

НОВЫЕ АСПЕКТЫ ЖАНРОВ / NEW ASPECTS OF GENRES

Речевые тактики диалогизации и провокативности в жанрах авторской колонки и блога

Н. А. Пром

Communicative tactics of dialogization and provocativeness in the column and blog genres

N. A. Prom

Наталья Александровна Пром – доктор филологических наук, доцент; Волгоградский государственный технический университет, Волгоград, Российская Федерация

E-mail: natalyprom77@mail.ru

Статья поступила: 25.10.2022. Принята к печати: 20.11.2022.

Статья представляет результаты исследования речевых стратегий диалогизации и провокативности медийных монологических сообщений, имеющих целью интенсифицировать принятие новой информации в картину мира адресата благодаря стимулированию диалога с аудиторией. Анализ данного феномена на нашем эмпирическом материале позволил выделить ее тактики в рамках медийного жанра «авторская колонка» и сетевого жанра «блог». Проведенный анализ медийного контента позволяет говорить о том, что наиболее эффективным фактором, стимулирующим реакцию адресата, является провокативность, обнаруживаемая в обсуждаемой теме, категоричных высказываниях и спорных точках зрения. Представлены два направления диалогизации: с одной стороны, это усиление диалогичности и интерактивности с помощью риторических средств и приемов, апеллирующих к адресату, и, во-вторых, выражение в речи взаимодействия двух или нескольких смысловых позиций, а также форма репрезентации медиафактов, предполагающая реакцию аудитории. Выделенные речевые тактики и стилистические средства в исследуемых жанрах позволяют выстроить равноправное речевое взаимодействие, обусловленное общей с адресатом проблемы и эмоциональным контактом. В авторской колонке этому также способствует доброжелательная тональность, посредством которой имитируется гармоничное межличностное общение и на его основании происходит «заражение» адресата идеями адресанта. Это помогает автору справиться с задачей установления контакта и ведения диалога с аудиторией. Представленный ряд тактик позволяет сделать вывод о том, что в тексте блога обнаружена более высокая степень диалогичности, чем в колонке, при небольшом разнообразии тактик, что говорит о меньших усилиях автора блога для повышения качества текста либо об особенностях идиостиля.

Ключевые слова: диалогичность, жанр, авторская колонка, блог, речевые тактики

УДК 070:808.5:004.9

Natalya A. Prom — Doctor of Sciences in Philology, Associate Professor; Volgograd State Technical University, Volgograd, Russian Federation

ORCID: 0000-0003-2711-4916

Received: 25/10/2022. Accepted for publication: 20/11/2022.

The article presents the results of a study of speech strategies of dialogization and provocativeness of media monologue messages aimed at intensifying the acceptance of new information into the recipient's view of the world by stimulating dialogue with the audience. An analysis of this phenomenon on our empirical material has made it possible to identify speech tactics within the media genre "column" and the network genre "blog." The analysis of media content suggests that the most effective factor stimulating the response of the addressee is the provocativeness found in the topic under discussion, judgemental statements and controversial points of view. Two directions of dialogization are presented, as follows: on the one hand, it is an increase in dialogueness and interactivity with the help of rhetorical means and techniques that appeal to the addressee and, secondly, the expression of the interaction of two or more semantic positions, as well as a form of representation of media facts, involving the reaction of the audience. The selected communicative tactics and stylistic means in the studied genres allow to build an equal speech interaction due to a shared problem and emotional contact. In a column, this is also facilitated by a benevolent tone, through which harmonious interpersonal communication is imitated and, on its basis, the addressee is "infected" with ideas of the addresser. This helps the author to cope with the task of establishing contact and maintaining a dialogue with the audience. The presented series of tactics allows us to conclude that the blog text has a higher degree of dialogueness compared to the column text, using small variety of tactics, which indicates the blog author's less effort to improve the quality of the text or refers to the features of the author's style.

Keywords: dialogueness, genre, column, blog, communicative tactics

OECD: 5.08.EU

V

Постановка проблемы. Диалогичность как выражение в речи взаимодействия двух или нескольких смысловых позиций представляет собой важную характеристику медиадискурса, которая из имплицитной категории в прошлом веке стала заметной и даже необходимой в современной медийной коммуникации. Взаимная заинтересованность участников в успехе любой коммуникации способствует распределению ответственности [Винокур, 2005, с. 85]. Данная установка позволяет говорить об адресате как об активном и активизирующем участнике общения в медиадискурсе. Диалогичность в данном случае следует понимать и как учет интересов и возможностей реципиента сообщения, и как форму репрезентации медиафактов.

