depuis la Colombie...

³¹ Jean-Luc Mélenchon le blog. URL: <https://melenchon.fr/> (accessed 20 Apr 2022); Clip officiel de Jean-Luc Mélenchon: un autre monde est possible – Clip officiel #2...; Multi-meeting hologramme de Jean-Luc Mélenchon. *You Tube*. 6 Apr 2022. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=H5ABEnpqcQ> (accessed 20 Apr 2022).

³² M la France. URL: <https://mlafrance.fr/programme/>; Vidéos. URL: <https://mlafrance.fr/#videos>; DÉFENDONS LE POUVOIR D'ACHAT DES FRANÇAIS! *You Tube*. 18 Jul 2022. URL: <https://www.youtube.com/c/MarineLePenOfficiel> (accessed 20 Apr 2022).

³³ Yannick Jadot et l'affaire Buitoni: "L'enjeu, redonner du pouvoir d'achat pour bien manger". *You Tube*. 6 Apr 2022. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=MAkB1PWRElg> (accessed 20 Apr 2022).

Заключение

Автором статьи проведены лингводидактический эксперимент – освежение в памяти французского языка при помощи технологий YouTube – и знакомство с аутентичными источниками по политическому предвыборному пиару. Исследование процессов изучения языка не может игнорировать современные технологические возможности, влияющие на методику преподавания языка. Исследование процессов массмедийной коммуникации не может игнорировать сети. Сети, сетевой дискурс представляют собой расширение возможностей конкретного человека по достижению и коммуникативному приобщению к разнообразным дискурсам.

Многочисленные тексты могут быть компрессированы до ключевых концептов. Применяемые рамки анализа позволяют говорить о языковых, дискурсивно-аргументативных, неязыковых и коммуникативных особенностях исследуемого дискурса.

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

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

Литература / References

- Амзин А., Галустян А., Гатов В., Кастельс М., Кульчицкая Д., Лосева Н., Паркс М., Паранько С., Силантьева О., ван дер Хаак Б. Как новые медиа изменили журналистику. 2012–2016. Екатеринбург: Гуманитарный университет, 2016. 304 с. [Amzin A., Galustyan A. Gatov V., Kastels M., Kulchickaya D., Loseva N., Parks M., Paranko S., Silantiva O., van der Haak B. *How new media has changed journalism. 2012–2016*. Ekaterinburg: Gumanitarnyi universitet, 2016, 304. (In Russ.)]
- Бушев А. Б. Аспекты цифровизации коммуникации и коммуникативных специальностей. *Социально-психологические проблемы современного общества в условиях цифровизации: личность, организация, управление*, ред. И. А. Барияк, Е. Д. Короткина, Е. С. Ребрилова. Тверь: ТвГУ, 2021а. С. 153–181. [Bouchev A. V. Aspects of digitalization of communication and communicative specialties. *Socio-psychological problems of modern society in the context of digitalization: personality, organization, and management*, eds. Barilyak I. A., Korotkina E. D., Rebrilova E. S. Tver: TverSU, 2021, 153–181. (In Russ.)]
- Бушев А. Б. Дидактика и лингводидактика проекта международного дистанционного образования. *Открытое и дистанционное образование*. 2009. № 3. С. 34–40. [Bouchev A. B. Educational and linguistic skills for international distance learning project. *Open and Distance Education*, 2009, (3): 34–40. (In Russ.)]
- Бушев А. Б. Дискурс-анализ: теория рамочного анализа. *Филологические науки. Научные доклады высшей школы*. 2021б. № 5. С. 13–21. [Bouchev A. B. Discourse analysis: the theory of frames of analysis. *Philological Sciences. Scientific Essays of Higher Education*, 2021, (5): 13–21. (In Russ.)] <https://doi.org/10.20339/PhS.5-21.013>
- Бушев А. Б. Идеи предвыборных дебатов в США как культурно-риторический феномен. *Филологические науки в МГИМО*. 2012. № 47. С. 22–35. [Bouchev A. B. Ideas of pre-election debates in the USA as a cultural and rhetorical phenomenon. *Linguistics & Polyglot Studies*, 2012, (47): 22–35. (In Russ.)]
- Бушев А. Б. Политическая коммуникативистика: становление междисциплинарной парадигмы исследований в России. *Филологические науки. Научные доклады высшей школы*. 2018. № 1. С. 33–44. [Bouchev A. B. Political communication: The formation of an interdisciplinary research paradigm in Russia. *Philological Sciences. Scientific Essays of Higher Education*, 2018, (1): 33–44. (In Russ.)] <https://doi.org/10.20339/PhS.1-18.033>
- Зубкова Л. В. YouTube как основа медиакommunikации. *Актуальные проблемы гуманитарных наук*: Всерос. науч.-практ. конф. (Нижевартовск, 20 февраля 2021 г.) Нижевартовск: НВГУ, 2021. С. 439–442. [Zubkova L. V. Youtube as the basis of media communication. *Actual problems of the humanities*: Proc. Sci.-Prac. Conf., Nizhnevartovsk, 20 Feb 2021. Nizhnevartovsk: NVSU, 2021, 439–442. (In Russ.)]
- Иванов Д. В. Виртуализация общества. Версия 2.0. СПб.: Петербург. востоковедение, 2002. 96 с. [Ivanov D. V. *Virtualization of society. Version 2.0*. St. Petersburg: Peterburg. vostokovedenie, 2002, 96. (In Russ.)]
- Кастельс М. Власть коммуникации. М.: ВШЭ, 2016. 450 с. [Castelles M. *The power of communication*. Moscow: HSE, 2016, 450. (In Russ.)]
- Крюкова Е., Савельев Д. 100+ хаков для интернет-маркетологов: Как получить трафик и конвертировать его в продажи. М.: Альпина Паблшер, 2018 303 с. [Kryukova E, Saveliev D. *100+ Internet marketer hacks: How to get traffic and convert it into sales*. Moscow: Alpina Pablisher, 2018, 303. (In Russ.)]

- Ларионова В. А., Карасик А. А. Цифровая трансформация университетов: заметки о глобальной конференции по технологиям в образовании EdCrunch Ural. *Университетское управление: практика и анализ*. 2019. Т. 23. № 3. С. 130–135. [Larionova V. A., Karasik A. A. Digital transformation of universities: notes on the global conference EdCrunch Ural on technologies in education. *University Management: Practice and Analysis*, 2019, 23(3): 130–135. (In Russ.)]
- Солопов Д. А., Гладкова К. 10 заповедей коммуникационной войны: как победить СМИ, Instagram и Facebook. М.: Интеллектуальная Литература, 2020. 216 с. [Solopov D. A., Gladkova K. *10 commandments of the communications war: how to defeat the media, Instagram and Facebook*. Moscow: Intellectuálnaya Literatura, 2020, 216. (In Russ.)]
- Социально-психологические проблемы современного общества в условиях цифровизации: личность, организация, управление, ред. И. А. Барияк, Е. Д. Короткина, Е. С. Ребрилова. Тверь: ТвГУ, 2021. 358 с. [*Socio-psychological problems of modern society in the context of digitalization: personality, organization, and management*, eds. Barilyak I. A., Korotkina E. D., Rebrilova E. S. Tver: TverSU, 2021, 358. (In Russ.)]
- Социальные сети: комплексный лингвистический анализ, научн. ред. Н. Д. Голев, отв. ред. Л. Г. Ким. Кемерово: КемГУ, 2021. Т. 1. 430 с. [*Social networks: a complex linguistic analysis*, eds. Golev N. D., Kim L. G. Kemerovo: KemSU, 2021, vol. 1, 430. (In Russ.)]
- Amossy R. L'éthos au carrefour des disciplines. Rhétorique, pragmatique, sociologie des champs. In: Amossy R. *Images de soi dans le discours. La construction de l'éthos*. Lausanne: Delachaux & Niestlé, 1999, 125–154.
- Amossy R., Koren R. Argumentation et discours politique. *Mots*, 1990, (100): 13–21. <https://doi.org/10.4000/mots.19843>
- Bühl A. *Die virtuelle Gesellschaft des 21. Jahrhunderts: sozialer Wandel im digitalen Zeitalter*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, 2000, 100.
- Charaudeau P. L'argumentation dans une problématique d'influence. *Argumentation et Analyse du Discours*, 2008, 1(1). <https://doi.org/10.4000/aad.193>
- Mao X. *Mécanisme discursif du discours politique: Analyse sémantique des discours électoraux de Marine le Pen*. Master Professionnel 2e année. Paris, 2016, 100.
- Media education for a digital generation*, eds. Frechette J., Williams R. Routledge, 2016, 322.
- Media education: a kit for teachers, students, parents and professionals*, ed. Frau-Meigs D. UNESCO, 2006, 185.
- Messin K. C. *La discours politique relatif a l'aménagement linguistique en France (1997–2002)*. Paris, 2009, 490.
- Kroker A., Weinstein M. A. *Data trash: the theory of virtual class*. Montreal: New World Perspectives, 2001, 98.
- Rheingold H. *The virtual community: homesteading on the electronic frontier*. Reading, Massachusetts: Addison-Wesley, 1993, 281.
- Windisch U. L'argumentation politique. Un phénomène social total. *Année sociologique*, 1995, 45(2): 59–82.
- Windisch U., Amey P., Grétilat F. Communication et argumentation politiques quotidiennes en démocratie directe. *Hermès*, 1995, (16): 57–72.

Оригинальная статья

Интернет-мемы в сетевой коммуникации (на материале сайтов с развлекательным содержанием)

Дашкова Светлана Юрьевна

Кемеровский государственный университет
Кемерово, Россия
dachks@mail.ru

Поступила в редакцию 25.07.2022. Принята после рецензирования 15.08.2022. Принята в печать 25.08.2022.

Аннотация: Интернет-мемы, тесно связанные с прецедентными феноменами, являются неотъемлемой частью интернет-дискурса, в частности развлекательного сегмента. Они направлены на отражение актуальных событий, самовыражение автора мема, создание комического эффекта и др. Мемы обладают такими характеристиками, как повторяемость, возможность трансформации, краткость текстового элемента, юмористическая направленность. В англоязычном интернет-дискурсе представлены мемы в форме текста, картинки, картинки с подписью, видео. Наиболее распространенными являются мемы, отсылающие к массовой и интернет-культуре. Ведущими коммуникативными целями создания и публикации мемов в социальных сетях являются развлечение, отражение актуальных событий, повышение личного рейтинга на ресурсе. Направленность социальной сети и особенности культуры мемов обуславливают преобладание кооперативной речевой стратегии, даже при выборе тактик, направленных на создание конфликта, негативная реакция адресанта не является целью.

Ключевые слова: коммуникация, интернет-дискурс, социальные сети, интернет-мем, воздействие, культурный код, прецедентность

Цитирование: Дашкова С. Ю. Интернет-мемы в сетевой коммуникации (на материале сайтов с развлекательным содержанием). *Виртуальная коммуникация и социальные сети*. 2022. Т. 1. № 3. С. 130–135.

Full article

Internet Memes in Network Communication: English Entertainment Sites

Svetlana Yu. Dashkova

Kemerovo State University
Kemerovo, Russian
dachks@mail.ru

Received 25 Jul 2022. Accepted after peer review 15 Aug 2022. Accepted for publication 25 Aug 2022.

Abstract: Internet memes are an integral part of the Internet entertainment discourse. They are often based on precedent phenomena and reflect current events, facilitate the self-expression of the author, create a comic effect, etc. Memes possess a great repetitive and transformation potential. Their textual element is compact and humor-oriented. In the English Internet discourse, memes exist as texts, pictures, pictures with captions, and videos. The most common memes are those that refer to mass and Internet culture. In social networks, their main communicative goals are entertainment, reflection of current events, and increasing personal rating. The policy of the social network and the peculiarities of the meme culture determine the cooperative speech strategy they represent: even when the meme is part of some conflictogenic tactics, the negative reaction is not its main goal.

Keywords: communication, internet discourse, social networks, internet meme, impact, cultural code, precedence

Citation: Dashkova S. Yu. Internet Memes in Network Communication: English Entertainment Sites. *Virtual Communication and Social Networks*, 2022, 1(3): 130–135.

Введение

С развитием технологий значительную роль в жизни современного человека играют Интернет и социальные сети. В рамках интернет-дискурса сформировался особый тип общения, одновременно отличающийся от устной и письменной коммуникации и заимствовавший их отдельные характеристики. Данный феномен не мог не заинтересовать лингвистов, занимающихся изучением вопросов дискурса и прагматики коммуникации, появляются работы, посвященные особенностям различных аспектов интернет-дискурса.

Исследованы характеристики интернет-дискурса: когнитивность, вариативность, интерактивность, психологичность, социологичность [Горина 2016]. Описаны подходы к моделированию данного феномена: предметный, социолингвистический, прагмалингвистический и перформативный [Карасик 2004].

Интернет-дискурс включает в себя признаки всех типов институционального дискурса, но при этом не отождествляется ни с одним из них. Глобальная сеть предполагает не только общение одного определенного адресанта с массовой аудиторией, но и делает реальной коммуникацию для всех участников дискурса. Это социальный акт, направленный на взаимодействие коммуникантов согласно особым сложившимся традициям и нормам этикета в сочетании с социокультурными, прагматическими, психологическими факторами [Загоруйко 2012: 59].

Интернет-дискурс довольно многообразен, в пределах данного феномена выделяют гипержанры социальной сети, сайта и блога. Также выделяются интернет-жанры, к которым можно отнести конференцию, электронное письмо, пост, комментарий и др. Особое место в работах исследователей занимают пост и комментарий, т.к. они являются основными и самыми частотными в развлекательном сегменте интернет-пространства. Пост включает в себя презентацию и реакцию. Презентация представляет новую информацию, реакция – отношение пользователей в виде ответных сообщений, т.е. комментариев [Ляшева 2020: 10]. И чаще всего презентации и реакции пользователей представлены картинками-знаками, получившими название *интернет-мем*.

Интернет-мем – новое явление интернет-коммуникации. Однако, несмотря на свою недолгую историю, мем стал высоко популярным. Данный феномен распространяется с высокой скоростью и охватывает значительное количество аудитории. На данный момент это новое явление массовой культуры, единица передачи культурной информации, один из культурных кодов, знаков современного мира. Мем рассматривается

как механизм передачи и хранения культурной информации, поэтому и является важным источником отражения современной реальности, способом выражения мыслей и чувств к происходящему в мире [Аликберова, Балакин 2019]. Выделены основные признаки мемов как средств коммуникации: гибридность (сочетание текстовой информации, графики и даже звукового ряда и видеоизображения), контекстуальность (любой мем дает некую отсылку на контекст), компактность, актуальность (имеет жизненный цикл), массовое распространение, легкость дешифровки содержания, «захват» аудитории [Акбаш, Шестопалова 2021: 14].

Для интернет-мемов характерна иконичность, что позволяет создать эффект правдоподобия, ясности и подлинности, благодаря чему он становится понятным и выразительным. Помимо визуальной составляющей, интернет-мем имеет вербальный компонент, который может содержать знаки-индексы, поэтому он характеризуется индексальностью. Мем – сложный знак, к его характеристикам относятся полисемантическая, сложность композиции, сочетание визуального и текстового ряда и различная прагматическая нагруженность [Канашина 2015]. Текст мема, как правило, состоит из одной или двух строк текста в верхней и / или нижней части интернет-мема, дополняя изображение. Изменение текста или изображения создает бесконечные возможности интерпретации ключевого сообщения, содержащегося в интернет-меме, и способствует его массовому тиражированию [Артамонов 2021: 225].

Мем существует в области человеческой коммуникации и используется, чтобы передавать информацию, а также эмоционально воздействовать на адресата. Источники мемов очень разнообразны, ими могут являться животные, новость в СМИ, предмет искусства, фильм, персонаж аниме, игра слов, высказывание интернет-пользователя и т.д. В качестве каналов распространения интернет-мемов служат социальные сети и приложения для обмена мобильными сообщениями, а производят их специализированные веб-сайты и специальные приложения для смартфонов, способные автоматически генерировать мем-сообщения.

Мем – информационный комплекс, который насыщен экспрессией. Для него является характерным обыгрывать эффект массовости и одновременно указывать на личную принадлежность к ситуации. Главной особенностью мема является его юмористическая направленность [Ягодкина 2019]. Возникающий комический эффект достигается вследствие того, что персонажи или сюжетные ситуации помещаются в неожиданный контекст [Гурьянова, Синегубова 2022: 38]. Юмор, смех,

высмеивая, обнажая и обличая все плохое, создают новую действительность, в которой негативные явления общественной жизни получают положительную эмоциональную окраску. Смех выполняет функцию социальной коррекции, однако он не исправляет общественную ситуацию, а служит инструментом изменения отношения к ней [Артамонов 2021: 217].

Интернет-мемы характерны для развлекательного сегмента интернет-дискурса, в рамках которого коммуниканты, прежде всего, преследуют цель развлечения. Важно отметить, что игровая деятельность и удовольствие от игры особенно в современном мире имеют огромную притягательность. Колоссальное увеличение игрового компонента в жизни, наступление т.н. «цивилизации досуга» [Дюмазедье 1993: 87] свидетельствуют об изменениях образа жизни человека и являются главной особенностью современного мира. Развлечение является одной из важнейших областей повседневной жизни человека, существенно влияющей на состояние общества. И именно поэтому это сравнительно новое и особое явление интересно для исследователей. Развлекательный дискурс представляет собой особое измерение любых видов общения, его системообразующим признаком является игровое мировосприятие, сориентированное на карнавализацию бытия и креативное преобразование осмысливаемой и переживаемой реальности [Карасик 2020].

В рамках рекреационного интернет-дискурса широкий отклик получили мемы, которые представляют собой поликодовый текст, т.е. совмещают текстовую и визуальную информацию. Они имеют сопредельный стандарт и часто представлены шаблонами. В интернет-мемах часто встречается языковая игра, которая используется в опоре на ассоциации (ассоциативная провокация, ассоциативная интеграция и т.д.) и в основе которой находятся комическое начало и юмор. Языковая игра (лингвокреатив) – это разного рода намеренное отступление от нормы, но всегда определяемое носителями языка [Балыкова 2020: 118].

В мемах может встречаться отождествление признаков, функций, семантики метаязыковых единиц с экстралингвистическими реалиями [Гридина, Талашманов 2019: 33], а также ошибки – часто они создаются нарочно и обладают образной и стилистической значимостью, благодаря чему реализуются информативные, коммуникативные и развлекательные функции. Кроме языковой игры может нарушаться синтаксическая норма, включаться эрратив и др. [Аникина 2017].

В качестве материала для написания статьи были использованы мемы из таких социальных сетей, как Facebook¹, Twitter, Reddit, Italki, ВКонтакте. Особенностью данных ресурсов является разделение на многочисленные тематические сообщества. Некоторые сообщества непосредственно предназначены для публикации мемов. Мемы могут быть представлены непосредственно в посте, в комментариях к постам и в личных переписках пользователей.

Результаты

Коммуниканты отправляют мемы друг другу с целью поднять настроение, заставить улыбнуться, помочь забыть о плохом. Намерением является общение с другими пользователями социальной сети, получение их одобрения, выражение собственной креативности. В данном случае можно говорить о феномене общения ради самого общения.

Рассмотрим мем на рис. 1²: он был отправлен адресату, когда тот находился в плохом настроении с целью развеять. Мем является пародией на ситуацию, которая встречается в человеческом мире. Многие люди хоть раз в жизни слышали на улице фразу *He хотите поговорить о боге?* Особенно часто эта фраза встречалась несколько лет назад, именно тогда на просторах Интернета и появился мем с вороном и котом. Птица олицетворяет человека, назойливого пропагандиста своей веры, а кот – прохожего, которого данная тема не интересует, но он не может избавиться от нахального преследователя.

