

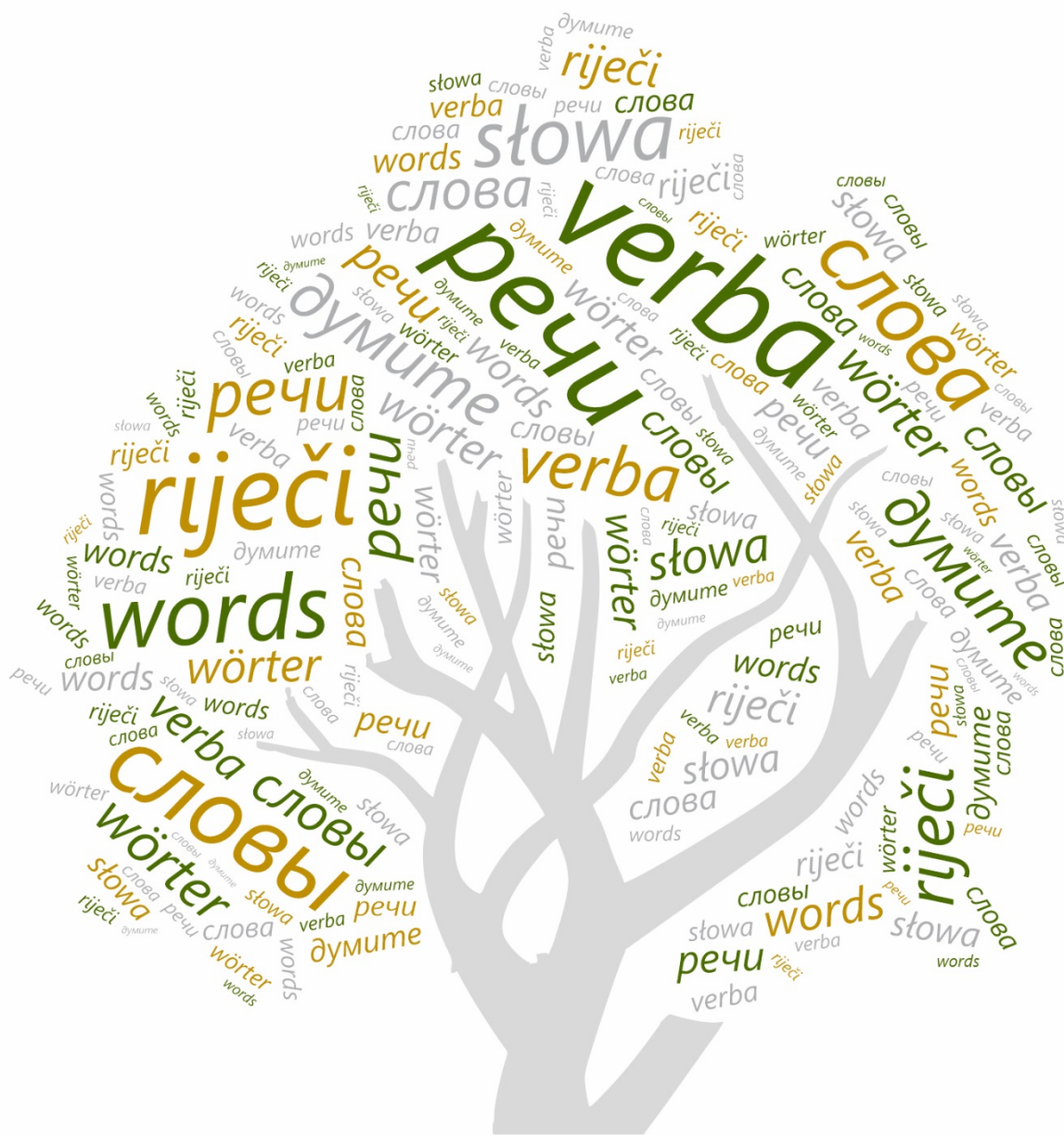


НОВГОРОДСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ ЯРОСЛАВА МУДРОГО

Verba

Северо-Западный
лингвистический журнал

№ 2(4) 2022



ISSN 2713-0665 (Online)

Verba

Северо-Западный лингвистический журнал



(16+)

Verba. Северо-Западный лингвистический журнал

Сетевое периодическое научное издание

2(4) 2022

ISSN 2713-0665 (Online)

Свидетельство о регистрации СМИ:

Эл № ФС77-80208 от 22 января 2021 г. выдано Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор)

Издается с 2021 г.

Периодичность: 2 раза в год

УЧРЕДИТЕЛЬ И ИЗДАТЕЛЬ

ФГБОУ ВО «Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого» (НовГУ)

АДРЕС УЧРЕДИТЕЛЯ И ИЗДАТЕЛЯ

173003, Россия, Великий Новгород,
ул. Б. Санкт-Петербургская, д. 41,
тел.: +7 (8162) 62-72-44
e-mail: novsu@novsu.ru

АДРЕС РЕДАКЦИИ

173003, Россия, Великий Новгород,
ул. Большая Санкт-Петербургская, 41, ауд. 1216
тел.: +7(8162) 33-88-30 (доб. 2293)
E-mail: verba@novsu.ru

Сайт издания: <https://VERBA.PRESS>

Редакторы перевода: О. Наволоцкая

Дизайн обложки: В. Фромов

Макет, верстка: Д. Ванюшкин

Разработка сайта: А. Ни

Дата выхода: 25.11.2022

© НовГУ, 2022

© Авторы статей, 2022

Все права защищены

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ

Главный редактор:

Т.В. Шмелева, доктор филологических наук, профессор кафедры журналистики Новгородского государственного университета им. Ярослава Мудрого, Великий Новгород, Россия

ЧЛЕНЫ РЕДАКЦИОННОЙ КОЛЛЕГИИ

В.И. Макаров, кандидат филологических наук, доцент; Новгородский государственный университет им. Ярослава Мудрого, Великий Новгород, Россия

А. Бирих, доктор филологических наук, профессор; Трирский университет, Трир, Германия

Х. Вальтер, доктор филологических наук, профессор; Университет им. Эрнста Морица Арндта г. Грайфсвальда, Грайфсвальд, Германия

В.Л. Васильев, доктор филологических наук, доцент; Новгородский государственный университет им. Ярослава Мудрого, Великий Новгород, Россия

В.И. Заика, доктор филологических наук, доцент; Новгородский государственный университет им. Ярослава Мудрого, Великий Новгород, Россия

В.И. Коваль, доктор филологических наук, профессор; Гомельский государственный университет им. Ф. Скорины, Гомель, Беларусь

К. Кусаль, доктор филологических наук, профессор; Гуманитарно-экономическая Академия, Лодзь, Польша

В.И. Мокиенко, доктор филологических наук, профессор; Санкт-Петербургский государственный университет, Санкт-Петербург, Россия

Т.Г. Никитина, доктор филологических наук, профессор, профессор; Псковский государственный университет, Псков, Россия

Б.Ю. Норман, доктор филологических наук, профессор; Белорусский государственный университет, Минск, Беларусь

М. Рак, доктор филологических наук, профессор; Ягеллонский университет, Краков, Польша

Ж. Финк, доктор филологических наук, профессор; Загребский университет, Загреб, Хорватия



Verba

Северо-Западный лингвистический журнал



(16+)

Verba. Северо-Западный лингвистический журнал

online scientific journal

2(4) 2022

ISSN 2713-0665 (Online)

Registration certificate of a mass medium:

El № FS 77-80208 of 22.01.2021 registered by the Federal Service for Supervision in the Sphere of Telecommunication, Information Technologies and Mass Communications (Roskomnadzor)

Founded: 2021

Frequency: 2 issues per year

FOUNDER AND EDITOR

FSBEI HE "Yaroslav-the-Wise Novgorod State University" (NovSU)

ADDRESS OF THE FOUNDER AND EDITOR

173003, Russia, Veliky Novgorod,
ul. B. St. Petersburgskaya, 41,
tel.: +7 (8162) 62-72-44
e-mail: novsu@novsu.ru

CORRESPONDING ADDRESS

Russia, 173003, Veliky Novgorod, Yaroslav-the-Wise
Novgorod State University, B. Sankt-Peterburgskaya St.,
41, of. 1216
tel.: +7(8162) 33-88-30 (ext: 2293)
E-mail: verba@novsu.ru