Диалогизация как направление адаптации сообщения, эффективный «реципиент-дизайн» (термин А. Мустайоки) текста, а также речевая стратегия создает впечатление живого общения с целью привлечь внимание аудитории, интенсифицировать принятие сообщения адресатом и вызвать речевую реакцию [Пром, 2020]. Для этого используются самые разнообразные тактики гармонизации общения, направленные на выстраивание «языковой солидарности», означающей принадлежность автора и читателя к одной социальной группе, гарантирующей равные права всем участникам [Кормилицына, 2018, с. 69]. Риторическая категория разговорности и приём внутренней диалогизации монологических текстов обеспечивают эффект интерактивности, по которой мы в данном случае понимаем особый потенциал текста получить реакцию читателя в виде комментариев, отзывов, лайков и пр. Реализации данного потенциала способствует такая речевая стратегия, как провокативность, которую иногда определяют как особого вида экспрессию эпохи постмодерна, своего рода энергичный импульс текста [Зобова, 2014; Солодухо, & Лозовский, 2019], обеспечивающий «фидбэк» (англ. feedback – обратная связь) со стороны аудитории.

Диалогичность и провокативность – основные качественные характеристик текста в таких жанрах, как колонка в газете или журнале и блог, когда автор обращается не столько к аудитории как массовому адресату, сколько к каждому человеку отдельно, как будто пишет личное сообщение.

История вопроса. Для того чтобы получить право говорить о колонке и блоге как об аналогах в разных дискурсах, представляется необходимым рассмотреть эти жанры с точки зрения наличия общих признаков. Важны для предлагаемого исследования такие критерии, как сущность данных феноменов, жанровая специфика, дискурсивная принадлежность и стилистико-риторические особенности. Анализ ранее опубликованных работ по этой проблеме позволил провести необходимое сравнение.

Сущность феноменов колонки и блога. Теоретики журналистики называют колонкой «все авторские материалы, которые публикуются с определенной периодичностью, в определенном месте определенного издания, в виде вытянутой колонки и содержат оригинальный взгляд на какую-либо проблему» [Тимченко, 2011, с. 36]. Тематический спектр колонки довольно широк: философия, социальная политика, актуальное событие и пр. глазами автора. Главное здесь – его видение

ситуации или проблемы. «Следовательно, колумнист – это всегда человек с громким именем, ведь читатели, которые не готовы платить за новости, охотно покупают авторскую точку зрения» [Деяк-Якобишина, 2013, с. 75].

Блог представляет собой «личный сетевой дневник, т.е. список записей-заметок, повествующих о жизни автора дневника» [Лутовинова, 2009, с. 200]. Современное понимание блога в словаре Вебстер включает личные размышления, комментарии и часто гиперссылки, видео и фотографии, предоставленные автором [Webster] и не ограниченные жанровыми, тематическими или какими-либо другими критериями. В этом разнообразии преобладают записи одного автора, посвященные преимущественно бытовой тематике [Колесниченко, 2021]. Поскольку хроника частной жизни едва ли может считаться аналогом колонке, в нашей работе рассматриваются тексты в аккаунтах СМИ и блоги политиков и общественников. В настоящее время является обязательным вести официальные блоги для всех известных людей, в том числе журналистов, осуществляющих редакционную коммуникацию с читателями и зрителями. Уважаемый автор такого блога предполагает тематику, не ограниченную бытом, часто социально обусловленную и крайне актуальную, хотя и субъективную в плане подачи информации. Именно такие материалы А.В. Колесниченко расценивает как похожие на журналистские публикации в тематическом и жанровом плане [Колесниченко, 2021, с. 67]. Отмечают и схожесть материалов колонки с «постом (жанр, в котором творят блогеры в социальных сетях)» [Тимченко, 2011, с. 12].

Как видим, феномены колонки и блога в узком понимании представляются схожими по следующим показателям: авторитетный адресант, высокая субъективность, широкая тематика и актуальность материалов.

Жанровая специфика и дискурсивная принадлежность. Анализ работ, посвященных колонке и блогу, показал, что их жанровая соотносимость является предметом полемики. В обоих случаях выделяются два полюса: одни считают, что колонка/блог представляет собой отдельный жанр, гибридный, обладающий свойствами уже устоявшихся жанров (эссе, дневник, статья) [Кройчик, 2000; Баженова, Иванова, 2012; Успенская, 2007; Ярцева, 2011]; другие видят в них не более чем форму [Гордеев, 2010; Королев, 2018; Тимченко, 2011; Деяк-Якобишина, 2013 и др.].