Часто для создания комического эффекта достаточно надеть на животное элемент одежды человека или заставить делать то, что обычно делает хозяин. Однако иногда представитель животного мира может вести свой обычный образ жизни и, казалось бы, никак не пародировать человека, но для создания мема продвинутому пользователю

Do you have a minute to talk about
our lord and saviour Edgar Allan Poe?



Рис. 1 / Fig. 1

¹ Компания Meta Platforms, владеющая социальными сетями Facebook и Instagram, признана экстремистской организацией, ее деятельность запрещена на территории РФ. *Meta Platforms, the parent company of Facebook and Instagram, is banned in the Russian Federation as an extremist organization.*

² Do you have a minute to talk about our lord and Saviour Edgar Allan Poe meme. URL: <https://ahseeit.com/?qa=121722/you-have-minute-talk-about-our-lord-saviour-edgar-allan-meme> (accessed 20 May 2022).

современных технологий достаточно и этого. К любой картинке, где питомец принял хотя бы немного забавную позу, люди, обладающие фантазией и чувством юмора, могут придумать смешную фразу и в результате получить мем, который распространится по Глобальной сети.

На фотографии на рис. 2³ кот представлен в образе человека, который произносит перед зеркалом аффирмации – психологические фразы для самовнушения: *Ты крут. Ты умен. Ты влиятелен*. Картинка стала мемом благодаря надписи, которая в данном случае является смешной, т.к. в реальной жизни никак не может относиться к питомцу. Без подписи это была бы просто фотография, где кот смотрит на свое отражение в зеркале.

Мем на рис. 3⁴ пародирует девушек, которые, выбирая прическу, показывают на предмет и произносят популярную фразу *Вот такой цвет хочу*. Мем взят из диалога двух подруг, куда был отправлен одной из собеседниц с целью посмеяться над собой.

Представленные мемы (рис. 1–3) были созданы на основе приема персонификации, их первоисточниками являлись животные. Следующие примеры мемов объединяет другой литературный прием – каламбур. Такие мемы основаны на игре слов, не имеют предыстории, чаще всего не обладают каким-либо смыслом и подтекстом. Суть шуток, основанных на каламбуре, заключается в том, что одни и те же понятия могут трактоваться в прямом и переносном смысле.

Приемы языковой игры на фонетическом уровне в мемах можно обнаружить в сопроводительной подписи к мему, где присутствует обыгрывание звукового образа. Могут использоваться такие приемы, как звукоподражание, аллитерация, ассонанс, анафора, эпифора, параллелизм. Все эти приемы призваны заинтересовать адресата и нацелены на усиление развлекательного компонента интернет-мема.

Большую популярность стали набирать мемы, основанные на замене слогов или букв с похожим звучанием в именах известных людей и не только. Такие мемы не имеют подтекста и намерения оскорбить чувства. Их цель – заставить адресата смеяться – достигается путем обращения внимания на имена собственные, которые люди используют повседневно в своей жизни и не замечают в них юмористического элемента: причём именно невербальная часть интернет-мема позволяет узнать известную личность (рис. 4⁵).



Рис. 2 / Fig. 2



Рис. 3 / Fig. 3

Иногда игра слов становится причиной недопониманий между собеседниками. Пример на рис. 5⁶ является выдуманным диалогом двух собеседников, общающихся посредством телефонной связи, который был написан специально для создания мема. Автор использовал созвучие имени собственного *Watt* и вопросительного слова *what*, а также имени *Knott* и отрицательной частицы *not*. Основанием для создания мема могут стать и случаи из реальной жизни, которые часто происходят между незнакомыми людьми (например, рис. 6⁷). Адресат сообщения переспрашивает, используя *So?* В ответ же получает вторую половину имени адресанта *Нуа*. При этом между участниками коммуникации не наблюдается психологического напряжения. Как раз такая игра позволяет наладить отношения: шутка позволяет понять собеседника и его настроение, войти в круг его общения, являясь паролем.

³ You is kind. You is smart. You is important. 28 Feb 2019. URL: <https://9gag.com/gag/apmD2M8> (accessed 20 May 2022).

⁴ URL: <https://me.me/i/ant-honey-aanthony07-see-this-is-the-color-i-want-7ae70accb81349acaad2e3028f3160b7> (accessed 20 May 2022).

⁵ Swan Ronson. URL: <https://imgflip.com/i/1t2vx5> (accessed 20 May 2022); URL: <https://knowyourmeme.com/photos/1338050-name-puns> (accessed 20 May 2022).

⁶ URL: <https://br.ifunny.co/picture/hello-are-you-there-yes-who-are-you-i-m-yeDXuEc38> (accessed 20 May 2022).

⁷ URL: <https://funnylax.com/tag/sonya-meme> (accessed 20 May 2022).



Рис. 4 / Fig. 4

Вместе с тем в процессе исследования было выявлено желание выразить отношение к определенным событиям, поднять социальный статус в форме внутри-сетевого рейтинга. Следует подчеркнуть, что достаточно часто данные намерения дополняют друг друга, а не являются противопоставленными.

Заключение

В англоязычном интернет-дискурсе представлены мемы в форме текста, картинки, картинка с подписью, видео. Отсылающие к массовой и интернет-культуре мемы являются наиболее распространенными. Принадлежность интернет-мемов к прецедентным феноменам подтверждается наличием культурно значимого элемента, знакомого широкому кругу лиц в связи с единством базы фоновых знаний. Мемы обладают такими характеристиками, как повторяемость, возможность трансформации, краткость текстового элемента, юмористическая направленность.

Ведущими коммуникативными целями создания и публикации мемов в социальных сетях являются развлечение, отражение актуальных событий, повышение личного рейтинга на ресурсе. Направленность социальной сети и особенности культуры мемов обуславливают преобладание кооперативной речевой стратегии, даже при выборе тактик, направленных на создание конфликта, негативная реакция адресанта не является целью.

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

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



Рис. 5 / Fig. 5



Рис. 6 / Fig. 6

Литературы / References

- Акбаш В. А., Шестопалова Д. А. Интернет-мемы в китайском медиапространстве как средство коммуникации. *Россия – Китай: развитие регионального сотрудничества в XXI веке: мат-лы XIX Междунар. науч.-практ. конф.* (Чита, 29 апреля 2021 г.) Чита: ЗабГУ, 2021. С. 11–20. [Akbash V. A., Shestopalova D. A. Internet memes in Chinese media as means of communication. *Russia – China: development of regional cooperation in the XXI century: Proc. XIX Intern. Sci.-Prac. Conf.*, Chita, 29 Apr 2021. Chita: ZabSU, 2021, 11–20. (In Russ.)]
- Аликберова А. Р., Балакин Д. А. Интернет-мемы в китайском медиапространстве как отражение современной действительности. *Казанский лингвистический журнал*. 2019. Т. 2. № 2. С. 31–41. [Alikberova A. R., Balakin D. A. Internet-memes in Chinese mediasphere as a reflection of modern reality. *Kazan Linguistic Journal*, 2019, 2(2): 31–41. (In Russ.)]
- Аникина Т. В. Специфика вербальной составляющей креолизованных интернет-мемов. *Интерактивная наука*. 2017. № 19. С. 66–68. [Anikina T. V. Verbal component specific features of creolized Internet memes. *Interaktivnaia nauka*, 2017, (19): 66–68. (In Russ.)]
- Артамонов Д. С. Юмор в исторической памяти: от анекдота и карикатуры к интернет-мему. *Galactica Media: Journal of Media Studies*. 2021. Т. 3. № 3. С. 213–237. [Artamonov D. S. Humor in historical memory: from an anecdote and caricature to an Internet meme. *Galactica Media: Journal of Media Studies*, 2021, 3(3): 213–237. (In Russ.)] <https://doi.org/10.46539/gmd.v3i3.181>
- Балыкова Е. И. Языковая игра в интернет-мемах. *Художественный текст: проблемы чтения и понимания в современном обществе: мат-лы II Всерос. науч.-практ. конф. с Междунар. участием.* (Стерлитамак, 2–3 ноября 2020 г.) Стерлитамак: БашГУ, 2020. С. 118–120. [Balykova E. I. Language game in Internet memes. *Fiction text: problems of reading and understanding in modern society: Proc. II All-Russian Sci.-Prac. Conf. with Intern. participation*, Sterlitamak, 2–3 Nov 2020. Sterlitamak: BashSU, 2020, 118–120. (In Russ.)]
- Горина Е. В. Конституирующие признаки дискурса Интернета: автореф. дис. ... д-ра филол. наук. Екатеринбург, 2016. 55 с. [Gorina E. V. *Constitutive features of the Internet discourse*. Dr. Philol. Sci. Diss. Abstr. Ekaterinburg, 2016, 55. (In Russ.)]
- Гридина Т. А., Талашманов С. С. Языковая игра в современной интернет-коммуникации: метаязыковой аспект. *Политическая лингвистика*. 2019. № 3. С. 31–37. [Gridina T. A., Talashmanov S. S. Language game in modern Internet communication: metalinguistic aspect. *Political Linguistics*, 2019, (3): 31–37. (In Russ.)] <https://doi.org/10.26170/pl19-03-03>
- Гурьянова А. М., Синегубова К. В. Школьный фактор формирования интернет-мемов (на материале образа Чацкого). *Виртуальная коммуникация и социальные сети*. 2022. Т. 1. № 1. С. 37–41. [Gurianova A. M., Sinegubova K. V. Chatsky's image in Internet-memes. *Virtual Communication and Social Networks*. 2022, 1(1): 37–41. (In Russ.)]
- Дюмазедье Ж. На пути к цивилизации досуга. *Вестник Московского университета. Серия 12: Социально-политические исследования*. 1993. № 1. С. 83–88. [Dumazedier J. The way to the leisure civilization. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Serii 12: Sotsialno-politicheskie issledovaniia*, 1993, (1): 83–88. (In Russ.)]
- Загоруйко И. Н. Интернет-дискурс в современном коммуникационном пространстве. *Вестник Костромского государственного университета им. Н. А. Некрасова*. 2012. Т. 18. № 3. С. 56–60. [Zagoruyko I. N. Internet-discourse in modern communication sphere. *Vestnik of Kostroma State University*, 2012, 18(3): 56–60. (In Russ.)]
- Канашина С. В. Семиотическая природа интернет-мема. Интернет-мем как симулякр. *Вестник Московского государственного лингвистического университета*. 2015. № 22. С. 118–125. [Kanashina S. V. Semiotic identity of Internet meme as a simulacrum. *Vestnik of Moscow State Linguistic University*, 2015, (22): 118–125. (In Russ.)]
- Карасик В. И. Развлекательный дискурс как институциональный вектор общения. *Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Серия 6: Языкознание. Реферативный журнал*. 2020. № 3. С. 91–103. [Karasik V. I. Distractive discourse as an institutional vector of communication. *Sotsialnyye i gumanitarnyye nauki. Otechestvennaya i zarubezhnaya literatura. Seriya 6: Yazykoznaniiye. Referativnyy zhurnal*, 2020, (3): 91–103. (In Russ.)]
- Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. М.: Гнозис, 2004. 389 с. [Karasik V. I. *Lingual circle: personality, concepts, discourse*. Moscow: Gnozis, 2004, 389. (In Russ.)]
- Ляшева М. Н. Функционирование идеологем в современном развлекательном интернет-дискурсе: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Ростов н/Д, 2020. 24 с. [Liasheva M. N. *Functioning of ideologemes in the modern entertainment Internet discourse*. Cand. Philol. Sci. Diss. Abstr. Rostov-on-Don, 2020, 24. (In Russ.)]
- Ягодкина М. В. Мемы в интернет-коммуникации. *Art Logos*. 2019. № 2. С. 142–151. [Yagodkina M. V. Memes in Internet communications. *Art Logos*, 2019, (2): 142–151. (In Russ.)]

Оригинальная статья

Лингвопрагматические особенности франкоязычного интернет-комментария (на примере политической новостной статьи)

Рольгайзер Анастасия Александровна
Кемеровский государственный университет
Кемерово, Россия
rolgayzer_nastya@mail.ru

Поступила в редакцию 01.08.2022. Принята после рецензирования 22.08.2022. Принята в печать 25.08.2022.

Аннотация: Развитие новых цифровых технологий приводит к формированию сложного коммуникативного пространства, предполагающего множество контекстов взаимодействия, в том числе посредством участия в интернет-дискуссиях с целью обсуждения различного контента. Данное исследование посвящено рассмотрению лингвопрагматических особенностей интернет-комментариев к новостной статье политического характера. Исследование проводится на материале франкоязычной новостной статьи, посвященной оценке влияния вводимых против России санкций, а также 326 комментариев к ней. Цель – рассмотреть тексты комментариев участников интернет-дискуссии с целью установления их лингвопрагматических особенностей. Интерпретация политических комментариев позволяет выявить отношение рядовых носителей языка к происходящим в мире событиям, проанализировать общественное мнение и осуществить мониторинг общественного политического сознания. Проведенный анализ показал, что интернет-комментарии содержат в себе как эксплицитный, так и имплицитный лингвопрагматический потенциал, что позволяет установить не только субъективное отношение общественности к комментируемому объекту, но и скрытые интенции автора комментария. Кроме того, в политических интернет-комментариях рядовых носителей языка объем эксплицитной информации преобладает над имплицитной.

Ключевые слова: интернет-коммуникация, интернет-комментарий, интернет-дискуссия, новостная статья, интерпретация, эксплицитная информация, имплицитная информация

Цитирование: Рольгайзер А. А. Лингвопрагматические особенности франкоязычного интернет-комментария (на примере политической новостной статьи). *Виртуальная коммуникация и социальные сети*. 2022. Т. 1. № 3. С. 136–142.

Full article

Internet Comments to French Political News: Linguapragmatic Features

Anastasia A. Rolgayzer
Kemerovo State University
Kemerovo, Russia
rolgayzer_nastya@mail.ru

Received 1 Aug 2022. Accepted after peer review 22 Aug 2022. Accepted for publication 25 Aug 2022.

Abstract: Digital development creates a complex communicative environment with multiple interaction contexts, e.g., Internet forums. This study focuses on the linguapragmatic features of Internet comments to political news. The research was based on 326 comments to a French news article that described the sanctions against Russia. The research objective was to determine their linguapragmatic characteristics, identify the attitude of mass native speakers to global events, and monitor public political consciousness. The comments proved to contain both explicit and implicit linguapragmatic potential. However, the explicit information was larger in volume. The interpretation analysis made it possible to identify the hidden intentions and subjective attitude of the commenter to the topic under comment.

Keywords: Internet communication, Internet comment, Internet discussion, news article, interpretation, explicit information, implicit information

Citation: Rolgayzer A. A. Internet Comments to French Political News: Linguapragmatic Features. *Virtual Communication and Social Networks*, 2022, 1(3): 136–142.

Введение

В эпоху цифровых технологий люди зависят от виртуального общения, взаимодействуя и обмениваясь мнениями в социальных сетях, мессенджерах, чатах, блогах. Виртуальное общение становится новым видом языковой коммуникации, которая обладает специфической структурой и функциями. В течение последних двух десятилетий исследования в области лингвистики, посвященные вопросам интернет-коммуникации и особенностям общения в Сети, находятся в центре внимания многих отечественных (О. Н. Морозова, Н. К. Рябцева, Т. Н. Колокольцева, О. В. Лутовинова) и зарубежных (D. Crystal, C. Thurlow, K. Mroczek, K. Marx) исследователей. Возрастающая с каждым годом роль Интернета определяет особую значимость изучения различных аспектов интернет-коммуникации с позиции лингвопрагматики, социолингвистики, лингвокультурологии, а также теории дискурса и речевых жанров.

Н. К. Рябцева выделяет лингвистически значимые особенности интернет-коммуникации (операционность, гипертекстуальность, мультимедийность, интерактивность, киберсемиотичность) и дает их комплексную характеристику в металингвистическом и прикладном аспектах [Рябцева 2017]. О. Н. Морозова отмечает, что «Интернет представляет собой уникальный социальный феномен, образующий новую познавательную систему ценностно-ориентированных установок» [Морозова 2010: 151]. Лингвопрагматическим и лингвоперсоналогическим аспектам обыденной политической интернет-коммуникации посвящена работа И. В. Савельевой. Она определяет дискурсивные, коммуникативно-прагматические и лингвоперсоналогические факторы, влияющие на формирование сферы непрофессионального интернет-общения о политике, описывает дискурсивные сценарии, реализуемые рядовым носителем языка [Савельева 2021].

Лингвокультурологические особенности общения в Сети рассмотрены в работах [Морослин 2010; Касьянова 2015; Черкасова 2012]. П. В. Морослин обуславливает специфику речевых жанров и лингвокультурные особенности коммуникативного поведения интернет-пользователей структурным и языковым оформлением сайтов, содержательным аспектом различных типов веб-страниц и особенностями функционирования поисковых систем [Морослин 2010]. Н. В. Черкасова также подчеркивает тот факт, что интернет-коммуникация является культурно обусловленной. Одним из показателей национально-культурных особенностей может являться сетевой этикет, способный

транслировать большое количество культурной информации, «связанной с мировоззрением, традициями и общественным устройством различных лингвокультурных сообществ» [Черкасова 2012: 165]. Кроме того, лингвокультурные особенности речевого поведения коммуникантов проявляются в употреблении культурно обусловленных речевых форм и выражений, стремлении продемонстрировать свою принадлежность к определенной культуре. В рамках данной статьи особый интерес для нас представляют работы А. Н. Баранова [Баранов 2011], Н. Д. Голева и Л. Г. Ким [Голев, Ким 2014], Н. Н. Шпильной [Шпильная 2018].

Актуальность настоящего исследования обусловлена всевозрастающим интересом специалистов к изучению специфических характеристик интернет-коммуникации, способной отражать все изменения, происходящие как в обществе в целом, так и в сознании отдельных его представителей (активных участников процесса коммуникации). Лингвистическая интерпретация политических комментариев позволяет выявить отношение рядовых носителей языка к происходящим в мире событиям, проанализировать общественное мнение и осуществить мониторинг общественного политического сознания.

В данной статье проводится лингвистический анализ интернет-комментариев к политической новостной статье на материале французского языка. Необходимость исследования комментариев к политическим событиям продиктована потребностями в создании принципов лингвистического описания политических текстов и выявления тенденций в сфере общественного сознания интернет-пользователей. Объект исследования – интернет-комментарии как результат активной интерпретирующей деятельности адресата. Цель – рассмотреть тексты комментариев к политической новостной статье и определить их лингвопрагматические особенности.

По сути, интернет-комментарий является способом высказать свое мнение, опровергнуть, подтвердить, оспорить, т.е. занять определенную позицию в отношении обсуждаемой статьи, видео или изображения. Как справедливо отмечают Д. Бартон и К. Ли, «комментирование – это акт позиционирования себя и других»¹ [Barton, Lee 2013: 10]. Комментирование является основным инструментом представления позиции коммуникантов на многих сайтах. При этом мнение высказывается не одним пользователем, а постоянно пересматривается сетевой общественностью, порождая особое виртуальное социальное взаимодействие, приводящее к формированию отдельных групп комментаторов,

¹ Здесь и далее по тексту перевод выполнен автором статьи.

придерживающихся той или иной точки зрения (позиции). Многие комментарии часто напрямую не связаны с основным содержанием первичного текста-стимула.

Согласно теории, разработанной американским лингвистом Дж. Дюбуа, отношения субъектов в дискурсе можно схематически представить в виде треугольника позиций. Он исходит из того, что одной из основных проблем языкового взаимодействия является позиционирование (социальное, лингвистическое, дискурсивное, аксиологическое). Взаимодействие субъектов дискурса относительно объекта высказывания видится как динамический социальный коммуникативный акт позиционирования в пространстве диалога. Выражая свое отношение к объекту эксплицитно или имплицитно, субъект позиционирует себя. Адаптация данной модели к интернет-общению позволяет изучить применяемые в ней языковые и дискурсивные стратегии [Du Bois 2007].