Website of edition: <https://VERBA.PRESS>

Translation editors: O. Navolotskaya

Cover design: V. Fromov

Layout: D. Vanyushkin

Website creation: A. Nee

Release date: 25.11.2022

© NovSU, 2022

© Authors of articles, 2022

All rights reserved

EDITORIAL BOARD

Editor-in-Chief:

T.V. Shmeleva, Doctor of Philology, Professor; Yaroslav-the-Wise Novgorod State University, Veliky Novgorod, Russia

Members of Editorial Board

V.I. Makarov, Candidate of Philology, Associate Professor of the Department of Philology, Yaroslav-the-Wise Novgorod State University, Veliky Novgorod, Russia

A. Bierich, Doctor of Philology, Professor, University of Trier, Trier, Germany

H. Walter, Doctor of Philology, Professor; Ernst-Moritz-Arnt University of Greifswald, Greifswald, Germany

V.L. Vasiliev, Doctor of Philology, Associate Professor, Professor of the Department of Philology, Yaroslav-the-Wise Novgorod State University, Veliky Novgorod, Russia

V.I. Zaika, Doctor of Philology, Associate Professor, Professor of the Department of Philology, Yaroslav-the-Wise Novgorod State University, Veliky Novgorod, Russia

V.I. Koval, Doctor of Philology, Professor; Francisk Skorina Gomel State University, Gomel, Belarus

K. Kusal, Doctor of Philology, Professor; Humanitarian and Economic Academy in Lodz, Lodz, Poland

V.I. Mokienko, Doctor of Philology, Professor; St. Petersburg State University, St. Petersburg, Russia

T.G. Nikitina, Doctor of Philology, Professor; Pskov State University, Pskov, Russia

B.Yu. Norman, Doctor of Philology, Professor; Belarusian State University, Minsk, Belarus

M. Rak, Doctor of Philology, Professor; Jagiellonian University, Krakow, Poland

Zh. Fink, Doctor of Philology, Professor; University of Zagreb, Zagreb, Croatia



Содержание

Content

От главного редактора.....4	From editor-in-Chief.....4
-----------------------------	----------------------------

Новые аспекты жанров / New aspects of genres

Речевые тактики диалогизации и провокативности в жанрах авторской колонки и блога	Communicative tactics of dialogization and provocativeness in the column and blog genres
<i>Н. А. Пром.....7</i>	<i>N. A. Prom.....7</i>

Новые медиажанры / New media genres

Жанр невербального ответа в виртуальной коммуникации	The genre of non-verbal response in virtual communication
<i>Ю. В. Крылов.....19</i>	<i>Yu. V. Krylov.....19</i>
Спойлер: содержание жанра и его детализация с учетом факторов «автора» и «адресата»	Spoiler: the content of the genre and its detailing taking into account the "author" and "addressee" factors
<i>Е. В. Осетрова, У. В. Сквородкина.....36</i>	<i>E. V. Osetrova, U. V. Skovorodkina36</i>

Новгородский мотив / Novgorod motive

Словарное дело Брутмана	Brutman's vocabulary
<i>Т. В. Шмелева.....47</i>	<i>T. V. Shmeleva.....47</i>

Молодые голоса / Young voices

Научно-популярные жанры в медиасфере	Speech genre of popular science article in media
<i>Д. В. Ильина.....60</i>	<i>D. V. Ilina.....60</i>
Жанры игровой журналистики: ретроспективный взгляд	Genres of game journalism
<i>Е. Д. Кукшинова.....75</i>	<i>E. D. Kukshinova.....75</i>

От главного редактора

V

Дорогие коллеги,
наши авторы и читатели!



Второй номер нашего журнала за 2022 год посвящен конкретной научной проблеме – жанрам медиасферы, которые, как хорошо известно, отличаются динамичностью, постоянным обновлением, взаимодействием с жанрами иных сфер и других лингвокультур. Актуальность проблемы, привлекающая многих лингвистов, позволила собрать в одном номере журнала исследователей, интересующихся разными медиажанрами, и в целом, как кажется, удалось представить ряд штрихов к картине жанров медиасферы, которая, как уже давно все согласились, стала доминирующей в культурной и языковой практике современного общества, что позволяет говорить о нем как о медиацентричном.

Не удивительно, что главная идея номера – обновление жанров.

В рубрике «Новые аспекты жанров» Наталья Александровна Пром из Волгограда обращает внимание на уже привычные (хотя далеко не «старые») жанры авторской колонки и блога, но в новых аспектах – диалогизации и провокативности.

О статьях второй рубрики говорит ее название – «Новые медиажанры». Анализ жанра *спойлер*, представленный в статье наших красноярских коллег Елены Валерьевны Осетровой и ее ученицы Ульяны Сквородкиной, удивил рецензентов: это действительно пионерское описание и пополнение списка жанров. Юрий Владимирович Крылов из Новосибирска описывает жанры, содержательно вполне традиционные – они сводятся к ответу, или реакции на предшествующую реплику диалога; но новизна их несомненна, она обнаруживается в воплощении, которое демонстрирует визуализацию интернет-коммуникации, выход за пределы языка.

В традиционной для нашего журнала рубрике «Новгородский мотив» речь идет о текстах известного новгородского журналиста, которые были опубликованы в первом десятилетии нашего века. Эта небольшая историческая дистанция позволяет в нескольких десятках текстов одного автора увидеть проявления важных тенденций постсоветской журналистики и авторских предпочтений в выборе жанра, контента, стилистических приемов. Осмысление этого небольшого эпизода из недавней истории новгородской журналистики кажется небезынтересным в разных аспектах.

Рубрика «Молодые голоса» включает статьи действительно молодых авторов. Дарья Ильина из Новосибирска окончила аспирантуру и готовится к защите кандидатской диссертации, в нашем номере она представила интересные наблюдения над новой жизнью традиционных жанров для русской научно-популярной журналистики, показывает, как бытование в новой для них интернет-среде отражается на их жанровой природе. Екатерина Кукшинова, магистрант Новгородского

университета, проанализировала жанры игровой журналистики, сложившейся вокруг совершенно новой сферы жизни, которая стала частью существования молодежи. Стоит сказать, что молодой голос слышится и в статье о спойлере, где Ульяна Сквородкина рассуждает о новом жанре в соавторстве со своим научным руководителем.

Итак, предлагаемый вашему вниманию номер журнала можно воспринимать как коллективный набросок к картине функционирования жанров медиасферы.

Выражаю сердечную благодарность всем, кто откликнулся на приглашение и принял участие в создании этого лингвистического отражения медийной реальности.

Особых слов благодарности заслуживают наши рецензенты – доктора филологических наук Борис Юстинович Норман, Виктория Генриховна Дидковская, Татьяна Леонидовна Каминская и кандидат филологических наук Владлен Иванович Макаров.

До новых встреч на электронных страницах нашего журнала!

Т.В. Шмелева

Editor-in-chief's letter

Dear colleagues, our authors and readers!

The second issue of our journal for 2022 is dedicated to a specific scientific problem – genres of the media sphere, which, as is well known, are dynamic, constantly updated, and interact with genres of other spheres and other linguocultures. The relevance of the problem, which attracts many linguists, has made it possible to gather researchers interested in different media genres in one issue of the journal, and in general, it seems that we have managed to present a number of touches to the picture of genres in the media sphere that, as everyone has long agreed, has become dominant in cultural and linguistic practice of modern society, which allows us to characterize the latter as media-centric.

It is therefore not surprising that the main idea of the issue is the renewal of genres.

In the “New aspects of genres” section, Natalya Alexandrovna Prom from Volgograd draws attention to the already familiar (although far from “old”) genres of the author’s column and blog, but in new aspects which are dialogization and provocativeness.

The articles of the second section are indicated by its title, namely “New media genres”. The analysis of the *spoiler* genre presented in the article by our Krasnoyarsk colleagues Elena Valerievna Osetrova and her student Ulyana Skovorodkina has surprised the reviewers since this is truly a pioneering description and addition to the list of genres. Yuri Vladimirovich Krylov from Novosibirsk describes genres that are quite traditional in content – they come down to an answer, or a reaction to the previous remark of the dialogue; but their novelty is undeniable, and it is found in the linguistic embodiment that demonstrates the visualization of Internet communication, going beyond the language.

The section “Novgorod motive”, traditional for our journal, deals with the texts of a well-known Novgorod journalist, which were published in the first decade of our century. This small historical distance allows us to see manifestations of important trends in post-

Soviet journalism and author's preferences in the choice of genre, content and stylistic devices in several dozen texts by one author. Comprehension of this small episode from the recent history of Novgorod journalism seems interesting in various aspects.