Из этого следует, что по своей структуре и композиции тексты колонки и блога довольно разнообразны. Все исследователи отмечают высокую степень размытости их жанровых границ. Не принимая ни одну сторону данного спора, отметим, что эта проблема является важной только для теоретиков журналистики, а не для практикующих журналистов. Кроме того, для данной работы выбор термина не является критической проблемой, и удобства ради мы примем термин «жанр» для квалификации текстов колонки и блога, тем более что данная точка зрения довольно убедительно обоснована в теории журналистики.

Несмотря на то, что колонка и блог принадлежат к разным дискурсам – медийному и сетевому соответственно, важно отметить, что последние образуют поле массовой коммуникации, а потому являются близкими в коммуникативном аспекте. Очевидным остается тот факт, что и авторская колонка на страницах газет, журналов,

электронных порталов, и тем более блог – одни из самых востребованных медиапродуктов.

Стилистико-риторические особенности. Колонке свойственен эмоционально окрашенный стиль подачи материала и выраженная субъективная оценочность. Исследователи блогосферы отмечают карнавализацию как игровой стиль, разговорная речь, личностно ориентированное общение, субъективность и даже отсутствие логики и последовательности изложения [Асмус, 2005, с. 12–14]. Последнее относится к бытовой тематике и не отмечается в текстах уважаемых авторов.

Наибольший интерес для нашей работы представляют такие характеристики текстов, как диалогичность и провокативность, которыми обладают и колонка, и блог, правда не в равной степени. Диалогический формат коммуникации (равный – равному) обязателен для блога, в то время как в традиционных СМИ, жанром которых является колонка, преобладает иерархический формат коммуникации [Колесниченко, 2021, с. 54]. Вместе с тем колонка признается не совсем традиционным медийным текстом. Колонка – это диалог, концептуально-эмоциональное осмысление действительности, яркий индивидуальный стиль [Барашкина, 2019, с. 25; Тимченко, 2011, с. 22].

Что касается способности провоцировать дискуссию, то, по замечанию И.С. Тимченко, «хорошая колонка всегда парадоксальна и дает повод для спора. Нет ничего дурного в том, чтобы специально заострять высказывание в надежде вызвать у читателя резкую реакцию. Это – особый тип добавленной стоимости, очень нужный редакторам и издателям. Но, провоцируя, всегда имеет смысл прикинуть, какие возражения можно услышать» [Тимченко, 2011, с. 21]. Провокативность блога также не вызывает сомнений у филологов. В этой связи представляет интерес, как реализуются стратегии диалогичности и провокативности в колонке и блоге с помощью речевых тактик.

Методология и методика исследования. Цель предлагаемой статьи – выявить речевые тактики диалогизации медийного жанра «колонка» и сетевого жанра «блог».

Для выполнения поставленной цели мы используем такие исследовательские методы, как риторический, прагматический и контекстуальный анализ текста, а также метод лингвистической интерпретации.

Материалом для изучения стали текст авторской колонки Брайана Чена «Tech Fix» о решении технических проблем на интернет-сайте американской газеты «Нью-Йорк таймс» и пост в блоге Е.Я. Сатановского – политолога, президента Института Ближнего Востока – в российском Телеграм-канале.

Обоснуем выбор этих текстов, которые находятся в одном тематическом поле «Преодоление трудностей изоляции в период пандемии». Тексты написаны на разных языках и принадлежат к разным лингвокультурам, что, по нашему мнению, не является препятствием для проведения анализа, поскольку, во-первых, тексты являются медийными, то есть, опосредованы техническим средством – компьютером, Интернетом – и ориентированы на массового адресата, интернациональную аудиторию; во-вторых, культура написания как колонки, так и блога возникла в США [Михайлов, 2004, с. 378; Войтишенюк, & Самусев, 2016], поэтому коммуникативные

характеристики текстов этих жанров, по предварительным наблюдениям, в разных лингвокультурах схожи.

Уделим внимание авторам текстов, в качестве которых выступают журналист с техническим образованием рейтинговой американской газеты и ученый-востоковед, экономист. Это хорошо образованные люди с большим опытом написания высококачественных текстов. Следовательно, риторическая убедительность и высокий стиль текстов обусловлены как жанровыми особенностями колонки и блога, так и фактором авторитетного адресанта.

Анализ материала. Речевые тактики колонки. Интерес для нашего лингвистического исследования представляют эффективные речевые тактики, для того чтобы текст был не только замечен, прочитан, понят и принят адресатом, но и вызвал речевую реакцию.