Методы и материалы

Исследование осуществлялось на материале статьи *Guerre en Ukraine: Les sanctions font reculer de 15 ans l'économie russe, selon l'IIF*², размещенной 9 июня 2022 г. на сайте французской онлайн-газеты *20 Minutes*, и 326 комментариев участников интернет-дискуссии.

В работе использовался метод сплошной выборки для сбора фактологического материала, метод семиотического анализа с целью выявления смысловых блоков основного текста статьи, метод дискурсивного анализа при исследовании комментариев участников интернет-дискуссии.

Результаты

Анализируемый текст новостной статьи представляет собой актуальную информацию политического характера, связанную с оценкой влияния санкций на экономику России. С формальной точки зрения положенный в основу настоящего исследования материал включает в себя первичный текст (текст-основу) и деривационные варианты (вторичные тексты, комментарии к статье). Н. В. Мельник и И. В. Савельева отмечают, что комментарии являются результатом «вербализованной рефлексии языковой личности, ...самостоятельной единицей текста, обладающей системными характеристиками, демонстрирующей законы существования языка, и единицей производной, зависящей от исходного текста, на содержательном или формальном, на поверхностном или на глубинном уровне» [Мельник, Савельева 2017: 143].

Исследование первичного текста

Первичный текст, содержащий информацию из отчета, подготовленного Институтом международных финансов, включает несколько смысловых блоков. Основным предметом обсуждения очевиден – влияние международных санкций на экономику России, а также их возможные последствия для стран ЕС. Семиотический анализ текста-основы позволяет выделить три основных блока эксплицитной информации, легко определяемой адресатом сообщения и находящей отражение в комментариях.

1. Международные санкции наносят огромный ущерб экономике России

- *Les sanctions internationales font très mal à la Russie* (Международные санкции наносят серьезный ущерб России).
- *...elles sont en train d'effacer une quinzaine d'années de progrès économique du pays* (...они сводят на нет пятнадцатилетний экономический прогресс страны).
- *...l'économie russe se contractera de 15% cette année et de 3% supplémentaires en 2023* (...экономика России сократится на 15 % в этом году и еще на 3 % в 2023 г.).
- *Les sanctions financières, comme la réduction de la capacité de Moscou à rembourser sa dette extérieure, la hausse des prix et la sortie des entreprises étrangères du pays ralentissent la demande intérieure, assombrissant ainsi les perspectives économiques à court, moyen et long terme* (Финансовые санкции, такие как снижение способности Москвы погасить свой внешний долг, рост цен и уход иностранных компаний из страны, замедляют внутренний спрос, тем самым омрачая краткосрочные, среднесрочные и долгосрочные экономические перспективы).

Лексические единицы *faire très mal* (наносить серьезный ущерб), *effacer de progrès économique* (сводить на нет экономический прогресс), *l'économie russe se contractera* (экономика России будет сокращаться), *la réduction de la capacité à rembourser sa dette extérieure* (снижение способности погасить внешний долг), *la hausse des prix* (повышение цен), *la sortie des entreprises étrangères* (уход зарубежных компаний), *ralentir la demande intérieure* (замедлить внутренний спрос), *assombrir les perspectives économiques* (омрачить экономические перспективы) выражают главную идею статьи: вводимые санкции работают и выполняют основную функцию – разрушают экономику России.

Данный смысловой блок актуализируется в интернет-комментариях пользователей, выражающих согласие / несогласие относительно обсуждаемого вопроса.

² Guerre en Ukraine: Les sanctions font reculer de 15 ans l'économie russe, selon l'IIF. 20 Minutes. 9 Jun 2022. <https://www.20minutes.fr/monde/3304571-20220609-guerre-ukraine-sanctions-font-reculer-15-ans-economie-russe-selon-iif> (accessed 15 Jun 2022).

Позиция согласия представлена в следующих комментариях:

- *C'est déjà un pays sous développé... pour la plus grande majorité de sa population... je vois pas comment il vont descendre plus bas?* (Это и так **слаборазвитая страна**... для подавляющего большинства ее населения... Я не понимаю, как они могут опуститься еще ниже?)
- *Dans les campagnes ils ont déjà un siècle en arrière...* (В сельской местности они уже **отстали на столетие**...)
- *La Russie de Poutine en déclenchant cette guerre sait très bien que les conséquences économiques seront désastreuses pour elle...* (Путинская Россия, начав эту войну, прекрасно понимает, что **экономические последствия** будут для нее **катастрофическими**...)

Позиция несогласия вербализуется в более экспрессивной форме:

- *L'UE n'a aucune matières premières et elle a sanctionne le plus grand pays qui lui les a toutes. Rira qui rira le dernier!!!!* (У ЕС нет никакого сырья, и он ввел санкции против крупнейшей страны, у которой оно есть. **Хорошо смеётся тот, кто смеётся последним!!!!**)
- *Quelle blague! La Russie est endettée à hauteur de 20% de son PIB (contre 120% pour la France), est en excédent commercial massif (déficit pour la France)... Dans cette affaire, les pigeons seront les Ukrainiens et toute l'UE en général, pour le plus grand bénéfice de l'Oncle Sam* (**Какая чушь!** Долг России составляет 20 % от ВВП (по сравнению со 120 % у Франции), она имеет огромный профицит торгового баланса (дефицит у Франции)... В данном случае **простофилями** окажутся украинцы и весь ЕС в целом на благо **дяди Сэма**).
- *La Russie possède énormément de matières premières que les économies occidentales auront du mal à ce passer!!!! La Russie se tourne vers le futur... l'ASIE!!!* (Россия обладает огромными запасами сырья, без которого экономике западных стран будет трудно обойтись!!!! Россия смотрит в будущее... **в АЗИЮ!!!**)

Особая эмоциональность позиции несогласия передается посредством пунктуационного оформления высказываний участников интернет-дискуссии большим количеством вопросительных знаков, использованием пословиц (*Rira qui rira le dernier* – Хорошо смеётся тот, кто смеётся последним), экспрессивной лексики, выражающей несогласие и иронию (*Quelle blague!* – Какая чушь; *les pigeons* – простофили; *l'Oncle Sam* – дядя Сэм), а также с помощью графических средств в виде написания слов прописными буквами.

2. Санкции против России оказались неэффективными

- *L'Institut de la finance internationale rappelle toutefois que par le passé les sanctions n'ont pas fait la preuve de leur efficacité pour faire changer les politiques de cap* (Институт международных финансов, однако, напоминает, что в прошлом санкции не доказали своей эффективности с точки зрения изменения политики курса).

Смысловой блок актуализируется в комментариях:

- *On a dit la même chose lors de l'embargo pour l'invasion de la Crimée par la Russie de Poutine en 2014 et c'est le contraire qui s'est passé...* (**То же самое говорили во время эмбарго** после вторжения Путинской России в Крым в 2014 году, но произошло обратное...)
- *Mais renseignez vous, à ce jour toutes les sanctions prises contre la Russie se sont retournées contre nous* (Но имейте в виду, что на сегодняшний день все **санкции**, принятые против России, **обернулись против нас**).
- *C'est d'une efficacité, donc notre économie a fait un bon de 15 ans en avant par rapport à la Russie* (**Они эффективны**, поэтому **наша экономика продвинулась на 15 лет вперед** по сравнению с российской).

Авторы комментариев выражают две позиции в отношении данного блока текста. С одной стороны, прослеживается некий скепсис (*on a dit la même chose* – говорили то же самое). Высказывается негативное мнение о том, что вводимые санкции имеют обратный эффект и в большей степени от них страдают жители европейских стран (*les sanctions se sont retournées contre nous* – санкции обернулись против нас). С другой – участники дискуссии не согласны с представленной в тексте статьи позицией.

3. Последствия санкций непредсказуемы

- *L'impact de ces mesures reste toutefois difficile à prévoir...* (Однако последствия этих мер по-прежнему трудно предсказать...)
- *Les auteurs du rapport notent ainsi que certaines des conséquences les plus significatives doivent encore se faire sentir* (Авторы доклада отмечают, что некоторые из наиболее значимых последствий еще предстоит осознать).

Ключевые лексические единицы, репрезентирующие данный семантический блок: *difficile à prévoir* (трудно предсказать), *certaines des conséquences doivent se faire sentir* (некоторые последствия предстоит осознать).

Данный блок находит отражение в комментариях:

- *...on verra l'hiver prochain comment résistent nos vaillants politicards donneurs de leçons, sans*

gaz et fuel pour chauffer leur peuple (...следующей зимой увидим, как наши доблестные политики будут сопротивляться без газа и топлива для обогрева своего народа).

- *C'est bien ce qui nous pend au nez lorsque le conflit oppose un parano et un grabataire soutenu par ses valets...* (Вот что происходит, когда в конфликт вступают параноик и больной старик, поддерживаемый своими лакеями...)

Анализ показал, что большинство комментариев мотивируются текстом-основой и непосредственно связаны с главной темой заявленного новостного события. Данный результат вполне очевиден, поскольку эксплицитный (явный) смысл прямо отражается в лексико-синтаксической структуре исследуемого текста.

Исследование вторичных текстов

Исследование вторичных текстов (комментариев пользователей) позволило нам выявить блоки имплицитных смыслов интерпретируемого текста. Кроме того, отмечено, что виртуальное дискуссионное пространство расширяется за счет включения новых тематических блоков, косвенно связанных с основным содержанием новостной статьи и основывающихся на личных знаниях участников виртуальной дискуссии.

1. Военный конфликт на Украине ведет к разрушению всех связей с Европой

- *...à la suite de l'invasion de l'Ukraine, elles (les sanctions) sont en train d'effacer... trois décennies d'intégration avec l'Occident (...после вторжения в Украину, они (санкции) сводят на нет... три десятилетия интеграции с Западом).*

Эксплицитная информация о связи военного конфликта с разрывом отношений между Россией и ЕС выражается такими лексическими единицами, как *l'invasion de l'Ukraine* (вторжение в Украину), *effacer d'intégration avec l'Occident* (сводить на нет интеграцию с Западом).

Данная смысловая зона актуализируется в следующих комментариях:

- *Tous les jours des sociétés occidentales arrêtent ce qui leur restent comme activités en Russie* (Каждый день западные компании сворачивают свою деятельность в России).
- *La Russie a recréé la guerre froide et a arrêté la mondialisation* (Россия вернулась в состояние холодной войны и остановила глобализацию).

Авторы комментариев акцентируют внимание на том, что из-за войны, развязанной Россией, иностранные компании уходят с российского рынка, останавливается многолетний процесс экономической и культурной интеграции с Западом.

2. Россия – страна-захватчик чужих территорий

Имплицитную информацию о России как стране-агрессоре (следствие эксплицитно выраженной информации о введении санкций в связи со спецоперацией в Украине) актуализируют следующие комментарии:

- *Et les guerres comme l'Ukraine, toujours à l'initiative des russes...* (А такие войны, как на Украине, всегда происходят по инициативе русских...)
- *Le Kremlin a engagé une guerre d'ampleur en Europe, aux portes de UE. La question est de savoir si la Pologne, la Roumanie, l'Allemagne de l'Est souhaitent revenir dans les anciennes frontières de l'URSS. La Russie a le temps pour reconquérir tous ces territoires... Ou on l'arrête maintenant ou dans les décennies à venir d'autres pays seront envahis* (Кремль развязал широкомасштабную войну в Европе, на пороге ЕС. Вопрос в том, хотят ли Польша, Румыния, Восточная Германия вернуться к прежним границам СССР. У России есть время, чтобы отвоевать все эти территории... Либо она остановится сейчас, либо в ближайшие десятилетия будут захвачены другие страны).

Ключевые выражения, репрезентирующие данный блок: *les guerres toujours à l'initiative des russes* (войны всегда происходят по инициативе русских), *Le Kremlin a engagé une guerre d'ampleur* (Кремль развязал широкомасштабную войну), *reconquérir tous ces territoires* (отвоевать все эти территории), *d'autres pays seront envahis* (будут захвачены другие страны).

Таким образом, в языковой картине мира некоторых современных французов Россия представлена в негативном свете как страна, которая постоянно начинает войны, вторгается на территории других государств, пытается расширить свои границы.

3. Население России живет в условиях диктатуры

Данная имплицитная информация актуализирована в следующих комментариях пользователей:

- *Ce que l'humanité aimerait c'est qu'un dictateur ne s'amuse pas à envahir et détruire un pays voisin...* (Человечество хотело бы, чтобы диктатор не получал удовольствия от вторжения и уничтожения соседней страны...)
- *...la grande majorité des ingénieurs russes compétents avaient quitté la Russie refusant de vivre sous la dictature de Poutine* (...подавляющее большинство компетентных российских инженеров покинули Россию, отказавшись жить под диктатурой Путина).
- *Poutine se moque totalement de l'appauvrissement de sa population. Rester tsar, c'est tout ce qui l'intéresse. Il suffit de voir d'autres exemples de dictateurs:*

Castro père et fils, Maduro, Loukachenko, Kim Jong-un, etc. (Путину безразлично обнищание его населения. Остаться **царем** – это все, что его волнует. Просто посмотрите на другие примеры **диктаторов**: отец и сын Кастро, Мадуро, Лукашенко, Ким Чен Ын и т. д.)

Этот компонент смысла вводится как следствие интерпретации фраз *La guerre risque d'être plus coûteuse pour le président russe Vladimir Poutine* (Война может оказаться более дорогостоящей для президента России Владимира Путина), *une possible riposte de la Russie, notamment dans le secteur de l'énergie* (возможные ответные меры со стороны России, особенно в энергетическом секторе) и отражает навязываемый западными СМИ образ Путина как жесткого и авторитарного правителя, который ведет агрессивную политику в отношении своего народа и других стран.

4. Запад ведет пророссийскую пропаганду и манипулирует кризисом на Украине

Блок связан с эксплицитным компонентом исходного текста: *Les sanctions ne sont pas comme "appuyer sur un interrupteur"* (Санкции не похожи на «нажатие переключателя»). Сравнение санкций с нажатием кнопки переключателя актуализирует идею о желании ЕС и НАТО манипулировать ситуацией, сложившейся в мире, и «держать Россию на коротком поводке». Данный имплицитный смысл прослеживается в комментариях:

- *Les Russes sont tombés dans le piège des Américains et l'Europe plonge dedans sans rien comprendre en plus !!!* (Русские попали в ловушку американцев и Европа погружается в нее, ничего не понимая!!!)
- *USA, OTAN, UE... Nous sommes tous manipulés* (США, НАТО, ЕС... **Нами всеми манипулируют**).

5. Военный конфликт на Украине и международные санкции приведут к трудовой миграции жителей Африки и азиатских стран в Россию

Данный компонент – следствие эксплицитной информации о вторжении российских войск на Украину, падении российской экономики и ухудшении ее экономических перспектив. Актуализирован в комментариях:

- *C'est vrai que l'on commence à voire partout en Afrique des encouragements à venir émigrer en Russie !!! La Russie ... a besoin de la main d'oeuvre africaine* (Это правда, что по всей Африке начинают появляться **призывы эмигрировать в Россию!!!** Россия ... нуждается в **рабочей силе африканских стран**).
- *La Russie compte sur les émigrés africains qu'elle affame pour relancer son économie* (Россия **рассчитывает на голодающих африканских эмигрантов**, чтобы оживить свою экономику).

Привлечение дешевой рабочей силы из наименее развитых стран для восстановления экономики является следствием военного вторжения и полной изоляции России от Запада.

6. Россия станет еще более изолированной и зависимой от Китая

Переосмысляя информацию о разрыве отношений России с Западом и используя индивидуальные знания, авторы комментариев приходят к выводу, что ослабленная в ходе налагаемых санкций Россия станет экономически зависимой от Китая:

- *Le point d'inflexion est arrivé, la Russie est totalement sous la dépendance de la Chine* (Наступил переломный момент, **Россия находится в полной зависимости от Китая**).
- *La question est: Comment une Russie qui a perdu ses valeurs communistes va t'elle vivre cette nouvelle période alors qu'elle devient un vassal soumis de la Chine?* (Вопрос в том, как **Россия**, утратившая свои коммунистические ценности, переживет этот новый период, когда **она станет покорным вассалом Китая?**)

Таким образом, эксплицитная информация рассматриваемой политической новостной статьи, включающая три смысловых блока, послужила источником формирования имплицитных компонентов, образующих шесть смысловых зон. Выявленные имплицитные смыслы обусловлены не только семантической структурой текста-основы, но и являются следствием индивидуальной интерпретирующей деятельности авторов интернет-комментариев, отражающей национально-культурную специфику сознания носителей французского языка. Кроме того, анализ содержания вторичных текстов показал, что участники вступают в виртуальную дискуссию с потенциальной готовностью занять определенную позицию (согласия / несогласия) к обсуждаемой теме, отстаивать свое мнение или противостоять мнению других.

Заключение

Новостная статья в сети Интернет и относящиеся к ней комментарии формируют особое коммуникативное пространство, обладающее своей структурой, состоящей из ряда взаимосвязанных и взаимообусловленных элементов. В свою очередь, интернет-комментарии являются результатом интерпретационной деятельности читателя и отражают эксплицитные и имплицитные смысла первичного текста. Имплицитный компонент текста-основы может полностью обнаруживаться читателем или оставаться скрытым. Интернет-комментарии выступают определенным индикатором,

позволяющим выявить социальные и политические настроения в обществе. В связи с этим видится вполне обоснованным проведение дальнейших лингвистических исследований, направленных на изучение влияния виртуального коммуникативного пространства на мышление человека и понимание менталитета народа.