The section "Young voices" includes articles by really young authors. Daria Ilina from Novosibirsk has completed her postgraduate studies and is preparing to defend her Ph.D thesis. In our issue she presents interesting observations on the new life of popular science genres traditional for Russian journalism, shows how the existence of a new Internet environment for them affects their genre nature. Ekaterina Kukshinova, a master's student at Novgorod University, analyzes the genres of video game journalism that has developed around a completely new sphere of life, which has become part of the living of young people. It is worth saying that a young voice is also heard in the article about the spoiler, where Ulyana Skovorodkina discusses the new genre in co-authorship with her scientific adviser.

Thus, the issue of the journal offered to your attention can be perceived as a collective sketch to the picture of the functioning of the genres in the media sphere.

I express my heartfelt gratitude to everyone who responded to the invitation and took part in the creation of this linguistic reflection of media reality in the genre aspect.

Our reviewers, Doctors of Philological Sciences Boris Yustinovich Norman, Victoria Genrikhovna Didkovskaya, Tatyana Leonidovna Kaminskaya and Candidate of Philological Sciences Vladlen Ivanovich Makarov, deserve special words of gratitude.

Until we meet again on the electronic pages of our journal!

T.V. Shmeleva

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 (6) 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

НОВЫЕ МЕДИАЖАНРЫ / NEW MEDIA GENRES

Жанр невербального ответа в виртуальной коммуникации

Ю. В. Крылов

The genre of non-verbal response in virtual communication

Yu. V. Krylov

Крылов Юрий Владимирович – кандидат филологических наук; Новосибирский государственный педагогический университет, Новосибирск, Российская Федерация

E-mail: filin1402@gmail.com

Статья поступила: 27.10.2022. Принята к печати: 20.11.2022.

В статье рассматривается проблема определения ответной невербальной реакции виртуальной коммуникации в качестве самостоятельного речевого жанра. Данная проблема подразумевает в первую очередь необходимость выделения и описания элементов невербальной коммуникации, используемых в виртуальном дискурсе. В качестве научной базы в работе дается общий анализ лингвистической литературы, посвященной изучению виртуальной коммуникации и невербальных средств коммуникации. Понимание различий между невербальными элементами разговорной речи и виртуальной коммуникации, по мнению автора, является значимой причиной для выделения нового речевого жанра. В статье предлагаются к рассмотрению следующие невербальные и паравербальные элементы: лайк, эмодзи, gif-анимация, стикер, знаки плюс и минус. Внимание уделяется общим и индивидуальным особенностям семантики и функционирования выделенных элементов. Делается вывод, что данные элементы имеют различия в использовании на разных виртуальных платформах (VK, Инстаграм, WhatsApp, Фейсбук, Телеграм и пр.), но объединяются на основании общих коммуникативных задач и возможности использования их в качестве отдельного высказывания без текста. Во-вторых, в работе предлагается к рассмотрению анализ выделенных ответных невербальных реакций с опорой на анкету речевого жанра, предложенной Т.В. Шмелевой. Данный анализ позволяет определить характерные цели коммуникации (фатическую и оценочную), выявить значимые для жанра иерархические отношения между субъектом и адресатом коммуникации, актуальность фактора прошлого для анализируемого речевого жанра. Выполненный анализ, по мнению автора, является основанием для выделения ответной реакции в невербальной коммуникации в отдельный речевой жанр.

Ключевые слова: речевой жанр, виртуальная коммуникация, невербалика, эмодзи, лайк, невербальная реакция

УДК 070:004.9:81.221

Yuri V. Krylov – Candidate of Sciences in Philology; Novosibirsk State Pedagogical University, Novosibirsk, Russian Federation

ORCID 0000-0001-8842-9837

Received: 27/10/2022. Accepted for publication: 20/11/2022.

The article deals with the problem of determining the non-verbal response of virtual communication as an independent speech genre. This problem implies, first of all, the need to identify and describe the elements of non-verbal communication used in virtual discourse. As a scientific basis, the paper provides a general analysis of the linguistic literature devoted to the study of virtual communication and non-verbal means of communication. Understanding the differences between the non-verbal elements of colloquial speech and virtual communication, according to the author, is a significant reason for highlighting a new speech genre. The following non-verbal and paraverbal elements are proposed for consideration in the article: like, emoji, gif-animation, sticker, plus and minus signs. Attention is paid to the general and individual features of the semantics and functioning of the selected elements. It is concluded that these elements have differences in use on different virtual platforms (VK, Instagram, WhatsApp, Facebook, Telegram, etc.), but are combined based on common communicative tasks and the possibility of using them as a separate statement without text. Secondly, the paper proposes for consideration an analysis of the selected response non-verbal reactions based on the questionnaire of the speech genre proposed by T.V. Shmeleva. This analysis makes it possible to determine the characteristic goals of communication (phatic and evaluative), to identify the hierarchical relations between the subject and the addressee of communication that are significant for the genre and the relevance of the past factor for the analyzed speech genre. The performed analysis, according to the author, is the basis for highlighting non-verbal communication response as a separate speech genre.

Keywords: speech genre, virtual communication, non-verbal, emoji, like, non-verbal reaction

OECD: 5.08.EU

V

Постановка проблемы. Появление интернета и виртуального общения привело к тому, что традиционные формы коммуникации претерпевают изменения. Носители языка стали больше писать, виртуальное общение породило новое понятие «разговорной письменной речи» [Валиахметова, 2021, с. 8]. В результате меняются

различные параметры акта коммуникации: невербальные средства языка заменяются эмодзи, мемами и другими визуальными элементами; время коммуникации меняет свою природу (реплики диалога могут быть разорваны часами и даже сутками). В виртуальной коммуникации появляются новые элементы, которых просто не существовало в устной речи: мемы, эмодзи, лайки и прочее.

Цель статьи – описать средства, используемые в виртуальной коммуникации для невербального ответа и решить вопрос о возможности объединения различных форм невербальной реакции (лайк, эмодзи, знак плюс и пр.) в единый речевой жанр на основании общности цели и других параметров речевого жанра.

История вопроса. Лингвисты на сегодня бесспорно признают становление новых элементов коммуникации виртуального пространства (лайки, эмодзи и пр.), новых жанров и изменение старых, традиционных речевых жанров (мем, демотиватор, статус), новых условий, характерных для виртуального диалога (отсутствие личного контакта, использование креолизованного текста).

Проблематика виртуальной коммуникации находится в центре внимания многих отечественных и зарубежных исследователей [Горошко, 2017; Абрамзон, 2019; Моногарова, 2020] и др. В трудах лингвистов затрагиваются аспекты общения и взаимодействия пользователей в Сети; параметры самопрезентации личности в сетевом общении, выработки идентичности в виртуальном пространстве, специфика формирования складывающихся виртуальных общностей, специфика речевых жанров в виртуальном дискурсе. При описании виртуальных речевых жанров рассматриваются проблемы «уникальных» жанров, характерных для интернет-общения: персональные страницы, чаты, форумы и мессенджеры (например, Телеграм), например, [Рогачева, 2009; Баева, 2014; Горошко, 2017; Стеклова, & Крылов, 2018; Кожеко, 2020]. Продолжается анализ традиционных жанров речи в плане того, как они изменились (трансформировались или мутировали) в условиях виртуального общения: разработка общих основ классификации и упорядочения системы всех жанров – как виртуальных, так и «реальных», например, [Стеклова, 2014; Столярова, 2020; Маслова, 2021; Пром, 2022].

При этом следует признать, что критерии классификации жанров в работах разных исследователей (Л. Антонова, Е. Буторина, Е. Вавилова, Е. Галичкина, Е. Жуленова, Л. Иванов, Л. Капанадзе, Д. Кристал, В. Нестеров, И. Розина, Е. Соколинская, Г. Трофимова и др.) различны и зачастую недостаточно системны. По нашему мнению, порой в выделении жанров идет смешение подходов: в [Галичкина, 2004], например, выделяется такой жанр виртуальной коммуникации, как электронная почта, хотя, по мнению других лингвистов (Л.Ю. Иванов, Е.А. Буторина,

Л.Г. Антонова, Е.С. Жуленова), электронная почта – форма коммуникации, в рамках которой могут использоваться различные жанры.