(1) In a flatlining economy, the \$399 iPhone that Apple introduced last week might sound attractive. But there's a better gadget deal in the pandemic: the iPad. Remember the iPad? You would be forgiven if you had forgotten.

Apple unveiled a new entry-level model of the tablet computer last year for \$329. <...>The iPad, which always seemed like an optional accessory sitting between your computer and smartphone, has long been treated as that "other" device.

Now it's time for us to reconsider the iPad. Last week, I wrote about how the coronavirus had revealed our most essential tech and weeded out the excess. The tech we have turned to over and over boils down to a computing device, communication tools, entertainment and an internet connection. The iPad delivers on all of those needs even better than a smartphone.

With a bigger screen than an iPhone, the iPad excels at videoconferencing with apps like FaceTime and Zoom, and it's great for watching movies and programs on Netflix and YouTube. When you attach it to a good keyboard, it becomes an excellent budget computer with a zippy internet connection for browsing the web, writing emails and composing documents. All for half the price of a regular iPhone.

"It's really in that sweet spot of being relatively affordable and having everything I think most people will need," said Nick Guy, a writer for Wirecutter, a New York Times publication that tests products. So even though Apple is releasing its new iPhone SE this week, with its sped-up internals and a better camera than its predecessor, now may not be the ideal time to buy one. After all, what good is an improved camera if you can't leave the house? (New York Times 21.04.2020). – В условиях неподвижной экономики iPhone за \$ 399, который Apple представила на прошлой неделе, может показаться привлекательным. Но в пандемии есть лучшее решение для гаджетов – iPad. Помните iPad? Простительно, если вы забыли.

Apple представила новую модель планшета начального уровня в прошлом году за \$ 329. iPad, который всегда казался дополнительным аксессуаром к вашему компьютеру и смартфону, долгое время считался «другим» устройством.

Теперь пришло время пересмотреть отношение к iPad. На прошлой неделе я писал о том, как коронавирус выявил нашу самую важную технологию и отсеял излишки. Технология, к которой мы снова и снова обращаемся, сводится к

вычислительному устройству, средствам связи, развлечениям и интернет-соединению. iPad удовлетворяет все эти потребности даже лучше, чем смартфон.

Благодаря большому экрану, чем у iPhone, iPad превосходно справляется с видеоконференциями с такими приложениями, как FaceTime и Zoom, и отлично подходит для просмотра фильмов и программ на Netflix и YouTube. Когда вы подключаете его к хорошей клавиатуре, он становится отличным бюджетным компьютером с быстрым интернет-соединением для просмотра веб-страниц, написания электронных писем и составления документов. Все за полцены по сравнению с обычным iPhone.

«Это действительно приятная вещь, где все относительно доступно, и это, я думаю, пригодится большинству людей», – сказал Ник Гай, автор Wirecutter в New York Times, который тестирует продукты. Поэтому, несмотря на то что на этой неделе Apple выпускает свой новый iPhone SE с ускоренными внутренними компонентами и лучшей камерой, чем у предшественника, сейчас, возможно, не идеальное время для этой покупки. В конце концов, что хорошего в улучшенной камере, если вы не можете выйти из дома? (Здесь и далее перевод наш. – Н.П.)

В приведенном тексте автор формулирует проблему *a flatlining economy* и предлагает способ ее решения. Его ближайшая коммуникативная – стимулирование читателя прокомментировать статью, на протяжении которой ведет с ним диалог. В качестве речевых приемов создания диалога в отрывке и тексте в целом выделяются следующие речевые тактики:

уступка («Допустим»): *the \$399 iPhone <...> might sound attractive*. Автор выделил проблему и допустил возможность, что новый товар, предлагаемый известным брендом, может быть полезным в этой ситуации;

противоречие (контраргумент): *But there's a better gadget deal in the pandemic: the iPad*. Упоминание старого устройства можно расценить как провокацию, вызывающую споры между сторонниками и противниками (скорее, теми, кто не является ценителями) *iPad*. Последующие аргументы станут попыткой смягчить вызванный спор;

напоминание: *Remember the iPad?* Это не риторический вопрос, не требующий ответа, и не внутренний диалог, это обращение непосредственно к читателю, который, вероятно, отвечает на него в процессе чтения;

снисходительность: *You would be forgiven if you had forgotten*;

солидарность («Я такой же, как вы»): *The iPad, which always seemed like an optional accessory sitting between your computer and smartphone, has long been treated as that "other" device*. Автор говорит о том, что многие (и он в том числе) забыли о «старом добром» *iPad*;