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

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

Литература / References

- Баранов А. Н. Скрытое (имплицитное) утверждение в лингвистической экспертизе текста. *Юрислингвистика*. 2011. № 1. С. 314–326. [Baranov A. N. Latent (implicit) statement in the linguistic examination of the text. *Legal Linguistics*, 2011. (1): 314–326. (In Russ.)]
- Голев Н. Д., Ким Л. Г. Обыденные политические интернет-комментарии как проявление вариативности интерпретации (оппозиции «эксплицитное – имплицитное», «проявленное – ожидаемое»). *Имплицитные и эксплицитные стратегии в восточноевропейском политическом дискурсе: мат-лы российской секции Международ. конф. "Ain's misbehavin'? Implicit and explicit strategies in Eastern European political discourse"*. (Екатеринбург-Цюрих, 19–22 октября 2013 г.) Екатеринбург: УрГПУ, 2014. С. 47–71. [Golev N. D., Kim L. G. Common political Internet commentaries as a manifestation of variability of interpretation (oppositions "explicit – implicit", "manifested – expected"). *Implicit and explicit strategies in Eastern European political discourse: Proc. Russian section Intern. Conf. "Ain's misbehavin'? Implicit and explicit strategies in Eastern European political discourse"*, Ekaterinburg-Zurich, 19–22 Oct 2013. Ekaterinburg: UrSPU, 2014, 47–71. (In Russ.)]
- Касьянова Н. В. Лингвокультурологические особенности корпоративного блога как жанра интернет-коммуникации (на материале английского и русского языков): автореф. дис. ... канд. филол. наук. Майкоп, 2015. 22 с. [Kasyanova N. V. *Linguistic and cultural features of a corporate blog as a genre of Internet communication in English and Russian*. Cand. Philol. Sci. Diss. Abstr. Maykop, 2015. 22. (In Russ.)]
- Мельник Н. В., Савельева И. В. Русский комментарий в лингвоперсонологическом аспекте. *Вестник Кыргызско-Российского Славянского университета*. 2017. Т. 17. № 9. С. 142–145. [Melnik N. V., Saveleva I. V. Russian comment in linguistic personology approach. *Vestnik KRSU*, 2017, 17(9): 142–145. (In Russ.)]
- Морозова О. Н. Особенности интернет-коммуникации: определение и свойства. *Вестник Ленинградского государственного университета имени А. С. Пушкина*. 2010. Т. 1. № 5. С. 150–158. [Morozova O. N. Features of Internet communication: definition and characteristics. *Vestnik Leningradskogo gosudarstvennogo universiteta imeni A. S. Pushkina*, 2010, 1(5): 150–158. (In Russ.)]
- Морослин П. В. Лингвокультурологические основы теории функционирования Рунета в пространстве межкультурной коммуникации: дис. ... д-ра филол. наук. М., 2010. 339 с. [Moroslin P. V. *Linguaculturological foundations of the Runet functioning theory in intercultural communication environment*. Dr. Philol. Sci. Diss. Moscow, 2010, 339. (In Russ.)]
- Рябцева Н. К. Отличительные особенности интернет-коммуникации в металингвистическом и прикладном аспекте. *Лингвистика и методика преподавания иностранных языков*, отв. ред. Е. Р. Иоанесян. М.: ИЯз РАН, 2017. Вып. 9. С. 387–429. [Ryabtseva N. K. Internet communication and its essential distinctions: a metalinguistic and applied prospective. *Linguistics and methods of teaching foreign languages*, ed. Ioanesyan E. R. Moscow: Institute of Linguistics RAS, 2017, iss. 9, 387–429. (In Russ.)]
- Савельева И. В. Непрофессиональный политический дискурс: лингвопрагматический и лингвоперсонологический аспекты. СПб.: Научное издание, 2021. 139 с. [Saveleva I. V. *Unprofessional political discourse: linguapragmatic and linguapersonological aspects*. St. Petersburg: High Tech Publishing House, 2021, 139. (In Russ.)]
- Черкасова Н. В. Лингвокультурологические характеристики блога как жанра интернет-коммуникации. *Вестник Челябинского государственного университета*. 2012. № 5. С. 164–168. [Cherkasova N. V. Linguoculturological characteristics of a blog as a genre of Internet communication. *Bulletin of Chelyabinsk State University*, 2012, (5): 164–168. (In Russ.)]
- Шпильная Н. Н. Диалогический текст: деривационная концепция. М.: URSS, 2018. 383 с. [Shpilnaya N. N. *Dialogic text: derivational concept*. Moscow: URSS, 2017, 383. (In Russ.)]
- Barton D., Lee C. *Language online: Investigation digital texts and practices*. London-NY: Routledge, 2013, 224.
- Du Bois J. W. The stance triangle. *Stancetaking in Discourse: Subjectivity, evaluation, interaction*, ed. Englebretson R. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company, 2007, 139–182. <https://doi.org/10.1075/pbns.164.07du>

Оригинальная статья

Beauty- и fashion-блоги: трудности перевода

Рабкина Надежда Владимировна

Кемеровский государственный университет

Кемерово, Россия

<https://orcid.org/0000-0002-6623-6679>

nrabkina@mail.ru

Бахтина Лина Сергеевна

Кемеровский государственный университет

Кемерово, Россия

Поступила в редакцию 01.08.2022. Принята после рецензирования 22.08.2022. Принята в печать 25.08.2022.

Аннотация: Fashion- и beauty-блоги стали результатом глобализации индустрии моды и красоты, а также виртуализации популярных изданий в данной области. Это новый вид дискурса, привлекающий внимание не только маркетологов, но и теоретиков перевода, ведь на сегодняшний день рунету требуется своевременный и качественный перевод огромных объемов подобного контента. Beauty- / fashion-блоги – это некое визуально-вербальное единство, в структуре которого визуальная демонстрация товара сопровождается вербальным компонентом – описанием, инструкцией и т. д. Типичные проблемы аудиовизуального перевода (компрессия, синхронизация) накладываются на обилие постоянно пополняющихся терминов. Проведенный анализ переводов видео-блогов журнала Vogue подтвердил результаты обзора научных публикаций на эту тему: из соображений языковой экономии и технической специфики аудиовизуального перевода самыми популярными методами перевода выступают калькирование, транскрипция и транслитерация. При этом переводчик должен обладать определенной начитанностью / насмотренностью в области моды и индустрии красоты, так как специализированные глоссарии по данным темам не успевают фиксировать новые термины и профессионализмы, зарождающиеся в рамках этой активно развивающейся области.

Ключевые слова: видео-блог, fashion-блог, beauty-блог, терминология, терминосистема моды, перевод терминов, аудиовизуальный перевод

Цитирование: Рабкина Н. В., Бахтина Л. С. Beauty- и fashion-блоги: трудности перевода. *Виртуальная коммуникация и социальные сети*. 2022. Т. 1. № 3. С. 143–149.

Full article

Beauty- and Fashion-Blogs: Lost in Translation

Nadezhda V. Rabkina

Kemerovo State University

Kemerovo, Russia

<https://orcid.org/0000-0002-6623-6679>

nrabkina@mail.ru

Lina S. Bakhtina

Kemerovo State University

Kemerovo, Russia

Received 1 Aug 2022. Accepted after peer review 22 Aug 2022. Accepted for publication 25 Aug 2022.

Abstract: Fashion and beauty blogs appeared as a result of the globalization of the fashion and beauty industry, as well as the virtualization of popular fashion magazines. They introduce a new type of discourse that attracts both marketers and translation theorists, because the Russian Internet badly needs prompt and high-quality translation of huge volumes of such content. Typical problems of audiovisual translation (compression, synchronization) are superimposed on the abundance of constantly growing terms. Beauty/fashion blogs are a kind of visual-verbal unity, where the visual demonstration of a product is accompanied by a verbal component, i.e., description, instructions, etc. This article introduces an analysis of Vogue video blogs, which confirmed other scientific publications on this topic: language economy and technical specifics of audiovisual translation make loan translation, transcription, and transliteration the most popular translation methods in this type of discourse. The translator must have a certain erudition in fashion and beauty industry,

since specialized glossaries on these topics do not have time to record new terms and professionalisms that constantly emerge within this rapidly developing area.

Keywords: video blog, fashion blog, beauty blog, terminology, fashion terminology, translation of terms, audiovisual translation

Citation: Rabkina N. V., Bakhtina L. S. Beauty and Fashion Blogs: Lost in Translation. *Virtual Communication and Social Networks*, 2022, 1(3): 143–149.

Введение

Интернет-пространство, прежде всего, визуально. Одна из максим интернет-коммуникации гласит: *Pics, or it did not happen*. Другими словами, если явление или событие не подкреплено в интернет-пространстве визуальным доказательством, оно не происходило или не существует в реальности. Эта сторона Интернета хорошо соотносится с общей тенденцией современной массовой культуры к примату формы над содержанием. Вероятно, поэтому феномен beauty- и fashion-блогов стал настолько популярен в виртуальном пространстве в целом и в социальных сетях в частности. Это и средство самовыражения, и способ заработка, что не удивительно, ведь, как писал Умберто Эко в своей «Истории красоты», *прекрасное* – это прилагательное, которым человек определяет то, что ему нравится, и то, что ему хочется заполучить [Эко 2007].

По мере того, как «галактика Гутенберга с ее великой печатной культурой постепенно уступает место культуре экранной» [Грабельников, Гегелова 2019: 233], блоги и влоги, посвященные красоте, привлекают внимание не только маркетологов, но и лингвистов. Они изучают гендерные особенности текста видеоблога [Смеюха 2012], его специфику как нового дискурсивного жанра [Вартанова 2020], задействованные в нем коммуникативные стратегии [Филенко 2020], взаимоотношения коммуникации *адресат – реципиент* [Боровенков 2016], языковую личность beauty- / fashion-блогера [Асмус 2019], лингвокультурные особенности beauty- и fashion-блогов [Собянина 2020], паттерны содержания [Гапутина 2021], способы перевода [Духовникова, Богаченко 2018] и т. д.

Результаты

Fashion-блог – журнал записей, связанных с модой, стилем, одеждой с точки зрения их смыслового наполнения, причем в лингвистике этот материал должен рассматриваться именно как особый вид дискурса, а не как жанр или стиль, т. к. анализ fashion-блога должен включать в себя весь возможный экстралингвистический контекст: профессия блогера, интересы, гипертекстовые особенности [Ахренова 2015].

«Блоги по красоте» (бьюти-блоги) – онлайн-дневники, уроки макияжа, мастер-классы тематического макияжа, авторы которых – как дилетанты, так и профессионалы, тестирующие на себе различную продукцию, чтобы поделиться своим опытом, и сотрудничающие с модными журналами [Вайнштейн 2015], существующими за виртуальным горизонтом.

В условиях массовой виртуализации печатных изданий многие популярные бумажные журналы с долгой историей сейчас активно осваивают интернет-пространство и публикуют официальные блоги. Один из них – знаменитый журнал *Vogue*, основанный еще в 1892 г. и в настоящее время издающийся на бумаге в 25 странах. Как и многие другие издания, начинавшиеся как журналы мод или светской хроники, современный *Vogue* публикует материалы на актуальные темы – гендерное равенство, экоактивизм, инклюзивность и т. д. На своем YouTube-канале *Vogue* также рассказывает не только о моде, но и об актуальных проблемах в обществе.

Глобализация интернет-пространства заставляет издателей модных журналов осознавать необходимость оперативного и качественного перевода своего контента на как можно большее количество языков. Однако перевод видео-блогов для beauty- и fashion-индустрии сопряжен с рядом проблем.

Во-первых, это некоторые технические аспекты аудиовизуального перевода. Как известно, текст перевода английского текста на русский язык всегда оказывается длиннее оригинала. Учитывая данную особенность, субтитрирование видео-блогов предполагает компрессию текста, связанную с ограниченной скоростью чтения. Озвучка также предполагает хотя бы приблизительную синхронизацию по времени: ведь beauty- / fashion-блоги – это некое визуально-вербальное единство, в структуре которого визуальная демонстрация товара сопровождается вербальным компонентом – описанием, инструкцией и т. д.

Во-вторых, для англоязычных модных видеоблогов характерна своя стилистика, например, активное использование слов-интенсификаторов, разговорного стиля, оценочной лексики и т. д. [Криворот, Василюк 2017].

В-третьих, переводчик, не интересующийся модой и индустрией красоты в обычной жизни, неизбежно столкнется с проблемой перевода терминосистемы моды – названий предметов одежды, косметики, брендов. Сюда можно включить как мелкие сложности общего характера (например, стоит ли передавать кириллицей имена собственные), так и отсутствие специализированных глоссариев по соответствующей тематике.

Как и в любой сфере перевода, профессиональный переводчик, далекий от того вида деятельности, в рамках которой создан текст оригинала, порой оказывается в менее выгодной позиции, чем переводчик-любитель, прекрасно ориентирующийся в данной теме, или даже простой интернет-пользователь со слабым знанием языка оригинала, но профессионал в данной сфере.

Проблема в том, что beauty- / fashion-блоги представляют самые популярные тенденции, а следовательно в их дискурсе встречаются термины, не зафиксированные в словарях. Терминосистема в данном случае совершенствуется терминологией посредством осознания понятий и их дальнейшей систематизации, включая в себя все новые термины и вовлекая их в процессы, протекающие внутри системы [Кодирова 2020]. Считается, что для переводчика в специальных областях важно уметь разграничивать термин и слово общелитературного языка. В случае употребления слова переводчик обладает определенной степенью свободы при переводе; если же это термин, он обязан использовать соответствующий эквивалент. При этом наибольшую сложность представляют те единицы перевода, которые выглядят как обычные слова, но в конечном итоге оказываются терминами [Thelen 2021].

Однако представляется, что граница между термином и, например, профессионализмом в активно развивающихся сферах деятельности, где идет постоянный обмен опытом между разными лигвокультурами, весьма размыта. При работе с активно развивающимися терминосистемами аналоги новых терминов можно узнать только за счет начитанности или, скорее, насмотренности в русскоязычном секторе beauty- / fashion-блогов, что позволяет переводчику не «изобретать колесо», а эффективно осуществлять коммуникацию между блогером и его фоловерами, ведь избыточная синонимия терминосистемы ведет к проблемам коммуникации.

В отсутствие официального словаря переводчик сам составляет глоссарий на основе собственного опыта и анализа контента на языке перевода, и такие глоссарии позволяют ему придерживаться терминологического единообразия хотя бы внутри того контента, который

переводит он сам, т.к. в условиях бесконечного потока текстов, переводимых разными людьми, возникает стихийная, хаотичная ситуация, когда никакой унификации в рамках всей отрасли ожидать не приходится. Это именно тот случай, когда терминология – не только инструмент для решения конкретных переводческих задач: переведенные материалы сами могут служить источником для извлечения терминов, когда нет оригинальных текстов по теме на языке перевода [Handbook of translation studies 2010].

Мы рассмотрели 17 англоязычных fashion-блогов (5–20-минутные ролики) YouTube-канала журнала Vogue за 2015–2022 гг. и их переводы в виде субтитров и закадрового перевода на предмет способов перевода терминологии, относящейся к сфере индустрий моды и красоты.

Представляется, что fashion- и beauty-терминологию можно рассматривать в составе терминосистемы некоей зонтиковой группы товаров, относящихся к моде и удовлетворяющих личные потребности граждан, куда входит одежда, аксессуары, парфюмерия и косметика [Мода и стиль 2002]. Действительно, по некоторым определениям, мода – это смена форм одежды, их обновление и популярность в различных группах общества людей, созвучная своему времени, образу жизни, служащая удовлетворению потребностей человека и связанная с общим развитием человеческого общества и человеческих отношений (это относится и к облику человека: его прическе, косметике и т.д.) [Черемных 1977]. Предметы одежды, выполняющие утилитарную и эстетическую функции, а также дополненные аксессуарами и косметикой, составляют образ в том смысле, в котором его передает английский термин *look*, покрывающий все атрибуты и детали образа человека, начиная от одежды, обуви, аксессуаров и заканчивая макияжем с прической¹.

Термин – слово или составное наименование для обозначения понятия разных областей знания [Кодухов 1987]. Среди наиболее распространенных способов перевода терминологических единиц выделяют транскрипцию, транслитерацию, калькирование и лексико-семантические модификации, в число которых входят такие переводческие преобразования, как генерализация, конкретизация, функциональный аналог или эквивалент, экспликация (описательный перевод).

В работах, изучающих терминологию моды, акцент часто делается на хронологии ее становления [Габбасова 2018; Субботина 2020] или способах терминологического образования, при этом наиболее продуктивными в семантическом терминологическом образовании являются метафоризация

¹ Что такое лук в одежде: понятия и особенности. SYL. 29.09.2017. URL: <https://www.syl.ru/article/345496/chto-takoe-luk-v-odejde-ponyatiya-i-osobennosti> (дата обращения: 10.07.2022).

и метонимизация; в морфологическом – суффиксальный способ; в синтаксическом – образование двухкомпонентных атрибутивных словосочетаний; в морфологосинтаксическом – словосложение [Голубева, Булаева 2017; Долгова 2010; Дорш 2021; Нейман, Волкова 2019; Яковлева, Ефимова 2022].

В работах, посвященных переводу терминов моды [Поддерёгина 2021; Праченко и др. 2018; Родачева, Кузьмина 2017; Санченко, Ткачева 2017], анализируются такие способы перевода, как транскрипция / транслитерация, калькирование и описательный перевод.

Калькирование и транскрипция / транслитерация представляются исследователям особенно продуктивными методами, т.к. подразумевают минимум когнитивных усилий и затрат времени. Это способствует синхронизации при аудиовизуальном переводе, но предполагает, что перевод осуществляется для аудитории, имеющей определенную начитанность / насмотренность в области моды и не нуждающейся в пояснении очевидных вещей. Так, *slow fashion* – направление, призывающее покупать товары реже, но хорошего качества, переводится как *медленная мода*; *upcycling* – вторичное использование предмета – как *апсайклинг* [Поддерёгина 2021], а *TFP* (Time For Prints, т.е. соглашение между фотографом и моделью, когда модель вместо оплаты получает свои фотографии для портфолио) – просто как *ТФП* [Праченко и др. 2018], что исключает полноценное понимание текста интернет-пользователем извне индустрии моды. Считается, однако, что применение таких упрощенных переводческих приемов, как калькирование, транскрибирование и транслитерация, способствует дальнейшей ассимиляции иноязычных терминов в русском языке, что делает их интернациональными и простыми для восприятия.

Терминологические единицы, переведенные способом транскрипции и транслитерации, удобны при интернациональном общении, т.к. термины по своей природе однозначны и фиксированы, что упрощает процесс понимания. Описательный перевод (экспликация) встречается реже, поскольку его применение требует больше времени и предполагает наличие громоздких конструкций, что не всегда удобно. Например, при субтитровании передача иноязычного термина с помощью экспликации не должна превышать 72 знаков, поскольку текущая практика показывает, что среднее количество символов в одной строке составляет 36 знаков, а более двух строк использовать не рекомендуется [Malenova 2017].

Методом сплошной выборки отобрано 272 термина: по структуре выделены 140 однословных терминов и 132 термина-словосочетания; по способу терминологического образования (классификация С. В. Гринева-Гриневи

ча 2008): 86 терминологических единиц по семантическому типу, 42 – по морфологическому, 130 – по синтаксическому и 31 – по морфологосинтаксическому.

Для переводческого анализа из них были отобраны 82 специальные лексемы языка моды. Самыми продуктивными способами перевода в нашем исследовании являются калькирование, в т.ч. с перестановкой компонентов (33 %), транслитерация (16 %), описательный перевод (16 %) и транскрипция (14 %), что подтвердило рассмотренные выше тенденции. Действительно, вариант перевода *лукбук* короче, чем *коллаж модных образов*, а *кампэйн* – чем *съёмка для рекламы в массмедиа*.

Однако не все в переводе подчинено принципу экономии языковых средств: так, *primer* может переводиться или как *праймер*, или как *база под макияж*; а *makeup remover* – только как *средство для снятия (макияжа)* и никогда как *ремувер*; *cleanser* – как *средство для умывания*, а не *клинсер*; *fashionista* – как *фэшиониста*, а не как *модник / модница*.

Заключение

Особенность дискурса fashion- / beauty-видеоблогов состоит в том, что термины зарождаются там чуть ли не в процессе речемыслительной деятельности и отличаются своей актуальностью, новизной. Большинство из этих терминов не закреплено в словарях, поскольку язык моды так же динамичен, как и сама модная индустрия. Однако поток fashion- и beauty-видеоблогов стабилен, и перевод его требуется выполнять оперативно, чем можно объяснить популярность таких переводческих приемов, как транслитерация, транскрипция и калькирование. Переводчик, работающий с аудиовизуальным материалом на модную тематику, должен не только в совершенстве владеть двумя языками и уметь правильно применять переводческие трансформации, но и быть в курсе модных тенденций, знать специфику индустрии, читать и смотреть большое количество самых современных материалов о моде.