Невербальные уровни традиционной коммуникации были изучены и описаны еще во второй половине XX века. Можно отметить фундаментальные работы [Крейдлин, 2002] и [Акишина, 1991] с описанием и систематизацией мимики и физиологии тела и отражения этих сигналов в русском языке.

Последние десятилетия лингвисты анализируют невербальные средства виртуальной коммуникации: эмодзи (А.С. Чернова, А.И. Ускова, Ю.В. Крылов, Р.В. Кожина и пр.), мемы (Т.А. Гридина, Ю.В. Щурина, Л.В. Мосеенко и пр.), лайки (Н.А. Стефанова, В.О. Кравченко, О.М. Вертинская и пр.). Следует отметить, что в изучении невербальных средств виртуальной коммуникации внимание лингвистов привлекает функционально-семантический, правовой, национально-культурный и лексикографический аспекты. Изучения и описания невербалики в рамках жанрового подхода к речи редки и несистемны.

На основании сделанных наблюдений представляется логичным выполнить анализ невербальных средств виртуальной коммуникации в рамках функционально-прагматического подхода и рассмотреть связь невербальных средств с особенностями речевых жанров.

Методология и методика анализа. Анализ текстов виртуальной коммуникации проводился с помощью метода прагмалингвистического и семантического анализа высказывания, предусматривающего анализ особенностей коммуникативной ситуации и особенностей изменения семантики в зависимости от представленной ситуации.

В качестве материала исследования были использованы ветки диалогов из личной переписки пользователей (60 чатов) и официальных групп (36 чатов) мессенджеров WhatsApp, Telegram, социальных сетей ВК (ВКонтакте), Instagram, Facebook, YouTube. Всего в чатах методом сплошной выборки было выделено более 450 диалогов с невербальной ответной реакцией. Чаты личной переписки были предоставлены группой студентов различных вузов (возраст 18–25 лет) и группой пользователей возрастной группы 35–60 лет. Официальные чаты представлены группами работников или служащих различных учреждений и чатами официальных страниц лиц влияния или фирм в социальных сетях.

Анализ материала.

Роль и состав невербальных уровней коммуникации. Невербальными элементами коммуникации традиционно принято считать физические и физиологические сигналы субъекта речи: мимика, взгляд, движение рук, головы, положение тела, покраснение или другие изменения цвета кожи. Как отмечается в исследованиях [Якушева, & Сабитова, 2018; Ермакова, 2021], данные знаки являются чаще всего спонтанными, неосознаваемыми.

В отличие от обычной коммуникации виртуальный диалог сильно ограничивает использование невербальных средств: в нем отсутствует уровень интонации, «язык жестов», взгляд. Все эти элементы могут быть отчасти замещены и заменяются в виртуальном диалоге, но такая замена требует от субъектов большей рефлексии при выборе того или иного способа выражения ответной реакции.

Так, в частности, подчеркивается, что интернет образует особую коммуникативную среду – место реализации языка, которое не имело аналогов в прошлом [Горошко, 2017]. С помощью языка участники коммуникации пытаются выразить не только мысли, но и действия и эмоции. Другими словами, улыбка или кивок головы «идут от сердца», являются естественными реакциями, а смайлик или стикер с комментарием требуют пусть небольшого, но процесса выбора.

В отличие от традиционных средств невербальной коммуникации, которые, как уже отмечалось, описаны и систематизированы в лингвистических исследованиях, невербальные средства виртуальной коммуникации могут пониматься и классифицироваться по-разному: в большинстве работ представлены отдельные фрагменты виртуальной невербалики. Для попытки сведения в общую систему выделяемых различных элементов надо выбрать основание классификации. Поскольку виртуальное общение обусловлено техническими возможностями коммуникантов, ограничивается платформой общения (видом социальной сети или мессенджера), предлагается в качестве параметров для выделения невербальных элементов использовать именно технические возможности различных платформ общения. В таком случае возможно выделить следующие виды невербальных элементов, которые будут проанализированы:

1. Лайк (отдельная кнопка под сообщением, позволяющая поставить оценку данному сообщению). Лайки в свою очередь будут дифференцированы на три варианта:

- a. Собственно лайк;
- b. Лайк с положительной или отрицательной оценкой (лайк-дизлайк);
- c. Вариативный лайк (возможность выбора оценки-реакции из нескольких вариантов).

2. Эмодзи. Смайлики, графические улыбки, которые являются отдельным сообщением – ответом к начальному посту.

3. Стикеры. Графические изображения, позволяющие выразить свои эмоции и передать настроение.

4. Gif-анимация. Короткий повторяющийся видеоряд, передающий некую эмоцию, согласие или не согласие с высказыванием.

5. Знаки плюс и минус.

В список невербальных элементов не включены мемы, поскольку, по мнению большинства лингвистов, мем сопоставим с идиоматической единицей, фразеологизмом, поэтому его логично рассматривать в рамках вербальных средств общения.

В работе «Модель речевого жанра» предложена анкета речевого жанра. В анкете представлены следующие жанрообразующие признаки: коммуникативная цель, образ автора, образ адресата, диктум, фактор прошлого, фактор будущего, формальная организация [Шмелева, 1997]. Взяв за основу эту модель, рассмотрим языковое воплощение невербальных элементов виртуальной коммуникации, что позволит определить представленный набор как единый жанр, подчиненный

определенной цели коммуникации и обладающий интегральными характеристиками.

Коммуникативная цель – ответ на инициальную реплику диалога. Необходимость ответной реакции в диалоге – явление неоспоримое в коммуникации. Субъект речи, строя свое высказывание, нуждается в сигналах от слушающего о том, что тот воспринимает и понимает сказанное, что предмет разговора интересен или не интересен слушающему. С точки зрения теории коммуникации реакция на высказывание – это «обратная связь, выполняющая различные функции» [Коренев, 2018].

Можно выделить следующие функции ответной реакции в виртуальном диалоге: фатическая (этикетная) и оценочная.

Фатическая функция поддержания контакта выявляется в большинстве неформальных диалогов, при этом можно отметить, что с помощью невербальной реакции собеседник обозначает окончание диалога (здесь и далее орфография и пунктуация авторские):

Собеседник1 (C1): Спасибо за цветы – они шикарные!

Собеседник2 (C2): 🙄

(частная переписка)

C1: Хорошо погуляли! Надо бы повторить как-нить

C2: 😏

(частная переписка)

Оценочная функция реализуется в случае, когда невербалика содержит оценку темы инициального высказывания, субъекта или самой формы высказывания:



Рис. 1. Оценочная функция невербалики

В данном примере (Рис. 1) содержание новости (забастовка мусорщиков, количество мусора на улицах города) не предполагает положительной оценки, но 68 читателей дали ответную реакцию. Можно интерпретировать их действие как оценку работы субъекта высказывания (редакции, которая поднимает актуальные темы).

C1: Что скажешь? Лёля клёвая же?!

C2: 👍

(частная переписка)

В данном случае характерный жест может быть интерпретирован, как ответ на запрос «оценки» Лёли.

Частным случаем оценки можно считать использование невербальных или паравербальных реакций в качестве ответной реакции на запрос голосования. «За» и «против» в таком случае успешно заменяются знаками + и – или 👍 и 👎 в неформальных диалогах.

Следует отметить, что выполнение сразу двух функций: фатической и оценочной – это особенность невербалики виртуального диалога. Отвечая на сообщение эмодзи 😊, субъект высказывания одновременно обозначает окончание диалога или факт понимания предыдущей реплики, но вместе с тем, этот смайл выражает положительные эмоции. Аргументами данного вывода являются многочисленные примеры, в которых ответные реплики не содержали никакой невербалики, только текст. В таких случаях адресат непременно уточнял статус общения, эмоциональный фон и прочее. Например:

C1: До завтра! Хорошего вечера! 😘

C2: Пока до завтра!

C1: Ты обиделась?

C2: Нет, до завтра 💋

C1: 💋

(частная переписка)

Ответная реплика Собеседника 2 без эмодзи порождает сомнение в эмоциональном наполнении диалога. Прощальное «пока» без эмодзи не может выполнить фатическую функцию: диалог не завершается. В реальной коммуникации подобное окончание диалога могло быть реализовано той же репликой, но с неподвижным лицом, без улыбки и соответствующей интонации. Эмодзи в конце диалога, напротив, выполняет как фатическую функцию, так и оценочную.