совместное прошлое («А помнишь, я/мы...»): *Last week, I wrote about how the coronavirus had revealed our most essential tech and weeded out the excess. The tech we have turned to over and over boils down to a computing device, communication tools, entertainment and an internet connection*. Ретроспективный взгляд на совместное (пусть даже условно) прошлое выполняет инклюзивную функцию, объединяет читателя и автора, создает доверительную дружескую тональность текста. В некоторой степени это обязывает читателя отреагировать: если друг написал тебе, значит, нужно ответить;

неожиданный ход («Эврика!»): *The iPad delivers on all of those needs even better than a smartphone;*

интенсификация: *With a bigger screen than an iPhone, the iPad excels at videoconferencing with apps like FaceTime and Zoom, and it's great for watching movies and programs on Netflix and YouTube. When you attach it to a good keyboard, it becomes an excellent budget computer with a zippy internet connection for browsing the web, writing emails and composing documents. All for half the price of are gular iPhone.* Долгий ряд достоинств, да еще и за полцены, является немаловажным для американской аудитории и занимает целый абзац;

апелляция к авторитетному источнику («Крутой парень, который в этом отлично разбирается, согласен со мной»): *"It's really in that sweet spot of being relatively affordable and having everything I think most people will need," said Nick Guy, a writer for Wirecutter, a New York Times publication that tests products.* Мнение эксперта всегда бывает эффективным в обсуждении проблемы. Важно отметить, что экспертом здесь является не виртуальный специалист, а конкретный человек *Nick Guy*, официальный эксперт издания *New York Times*;

апелляция к интеллекту («Надо быть прагматичными»): *So even though Apple is releasing its new iPhone SE this week, with its sped-up internals and a better camera than its predecessor, now may not be the ideal time to buy one. After all, what good is an improved camera if you can't leave the house?* В современном мире, в котором важно всегда быть «в тренде» (Нью-Йорк известен своим неизменным стремлением ко всему лучшему и новому), рассказывать о достоинствах старого коммуникационного устройства – довольно большой риск, но автор не боится пойти на него и просит читателей поддержать статью.

Таким образом, приведенный текст колонки представляет собой не просто монолог с гипотетическими запросами адресатов, но коммуникацию, в которой каждая фраза содержит речевую тактику, следствием чего становится отклик читателей. Наличие 30 комментариев за один день – неплохой результат для статьи. Большая часть из них является положительными, например:

I agree. My LG laptop camera broke and I have forced to use my very old ipad. It's great. – Я согласен. У меня сломалась камера в ноутбуке LG, и я был вынужден использовать свой очень старый iPad. Он отличный;

Sounds good. I have an Ipad. When I get home from my essential job, I turn it on for the news and the Apple music I subscribe to. – Звучит убедительно. У меня есть Ipad. Когда я возвращаюсь домой со своей основной работы, я включаю его, чтобы послушать новости и музыку Apple, на которую я подписан;

Ipads are great especially for kids but pale in compare is onto the general utility of a cheap Microsoft Surface Go. – Айпады особенно незаменимы для детей, но бледны по сравнению с обычной утилитой дешевого Microsoft Surface Go;

My iPad has been my device of choice for years. – Мой iPad – мой выбор в течение многих лет.

Приведенные комментарии мы рассматриваем как подтверждение высокого потенциала текста в плане диалогичности и провокативности.

Речевые тактики блога. Проанализируем русскоязычный текст сетевого дискурса в жанре блога на предмет диалогичности и провокативности. Приведем рассуждения известного политолога Е.Я. Сатановского относительно целесообразности введения режима самоизоляции:

От коронавируса можно помереть? В принципе, да. А от инфаркта? Гиподинамии? От телевизора, который, зараза, нагнетает и нагнетает? Ведь от своих родных никуда не денешься, а личного пространства – никакого. Их можно любить, но это когда их некоторое время не видишь, и скучаешь по ним. А когда все в однушке толкуются? Или в коммуналке? Конечно, можно заняться самообразованием. Есть интернет, книги, компьютерные игры. Но для всего этого нужно иметь интерес к определенным занятиям. Что же касается здорового образа жизни, то в среднюю российскую квартиру никакой тренажер не влезет. Но и без них можно заниматься зарядкой. Но много ли таких спортсменов в стране? Больше тех, кто пасется на кухне и мечтает запить-закусить. Так что насчёт здоровья нации, о нём можно забыть (Telegram, 21.04.2020).

Выделим тактики, которые мы уже обнаружили в англоязычном тексте колонки:

интенсификация: *От коронавируса можно помереть? В принципе, да. А от инфаркта? Гиподинамии? От телевизора, который, зараза, нагнетает и нагнетает?; А когда все в однушке толкуются? Или в коммуналке?* Ряд вопросов, которые не оставляют читателю выбора ответа.