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

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

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

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

Литературы / References

- Асмус Н. Г. Языковая личность фэшн-блогера. *Вопросы филологии и переводоведения в контексте современных исследований*: XI Междунар. науч.-практ. конф. (Чебоксары, 26 апреля 2019 г.) Чебоксары: ЧГПУ им. И. Я. Яковлева, 2019. С. 8–13. [Asmus N. G. Linguistic personality of a fashion blogger. *Issues of philology and translation studies in the context of modern research*: Proc. XI Intern. Sci.-Prac. Conf., Cheboksary, 26 Apr 2019. Cheboksary: CSPU named after Yakovlev I. Ya. 2019, 8–13. (In Russ.)]
- Ахренова Н. А. Особенности дискурса fashion-блогов. *Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Лингвистика*. 2015. № 4. С. 14–23. [Akhrenova N. A. The peculiarities of fashion-blogs discourse. *Bulletin of the Moscow Region State University. Series: Linguistics*, 2015, (4): 14–23. (In Russ.)] <https://doi.org/10.18384/2310-712X-2015-4-14-23>
- Боровенков А. Е. Videоблогинг: сетевые коммуникации и коммуникативные позиции. *Человек. Культура. Образование*. 2016. № 1. С. 17–23. [Borovenkov A. E. Videoblogs: network communication and communication position. *Chelovek. Kul'tura. Obrazovanie*, 2016, (1): 17–23. (In Russ.)]
- Вайнштейн О. В. Повесть о кровавой кутикуле: каноны и конфликты в бьюти-блогах. *Шаги / Steps*. 2015. Т. 1. № 2. С. 226–234. [Vainshtein O. V. "The tale of the bleeding cuticle": canons and conflicts in beauty blogs. *Shagi / Steps*, 2015, 1(2): 226–234. (In Russ.)]
- Вартанова М. В. Конвергенция ролей в fashion-журналистике: опыт telegram-каналов о моде. *Девестернизация исследований медиа и культуры: новые дискурсивные практики в цифровом мире*: тез. XII Междунар. науч. чтений «СМИ и массовые коммуникации 2020». (Москва, 19–20 ноября 2020 г. М.: МГУ, 2020. С. 121–122. [Vartanova M. V. Convergence of roles in fashion journalism: fashion telegram channels. *De-westernizing media and cultural studies: new discourse practices in the digital world*: Proc. XII Intern. Sci. Reading "Media and Mass Communications 2020", Moscow, 19–20 Nov 2020. Moscow: MSU, 2020, 121–122. (In Russ.)]
- Габбасова А. А. История становления и развития индустрии моды на российском рынке. *Актуальные проблемы и перспективы развития экономики: российский и зарубежный опыт*. 2018. № 17. С. 34–40. [Gabbasova A. A. The history of the formation and development of the fashion industry in the Russian market. *Aktual'nyye problemy i perspektivy razvitiya ekonomiki: rossiyskiy i zarubezhnyy opyt*, 2018, (17): 34–40. (In Russ.)]
- Гапутина В. А. Особенности контента блогов инфлюенсеров в социальной сети "Instagram". *Коммуникативные стратегии информационного общества*: XIII Междунар. науч.-теор. конф. (Санкт-Петербург, 22–23 октября 2021 г.) СПб.: ПОЛИТЕХ-ПРЕСС, 2021. С. 186–190. [Gaputina V. A. Features of the content of blogs of influencers in the social network "Instagram". *Communication strategies of the information society*: Proc. XIII Intern. Sci.-Theoretical Conf., St. Petersburg, 22–23 Oct 2021. St. Petersburg: POLYTECH-PRESS, 2021, 186–190. (In Russ.)]
- Голубева Е. А., Булаева Н. Е. К вопросу об образовании терминов в английском языке в сфере «мода, стиль, визаж». *Университет XXI века: научное измерение*: мат.-лы науч. конф. (Тула, 17–31 мая 2017 г.) Тула: ТГПУ им. Л. Н. Толстого, 2017. С. 451–453. [Golubeva E. A., Bulaeva N. E. Formation of terms in the English language in the field of fashion, style, and make-up. *University of the XXI century: scientific dimension*: Proc. Sci. Conf., Tula, 17–31 May 2017. Tula: TSPU, 2017, 451–453. (In Russ.)]
- Грабельников А. А., Гегелова Н. С. Экранная коммуникация и визуализация журналистики. Тверь: ТвГУ, 2019. 334 с. [Gabelnikov A. A., Gegelova N. S. *Screen communication and visualization of journalism*. Tver: TverSU, 2019, 334. (In Russ.)]
- Гринева-Гринева С. В. Терминоведение. М.: Академия, 2008. 303 с. [Grinev-Grinevich S. V. *Terminology*. Moscow: Academia, 2008, 303. (In Russ.)]
- Долгова Т. В. Формирование и развитие английской терминологии дизайна одежды и моды в социолингвистическом аспекте. Омск: ОГИС, 2010. 151 с. [Dolgova T. V. *Formation and development of the English terminology of clothing design and fashion in the sociolinguistic aspect*. Omsk: OSSI, 2010, 161. (In Russ.)]
- Дорш П. Э. Лексико-семантические особенности косметической терминологии (на материале английского языка). *Проблемы современной лингвистики и методики преподавания иностранных языков*: XII Всерос. студенч. науч.-практ. конф. (Коломна, 17 марта 2021 г.) Коломна: ГСГУ, 2021. С. 124–127. [Dorsh P. E. Lexical and semantic features of cosmetic terminology in the English language. *Problems of modern linguistics and methods of teaching foreign languages*: XII All-Russian Student Sci.-Prac. Conf., Kolomna, 17 Mar 2021. Kolomna: SUHSS, 2021, 124–127. (In Russ.)]

- Духовникова А. С., Богаченко Н. Г. Бьюти-блоги: особенности и проблемы перевода. *Постулат*. 2018. № 5-2. [Dukhovnikova A. S., Bogachenko N. G. Beauty blogs: features and problems of translation. *Postulat*, 2018, (5-2). (In Russ.)] URL: <http://e-postulat.ru/index.php/Postulat/article/view/1556/1589> (дата обращения: 10.07.2022).
- Кодирова Д. Ш. Понятие «терминосистема» и ее языковые особенности. *European Science*. 2020. № 3. С. 67–69. [Kodirova D. Sh. The concept of "terminosystem" and its language features. *European Science*, 2020, (3): 67–69. (In Russ.)]
- Кодухов В. И. Введение в языкознание. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Просвещение, 1987. 288 с. [Kodukhov V. I. *Introduction to linguistics*, 2nd ed. Moscow: Prosveshcheniye, 1987, 288. (In Russ.)]
- Криворот В. В., Василюк А. С. Специфика дискурса моды и особенности его перевода с английского на русский язык. *Наука и инновации в XXI в.:* актуальные вопросы, открытия и достижения: IV Междунар. науч.-практ. конф. (Пенза, 5 июня 2017 г.) Пенза: Наука и Просвещение, 2017. Ч. 3. С. 21–23. [Krivorot V. V., Vasilyuk A. S. Specificity features of the discourse of fashion and peculiarities of its translation from English into Russian. *Science and innovations in the XXI century: topical issues, discoveries, and achievements: IV Intern. Sci.-Prac. Conf.*, Penza, 5 Jun 2017. Penza: Nauka i Prosveshcheniye, 2017, pt. 3, 21–23. (In Russ.)]
- Мода и стиль, гл. ред. В. А. Володин. М.: Аванта+, 2002. 480 с. [*Fashion and style*, ed. Volodin V. A. Moscow: Avanta+, 2002, 480. (In Russ.)]
- Нейман С. Ю., Волкова Е. С. Метафоризация терминологии в текстах по дизайну костюма. *Язык науки и техники в современном мире:* мат-лы VIII Междунар. науч.-практ. конф. (Омск, 15–17 апреля 2019 г.) Омск: ОмГТУ, 2019. С. 94–100. [Neyman S. Yu., Volkova E. S. Terminological metaphors in fashion design texts. *The language of science and technology in the modern world: Proc. VIII Intern. Sci.-Prac. Conf.*, Omsk, 15–17 Apr 2019. Omsk: OmSTU, 2019, 94–100. (In Russ.)]
- Поддерёгина А. И. Особенности перевода в сфере модной индустрии. *Языковая личность и перевод:* мат-лы VI Междунар. науч.-образоват. форума молодых переводчиков им. Д. О. Половцева. (Минск, 11–12 ноября 2021 г.) Мн.: БГУ, 2021. С. 124–127. [Podderegina A. I. Peculiarities of translation in the fashion industry. *Linguistic Personality and Translation: Proc. VI Intern. Sci.-Ed. Forum of young translators named after Polovtseva D. O.*, Minsk, 11–12 Nov 2021. Minsk: BSU, 2021, 124–127. (In Russ.)]
- Праченко О. В., Хованская Е. С., Юзмухаметова Л. Н. Перевод терминологических единиц индустрии моды с английского языка на русский. *Казанская наука*. 2018. № 10. С. 129–131. [Prachenko O. V., Khovanskaya E. S., Yuzmukhametova L. N. Translation of terminological units of fashion industry from English into Russian. *Kazan Science*, 2018, (10): 129–131. (In Russ.)]
- Родачева О. О., Кузьмина О. Д. Англиязычные термины в области косметологии и их перевод на русский язык. *Terra Linguae*, науч. ред. Д. Р. Сабирова. Казань: ТАИ, 2017. С. 146–149. [Rodacheva O. O., Kuzmina O. D. English terms in the field of cosmetology and their translation into Russian. *Terra Linguae*, ed. Sabirova D. R. Kazan: TAI, 2017, 146–149. (In Russ.)]
- Санченко Е. Н., Ткачева Е. А. Особенности перевода терминологии моды. *Восточнославянская филология. Языкознание*. 2017. № 4. С. 117–123. [Sanchenko E. N., Tkacheva E. A. The peculiarities of translation of fashion terminology. *Vostochnoslavjanskaya filologiya. Yazykoznanije*, 2017, (4): 117–123. (In Russ.)]
- Смеюха В. В. Процессы идентификации женская пресса. Ростовн/Д: Ростиздат, 2012. 318 с. [Smeyukha V. V. *Identification processes and women's press*. Rostov-on-Don: Rostizdat, 2012, 318. (In Russ.)]
- Собянина В. А. Лексические особенности немецких бьюти-блогов в интернет-дискурсе. *Культура в зеркале языка и литературы:* мат-лы VIII Междунар. науч. конф. (Тамбов, 13–14 ноября 2020 г.) Тамбов: ИД «Державинский», 2020. С. 294–304. [Sobyanina V. A. Lexical features of German beauty blogs on the Internet. *Culture in the mirror of language and literature: Proc. VIII Intern. Sci. Conf.*, Tambov, 13–14 Nov 2020. Tambov: Derzhavinsky Publishing House, 2020, 294–304. (In Russ.)]
- Субботина Е. А. История терминов моды в диахроническом аспекте. *Язык: категории, функции, речевое действие:* мат-лы XIII Междунар. науч. конф. (Коломна, 16–17 апреля 2020 г.) Коломна: ГСГУ, 2020. Ч. II. С. 135–137. [Subbotina E. A. The history of fashion terms in the diachronic aspect. *Language: categories, functions, and speech action: Proc. XIII Intern. Sci. Conf.*, Kolomna, 16–17 Apr 2020. Kolomna: GUHSS, 2020, pt. II, 135–137. (In Russ.)]
- Филенко С. С. Особенности подготовки контента для аккаунтов fashion-брендов в Instagram. *Актуальные проблемы управления – 2019:* мат-лы 24-й Междунар. науч.-практ. конф. (Москва, 19–20 декабря 2019 г.) М.: ГУУ, 2020. С. 160–162. [Filenko S. S. Features of preparing content for fashion brand accounts on Instagram. *Relevant Issues*

- of Management 2019*: Proc. 24th Intern. Sci.-Prac. Conf., Moscow, 19–20 Dec 2019. Moscow: SUM, 2020, 160–162. (In Russ.)]
- Черемных А. И. Основы художественного конструирования женской одежды. М.: Лег. индустрия, 1977. 144 с. [Cheremnykh A. I. *Fundamentals of artistic design of women's clothing*. Moscow: Leg. industriya, 1977, 144. (In Russ.)]
- Эко У. История красоты. М.: СЛОВО / SLOVO, 2007. 440 с [Eco U. *History of beauty*. Moscow: SLOVO, 2007, 440. (In Russ.)]
- Яковлева С. Л., Ефимова Д. О. Структурный и семантический анализ англоязычных терминов сферы моды. *Международный научно-исследовательский журнал*. 2022. № 4-4. С. 60–64. [Yakovleva S. L., Efimova D. O. Structural and semantic analysis of some English fashion terms. *Mezhdunarodnyy nauchno-issledovatel'skiy zhurnal*, 2022, (4-4): 60–64. (In Russ.)] <https://doi.org/10.23670/IRJ.2022.118.4.122>
- Handbook of translation studies*, eds. Gambier Y., van Doorslaer L. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing Company, 2010, vol. 1, 468.
- Malenova E. D. Subtitling practice: from translation to transcreation. *Journal of Siberian State University. Humanities and Social Sciences*, 2017, 10(4): 526–536. <https://doi.org/10.17516/1997-1370-0060>
- Thelen M. Relations between terms: a cognitive approach. The interaction between Terminology, Lexicology, Translation Studies and translation practice. *Linguistica Antverpiensia, New Series – Themes in Translation Studies*, 2021, 193–209. <https://doi.org/10.52034/lanstts.v1i.15>

Оригинальная статья

Реконструкция интерпретационного уровня в структуре языковой личности как участника виртуальной диалогической коммуникации

Шпильная Надежда Николаевна

Алтайский государственный педагогический университет
Барнаул, Россия

<https://orcid.org/0000-0002-0709-4308>
venata85@mail.ru

Скубиёва Елена Николаевна

Алтайский государственный университет
Барнаул, Россия

Поступила в редакцию 04.08.2022. Принята после рецензирования 25.08.2022. Принята в печать 25.08.2022.

Аннотация: Авторы исходят из понимания того, что модель языковой личности включает в себя следующие уровни: уровень поверхностного понимания речевого произведения и отбора его для создания ответного текста, интерпретационный, модусный и интертекстуальный уровни. Интерпретационный уровень рассматривается как уровень истолкования воспринимаемой инициальной реплики. Интерпретация в этом случае трактуется как ментально-языковая деятельность, в процессе которой смысл исходной реплики становится достоянием ее адресата и получает языковое воплощение в ответной реплике. Единицами описания данного уровня служат интерпретационные стратегии: авторо- и текстоориентированная, холистическая и элементаристская, языкового доверия и языкового скепсиса, копиальная и креативная. Фактологическим материалом послужили ответные реплики носителей языка, опубликованные на портале информационного агентства Банкфакс. Проведенный анализ диалогических высказываний и последующая реконструкция интерпретационного уровня в структуре виртуальной языковой личности показал, что автор ответной реплики является активным участником интерпретационного процесса, в котором реализует различные стратегии интерпретации.

Ключевые слова: диалогическая языковая способность, интерпретация, стратегия интерпретации, социальные сети, структура языковой личности, виртуальная языковая личность

Цитирование: Шпильная Н. Н., Скубиёва Е. Н. Реконструкция интерпретационного уровня в структуре языковой личности как участника виртуальной диалогической коммуникации. *Виртуальная коммуникация и социальные сети*. 2022. Т. 1. № 3. С. 150–154.

Full article

Reconstruction of the Interpretive Level in the Structure of a Linguistic Personality as a Participant of Virtual Dialogic Communication

Nadezhda N. Shpilnaya

Altai State Pedagogical University
Barnaul, Russia

<https://orcid.org/0000-0002-0709-4308>
venata85@mail.ru

Elena N. Skubieva

Altai State University
Barnaul, Russia

Received 4 Aug 2022. Accepted after peer review 25 Aug 2022. Accepted for publication 25 Aug 2022.

Abstract: The authors reconstructed the interpretive level in the model of a linguistic personality as a participant in a virtual dialogue. The authors proceeded from the understanding that the model of a linguistic personality includes the following levels: 1) superficial understanding of the speech product to create a response text, 2) interpretation, 3) modus level,

4) intertextual level. The interpretational level includes interpretation of the perceived initial cue. Interpretation in this case is a mental-linguistic activity, during which the meaning of the original message is appropriated by its addressee and verbalized in the response message. The following interpretative strategies serve here as description units: author- and text-oriented, holistic and elementary, linguistic trust and linguistic skepticism, copyial and creative. The research featured responses of native speakers published on the portal of the Bankfax news agency. The analysis of dialogic utterances was followed by a reconstruction of the interpretive level in the structure of a linguistic personality as a participant in virtual dialogue. The author of the response proved to be an active interpreter with various interpretation strategies.

Keywords: dialogic language ability, interpretation, interpretation strategy, social networks, structure of language personality, virtual language personality

Citation: Shpilnaya N. N., Skubieva E. N. Reconstruction of the Interpretive Level in the Structure of a Linguistic Personality as a Participant of Virtual Dialogic Communication. *Virtual Communication and Social Networks*, 2022, 1(3): 150–154.

Введение

Исследование направлено на реконструкцию языковой личности как участника виртуальной диалогической ситуации. Диалогическая ситуация рассматривается нами как ситуация ответа, в которой проявляется языковая способность носителя языка, условно называемая нами *диалогическая языковая способность* (подробнее см. [Шпильная 2017]). Диалогическая языковая способность проявляется в создании ответной реплики.

Признание диалогической языковой способности носителя языка актуализирует проблему моделирования языковой личности как носителя данной способности. Ранее мы описали уровневую модель языковой личности как инварианта ее речевых воплощений, полагая, что в структуре языковой личности можно выделить уровень поверхностного понимания речевого произведения и отбора его для создания ответного текста, интерпретационный, модусный и интертекстуальный уровни [Скубиёва 2021]. На первом уровне на основе уже существующей в сознании носителя языка установки происходит первичное восприятие исходного речевого произведения. В случае если тема речевого высказывания находится в русле активной установки языковой личности, то на этом уровне осуществляется рефлекторный толчок к созданию ответного высказывания. Интерпретационный уровень предполагает осознание речевого высказывания с целью реконструкции его замысла. На модусном уровне отвечающий придает сообщаемому определенные субъективные смыслы. Интертекстуальный уровень порождает ответное речевое произведение.

Проблема моделирования языковой личности связана с проблемой реконструкции ее речевых проявлений. Реконструкция языковой личности как носителя диалогической языковой способности предполагает выявление логики соотношения инициальной реплики с ответной, на основе которой возможно описать лингвоперсону. В современной лингвистике реконструкция языковой личности (лингвоперсоны) осуществляется на разном

эмпирическом материале. В большинстве случаев источником служат монологические высказывания, т.е. речевые произведения, не рассчитанные на непосредственную вербальную реакцию реципиента. Как источник реконструкции языковой личности рассматривают вторичные тексты [Мельник 2010; Прокудина 2009], интернет-дневники [Напреенко 2014] и пр. Наряду с подобными исследованиями в лингвоперсонологии существует ряд работ, посвященных реконструкции языковой личности как участника диалогического взаимодействия. Так, В. В. Зеленская осуществляет реконструкцию на основе коммуникативных событий, участником которых является лингвоперсона. Автор рассматривает языковую личность как коммуницирующую личность в совокупности вербальных способностей человека, коммуникативных особенностей его поведения [Зеленская 2000]. Г. Г. Хисамова в качестве основного критерия дифференциации речевого поведения личности учитывает ее целевую установку по отношению к участникам общения, определяющую характер речевых поступков в коммуникативном событии [Хисамова 2008]. Отметим, что данные реконструкции осуществляются на основе уровневой модели языковой личности Ю. Н. Караулова.

В данной статье лингвистическим источником для реконструкции языковой личности послужила виртуальная диалогическая коммуникация, представленная новостной статьей и интернет-комментариями к ней. При этом новостная статья рассматривается как инициальная реплика, а интернет-комментарии к ней – как ответные реплики в диалоге. Реконструировать языковую личность – это значит описать варианты ее речевых воплощений, или различные лингвоперсоны.

Цель – реконструкция интерпретационного уровня виртуальной лингвоперсоны. Названный уровень представляет собой уровень установления адресатом смысла речевых и / или неречевых действий автора инициальной реплики [Демьянков 1999].

Интерпретируемость текста является одним из его универсальных свойств, признаваемых всеми исследователями феномена понимания текста [Уланович 2015]. Кроме того, любой текст может быть понят по-разному, поскольку всякое суждение в большинстве случаев анализируется с всевозможных точек зрения в соответствии с затрагиваемыми в нем вопросами, что обуславливает выделение интерпретационного уровня в структуре языковой личности как носителя диалогической языковой способности. Понимание человеком текста и осознание его смысла осуществляется на основе интерпретации как одной из процедур когнитивной деятельности, направленной на осознание текста с целью реконструкции его замысла. Рассматривая текст в речевом пространстве адресата, опираемся на идею А. А. Потебни о заложенной в каждом слове способности каждым носителем языка пониматься по-своему [Потебня 1976: 162].