Характерным виртуального невербального ответа является возможность реализовать фатическую функцию без оценки. Поставить лайк или соответствующий эмодзи (улыбка, сердечко) сообщению друга в социальной сети, отметить лайком

или знаком плюса пост кумира – это фактически подтвердить контакт, прочтение сообщения. Лайк в большинстве случаев не может быть заменен сообщениями типа «отлично», «здорово», «молодец» и прочее, то есть он не содержит оценку. Для элементов обычной невербальной коммуникации такое нехарактерно: даже небольшая улыбка или покачивание головы воспринимаются как оценка.

Образ автора. Эмодзи, гиф-анимация, стикеры могут отражать авторский подход к отбору средств. Большое количество данных элементов позволяет носителям языка проявлять креативность в выборе и сочетании тех или иных элементов. В собранном контекстном материале присутствуют примеры, в которых субъект высказывания в различных случаях использует ограниченный набор эмодзи. Выделены также случаи специфического, авторского использования эмодзи. Например, девушка 21 года в личной переписке использовала эмодзи 🥰 в значении «перевернутое сердечко», а эмодзи 🐶 в ее диалогах всегда обозначает её молодого человека. Эти наблюдения позволяют характеризовать образ автора как субъекта, позволяющего себе выбор реакции на инициальную реплику.

Стикеры являются индивидуальным набором реакций, которые можно использовать как дополнительную клавиатуру, а некоторые коммуникативные платформы (VK, iOS) позволяют создавать уникальные наборы стикеров. Эта особенность дает возможность использовать стикеры и отчасти эмодзи с идентифицирующим смыслом: применение «тематических» наборов характерно для общения различных субкультур и позволяет «говорить на одном языке» и определять принадлежность к одной субкультуре

Напротив, лайки и плюсы характеризуются неличным характером. Индивидуальность стиля в них не может быть проявлена. Авторство лайка доступно адресату, но требует дополнительных усилий для определения того, кто поставил лайк.

Образ адресата. Адресат ответной реакции непременно учитывается субъектом высказывания. Адресат может быть как равным по статусу субъекту высказывания, тогда можно говорить о неформальном общении, так и неравным по статусу (выше или ниже), в таком случае диалог можно назвать формальным.

Отбор диалогов для анализа строился с опорой на данную классификацию. В рамках предпринятого исследования анализ языкового материала показал, что все разнообразие жанров речи с точки зрения функционирования ответной невербальной реакции можно свести к двум глобальным группам диалогов.

Неформальный диалог (отношения субъектов равные и/или близкие) – собеседники друзья, близкие родственники (как правило, одного возраста), коллеги равного уровня иерархии.

Формальный диалог (отношения субъектов иерархичны, официальные) – официальная, рабочая переписка. Субъекты диалога могут быть незнакомы или малознакомы друг с другом (дистанционно-элитный тип [Моногорова, 2020, с. 207]).

В диалоги неформальные включены тексты переписки с друзьями в социальных сетях и мессенджерах (более 60 веток).

К формальным диалогам отнесены ветки рабочих чатов в мессенджерах, ветки

переписок при официальных группах различных организаций (36 веток), ответные реакции в чатах «ведущих» блогеров и известных людей. Можно отметить, что использование эмодзи в формальных диалогах сильно ограничено. Официальный или полуофициальный стиль общения не предполагает проявления эмоции или шуток. Напротив, неофициальное виртуальное общение «требуется» эмодзи.

Таким образом, будем считать образ автора и адресата высказывания и иерархию их отношений основным, «грубым» параметром выбора варианта той или иной невербальной ответной реакции.

Фактор прошлого. Невербальный ответ по своей сути «реактивный жанр» [Ермакова, 2021, с. 182]. При этом можно отметить, что если эмодзи, gif-анимация и стикеры в принципе могут использоваться в качестве инициальной реплики (не в качестве ответной реакции), то лайки и знаки + и – можно использовать исключительно только как ответ на начальную реплику. Их задача, как отмечалось, дать оценку в ответ на высказывание или подтвердить его прочтение.

Фактор будущего. В зависимости от коммуникативной цели невербальный ответ либо поддерживает коммуникацию, «поощряет» продолжение диалога, либо обозначает завершение коммуникации. Можно отметить, что невербальная реакция не может быть однозначно охарактеризована как высказывание, требующее продолжения коммуникации или ее обрыва. Если рассматривать ответную реакцию как жанр, то фактор будущего в нем проявляться не будет.

Диктум. Содержание невербального ответа в виртуальной коммуникации – это отнесение к факту реальности, отраженному в инициальном высказывании. Выбирая вариант реакции (соответствующий эмодзи, стикер с соответствующим содержанием) субъект высказывания соотносит этот выбор с содержанием начальной реплики. Очевидно, что грустное событие предполагает выбор эмодзи «грустный» или «плачущий», поход к врачу или на экзамен будет отмечен «испуганным» или «дрожащим» эмодзи. Даже лайк как безвариантная оценка ориентирован на явление действительности, отраженное в инициальной реплике: если начальное сообщение содержит негативную информацию, то при постановке лайка субъект высказывания поясняет в дополнительном сообщении, кому или чему именно (автору или общей проблеме негативного сообщения) он ставит лайк.

Невербалика

Лайк. Лайк – это заимствование из английского языка, в котором слово являлось глаголом и обозначало действие «нравится». Изначально слово пришло в русский язык в 2007-2008 годах с появлением в социальной сети Фейсбук виртуальной кнопки с соответствующим названием под постами пользователей. Нажатием этой кнопки читатели выражали свою оценку данному посту. Подобные «кнопки» (способы выражения оценки высказывания) вскоре появились во всех остальных социальных сетях. В мессенджерах возможность поставить «лайк» сообщению пользователя реализована с 2022 года.

В некоторых соцсетях помимо кнопки «лайк» присутствует оценка «дизлайк» (<https://www.youtube.com/>), со значением отрицательной оценки. Таким образом, функция оценки у данной реакции подтверждается: можно поставить

положительную или отрицательную оценку. Можно отметить, что сам «лайк» как вид ответной реакции в виртуальной коммуникации весьма разнообразен. Это может быть традиционная кнопка с названием «лайк», кнопка в виде сердечка (<https://www.instagram.com>, <https://vk.com>), выбор нескольких вариантов эмодзи (<https://facebook.com>): сердечко, смех, слезы, возмущение или удивление. В русской версии Фейсбука новые эмодзи переводятся так: Супер! Ха-ха! Ух ты! Сочувствую. Возмутительно (Рис. 2).

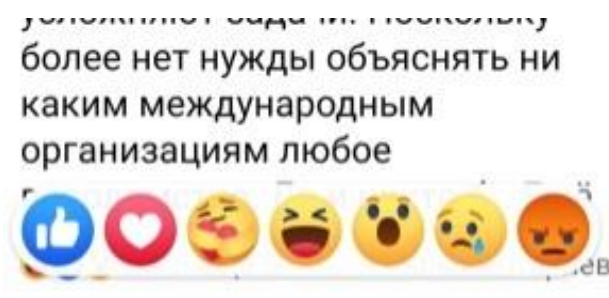


Рис. 2. Лайк как показатель оценочности

Отличия лайка от использования эмодзи: лайк можно использовать один раз для одного сообщения (поставить лайк); лайк невозможно комбинировать (нельзя одновременно поставить «супер» и «сердечко»); лайк можно «отозвать», отменить; адресат или другие пользователи не видят авторство лайка (в ряде социальных сетей, например, Инстаграм автор публикации может видеть список тех, кто «лайкнул» его сообщение). Также значимой особенностью лайка является учет количества ответных реакций – лайков на публикацию.

В примере из Telegram (Рис. 3) можно видеть, что 73 пользователя поставили сообщению «лайк» в виде пиктограммы 👍. Пиктограммы «огонь», «сердце» и «какашка» – это отмеченная ранее возможность поставить «дизлайк» или конкретизировать свою оценку, уточнить ее.