неожиданный ход: *Конечно, можно заняться самообразованием. Есть интернет, книги, компьютерные игры.* Данное предложение является в меньшей степени неожиданным, чем «неожиданный ход» в предыдущем тексте. Тем не менее автор говорит о полезном времяпрепровождении, на что не все готовы.

снисходительное оправдание собеседника: *Ведь от своих родных никуда не денешься, а личного пространства – никакого. Их можно любить, но это когда их некоторое время не видишь, и скучаешь по ним; Но для всего этого нужно иметь интерес к определенным занятиям. Что же касается здорового образа жизни, то в среднюю российскую квартиру никакой тренажер не влезет; Но много ли таких спортсменов в стране?*

неожиданный обобщенный вывод: *Больше тех, кто пасется на кухне и мечтает запить-закусить. Так что насчёт здоровья нации, о нём можно забыть.*

О диалогичности текста (б) говорят следующие стилистические средства:

– вопросы-ответы внутреннего диалога: *От коронавируса можно помереть? В принципе, да;*

– многочисленные риторические вопросы: *А от инфаркта? Гиподинамии? От телевизора, который, зараза, нагнетает и нагнетает? А когда все в однушке толкуются? Или в коммуналке? Но много ли таких спортсменов в стране?;*

– рубленый синтаксис, характерный для импровизированной речи в естественной коммуникации: *От коронавируса можно помереть? В принципе, да. А от инфаркта? Гиподинамии? От телевизора, который, зараза, нагнетает и нагнетает? Ведь от своих родных никуда не денешься, а личного пространства –*

никакого. Их можно любить, но это когда их некоторое время не видишь, и скучаешь по ним. А когда все в однушке толкуются? Или в коммуналке?;

– вводные слова: *в принципе, конечно;*

– сниженная разговорная лексика: *помереть, зараза, в однушке толкуются; тренажер не влезет; пасется на кухне и мечтает запить-закусить;*

– повторы: *нагнетает и нагнетает; но... но...*

Обращает на себя внимание тот факт, что автор не использует личных местоимений и предпочитает модальность, обобщенно-личные и безличные предложения: *От коронавируса можно помереть? Ведь от своих родных никуда не денешься, а личного пространства – никакого. Их можно любить, но это когда их некоторое время не видишь, и скучаешь по ним. <...> Конечно, можно заняться самообразованием. Но для всего этого нужно иметь интерес к определенным занятиям. Но и без них можно заниматься зарядкой. Но много ли таких спортсменов в стране?* Это можно интерпретировать следующим образом: автор, очевидно, не относит себя к тем, кого касаются описываемые им проблемы, при этом он понимает затруднительное положение других людей и сочувствует им, но старается избегать прямой номинации, предпочитая обобщенные формулировки.

Вместе с тем приведенный текст можно расценить как довольно провокационный с точки зрения этичности высказываний о народонаселении России. Недовольны будут приверженцы традиционных семейных ценностей, утверждающие, что «в тесноте, да не в обиде» в ответ на замечание: *Ведь от своих родных никуда не денешься, а личного пространства – никакого. Их можно любить, но это когда их некоторое время не видишь, и скучаешь по ним.* Общественные деятели могут счесть оскорбительными высказывания о том, что *много ли таких спортсменов в стране? Больше тех, кто пасется на кухне и мечтает запить-закусить.* Для самообразования *нужно иметь интерес к определенным занятиям*, а поскольку данное направление времяпрепровождения не показало себя в России как эффективное, ни интереса, ни способностей к этому благородному делу у россиян не обнаружилось. Политики могут расценить как неприемлемые высказывания об отсутствии благополучия в стране, где большинство людей живут в *однушках и коммуналках* и не могут позволить себе жилплощадь, в которую *влезет* тренажер. Недовольство вправе проявить производители медиаконтента, *который, зараза, нагнетает и нагнетает*, и возразить, что телевидение прикладывает все усилия для развлечения скучающей аудитории.

В этой связи заметим, что Е.Я. Сатановский известен своими резкими провокативными высказываниями, благодаря которым его часто приглашают в различные ток-шоу, чаще политического контекста. Смесь авторитетности и бескомпромиссного поведения как участника шоу вызывает большое количество отзывов – как поддержки, так и возражений. Данный текст получил 145 репостов в семи социальных сетях за один день, что также является показателем текста с высоким уровнем диалогичности и провокативности.