Выделение интерпретационного уровня в структуре языковой личности предполагает разработку процедуры его реконструкции. В статье она описывается в аспекте анализа репертуара интерпретационных стратегий, применяемых адресатом при восприятии инициальной и создании ответной реплики.

Методы и материалы

Метод реконструкции давно используется в языкознании. Вероятно, впервые о нем как о лингвистическом методе начали говорить в период сравнительно-исторического языкознания, когда его использование позволяло установить языковые формы праязыка. Применение метода реконструкции в лингвоперсоналогии связано с описанием характеристик языковой личности, выявляемых на основе анализа конкретного эмпирического материала. Монологические высказывания и коммуникативные события, участником которых является языковая личность, рассматриваются как источником реконструкции.

Процедура реконструкции интерпретационного уровня виртуальной языковой личности предполагает анализ интерпретационных стратегий, которые она использует при создании ответной реплики. В понимании стратегии интерпретации мы используем определение Л. Г. Ким, которая понимает под ней «комплекс речевых действий, используемых в процессе смыслопочтения интерпретируемого и смыслопостроения интерпретирующего текстов и направленных на достижение коммуникативного результата» [Ким 2010: 39]. Л. Г. Ким выделяет ряд интерпретационных стратегий: холистическая / элементаристская, рационально-логическая / интуитивно-

чувственная, языковая / метаязыковая, семантическая / прагматическая, языкового доверия / языкового скепсиса, копиальная / креативная, игровая / неигровая. Нами были выделены следующие стратегии интерпретации: холистическая и элементаристская, языкового доверия и языкового скепсиса, копиальная и креативная, а также автороориентированная и текстоориентированная, выделенные на основе идеи Т. А. ван Дейка о конструировании некоего представления речевого высказывания с приписанными ему и говорящему характеристиками [Ван Дейк, Кинч 1988].

Материалом послужили диалогические высказывания, опубликованные на портале информационного агентства Банкфакс, к интервью с генеральным директором «Киприно» Денисом Зюзиным¹. Проанализированы диалогические высказывания лингвоперсоны с ником **Читатель** (10 ответных реплик) и диалогические высказывания лингвоперсоны с ником **Гость** (12 ответных реплик).

Результаты

Для реконструкции интерпретационного уровня виртуальной языковой личности мы обратились к анализу диалогических высказываний двух лингвоперсон. Как правило, диалогическое взаимодействие лингвоперсон в исследуемой нами виртуальной коммуникации начинается с создания ответной реплики как реакции на текст статьи, которую мы рассматриваем как инициальную реплику.

Лингвоперсона с ником *Читатель*

Анализ диалогических высказываний, созданных данной лингвоперсоной, показывает, что она реализует разные стратегии интерпретации. Первая ответная реплика лингвоперсоны с ником **Читатель** является реакцией на инициальную реплику (текст статьи):

- *Между делом, «Сырная столица» и проч. это миф, созданный чиновниками АК и, возможно, сыроделами, причем созданный ими для самих себя. Никто ни в Москве, ни в центральной России никогда не слышал об алтайском сыре и не считает его каким-то особенным...*

В этой реплике лингвоперсона реализует элементаристскую интерпретационную стратегию, для которой характерна актуализация отдельных компонентов (предложений, мыслей, идей, каких-либо смыслов) интерпретируемого речевого высказывания. В данном случае таким элементом служит утверждение автора статьи о том, что Алтайский край является сырной столицей.

¹ Чтобы производить элитную продукцию, нужны элитные покупатели. Интервью с генеральным директором «Киприно» Денисом Зюзиным. Беседовал Артем Гуднев. *Банкфакс*. 04.09.2021. URL: <https://www.bankfax.ru/rzgovor/142918/> (дата обращения: 15.07.2022)

В остальных ответных репликах реализуется холистическая интерпретационная стратегия, для которой характерна реакция на общее содержание инициальной реплики, ее главную идею, проблему.

Две ответные реплики лингвоперсоны с ником **Читатель** демонстрируют автороориентированную стратегию:

- *Большое спасибо, что открыли глаза на истинное положение вещей. <...> И что мы бы только делали без вас, дорогие эксперты из Калманки?...*
- *И в этой Вашей Грузии вино было из молдавского материала и сыр хуже Советского алтайского производства? А Вы уверены, что это действительно была Грузия?*

Во всех ответных репликах лингвоперсоны с ником **Читатель** реализуется стратегия языкового скепсиса, о чем свидетельствует наличие слов *это миф / никогда не поверю / не поверите – ни разу не видел / оказывается, настоящий сыр мне никогда не попробовать*, а также наблюдается использование креативной стратегии интерпретации, т. е. данная лингвоперсона продуцирует оригинальные тексты.

Лингвоперсона с ником **Гость**

Все диалогические высказывания данной лингвоперсоны демонстрируют реализацию холистической стратегии интерпретации, например:

- *Неправда. В СССР попадался импортный сыр. В 80-е годы во время учебы жили в Москве и покупали настоящий камамбер...*
- *Здесь ещё вопрос пиара. Опять вспоминаю СССР. Наши друзья в Гагре (Абхазия) угощали местными сырами как деликатесами. <...> Но тогда сулугуни, продававшийся во всех барнаульских магазинах, был значительно лучше.*

В двух ответных репликах лингвоперсона с ником **Гость** реализует автороориентированную интерпретационную стратегию:

- *Вы жертва рекламы. <...> Вы сами пишете, что сулугуни – известная в Москве вещь, то есть распиаренная.*
- *Может, для вас это выход.*

Следует отметить, что названную стратегию интерпретации лингвоперсона **Гость** использует в той части диалога, где происходит т. н. переход на личности, инициатором которого она является (*Вы жертва рекламы*).

Три диалогических высказывания данной лингвоперсоны указывают на использование стратегии языкового доверия, например:

- *Институт работает и на его площадке (ЭСЗ) делают хороший сыр «Новосибирский» по моему вкусу. И молочные продукты хорошие.*

Остальные же ответные реплики говорят о негативном восприятии инициальной реплики, т. е. демонстрируют реализацию стратегии языкового скепсиса:

- *Неправда. В СССР попадался импортный сыр.*
- *Нынешние изделия глинистой субстанции даже близко не стоят.*
- *Алтайские сыры конкурируют в Москве и Санкт-Петербурге, в АК сыры за 1500 р. не имеют спроса.*

Все приведенные выше отрывки из ответных реплик лингвоперсоны **Гость** являются возражением на инициальные реплики. Все ответные реплики названной лингвоперсоны демонстрируют проявление креативной интерпретационной стратегии.

Итак, анализ диалогических высказываний лингвоперсон с никами **Читатель** и **Гость** показал, что в процессе диалога лингвоперсоны используют одинаковый набор интерпретационных стратегий, представляющих собой оппозиционные пары: холистическая / элементаристская, автороориентированная / текстоориентированная, языкового доверия / языкового скепсиса, копияльная / креативная.

Разница, на наш взгляд, состоит в том, что лингвоперсона **Читатель** в одной реплике реализует элементаристскую стратегию интерпретации, а во всех остальных – холистическую. В то время как лингвоперсона с ником **Гость** использует холистическую стратегию интерпретации во всех ответных репликах. Кроме того, интерпретируя инициальную реплику с точки зрения позитивного / негативного восприятия, лингвоперсона с ником **Гость** воплощает и стратегию языкового доверия, и стратегию языкового скепсиса. При этом лингвоперсона с ником **Читатель** реализует только стратегию языкового скепсиса.

Заключение

Моделирование языковой личности с учетом ее диалогической способности позволяет провести реконструкцию виртуальной языковой личности на основе анализа ее ответных реплик. В статье показано, как можно осуществить реконструкцию интерпретационного уровня двух лингвоперсон – участников виртуальной диалогической коммуникации – на основе анализа реализуемых в ответных репликах интерпретационных стратегий. К таким стратегиям нами были отнесены автороориентированная и текстоориентированная, холистическая и элементаристская, языкового доверия и языкового скепсиса, копияльная и креативная. Следует отметить, что набор стратегий интерпретации виртуальной языковой личности не ограничивается названными и открыт для дальнейших исследований.

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

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

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

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

Финансирование: Работа подготовлена при поддержке гранта Президента РФ для молодых ученых – докторов наук, МД-3824.2021.2.

Funding: The research received Presidential Grant for Young Doctors of Science, MD-3824.2021.2.

Литература / References

- Ван Дейк Т. А., Кинч В. Стратегии понимания связного текста. *Новое в зарубежной лингвистике*, сост., ред. и вступ. ст. В. В. Петрова, В. И. Герасимова. М.: Прогресс, 1988. Вып. 23: Когнитивные аспекты языка. С. 153–211. [Van Dijk T. A., Kintsch W. Strategies for understanding coherent text. *New in foreign linguistics*, comps. and eds. Petrov V. V., Gerasimov V. I. Moscow: Progress, 1988, iss. 23: Cognitive aspects of language, 153–211. (In Russ.)]
- Демьянков В. З. Интерпретация как инструмент и как объект лингвистики. *Вопросы филологии*. 1999. № 2. С. 5–13. [Demyankov V. Z. Interpretation as a tool and as an object of linguistics. *Voprosy filologii*, 1999, (2): 5–13. (In Russ.)]
- Зеленская В. В. Репрезентативная сущность языковой личности в коммуникативном аспекте реализации: автореф. дис. ... д-ра филол. наук. Краснодар, 2000. 32 с. [Zelenskaya V. V. *Representative essence of a linguistic personality in the communicative aspect of implementation*. Dr. Philol. Sci. Diss. Abstr. Krasnodar, 2000, 32. (In Russ.)]
- Ким Л. Г. Вариативно-интерпретационное функционирование текста: теоретико-экспериментальное исследование: дис. ... д-ра филол. наук. Кемерово, 2010. 405 с. [Kim L. G. *Variative and interpretative functioning of the text: theoretical and experimental research*. Dr. Philol. Sci. Diss. Kemerovo, 2010, 405. (In Russ.)]
- Мельник Н. В. Дериватологическая и лингвоперсонологическая интерпретация вторичного текста. *Вестник Кемеровского государственного университета*. 2010. № 4. С. 148–153. [Melnik N. V. Derivatological and linguo-personological interpretation of secondary text. *Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta*, 2010, (4): 148–153. (In Russ.)]
- Напреенко Г. В. Идентификация текста по его авторской принадлежности на лексическом уровне (формально-количественная модель). *Вестник Томского государственного университета*. 2014. № 379. С. 17–23. [Napreenko G. V. Authorship identification of the text on the lexical level (formal-quantitative model). *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta*, 2014, (379): 17–23. (In Russ.)]
- Потебня А. А. Эстетика и поэтика. М.: Искусство, 1976. 614 с. [Potebnya A. A. *Aesthetics and poetics*. Moscow: Iskusstvo, 1976, 614. (In Russ.)]
- Прокудина И. С. О лингвокогнитивных стилях репродуцирования (на материале студенческих рефератов научной статьи). *В мире научных открытий*. 2009. № 1. С. 104–112. [Lingua-cognitive styles of reproduction in abstracts of students' scientific articles. *V mire nauchnykh otkrytiy*, 2009, (1): 104–112. (In Russ.)]
- Скубиёва Е. Н. Модель диалогической языковой личности участника интернет-коммуникации. *Лингвометодическая школа в республике Татарстан: история и современность*: Междунар. науч.-практ. конф. (Казань, 16–17 февраля 2021 г.) Казань: КФУ, 2021. С. 148–153. [Skubieva E. N. The model of the dialogic language personality internet communication participant. *Linguistic school in the Republic of Tatarstan: history and modernity*: Intern. Sci.-Prac. Conf., Kazan, 16–17 Feb 2021. Kazan: KFU, 2021, 148–153. (In Russ.)]
- Уланович О. И. Понимание оригинала при переводе: к вопросу о феноменологии явления. *Вестник Томского государственного университета. Филология*. 2015. № 1. С. 78–87. [Ulanovich O. I. Understanding of the original text while translating: phenomenological aspects. *Vestnik Tomskogo Gosudarstvennogo Universiteta, Filologiya*, 2015, (1): 78–87. (In Russ.)] <https://doi.org/10.17223/19986645/33/7>
- Хисамова Г. Г. Социально-психологические типы языковых личностей в рассказах В. М. Шукшина. *Филологические науки*. 2008. № 4. С. 100–109. [Khisamova G. G. Socio-psychological types of linguistic personalities in V. M. Shukshin's stories. *Filologicheskie nauki*, 2008, (4): 100–109. (In Russ.)]
- Шпильная Н. Н. Зеркальная симметричность коммуникативной ситуации как условие генезиса диалогического высказывания. *Культура и текст*. 2017. № 3. С. 154–166. [Shpilnaya N. N. Mirror symmetry of the communicative situation as the condition of the genesis of dialogical utterance. *Kul'tura i tekst*, 2017, (3): 154–166. (In Russ.)]

Оригинальная статья

Феноменология электронного академического обмана в студенческой среде

Клопкова Елизавета Александровна

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

Микляева Анастасия Владимировна

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

<https://orcid.org/0000-0001-8389-2275>

a.miklyeva@gmail.com

Поступила в редакцию 30.05.2022. Принята после рецензирования 23.06.2022. Принята в печать 28.06.2022.

Аннотация: Исследована феноменология академического обмана в студенческой среде при офлайн- и онлайн-обучении. Сбор данных осуществлялся с помощью авторской анкеты, которая оценивала частоту встречаемости и субъективную допустимость различных ситуаций академического обмана, а также позволяла в свободной форме описать ситуации и контексты академического обмана. В исследовании приняли участие 52 студента российских вузов различных профилей подготовки 1–6 курсов 18–25 лет (15 юношей, 37 девушек). В вопросах с открытым ответом проводился контент-анализ. Полученные данные подвергались статистическому анализу с помощью G-критерия знаков и углового преобразования Фишера. Результаты показали, что в онлайн-среде самыми распространенными формами академической нечестности являются списывание на экзаменах и зачетах, использование электронной работы сокурсника как образца, имитация технических нарушений, параллельное использование возможностей Интернета и ложное указание использованных источников. Выявлено, что студенты оценивают допустимость академического обмана при онлайн-обучении выше, чем при офлайн-обучении. Результаты исследования доказывают, что академический обман при обучении онлайн имеет свою феноменологию, отличающуюся от феноменологии академического обмана при традиционном формате обучения, поэтому эта форма академического обмана требует отдельного изучения.

Ключевые слова: электронный академический обман, онлайн-обучение, студенты, вуз

Цитирование: Клопкова Е. А., Микляева А. В. Феноменология электронного академического обмана в студенческой среде. *Виртуальная коммуникация и социальные сети*. 2022. Т. 1. № 3. С. 155–160.

full article

Phenomenology of Digital Academic Dishonesty at University

Elizaveta A. Klopkova

Herzen State Pedagogical University of Russia
 St. Petersburg, Russia

Anastasiya V. Miklyeva

Herzen State Pedagogical University of Russia
 St. Petersburg, Russia

<https://orcid.org/0000-0001-8389-2275>

a.miklyeva@gmail.com

Received 30 May 2022. Accepted after peer review 23 Jun 2022. Accepted for publication 28 Jun 2022.

Abstract: The article describes the phenomenology of academic dishonesty in offline and online learning. The authors developed a questionnaire to assess the occurrence of various types of cheating, students' subjective attitude to academic dishonesty, and its context. The study involved 52 university students aged 18–25 (37 female respondents). The obtained data were subjected to statistical analysis using the G-criterion and the Fisher's angular transformation. The content analysis consisted of questions that required an extended answer. In online environment, the most common form

of academic dishonesty was cheating at exams and tests by copying a fellow student's digital work, imitating technical problems, googling for answers, and providing false references. Students treated online academic dishonesty as more acceptable than during face-to-face learning. The study proves that the phenomenology of online academic dishonesty is significantly different from its traditional variant and, therefore, requires more detailed research.

Keywords: digital academic dishonesty, online learning, students, university

Citation: Klopkova E. A., Miklyaeva A. V. Phenomenology of Digital Academic Dishonesty in at University. *Virtual Communication and Social Networks*, 2022, 1(3): 155–160.

Введение

В современных вузах широко распространен академический обман. Эта проблема не теряет своей актуальности на протяжении последних десятилетий, а в связи с пандемией COVID-19 она встала особенно остро. Вследствие перехода на онлайн-обучение студенты значительно чаще стали прибегать к академическому обману [Daniels et al. 2021; Hanafy et al. 2021]. Традиционный академический обман достаточно подробно изучался на протяжении последних десятилетий [Безгодова, Микляева 2021], однако онлайн-обучение имеет свою специфику взаимодействия студента и преподавателя: сокращается социальное присутствие и физический контроль [Caskurlu et al. 2021; LoSchiavo, Shatz 2011], что в свою очередь порождает новые виды академической нечестности, такие как заключение договоров о платных услугах на выполнение или покупку учебных работ через онлайн-платформы обмена файлами (*contract cheating*) [Bretag et al. 2019], обман при идентификации личности на образовательных платформах [Ruiperez-Valiente et al. 2019], создание специализированных программ, позволяющих обходить защиты от академического обмана [Amigud, Dawson 2019]. Некоторые из этих форм академического обмана, например покупка готовых работ, не воспринимаются студентами как сопряженные с моральными и этическими последствиями [Спасенников, Андросов 2020; Chankova 2020].

Установлено, что студенты прибегают к академическому обману из-за недостатка навыков, необходимых для выполнения заданий, и сложности образовательной программы [Chang et al. 2015], однако академическая нечестность способствует образованию пробелов в знаниях студентов [Спасенников, Андросов 2020], а это может значительно повлиять на их профессиональные компетенции в будущем [Lawson 2004]. Кроме того, академическому обману способствует поверхностный интерес к учебе [Wacon et al. 2020], а ориентация студентов на приобретение качественных знаний, наоборот, снижает вероятность академической нечестности [Shmeleva 2016]. Студенты, склонные брать ответственность за свое поведение и ценить обучение, сильнее ориентированы на академическую честность, чем студенты,

пытающиеся избежать наказания за академический обман [Miller et al. 2011].

Отметим, что академический обман, который встречается в офлайн-обучении, изучен достаточно хорошо, в то время как феноменология академической нечестности при обучении в цифровой среде описана довольно фрагментарно, хотя распространенность электронного академического обмана крайне высока: по разным данным, к нему прибегали хотя бы однократно 25–90 % студентов [Безгодова, Микляева 2021]. Исследователями из разных стран отмечено, что вынужденный переход на онлайн-обучение, вызванный карантином в период пандемии COVID-19, спровоцировал обострение этой проблемы, которое проявилось в увеличении количества случаев электронного академического обмана, а также в появлении и / или распространении его новых форм [Daniels et al. 2021; Hanafy et al. 2021; Djajadikerta et al. 2021].

Таким образом, несмотря на то, что электронный академический обман сегодня является распространенной практикой в академической среде, сведения о его феноменологии, о психологических механизмах, определяющих эту форму нечестности, носят фрагментарный характер. Данные, полученные в исследованиях академического обмана в условиях обучения офлайн некорректно распространять на ситуации, встречающиеся при обучении в онлайн-формате, в силу различий в механизмах регуляции социального взаимодействия в онлайн- и офлайн-среде. Это обуславливает актуальность исследования феноменологии электронного академического обмана и определяющих его психологических механизмов.

Методы и материалы

В исследовании приняли участие 52 студента российских вузов различных профилей подготовки 1–6 курсов 18–25 лет (15 юношей, 37 девушек).