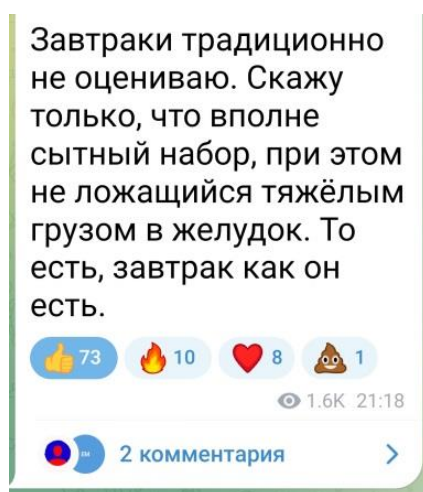


Рис. 3. Пиктограммы как показатели оценочности

Лайк как реакция широко применяется в чатах официальных страниц компаний социальных сетей. Сообщения страниц той или иной компании или медийного лица отмечаются лайками (126 контекстов). Лайк – это относительно анонимная реакция; под публичным официальным постом его можно сравнить с аплодисментами – это одобрение не требующее персонального взаимного отклика. В свою очередь появившаяся недавно возможность поставить лайк под сообщением в мессенджере не привлекает интереса пользователей. В собранном материале такие примеры не выделены. Сравнивая условия коммуникативной ситуации официального и неофициального общения, можно сделать вывод, что лайк как реакция характерен для публичного диалога. В таком случае лайк, с одной стороны, может быть виден всем участникам диалога, с другой стороны, анонимен (может быть идентифицирован только получателем). В личном общении использование лайка избыточно, поскольку дублирует более привычное средство – эмодзи.

Лайк в большинстве случаев – оценка. Функцию положительной оценки он может содержать при условии, если есть выбор «лайк-дизлайк» или есть варианты оценки, как в приведенном примере из поста в Telegram. Если же лайк – это безвариативная отметка, кнопка «сердечко» как в Инстаграм, в таком случае лайк может утрачивать оценочность и выполнять фатическую функцию. Например, вежливым среди молодежи считается поставить лайк любому сообщению своего друга в Инстаграм. В таком случае лайк может означать только: «я увидел» и просто подтверждает, что коммуникация между субъектами не прерывается.

Можно отметить следующую особенность лайка как оценки: лайком может быть отмечен автор сообщения, само сообщение (тексту) или же событие, объект, которому посвящено сообщение. В таких случаях лайк может сопровождаться дополнительными комментариями в чате.

Эмодзи, смайлик.

Эмодзи, как и лайк, является встроенным функционалом практически всех платформ виртуальной коммуникации. В некоторых виртуальных клавиатурах с предикативным вводом текста эмодзи могут предлагать автоматически при наборе ключевых слов.

Клавиатура эмодзи состоит из 9 групп, в каждой из которых содержится от нескольких сотен, до полутора тысяч вариантов эмодзи. Состав эмодзи регулярно пополняется.

Как показал анализ контекстов (303 контекста с эмодзи), практически любой эмодзи может стать ответной реакцией на высказывание. При этом он будет выполнять, как минимум, фатическую функцию. Возможность необычного сочетания стимула и ответной картинки позволяет также реализовать креативную составляющую в диалоге (здесь и далее персональные данные пользователей заменены обозначением «собеседник», орфография и пунктуация сохранены):

Собеседник 1 (C1): Спокойной ночи, солнышко.

Собеседник 2 (C2): 🤔

(частная переписка)

Среди эмодзи, чаще используемых в качестве ответной реакции выделяется группа с тематикой «поздравительные». Это эмодзи типа: 🍰 🥞 🍰 🍷 🍷 🍷 🍷 (еда, напитки); 😊 (смайлы и эмоции); 🙌 (люди и тело); 🎁 🏆 🏆 🏆 (активность). Данные эмодзи встречаются в диалогах различного типа (10 контекстов в официальных диалогах, 96 контекстов в неофициальных диалогах). В качестве специфики можно отметить, что в неофициальных диалогах данные эмодзи комбинируются, составляют некий набор, который может выполнять уже не только функцию этикетной ответной реакции, но уже содержать оценку и некоторое индивидуальное послание. В официальных диалогах данные смайлики, как правило, носят единичный характер и используются, когда надо присоединиться к поздравлению, но при этом нет условий для выражения личного отношения к адресату.

C1: Братан! С др тебя! Будь пацаном, не говнюком..... Станешь говнюком пацаны не оценят!

C2: 😎 🕶️ 🙌

(частная переписка)

C1: Уважаемую Галину Сергеевну поздравляем с днем рождения! Спасибо вам за ваш профессионализм и неформальное отношение к работе!

C2: Присоединяюсь!

C3: 🍰

(рабочий чат)

Сравнение неофициальных и официальных диалогов показал, что есть группа эмодзи, которая активно используется в ситуациях полуофициального общения (группы малознакомых людей, общение с субъектом выше по статусу). Эти эмодзи являются наиболее распространенными, семантика их однозначна и не может быть интерпретирована неправильно, вид и значение данных эмодзи всем знаком: 😊 😄 😞 😟 😡 ❤️ 🙌 и ряд аналогов.

Большинство остальных эмодзи может использоваться в качестве ответной реакции с фатической функцией только в неформальном диалоге. Общая семантика любого эмодзи в таком случае: сообщение получено, прочитано, понято. При этом регулярно встречаются неожиданные сочетания:

C1: Отличная поездка получилась! Второй день хожу под впечатлением!

C2: 🧚

(частная переписка)

C1: *Завтра последний экзамен. Матери меня, плиз!*

C2: 😏

(частная переписка)

Эмодзи, в отличие от лайков, дают возможность не только выразить оценку полученного сообщения, но и проявить креативную составляющую путем комбинирования нескольких картинок или выбора уникальных эмодзи. Эмодзи более дифференцированы с точки зрения формального и неформального общения (есть набор «общеупотребимых» эмодзи), но большая часть картинок имеют маркированность неформального, разговорного стиля общения.

Стикер, gif.

Gif (гифка) - это цифровое изображение, как правило, анимированное, которое состоит из нескольких кадров (фреймов), бесконечно меняющихся по циклу и проигрывающих небольшой «мультик» (<https://vdoh.ru/chto-takoe/gifka>).

Стикер – это, в изначальном смысле, бумажная наклейка на товар. Сегодня с развитием социальных сетей у слова «стикер» появилось ещё одно, более современное значение: «картинка, прикрепляемая к сообщению. Стикеры имеют гораздо более крупные размеры и более качественную прорисовку, чем обычные смайлики» (<https://vdoh.ru/chto-takoe/gifka>).

В отличие от эмодзи, предустановленных в клавиатуру мессенджеров и социальных сетей, наборы стикеров пользователя предлагается выбирать и устанавливать (или докупать) самостоятельно. Стикеры в наборе объединены общей темой и представляют из себя набор картинок, выражающих определенное количество частотных ответных реакций (Рис. 4).



Рис. 4. Примеры наборов стикеров

Стикер и гиф используются только в неформальных диалогах, являясь более яркой, образной реакцией на высказывание. Стикер из-за больших размеров можно сопоставить с текстом, набранным заглавными буквами. Как известно, написание

заглавными буквами в виртуальной коммуникации воспринимается как крик, повышение голоса. Стикер также воспринимается как более интенсивный невербальный знак в сравнении с эмодзи. Поэтому если эмодзи может использоваться как безоценочный этикетный компонент высказывания и встречается в формальных диалогах, то стикер содержит в своем значении коннотативный компонент интенсивности.

Гиф-изображения встречаются в диалогах редко (3 контекста в 96 ветках диалогов). Гиф-изображения могут быть встроены в виртуальную клавиатуру, что сравнимо с доступностью эмодзи. Все случаи использования гиф-изображения, как и стикеров были отмечены только в неофициальных диалогах и у субъектов в возрасте до 25 лет.

Плюс. Плюс как вариант ответной реакции был выделен в диалогах формального типа (7 контекстов). Пример его использования:

C1: До 4 июня необходимо прислать отчеты за май! С каждого подразделения требуется один представитель на выезд в конце июня. Жду ФИО.

C2: +

C3: +

C4: +

(рабочий чат)

Плюсами собеседники обозначают не свою оценку информации, а подтверждают, что информация прочтена и принята к исполнению. В начальном сообщении отсутствует запрос оценки, но присутствует упоминание обязательности исполнения (*необходимо прислать*) и обращение к множественному собеседнику (*каждого подразделения*), это требует подтверждения, что действительно все представители подразделений приняли информацию.

Использование + и/или – в чатах было отмечено также в неформальных типах виртуального диалога (2 контекста).

C1: Девочки, что завтра будем готовить на даче?

C2: Не знаю.

C3: С меня фаршированные перцы, голубцы. Вы же не против?

C1: +

C2: +

C4: +

(семейный чат)

В данном примере знак + можно считать уже не формальным показателем «прочитал и принял информацию, а своего рода положительным ответом, голосованием за предложение С3.