Выводы. Диалогизация и провокативность как стратегии современного медиапроизводства представляют собой эффективный способ установления контакта с аудиторией и интенсификации фактуализации предлагаемой информации.

Диалогизация дискурса и жанра усматривается в двух направлениях: во-первых, это усиление диалогичности и интерактивности с помощью маркеров диалогичности – риторических средств и приемов, апеллирующих к адресату и, во-вторых, выражение в речи взаимодействия двух или нескольких смысловых позиций, учет интересов и возможностей реципиента сообщения, а также форма репрезентации медиафактов, предполагающая реакцию аудитории. Провокативность в большей степени мотивирует аудиторию ответить автору. Объективным показателем диалогичности и провокативности медиатекста мы считаем его коммуникативный эффект – отзывы, комментарии и репосты материала в сетевом формате медиадискурса.

Выделенные речевые тактики в медийном жанре «авторская колонка» и сетевом жанре «блог» позволяют выстроить равноправное речевое взаимодействие, обусловленное общей с адресатом проблемы, эмоциональным контактом с ним. Этому также способствует доброжелательная тональность (преимущественно в колонке), посредством которой имитируется гармоничное межличностное общение и на его основании «заражение» адресата идеями адресанта. Все это помогает автору справиться с задачей установления контакта и ведения диалога с аудиторией. Представленный ряд тактик позволяет сделать вывод о том, что в тексте блога обнаружена более высокая степень диалогичности, чем в колонке, при небольшом разнообразии тактик (в сравнении с текстом колонки), что говорит о меньших усилиях автора блога для повышения качества текста либо об особенностях идиостиля.

Литература

- Асмус, Н. Г. (2005). *Лингвистические особенности виртуального коммуникативного пространства*: дис. ... канд. филол. наук. Челябинск.
- Баженова, Е. А., & Иванова, И. А. (2012). Блог как интернет-жанр. *Вестник Пермского ун-та. Российская и зарубежная филология*, 4(20), 125–131.
- Барашкина, Е. А., & Выровцева, Е. В. (2019). *Колонка как вид медиатекста*. Самара: Изд-во Самарского университета.
- Винокур, Т. Г. (2005). *Говорящий и слушающий. Варианты речевого поведения*. Москва: Наука.
- Войтишенюк, Е. В., & Самусев, Р. А. (2016). Блог как жанр интернет-дискурса (на материале белорусскоязычных блогов). *Беларусь в современном мире* (с. 124–126). Гомель: ГГТУ им. П. О. Сухого.
- Гордеев, Ю. А. (2010). Жанровая специфика колонки в печатных СМИ. *Жанровые метаморфозы в российской журналистике* (с. 22–23). Самара: Порто-принт.
- Деяк-Якобишина, Е. М. (2013). Авторская колонка: традиционный жанр или новая форма. *Вестн. Беларуск. дзярж. ун-та. Сер. 4, Філалогія. Журналістыка. Педагогіка*, 3, 74–76.
- Зобова, А. А. (2014). Провокативность медиапространства: аксиологический аспект. *Вестник Нижегородского университета имени Н. И. Лобачевского*, 1, 434–438.
- Колесниченко, А. В. (2021). Журналистика и блогосфера: жанрово-тематические пересечения. *Вестн. Моск. ун-та. СЕР. 10. Журналистика*, 1, 51–74.
- Кормилицына, М. А. (2018). Тенденции изменений в стилистическом облике традиционных журналистских жанров в современной. *Жанры речи*, 1(17), 67–72.
- Королев, И. А. (2018). Научная полемика об определении места колонки в современной системе жанров. *Мультимедийная журналистика* (с. 317–321). Минск: Изд. центр БГУ.
- Кройчик, Л. Е. (2000). *Система журналистских жанров*. Санкт-Петербург: Знание.
- Лутовинова, О. В. (2009). *Лингвокультурологические характеристики виртуального дискурса*: монография. Волгоград: Изд-во ВГПУ «Перемена».
- Михайлов, С. А. (2004). *Журналистика Соединенных Штатов Америки*. Санкт-Петербург: Издательство Михайлова В. А.
- Пром, Н. А. (2020). *Фактуализация реальности в медиадискурсе: характеристики, типы, способы выражения*: монография. Волгоград: ПринТерра-Дизайн.
- Солодухо, А. С., & Лозовский, А. В. (2019). Провокативность в интернет-коммуникации: проблема определения понятия. *Журнал Белорусского государственного университета. Философия. Психология*, 1, 104–109.