Исследование проводилось с помощью авторской анкеты. Анкета включала два раздела: первый раздел затрагивал проблему академического обмана в традиционных условиях обучения, второй – академический обман при обучении в онлайн-формате. В анкете были

перечислены основные виды академического обмана, используемые студентами в условиях онлайн-обучения и обучения в офлайн-формате. Студентам предлагалось оценить по 7-балльной шкале распространенность ситуаций академического обмана, уровень субъективной допустимости предложенных ситуаций. После этого студенты отвечали на открытые вопросы, описывая конкретные ситуации академического обмана, с которыми они сталкивались, и ситуационные контексты, в которых это происходило.

Для статистической проверки достоверности различий между студенческими оценками распространенности и допустимости академического обмана в офлайн- и онлайн-обучении использовался непараметрический G-критерий знаков. Для вопросов с открытым ответом проводился контент-анализ. Сопоставление процентных долей единиц контент-анализа осуществлялось с помощью углового преобразования Фишера. Расчеты проводились с применением программного пакета IBM SPSS Statistics 23.

Результаты

При оценке результатов сравнивалась феноменология академического обмана в условиях обучения в традиционной форме (офлайн) и дистанционного обучения с применением цифровых технологий (онлайн). Частота встречаемости различных видов академического обмана представлена в таблице.

Статистический анализ показал, что при онлайн-обучении списывание готовых работ и списывание во время экзаменов и зачетов, обман при идентификации личности встречается более часто, чем при офлайн-обучении. При офлайн-обучении в отличие от онлайн-обучения статистически гораздо чаще встречается саботаж во время проведения занятий. Независимо от формата обучения обман при указании источников и плагиат встречаются одинаково часто.

Анализ оценки субъективной допустимости представленных ситуаций академического обмана позволяет отметить, что в онлайн-обучении студенты считают более допустимым списывание работ и обман при идентификации личности, чем при офлайн-обучении. Саботаж во время занятий и дублирование своей работы статистически субъективно более допустимы в офлайн-, чем в онлайн-обучении.

Анализируя распространенность различных видов академического обмана и их субъективную допустимость в разных условиях обучения, можно заметить связь: наиболее распространенные виды академической нечестности воспринимаются и как наиболее допустимые в формате, удобном для их совершения.

Контент-анализ позволил объединить выделенные специфические особенности ситуаций и контекстов академического обмана в более крупные категории. Соотношение представленности этих категорий демонстрируют рис. 1 и рис. 2.

Табл. Средние значения показателей, характеризующих оценку распространенности и субъективную допустимость разных видов академического обмана при офлайн- и онлайн-обучении

Tab. Occurrence and subjective acceptability of academic deception in offline and online learning (mean values)

Вид обмана офлайн	Вид обмана онлайн	Частота			Допустимость		
		офлайн	онлайн	G	офлайн	онлайн	G
Списывание готовых заданий у сокурсников	Использование электронной работы сокурсника или работы из Интернета как образца, чтобы сделать что-то похожее, списать	4,77	5,77	5*	4,12	4,96	5*
Использование шпаргалок (в том числе с применением технических средств) на контрольных / экзаменах / тестах	Во время сдачи экзаменов, зачетов, тестов в дистанте параллельное использование Интернета, электронных ресурсов, чтобы найти ответ на задание	5,04	6,08	3*	4,17	4,38	16
Приобретение работ за деньги, на заказ и сдача их преподавателю лично	Приобретение работ за деньги, на заказ и отправка их на почту преподавателю, прикрепление в электронную систему	3,79	3,46	11	3,19	3,13	13
Сдача работ преподавателю, в которых в качестве своих мыслей выдаются чужие, скопированные из различных источников	Отправка преподавателю, прикрепление в электронную систему работ, в которых в качестве своих мыслей выдаются чужие, скопированные из различных источников	4,98	4,88	13	3,87	3,88	15

Вид обмана офлайн	Вид обмана онлайн	Частота			Допустимость		
		офлайн	онлайн	G	офлайн	онлайн	G
Попытка презентовать на занятии в аудитории работу с данными, которые на самом деле не были получены в ходе исследования / лабораторной работы и т. д., а были придуманы студентом	Попытка отправить преподавателю на почту / прикрепить в электронную систему работу с данными, которые на самом деле не были получены в ходе исследования / лабораторной работы и т. д., а были придуманы студентом	3,63	3,62	15	2,96	3,08	12
Оправдание не сделанной в срок работы причинами, которые более приемлемы, чем реальные	Студент говорит, что у него плохой Интернет или нет технического обеспечения, чтобы не делать задания или не присутствовать на занятии, не включать камеру / микрофон	4,35	5,13	–	3,83	3,94	–
Указание источников, которые не были использованы при представлении работы в аудитории / сдаче лично преподавателю	Указание источников, которые не были использованы при дистанционной презентации работы / отправке ее на почту преподавателю / прикреплении в электронный курс преподавателю	4,79	4,96	13	4,88	4,62	9
Любые действия студентов, которые направлены на то, чтобы не состоялась запланированная проверка знаний на занятии	По инициативе студента срываются онлайн-конференции занятий, чтобы избежать проверки выполненной домашней работы или проверку знаний студента	3,56	2,29	6*	4,13	2,33	6*
Представление в аудитории одной и той же своей работы на нескольких разных предметах, чтобы не делать эту работу повторно	Отправка на почту преподавателю / прикреплении в электронную систему / презентация онлайн одной работы на нескольких разных предметах для того, чтобы не делать ее повторно	3,77	4,13	16	5,31	4,88	8**
Представление чужих достижений, чтобы получить какое-то преимущество для себя	Вместо студента с его аккаунта выполняет задания, присутствует на занятии другой человек	2,67	3,62	10*	2,19	3,02	12**
Другие виды академической нечестности в очном формате	Другие виды академической нечестности в дистанционном формате	3,83	3,62	16	3,52	3,17	13

Прим.: * – p=0,01; ** – p=0,05.

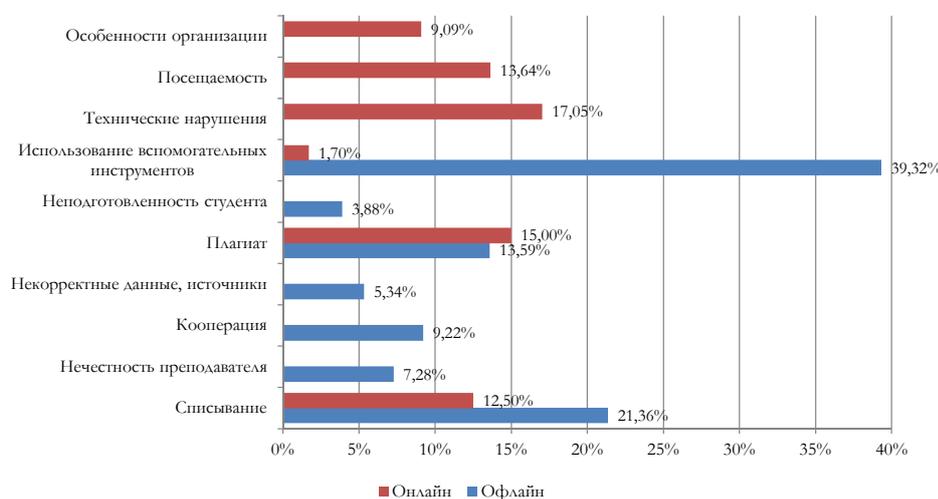


Рис. 1. Соотношение различных видов академического обмана, встречающихся студентам в офлайн- и онлайн-форматах, %
Fig. 1. Various situations of offline and online academic dishonesty, %

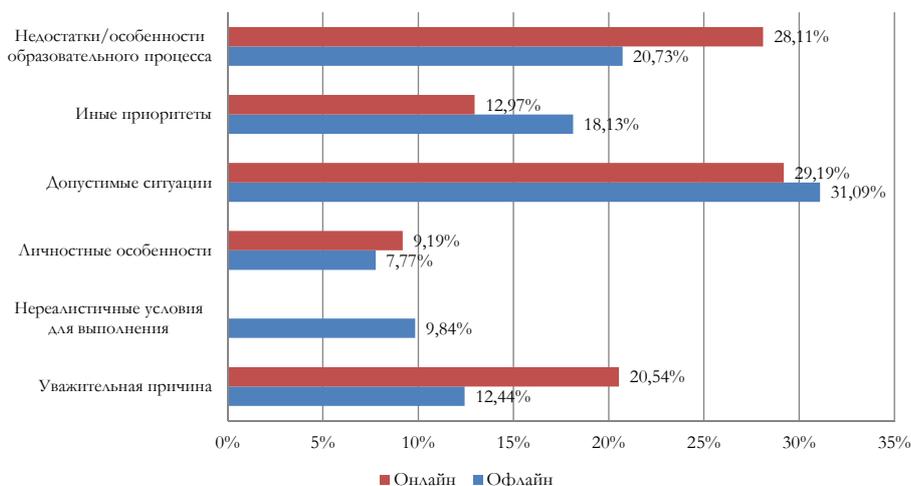


Рис. 2. Соотношение различных контекстов академического обмана, встречающихся студентам в офлайн- и онлайн-форматах, %
Fig. 2. Contexts of offline and online academic dishonesty, %

Заключение

При описании ситуаций академического обмана, встречающегося в онлайн-формате, студенты особенно часто ссылаются на различные технические нарушения: нерабочую камеру или микрофон, плохое интернет-соединение, неработающий сайт и др. Кроме того, онлайн-обучение активизирует обман о посещаемости занятий, не распространенный при офлайн-обучении. Отдельную категорию составили аспекты ситуаций, указывающие на особенности в организации образовательного процесса: формат работы, временные рамки выполнения заданий, ограниченные сроки сдачи работ, что провоцирует студентов на совершение обмана.

Описание контекстов академической нечестности в онлайн- и офлайн-обучении схоже, но отличается качественным содержанием категории *допустимые ситуации*. Так, при онлайн-обучении часто описывается обстановка, не позволяющая обучаться, которая способствует обману, а также гораздо чаще указывается плохое самочувствие или тревожное состояние, чем при онлайн-обучении.

Статистический анализ показал, что при описании ситуаций онлайн-обучения студенты реже упоминали ложное указание источников ($\varphi^*=1,74$; $p<0,05$), а также значительно реже указывали дополнительные инструменты для обмана ($\varphi^*=6,31$; $p<0,01$), чем при офлайн-обучении. При этом важно учитывать, что при онлайн-обучении возможности Интернета и гаджетов являются инструментами для обучения, поэтому их нельзя отнести к дополнительным инструментам. Статистический анализ не показал достоверных различий в процентных долях упоминания контекстов академического обмана в зависимости от формата обучения.

В онлайн-обучении появляются новые формы академической нечестности, такие как обман о технических нарушениях, обман при идентификации личности и др.

При этом большинство способов академической нечестности, встречающихся в офлайн-обучении, наблюдаются и при обучении в онлайн-формате, но в адаптированном виде, например, списывание работ и списывание во время экзаменов и зачетов, плагиат, указание ложных источников – наиболее распространенные ситуации обмана, не теряющие своей актуальности вне зависимости от формата обучения. Эти особенности важно учитывать при построении эффективного процесса обучения.

В целом академическая нечестность возрастает при онлайн-обучении и имеет свою специфическую феноменологию, отличную от офлайн-обучения. Вероятно, это связано с отсутствием механизмов контроля за использованием возможностей Интернета. Поэтому вопрос электронного академического обмана остается актуальной проблемой для дальнейших исследований, а разработка программ профилактики академической нечестности в студенческой среде должна осуществляться с учетом различий академического обмана в контексте онлайн- и офлайн-обучения.

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

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

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

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

Литература / References

- Безгодова С. А., Микляева А. В. Академический обман в цифровой среде: социально-психологический анализ. *Science for Education Today*, 2021, Т. 11, № 4. С. 64–90. [Bezgodova S. A., Miklyaeva A. V. Digital academic dishonesty: a socio-psychological analysis. *Science for Education Today*, 2021, 11(4): 64–90. (In Russ.)] <https://doi.org/10.15293/2658-6762.2104.04>
- Спасенников В. В., Андросов К. Ю. Академическое мошенничество и мотивация учебной деятельности студентов современных университетов. *Эргодизайн*, 2020, № 2. С. 72–80. [Spasennikov V. V., Androsov K. Y. Academic fraud and motivation of modern universities students' educational activities. *Ergodesign*, 2020, (2): 72–80. (In Russ.)] <https://doi.org/10.30987/2658-4026-2020-2-72-80>
- Amigud A., Dawson P. The law and the outlaw: is legal prohibition a viable solution to the contract cheating problem? *Assessment & Evaluation in Higher Education*, 2019, 45(1): 98–108. <https://doi.org/10.1080/02602938.2019.1612851>
- Bacon A. M., McDaid C., Williams N., Corr P. J. What motivates academic dishonesty in students? A reinforcement sensitivity theory explanation. *British Journal of Educational Psychology*, 2020, 90(1): 152–166. <https://doi.org/10.1111/bjep.12269>
- Bretag T., Harper R., Burton M., Ellis C., Newton P. H., Rozenberg P., Saddiqui S., van Haeringen K. Contract cheating: a survey of Australian university students. *Studies in Higher Education*, 2019, 44(11): 1837–1856. <https://doi.org/10.1080/03075079.2018.1462788>
- Caskurlu S., Richardson J. C., Maeda Y., Kozan K. The qualitative evidence behind the factors impacting online learning experiences as informed by the community of inquiry framework: a thematic synthesis. *Computers & Education*, 2021, 165(2): 104–111. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2020.104111>
- Chang C. M., Chen Y.-L., Huang Y.-y., Chou C. Why do they become potential cyber-plagiarizers? Exploring the alternative thinking of copy-and-paste youth in Taiwan. *Computers & Education*, 2015, (87): 357–367. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2015.07.006>
- Chankova M. Teaching academic integrity: the missing link. *Journal of Academic Ethics*, 2020, 18(2): 155–173. <https://doi.org/10.1007/s10805-019-09356-y>
- Daniels L. M., Goegan L. D., Parker P. C. The impact of COVID-19 triggered changes to instruction and assessment on university students' self-reported motivation, engagement and perceptions. *Social Psychology of Education*, 2021, 24(1): 299–318. <https://doi.org/10.1007/s11218-021-09612-3>
- Djajadikerta H. G., Trireskani T., Ong T., Roni S. M., Kazemian S., Zhang J., Noor A. H. M., Ismail S., Ahmad M. A. N., Azhar Z., Shahbudin A. S. M., Maradona A. F., Yanto H., Wahyuningrum I. F. S. Australian, Malaysian and Indonesian accounting academics' teaching experiences during the COVID-19 pandemic. *Australasian Accounting, Business and Finance Journal*, 2021, 15(2): 103–113. <https://doi.org/10.14453/aabf.v15i2.7>
- Hanafy S. M., Jumaa M. I., Arafa M. A. A comparative study of online learning in response to the coronavirus disease 2019 pandemic versus conventional learning. *Saudi Medical Journal*, 2021, 42(3): 324–331. <https://doi.org/10.15537/smj.2021.42.3.20200741>
- Lawson R. A. Is classroom cheating related to business students' propensity to cheat in the "Real World"? *Journal of Business Ethics*, 2004, 49(2): 189–199. <https://doi.org/10.1023/B:BUSI.0000015784.34148.cb>
- LoSchiavo F. M., Shatz M. A. The impact of the honor code on online course fraud. *MERLOT Journal of Online Learning & Teaching*, 2011, 7(2): 179–184.
- Miller A., Shoptaugh C., Wooldridge J. Reasons not to cheat, academic-integrity responsibility, and frequency of cheating. *Journal of Experimental Education*, 2011, 79(2): 169–184. <https://doi.org/10.1080/00220970903567830>
- Ruiperez-Valiente J. A., Munoz-Merino P. J., Alexandron G., Pritchard D. E. Using machine learning to detect 'multiple-account' cheating and analyze the influence of student and problem features. *IEEE Transactions on Learning Technologies*, 2019, 12(1): 112–122. <https://doi.org/10.1109/TLT.2017.2784420>
- Shmeleva E. Plagiarism and cheating in Russian universities: The role of the learning environment and personal characteristics of students. *Educational Studies Moscow*, 2016, (1): 84–109. <https://doi.org/10.17323/1814-9545-2016-1-84-109>

Оригинальная статья

Нарратив как технология вовлечения в социально-психологические группы ВКонтакте

Рогова Евгения Николаевна

Кемеровский государственный университет
Кемерово, Россия
Evgeniarogova4505@gmail.com

Яницкий Леонид Сергеевич

Кемеровский государственный университет
Кемерово, Россия

Поступила в редакцию 04.08.2022. Принята после рецензирования 25.08.2022. Принята в печать 25.08.2022.

Аннотация: Рассмотрена технология вовлечения аудитории в социально-психологические группы ВКонтакте с помощью нарратива, а именно с помощью такой его формы, как сторителлинг. Обладая всеми особенностями нарратива, сторителлинг в социально-психологических группах, в частности ВКонтакте, позволяет использовать все особенности повествования, вовлекая аудиторию в коммуникацию, воздействовать на психику воспринимающего субъекта с разными целями. Цель статьи – выявить технологии вовлечения аудитории в коммуникационные процессы. Основным методом исследования стал количественно-качественный контент-анализ, также задействованы герменевтический и интерпретационный подходы. Материалом послужили 150 публикаций за 2022 г. в популярных социально-психологических группах ВКонтакте. В ходе анализа сторителлинга были выявлены следующие технологии вовлечения аудитории в группы: внушение, убеждение, эмоциональное заражение. Сторителлинг является не только средством продвижения психологических услуг в социально-психологических группах, но и средством психокоррекции, психологического воздействия, ведущего к формированию актуальных для аудитории смыслов, динамике личностного развития читателя, самопомощи, снятию напряжения, стресса.

Ключевые слова: нарратив, сторителлинг, воздействие, внушение, убеждение, эмоциональное заражение

Цитирование: Рогова Е. Н., Яницкий Л. С. Нарратив как технология вовлечения в социально-психологические группы ВКонтакте. *Виртуальная коммуникация и социальные сети*. 2022. Т. 1. № 3. С. 161–166.

Full article

Narrative as Involvement Technology: Socio-Psychological Groups in VKontakte Social Net

Evgenia N. Rogova

Kemerovo State University
Kemerovo, Russia
Evgeniarogova4505@gmail.com

Leonid S. Yanitskiy

Kemerovo State University
Kemerovo, Russia

Received 4 Aug 2022. Accepted after peer review 25 Aug 2022. Accepted for publication 25 Aug 2022.

Abstract: Narrative and storytelling involve social net users in various socio-psychological groups. Modern narrative psychology focuses on life purpose formation. Narrative as an interpretive process concerns almost all spheres of everyday life and correlates with subjective and intersubjective experiences. Narrative studies are a source of knowledge on how a person endows the world, life, and goal-setting with meaning. Observing the interpretation of one's experience can reveal how subjectivity works. Narrative makes it possible to construct the world, as well as to comprehend it in terms of past, present, and future. Psychology of meaning formation brings us closer to personality and inner subjectivity. Storytelling is popular both on the Internet and in various branches of scientific knowledge, marketing, linguistics, psychology, pedagogy, and journalism. Storytelling is used in existential psychology, logotherapy, and art therapy. Personal experience verbalized as a story reveals

one's personality, values, and beliefs. Storytelling makes one feel complete, helps to find a purpose in life, and facilitates psycho-corrective activities. Storytelling in online socio-psychological groups possesses all the features of a narrative. For instance, the Vkontakte social network allows its users to employ all the features of narration, thus involving the audience in communication and influencing their psyche. Based on content analysis and hermeneutic approach, the authors identified such involvement technologies as suggestion, persuasion, and emotional infection. Storytelling is not only a means of promoting psychological services in socio-psychological groups, but also a means of psycho-correction and psychological impact. It develops relevant meanings in the addressee, personal development, self-help, and stress relief.