C1: Давайте Сафронову. Катя не против быть старостой. Кто за?

C2: +

C3: +

C4: -

C5: + А Маша что? Не выбираем?

(чат студенческой группы)

В примере представлен официальный диалог (есть «ведущий», устроитель голосования), но при этом отношения между участниками не проявлены (можно не учитывать). В данном случае нельзя однозначно утверждать, что знак + выполняет только формальную функцию ответной реакции. Основная его функция – оценка (за или против), однако, как и в любом голосовании, четкая позиция «за» или «против» – это тоже реакция на запрос.

Таким образом, знаки + и – могут быть отнесены к видам невербальной ответной реакции (как паравербальные элементы вариант). Чаще всего они выполняют фатическую функцию, давая понять собеседнику, что его сообщение принято и понято. Либо данные знаки могут выражать согласие и несогласие с высказыванием собеседника. Такое функционирование может быть сопоставлено с некоторыми функциями лайка в социальных сетях.

Выводы. В материале были выделены средства, используемые в качестве ответной реакции в виртуальном диалоге. Предпринятый анализ выделенных средств в анкете речевого жанра показал их функциональную общность. Подтверждением этому являются приведенные кратко параметры жанра невербальной ответной реакции:

Коммуникативная цель. Вариативная: этикетная (фатическая функция) и/или оценочная.

Образ автора. Субъект высказывания, проявляющий в высказывании определенные иерархические отношения с адресатом.

Образ адресата. Конкретный субъект, предложивший инициальную реплику диалога.

Фактор прошлого. Реактивное высказывание (ответ на инициальное высказывание)

Фактор будущего. Не требует реакции или пролонгирует диалог.

Диктум. Предмет высказывания совпадает с инициальной репликой, что характерно для реактивных жанров.

Невербалика. Представлена набором средств виртуальной коммуникации: лайк, эмодзи, стикер, гиф-анимация и пр.

Возможность характеризовать по всем параметрам речевого жанра предмет анализа позволяет выдвинуть гипотезу о том, что невербальная реакция в виртуальном диалоге может быть выделена в качестве отдельного речевого жанра.

Практически все выделяемые лингвистами невербальные средства виртуальной коммуникации (лайк, эмодзи, стикер, gif-изображение, знаки плюса и минуса) могут выполнять фатическую функцию, выражать оценку или давать возможность реализовать креативные возможности собеседника. Использование рассмотренных элементов коммуникантами зависит от особенностей речевых жанров: официального или неофициального общения, возраста собеседников или предмета речи.

Лайк как форма ответной реакции характерен для официальных жанров с множественным адресатом речи. Эмодзи как реакция используется в диалогах неофициальных с одиночным адресатом высказывания. Gif анимация и стикеры используются в диалогах определенной возрастной группы (молодежь) и не встречаются в коммуникациях групп другого возраста. Знаки плюса и минуса используются в диалогах с множественным адресатом и сопоставимы с голосованием в традиционной коммуникации.

За рамками исследования остались такие явления, как сочетания нескольких невербальных элементов, использование креолизованных текстов и прочее.

Литература

Абрамзон, Т. Е. (2019). Специфика интернет-жанров. *Актуальные проблемы современной науки, техники и образования*, 10(2), 71–74.

Акишина, А. А. (1991). *Жесты и мимика в русской речи. Лингвострановедческий словарь*. Москва: Русский язык.

Баева, Л. В. (2014). Виртуальная коммуникация: классификация и специфика. *Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Философия. Психология. Педагогика*, 14(4), 5–10.

Валиахметова, Д. Р. (2001). Письменная разговорная речь в контексте особенностей Интернет-дискурса. *Бодуэновские чтения: Бодуэн де Куртэнэ и современная лингвистика: Междунар. науч. конф. (Казань, 11–13 дек. 2001 г.): Труды и материалы* (с. 7–9). Казань: Издательство Казанского университета.

Галичкина, Е. Н. (2004). Характеристики компьютерного дискурса. *Вестник Оренбургского государственного университета*, 10(35), 55–59.

Горошко, Е. И. (2017). Полиформатный мессенджер как жанр 2.0 (на примере мессенджера мгновенных сообщений Telegram). *Жанры речи*, 1(15), 92–100.

Ермакова, О. П. (2021). Косвенные ответы в естественном разговорном диалоге. *Жанры речи*, 3(31), 181–189.

Кожеко, А. В. (2020). Лингвопрагматические особенности речевого жанра "соблезнование" в интернет-коммуникации. *Вестник Красноярского государственного педагогического университета им. В. П. Астафьева*, 1(51), 169–181.

Корнев, А. А. (2018). Обратная связь в обучении и педагогическом общении. *Ремма*, 2, 112–127.

Крейдлин, Г. Е. (2002). *Невербальная семиотика: Язык тела и естественный язык*. Москва: Новое литературное обозрение.

Маслова, В. А. (2021). Теория речевых жанров сквозь призму современной лингвистики. *Жанры речи*, 1(29), 6–11.

Моногарова, А. Г. (2020). Современный электронный текст: жанровое многообразие и прагматический потенциал. *Профессиональная коммуникация: актуальные вопросы лингвистики и методологии*, 13, 205–210.

Пром, Н. А. (2022). Диалогизация дискурса и жанра в медиа. *Жанры речи*, 2(34), 146–155.

Рогачева, Н. Б. (2009). Язык и стиль вторичных речевых жанров: на материале Интернет общения. *Жанры речи: сб. науч. статей. Вып. 6. Жанр и язык* (с. 127–149). Саратов: ИД «Наука».

Стеклова, Т. И. (2014). Комментарий как речевой жанр и его вариативность. *Жанры речи*, 1–2(9–10), 81–88.

Стеклова, Т. И., & Крылов, Ю. В. (2018). Новая жизнь старого жанра: к проблеме вариативности жанра (на материале лозунга и слогана). *Жанры речи*, 3(19), 179–188.

Столярова, А. О. (2020). Основные компоненты коммуникативной ситуации деловых переговоров. *Вестник*

References

Abramzon, T. E. (2019). Specificity of Internet genres. *Aktual'nyye problemy sovremennoy nauki, tekhniki i obrazovaniya [Modern problems of modern science, technology and education]*, 10(2), 71–74. (In Russian).

Akishina, A. A. (1991). *Gestures and facial expressions in Russian speech. Linguistic and regional dictionary*. Moscow: Russkij yazyk. (In Russian).

Baeva, L. V. (2014). Virtual communication: classification and specificity. *Izvestiya of Saratov University. Philosophy. Psychology. Pedagogy*, 14(4), 5–10. (In Russian).

Ermakova, O. P. (2021). Indirect responses in natural conversational dialogue. *Speech Genres*, 3(31), 181–189. (In Russian).

Galichkina, E. N. (2004). Characteristics of computer discourse. *Vestnik Orenburgskogo gosudarstvennogo universiteta [Bulletin of the Orenburg State University]*, 10(35), 55–59. (In Russian).

Goroshko, E. I. (2017). Polyform messenger as a genre 2.0 (on the example of instant messaging messenger Telegram). *Speech Genres*, 1(15), 92–100. (In Russian).

Korenev, A. A. (2018). Feedback in learning and pedagogical communication. *Remma*, 2, 112–127. (In Russian).

Kozheko, A. V. (2020) Linguistic and pragmatic features of the speech genre "condolence" in Internet communication. *The bulletin of KSPU named after V. P. Astafyev*, 1(51), 169–181. (In Russian).

Kreidlin, G. E. (2002). *Non-verbal semiotics: Body language and natural language*. Moscow: Novoye literaturnoye obozreniye. (In Russian).

Maslova, V. A. (2021). The theory of speech genres through the prism of modern linguistics. *Speech Genres*, 1(29), 6–11. (In Russian).

Monogarova, A. G. (2020). Modern electronic text: genre diversity and pragmatic potential. *Professional'naya kommunikatsiya: aktual'nyye voprosy lingvistiki i metodiki [Professional Communication: Topical Issues of Linguistics and Methodology]*, 13, 205–210. (In Russian).

Prom, N. A. (2022). Dialogueization of discourse and genre in media. *Speech Genres*, 2(34), 146–155. (In Russian).

Rogacheva, N. B. (2009). Language and style of secondary speech genres: on the material of Internet communication. *Speech Genres: Collection of scientific articles. Saratov: Issue. 6. Genre and Language* (pp. 127–150). Saratov: "Nauka" Publ.. (In Russian).