References

- Asmus, N. G. (2005). *Linguistic features of the virtual communicative space*: PhD thesis. Chelyabinsk. (In Russian).
- Bazhenova, E. A., & Ivanova, I. A. (2012). Blogging as an Internet genre. *Perm University Herald. Russian and Foreign Philology*, 4(20), 125–131. (In Russian).
- Barashkina, E. A., & Vyrovtsseva, E. V. (2019). *Column as a type of media text*. Samara: Publishing House "Samarskiy Universitet". (In Russian).
- Vinokur, T. G. (2005). *The speaker and the listener. Variants of speech behavior*. Moscow: Nauka. (In Russian).
- Voytishenyuk, E. V., & Samusev, R. A. (2016). Blog as a genre of Internet discourse (Based on Belarusian blogs). *Belarus in the modern world* (pp. 124–126). Gomel: Sukhoi State Technical University of Gomel. (In Russian).
- Gordeev, Yu. A. (2010). Genre specificity of a column in print media. *Genre metamorphoses in Russian journalism* (pp. 22–23). Samara: Porto-print. (In Russian).
- Deyak-Yakobishina, E. M. (2013). Column: a traditional genre or a new form. *Vestnik of Vitebsk State University named after P.M. Masherov. Seriya 4: Philology. Journalism. Pedagogy*, 3, 74–76. (In Russian).
- Zobova, A. A. (2014). Provocativeness of the media space: an axiological aspect. *Vestnik of Lobachevsky University of Nizhni Novgorod*, 1, 434–438. (In Russian).
- Kolesnichenko, A. V. (2021). Journalism and the blogosphere: genre-thematic intersections. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10. Zhurnalistika [Bulletin of Moscow University. Series 10: Journalism]*, 1, 51–74. (In Russian).
- Kormilitsina, M. A. (2018). Trends in the stylistic appearance of traditional journalistic genres in the modern press. *Speech Genres*, 1(17), 67–72. (In Russian).
- Korolev, I. A. (2018). Scientific controversy about determining the place of the column in the modern system of genres. *Multimediyaya zhurnalistika [Multimedia Journalism]* (pp. 317–321). Minsk: Publishing Center of BSU. (In Russian).
- Kroichik, L. E. (2000). *System of journalistic genres*. Saint-Petersburg: Znanie. (In Russian).
- Lutovinova, O. V. (2009). *Linguistic and cultural characteristics of virtual discourse*: monograph. Volgograd: VSPU Publishing house "Peremena". (In Russian).
- Mikhailov, S. A. (2004). *Journalism in the United States of America*. St. Petersburg: Publishing house of Mikhailov V. A.. (In Russian).
- Prom, N. A. (2020). *Factualization of reality in media discourse: characteristics, types and ways of expression*: monograph. Volgograd: PrinTerra-Design. (In Russian).
- Saladukha, A. S., & Lazouski, A. V. (2019). Provocativeness in internet communication: the problem of concept defining. *Journal of the Belarusian State University. Philosophy and Psychology*, 1, 104–109. (In Russian).

Тимченко, И. С. (2011). *Авторская колонка в современных СМИ*. Санкт-Петербург: Филол. фак-т СПбГУ.

Успенская, С. С. (2007). Колумнистика: проблемы жанровой идентификации. *Вестник Воронежского университета. Серия: Филология. Журналистика*, 1, 240–244.

Ярцева, С. С. (2011). *Колумнистика: история возникновения и перспективы развития*: дис. ... канд. филол. наук. Воронеж.

Webster dictionary of computer terms [Web-страница]. Электронный ресурс <https://www.merriam-webster.com/>

Timchenko, I. S. (2011). *Author's column in modern media*. St. Petersburg: Faculty of Philology of St. Petersburg State University. (In Russian).

Uspenskaya, S. S. (2007). Columnist: problems of genre identification. *Vestnik VSU. Series: Philology. Journalism*, 1, 240–244. (In Russian).

Yartseva, S. S. (2011). *Columnist: history of origin and development prospects*: PhD thesis: Voronezh. (In Russian).

Webster dictionary of computer terms. Retrieved from: <https://www.merriam-webster.com>.

Для цитирования статьи:

Пром, Н. А. (2022). Речевые тактики диалогизации и провокативности в жанрах авторской колонки и блога. *VERBA. Северо-Западный лингвистический журнал*, 2(4), 7–18. DOI: 10.34680/VERBA-2022-2(4)-7-18

For citation:

Prom, N. A. (2022). Communicative tactics of dialogization and provocativeness in the column and blog genres. *VERBA. North-West linguistic journal*, 2(4), 7–18. (In Russian). DOI: 10.34680/VERBA-2022-2(4)-7-18