Keywords: narrative, storytelling, influence, suggestion, persuasion, emotional contagion

Citation: Rogova E. N., Yanitskiy L. S. Narrative as Involvement Technology: Socio-Psychological Groups in VKontakte Social Net. *Virtual Communication and Social Networks*, 2022, 1(3): 161–166.

Введение

Современная нарративная психология основана на передовом повествовательном подходе к решению проблемы формирования смысла в человеческой жизни. Нарратив как интерпретационный процесс вовлечен практически во все сферы повседневной жизни, соотносится с субъективными и интересубъективными переживаниями. Психология сегодняшнего дня рассматривает изучение нарратива как необходимый источник знания о наделении человеком смыслом мира, собственной деятельности, целеполагании. Наблюдение за интерпретацией опыта человека может раскрыть то, как работает субъективность. Нарратив позволяет нам конструировать мир, осмысливать его в категориях прошлого, настоящего, будущего времен. Изучение смыслообразования в психологии приближает к личности человека, его внутренней субъективности. Термин *сторителлинг* популярен как в Интернете, так и в различных отраслях научного знания, маркетинге, лингвистике, психологии, педагогике, журналистике. Сторителлинг как рассказывание историй применяется в психологии в рамках экзистенциальной психологии, логотерапии, арттерапии (библиотерапии, сказкотерапии). Личностный опыт, облеченный в историю, раскрывает человека, его ценности, убеждения, оцеляет его жизнь, помогает работать со смыслом, осуществлять психокоррекционную деятельность.

Понятие нарратива в XX в. связано с работами П. Рикера, Х. Уайта, Б. Херрнстейна-Смита, Т. Г. Сарбина, Дж. Брунера, Б. Слугоского, Дж. Гинзбурга, К. Мэррея и др. Нарратология как дисциплина оформляется в результате пересмотра структуралистских взглядов на искусство, проблема же нарратива – это «проблема взаимоотношения между рассказом-нарративом и жизнью,

рассматриваемая как особая форма существования человека, как присущий только ему модус бытия» [Ильин 2004б: 277]. По К. Мэррею, нарратив – это сюжетно-повествовательная форма, предлагающая сценарий процесса взаимодействия между социальным миром и индивидуальным бытием, в результате чего формируется идентичность [Ильин 2004а: 276]. Постепенно рождается идея о нарративной природе осмысления человеком мира. В последнее время наблюдается повышенный интерес к нарративу как междисциплинарному феномену. Нарратив соотносится с автобиографической памятью, самопониманием, изменением личности, с ее целями и взаимоотношениями с социальной средой, человеческой культурой [McAdams 2001: 100].

Нас интересует нарратив как сторителлинг – рассказывание историй в медиапространстве, в частности в социально-психологических группах ВКонтакте, выявление технологий вовлечения аудитории в коммуникационные процессы. Существует особенность анализа нарратива: предполагается наличие герменевтического интерпретационного подхода к интерпретации, позволяющего приблизиться к контекстам личности нарратора [Schiff 2017: 131].

Методы и материалы

Основной метод – количественно-качественный контент-анализ, также задействованы герменевтический и интерпретационный подходы. Материалом стали 150 публикаций за 2022 г. в популярных социально-психологических группах ВКонтакте: swetlana.psy¹; Клуб осознанных и любящих родителей²; Поддержка уставших мам³; Психология ребенка и не только⁴; Тренер мотиватор Ирина Ковалева⁵.

¹ swetlana.psy. URL: <https://vk.com/swetlanapsy> (дата обращения: 01.08.2022).

² Клуб осознанных и любящих родителей. URL: <https://vk.com/detiroditeli> (дата обращения: 01.08.2022).

³ Поддержка уставших мам. URL: <https://vk.com/tonmamy> (дата обращения: 01.08.2022).

⁴ Психология ребенка и не только. URL: <https://vk.com/club109190188> (дата обращения: 01.08.2022).

⁵ Тренер мотиватор Ирина Ковалева. URL: <https://vk.com/psihologirinakovaleva> (дата обращения: 01.08.2022).

Результаты

Сторителлинг сегодня соотносится с маркетингом, психологией рекламы, психологией, журналистикой, педагогикой и связывается с важной человеческой особенностью формирования смысла с помощью повествования, восходящей к сказительству, возникшему на заре человеческой цивилизации. Рассказывание историй может быть подвержено классификации, и в этом случае выделяются его разные формы, а сторителлинг, следовательно, является частным проявлением нарратива, понятие которого более широкое. Данный феномен характеризуют как разновидность нарратива, выделяя разные типологии как его частное проявление [Ильин 2004б: 277]. Вместе с тем однозначного подхода к сторителлингу как феномену не существует. Сторителлинг рассматривают и как синонимичное понятие нарративу и повествованию, и как более узкое. Подробно использование понятия сторителлинга в разных научных сферах (маркетинге, журналистике, психологии, лингвистике) рассматривает Е. В. Смирнова, подчеркивая его междисциплинарный характер [Смирнова 2021: 33]. Обращаясь к историям в социально-психологических группах ВКонтакте, мы выявили нарративные технологии, вовлекающие аудиторию в социально-психологические группы: такие как внушение, убеждение, эмоциональное заражение, связанные с повествовательным дискурсом.

Анализ историй в социально-психологических группах ВКонтакте продемонстрировал наличие повествовательных технологий, позволяющих побуждать аудиторию к коммуникации. Как повествовательный текст сторителлинг способствует удержанию внимания читателя с помощью увлекательности, т.е. развивающейся фабулы (обладающей началом, поступательным движением, кульминацией, завершением истории, героем или системой персонажей), связанной в психологических группах с психологическими проблемами и темами (родительско-детские отношения, социальное взаимодействие, личностное развитие, экзистенциальные проблемы, психосоматика). Об использовании текста как важного средства дистанционного консультирования в тематических блогах психологов, обращенного к ценностно-смысловой и интеллектуальной сферам клиента, используемого с целью диагностирования и оказания воздействия с помощью языковых средств, и таких психологических техник, как вопросы, раппорт, самораскрытие, интерпретация, психологическая поддержка, использование метафор, подробно написано в статье В. И. Солдатовой и др. [Солдатова и др. 2021]. Авторы указанной статьи выявили следующие основные темы текстов блогов психологов в социальной сети Одноклассники и на сайте В17.гу: супружеские отношения, детско-родительские отношения, детская и подростковая

психология, психология женщины, межличностные отношения, личностное развитие, эмоциональные состояния, психосоматика, психология школы [Солдатова и др. 2021: 736]. Интересным представляется наблюдение авторов за основными типами текстов, используемых психологами при дистанционном консультировании: анонс мероприятий, отчеты о мероприятиях, описание случаев из практики, разбор психологических проблем, комментарии к фильмам, информационные тексты, рекомендации книг, выдержки из книг психологов, высказывания, притчи, сказки, цитаты, информация об известных психологах, советы и рекомендации, рассуждения на примере личной жизни [Солдатова и др. 2021: 736].

Обращаясь к социально-психологическим группам ВКонтакте, мы выделили такую разновидность нарративного повествования, как сторителлинг, рассказывание истории. Основной интерес для нас представляет способ привлечения и удержания внимания с помощью сторителлинга. История привлекает интимным характером изложения, рассказчик (нарратор) говорит о своем жизненном опыте доступным языком, вместе с тем присутствует, помимо знакомой бытовой ситуации, изложение неожиданного поворота событий, вызывающее у читателя интерес, что же будет дальше:

- *У меня недавно текла жизнь яркими красками... Ну и тут, бац, симптомы простуды, + 30 (swetlana.psy).*
- *Как-то утром я шла в магазин. По дороге мне попала маленькая девочка на самокате. Она ехала впереди, а за ней шли её родители. Девочке навстречу выскочил парень на электросамокате – а они часто ездят, как хотят – и девочка бросила свой самокат и стала метаться (Тренер мотиватор Ирина Ковалева).*
- *Я сейчас часто хожу по магазинам: во-первых, мне интересно, а во-вторых, у моей дочери скоро день рождения, и я ищу подарок для неё. И я внезапно попала в гуцу распродаж. Везде скидки, бегают нервные женщины и, чаще всего, мамы берут детей с собой, потому что оставить не с кем (Тренер мотиватор Ирина Ковалева).*
- *Влюбости у меня была прекрасная знакомая – любительница белых юбок. Как-то мы с ней гуляли, и она случайно облилась газировкой (Тренер мотиватор Ирина Ковалева).*

Авторы историй с помощью метафорического повествования без прямого назидания ведут читателя к осознанию возможности обнаружения выхода из сложной жизненной ситуации, например, в открытом сообществе *swetlana.psy* ВКонтакте автор истории через рассказ

о себе, личностном кризисе развивает мысль о необходимости чуткого обращения со своим телом, актуальными потребностями, важности проживания чувств различного характера и осуществления своей мечты:

- *Реально признаться, что мне не ОК, тогда открываются незакрытые хотелки, которые внутри поскребывают, но выразиться не могут... (swetlana.psy).*

Истории обладают единым жизнеутверждающим пафосом, мотивирующим и направляющим к общечеловеческим ценностям, авторы сообщества порою усиливают проявление своей позиции цитатами, иногда без указания источника цитирования:

- *Психотерапия служит не капризному Эго, стремящемуся к безопасности и наслаждениям, а душе – то есть тому, что желает проявить себя посредством нашей жизни (swetlana.psy).*

В сообществах широко используются истории от первого лица, психологов, автора сообщества, подписанные разными именами, иногда без указания источников, иногда с указанием, но неизменно вызывающие доверие, например:

- *Расскажу вам собирательный и наиболее часто встречающийся случай из практики. У меня в кабинете мама с девочкой примерно 8–14 лет (случай собирательный!). Мама и дочь сидят, не глядя друг на друга. Девочка напряжена всем телом, жглась в кресле и почти не дышит (Психология ребенка и не только).*
- *Я не буду с тобой разговаривать. «Выйди из моей комнаты!» – сказала дочка так холодно и безразлично, что у меня что-то сломалось внутри. Я не стала спорить, пошла к двери и услышала вслед: «Я лучше с папой буду все вопросы решать, а тебе лечиться надо!» – это был контрольный выстрел в спину (Психология ребенка и не только).*
- *Когда мои дети кричали до синевы, желая что-то получить, я говорила себе, что такая целеустремленность наверняка поможет им пробиться в жизни. Когда моя дочь добавляла клубничный джем в салат с редиской (а потом отказывалась есть) – я говорила, что выдающиеся кулинары должны иметь смелость пробовать новые сочетания вкусов. И скрепя сердце выбрасывала результат эксперимента. Когда ребенок после сада бегал по стенам и потолку, я говорила себе, что я его тихая гавань, где он может выразить все свои эмоции и быть принятым (Поддержка уставших мам).*
- *Недавно услышала такой разговор между папой и его маленьким сыном: – Папа, а зачем нам мой маленький братик? (Клуб осознанных и любящих родителей).*

Тема родительско-детских отношений является центральной (92 случая из 150 проанализированных единиц; 61,33 %), что определяется уже названием сообществ, все истории вызывают эмоциональный отклик (это, в частности, доказывают комментарии после историй, например: *потрясающая статья, отозвалась во мне на все 100 %; за душу берет; хорошие слова, спасибо автору; до слез; очень трогательно*), потому что мы, как известно, родом из детства, и далекое от нормы взаимодействие взрослых и детей, описываемое в историях, безусловно, находит отклик и сопереживание. Истории могут носить и рекламный характер, как демонстрирует следующий фрагмент из профессионального опыта психолога, способного помочь в решении проблем, просвещая о возможных источниках конфликтов в семье:

- *Уходя от меня с пониманием как переживать и обмениваться любовью, мамы и папы, родители и супруги берут с собой и ответственность за то, что с этим пониманием делать (Клуб осознанных и любящих родителей).*

Истории в социально-психологических сообществах, написанные от лица ребенка, также формируют эмоциональный отклик у читателя, внушают, убеждают, что в психологических проблемах читатель не одинок, что выход может быть, что опыт может быть ресурсным:

- *Мам, я давно хотел тебе сказать. Я медленный. Я медленнее других детей и мне нужно больше времени. Я всё делаю позже других. Я понимаю, что ты быстрая, мам, и тебе это неудобно, но я такой (Психология ребенка и не только).*
- *Мама, а ты сможешь меня искренне полюбить, когда я не дам тебе спать ночами, растрескаю в кровь твои соски и не буду лежать ни минуты без тебя рядом? Когда ты потеряешь себя в пеленках, забудешь, как причесываться, а круги под твоими глазами станут глубокими и несчастными. Мама, ты сможешь меня любить – когда тебе будет трудно, как никогда раньше? (Психология ребенка и не только).*
- *Я вспоминаю, как... моя мама готовилась к моему Дню рождения... С самого утра мама готовила, резала, мыла, протирала. Остался последний штрих – поставить в центр накрытого стола вазу с цветами и самодельный многоярусный торт... «Осторожно, солнышко, не сядь на торт», – как бы между прочим крикнула мама мне из ванной, где развешивала чистые полотенца для гостей. Крикнула в момент, когда я уже сидела на торте всей своей пятилетней попой (Клуб осознанных и любящих родителей).*

В сообществах поднимается тема особенных детей, истории о которых рождают сопереживание, человеческие эмоции сострадания, боли, желание помочь, рассказанные от первого лица, эти тексты вызывают слезы:

- *Я очень берегла Веронику, потому что нас никто не любил и не принимал. Все боялись и считали опасными. А потом мне пришлось отдать ее в обычный детский сад, где воспитательница, кажется, даже не слышала меня, когда я сказала про аутизм, и прокомментировала это так: «Понятно! Дети бывают разные...». На родительском собрании, где я постоянно извинялась, мне говорили: «Ну что вы, все дети разные! Мой муж, кстати, тоже говорит очень односложно уже сорок лет!». Нянечка успокаивала меня: «Все разные. Я обожаю вашу Веронику!».*

Они не делали ничего особенного, все эти прекрасные люди. Не обладали специальными знаниями, не прошли десятичасовой вебинар «по улице рядом со мной идет ребенок с аутизмом – что делать в такой нестандартной ситуации?!». Может быть, прочитали пару статей и так решили для себя: «Все разные, Вероника вот такая. Понятно! Надень шапку, Вероника, давай я тебе помогу». И в мире стало на одну счастливую маму больше.

Спасибо вам, тем, кто спокойно говорит «все мы разные». Так незаметно и буднично, радостно и просто делаются все великие дела. Это вы приближаете мир, в котором быть другим – большое не приговор (Психология ребенка и не только).

Не менее частотной (сообщества *Психология ребенка и не только*, *swetlana.psy*, *Тренер мотиватор Ирина Ковалева*, *Клуб осознанных и любящих родителей*) является тема личностного развития (34 единицы; 22,67%), актуальная по причине типичности проблем в процессе созревания личности, ей посвящены истории, содержащие поворот в развитии фабулы, описание инсайта персонажа или нарратора, например:

- *...Мы начинаем говорить о ее страхе. Она боится, что, если умрет, ее дети останутся без нее. Говорит некоторое время, рыдает. Потом, в какой-то момент, у нее возникает инсайт: «А вообще-то с ними все будет хорошо. О них есть кому позаботиться». «Что же тебя на самом деле беспокоит?». «То, что я даже не начинала жить. Пыталась кому-то нравиться. Думала только о том, что должна. Не путешествовала, не жила в свое удовольствие. Сейчас я думаю: зачем я живу для других? Почему не живу для себя?» (Психология ребенка и не только).*

Тема конечности жизни – экзистенциальная, касается всех и каждого, табуированная, и ее появление неизбежно находит эмоциональный отклик у читателя сторителлинга.

Наряду с выделенными темами сторителлинга были обнаружены темы социального взаимодействия (17 единиц; 11,33%); психосоматики (7 единиц; 4,66%). Следует подчеркнуть, что темы взаимосвязаны, так, осознанное родительство ведет к личностному росту, более эффективному взаимодействию, решению психосоматических проблем и т. д.

Удержанию внимания способствует наличие интриги – чем именно закончится история героя, что хочет историей сказать автор, какова его позиция, важная для читателя, актуализирующего личностный опыт в сторителлинге. Информационная функция также характерна для историй в социально-психологических группах ВКонтакте, они демонстрируют, как можно решить психологические проблемы, экологичные способы их решения:

- *Другу врачу пишу, а он в ответ: «Отдыхать не пробовала?». Не, не особо пробовала. Вот прикол, так защищаться от своей усталости... (swetlana.psy).*

Важнейшая функция сторителлинга – эмоциональная, как видно из примеров, позволяющая не только фокусировать внимание на развертывании повествования, но и осуществлять подспудно психокоррекцию, т. к. рассказанная история неизбежно соотносится с ментальным полем читателя, меняя, дополняя, расширяя его опыт. Истории в группах очень разные, часть из них характеризуется преобладающим тоном, как литературный текст, а значит воздействует на субъекта восприятия эстетически, через феномен катарсиса, ведущего к озарению, инсайту.

Заключение

Сторителлинг как повествовательная структура содержит сходные с литературным дискурсом особенности. Здесь важна и увлекательность фабулы, имитация достоверности, воздействующий характер (вовлечение в повествование), наличие преобладающего тона изложения истории (грустного, юмористического, драматического и, как правило, т. к. речь идет о социально-психологических группах, мотивирующего, ресурсного). В ходе анализа сторителлинга социально-психологических групп ВКонтакте были выявлены с помощью контент-анализа и герменевтического подхода следующие технологии вовлечения аудитории в группы: внушение, убеждение, эмоциональное заражение. Сторителлинг является не только средством продвижения психологических

услуг в социально-психологических группах, но и средством психокоррекции, психологического воздействия, ведущего к формированию актуальных для аудитории смыслов, динамике личностного развития читателя, самопомощи, снятию напряжения, стресса.

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

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

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

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

Литература / References

- Ильин И. П. Нарратив. *Западное литературоведение XX века*, ред. Е. А. Цурганова. М.: Intrada, 2004а. С. 275–277. [Ilyin I. P. Narrative. *Western literary criticism in the XX century*, ed. Tsurganova E. A. Moscow: Intrada, 2004, 275–277. (In Russ.)]
- Ильин И. П. Нарративная типология. *Западное литературоведение XX века*, ред. Е. А. Цурганова. М.: Intrada, 2004б. С. 277–280. [Ilyin I. P. Narrative typology. *Western literary criticism in the XX century*, ed. Tsurganova E. A. Moscow: Intrada, 2004, 277–280. (In Russ.)]
- Смирнова Е. В. Подходы к понятию практики storytelling в различных областях научного знания. *Лексикографическая копилка*, науч. ред. В. В. Гончарова. СПб.: СПбГЭУ, 2021. С. 33–39. [Smirnova E. V. Approaches to the concept of storytelling practice in different areas of scientific knowledge. *Lexicographic piggy bank*, ed. Goncharova E. V. St. Petersburg: SPbSUE, 2021, 33–39. (In Russ.)]
- Солдатова В. И., Яницкий М. С., Серый А. В., Фомин А. Г. Текст как средство дистанционного психологического консультирования: язык и смысловое содержание тематических блогов. *Вестник Кемеровского государственного университета*. 2021. Т. 23. № 3. С. 729–739. [Soldatova V. I., Yanitskiy M. S., Seryu A. V., Fomin A. G. Text as a means of remote psychological counseling: language and semantics of feature blogs. *Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta*, 2021, 23(3): 729–739. (In Russ.)] <https://doi.org/10.21603/2078-8975-2021-23-3-729-739>
- McAdams D. P. The psychology of life stories. *Review of General Psychology*, 2001, 5(2): 100–122. <https://doi.org/10.1037/1089-2680.5.2.100>
- Schiff B. *A new narrative for psychology*. N. Y.: Oxford University Press, 2017, 280.

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

Подписано к печати 16.09.2022.

Дата выхода в свет 21.09.2022.

Печать офсетная. Бумага Sveto Copy.

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

Тираж 500 экз.

Цена свободная.

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