Shmeleva, T. V. (1997). Speech genre model. *Speech Genres: Collection of scientific articles* (Is. 1, pp. 88–98). Saratov: GosUNC "Kollledzh". (In Russian).

Steksova, T. I. (2014). Commentary as a speech genre and its variability. *Speech Genres*, 1–2(9–10), 81–88. (In Russian).

Steksova, T. I., & Krylov, Yu. V. (2018). New life of the old genre: to the problem of genre variability (based on the slogan and motto). *Speech Genres*, 3(19), 179–188. (In Russian).

Stolyarova, A. O. (2020). The main components of the communicative situation of business negotiations. *NSU Vestnik*.

НГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация, 18(1), 120–131.

Шмелева, Т. В. (1997). Модель речевого жанра. *Жанры речи: сб. науч. ст.* (Вып. 1, с. 88–98). Саратов: ГосУНЦ «Колледж».

Якушева, Е. В., & Сабитова, А. М. (2018). Сущность графических невербальных средств при анализе коммуникативного акта в интернет-пространстве. *Филологический аспект*, 8(40), 75–79.

Series: Linguistics and Intercultural Communication, 18(1), 120–131. (In Russian).

Valiakhmetova, D. R. (2021). Written colloquial speech in the context of Internet discourse features. *Baudouin Readings: Baudouin de Courtenay and Modern Linguistics: Intern. scientific conf. (Kazan, December 11–13, 2001): Proceedings and materials* (pp. 7–9). Kazan: Izdatel'stvo Kazanskogo universiteta. (In Russian).

Yakusheva, E. V., & Sabitova, A. M. (2018). The essence of graphic non-verbal means in the analysis of a communicative act in the Internet space. *Filologicheskii aspekt [Philological Aspect]*, 8(40), 75–79. (In Russian).

Для цитирования статьи:

Крылов, Ю. В. (2022). Жанр невербального ответа в виртуальной коммуникации. *VERBA. Северо-Западный лингвистический журнал*, 2(4), 19–35. DOI: 10.34680/VERBA-2022-2(4)-19-35

For citation:

Krylov, Yu. V. (2022). The genre of non-verbal response in virtual communication. *VERBA. North-West linguistic journal*, 2(4), 19–35. (In Russian). DOI: 10.34680/VERBA-2022-2(4)-19-35

Спойлер: содержание речевого жанра и его детализация с учетом факторов «автора» и «адресата»

Е. В. Осетрова, У. В. Сквородкина

Spoiler: the content of the genre and its detailing taking into account the "author" and "addressee" factors

E. V. Osetrova, U. V. Skovorodkina

Елена Валерьевна Осетрова – доктор филологических наук, профессор; Красноярский государственный педагогический университет им. В. П. Астафьева, Красноярск, Российская Федерация

E-mail: osetrova@yandex.ru

Ульяна Владимировна Сквородкина – преподаватель, аспирант; Красноярский государственный педагогический университет им. В. П. Астафьева, Красноярск, Российская Федерация

E-mail: skovorodkinau@kspu.ru

Статья поступила: 26.10.2022. Принята к печати: 20.11.2022.

Статья посвящена жанру «спойлер» – его содержательной характеристике, а также факторам автора и адресата, которые анализируются здесь с учетом парных характеристик: «более осведомленный» / «менее осведомленный», «заинтересованный» / «незаинтересованный», «сопричастный» / «равнодушный». В качестве материала для наблюдения использованы записи русской повседневной речи, а также интернет-тексты, по большей части извлеченные из современного контекста социальных сетей. Анализ факторов автора и адресата с учетом временной характеристики позволяет утверждать, что о возникновении и реализации жанра спойлера можно говорить а) когда автор прямо маркирует жанровую принадлежность высказывания – «на входе в тему»; если же первого не происходит, б) когда соответствующая жанровая маркировка производится уже адресатом – «в развитие темы». В ином случае мы имеем дело с обычным пересказом сюжета. В большинстве случаев данный речевой жанр стартует как инициативный акт в авторском исполнении, однако, может оформляться и в границах реактивного высказывания, когда заинтересованный адресат делает запрос на специфическую информацию такого рода. Восприятие спойлера, соответственно, бывает разным: негативным, вплоть до агрессии; нейтральным вплоть до равнодушия; положительным, даже доброжелательным, демонстрируя множество разнообразных вариантов эмоционального отклика. Что касается среды обращения спойлера, он массово используется в Интернете, пространстве социальных сетей, устной коммуникации, как выделенный элемент включается в статьи и рецензии на фильмы, сериалы, спектакли или книги. Значимость данного исследования, таким образом, усматривается в

Elena V. Osetrova – Doctor of Sciences in Philology, Professor; Krasnoyarsk State Pedagogical University named after V. P. Astafiev, Krasnoyarsk, Russian Federation

ORCID: 0000-0003-2894-2254

Ulyana V. Skovorodkina – lecturer, postgraduate; Krasnoyarsk State Pedagogical University named after V. P. Astafiev, Krasnoyarsk, Russian Federation

ORCID: 0000-0001-5123-1544

Received: 26/10/2022. Accepted for publication: 20/11/2022.

The article is devoted to the spoiler genre, namely its content characteristics, as well as the factors of the author and the addressee, which are analyzed taking into account the following paired characteristics: more knowledgeable / less knowledgeable, interested / disinterested, complicit / indifferent. Recordings of Russian everyday speech, as well as Internet texts, mostly extracted from the modern context of social networks, were used as material for observation. The analysis of the factors of the author and the addressee, taking into account the time characteristics, allows us to assert that the emergence and implementation of the spoiler genre takes place a) when the author directly marks the genre of the statement – “at the entrance to the topic”; if it does not occur, b) when the corresponding genre marking is made by the addressee – “in the development of the topic”. Otherwise, we are dealing with the usual retelling of the plot. In most cases, this speech genre starts as an initiative act in the author's performance; however, it can also be formed within the boundaries of a reactive statement when the interested addressee makes a request for specific information of this kind. The perception of the spoiler, respectively, can be different: negative, up to aggression; neutral, up to indifference; positive, even benevolent, demonstrating a variety of different emotional response options. As for the spoiler medium, it is massively used on the Internet, in the space of social networks, oral communication, as an element is included in articles and reviews of films, TV series, plays or books. The significance of this research, therefore, is seen in the need to study and understand the socio-communicative experience of new generations, which differs in many ways from traditional communicative practice: the spoiler genre diversifies interpersonal communication of young people, and the

необходимости изучения и понимания социально-коммуникативной опыта новых поколений, во многом отличающегося от традиционной коммуникативной практики: жанр спойлера разнообразит межличностное общение молодежи, а соответствующая лексема является одной из единиц ее активного словаря.

Ключевые слова: спойлер, речевой жанр, информативный жанр, автор, адресат

УДК 82-92:070:004.9

corresponding lexeme is one of the units of its active vocabulary.

Keywords: spoiler, speech genre, informative genre, author, addressee

OECD: 5.08.EU

V

Постановка проблемы. Список речевых жанров, реализация которых не только демонстрирует непрерывность общения, но и формирует новое в речевой практике, постоянно пополняется. А меняющаяся социально-речевая действительность заставляет носителей языка формулировать очередные цели коммуникации, с разной степенью успешности реагируя на обстоятельства конкретных ситуаций.

Интернет в этом отношении – обширное поле для эвристического поиска, в границах которого трансформируются существующие в реальной коммуникации речевые формы, а также возникают и распространяются новые способы, виды и жанры коммуникации. Отмечено, что «изучать языковые особенности интернет-коммуникации без учета особенностей жанра, пожалуй, невозможно, и попытки изучать их независимо от жанров вызывают» вполне справедливые критические замечания» [Дементьев, 2022, с. 12].

Одним из таких речевых феноменов, первоначально оформленным в медийном пространстве, интенсивно обращающимся в интернет-среде, набравшим в ней «коммуникативную силу» и давно вышедшим за ее пределы, является спойлер.

Предваряя обсуждение соответствующего понятия, обратим внимание на то, что появление в русском языке иноязычной лексемы *спойлер* связано с заимствованием и адаптацией английского существительного *spoiler*, которое в свою очередь образовано от глагола *to spoil* со значением ‘портить, испортить, губить’. В исходной трактовке, основанной на опыте и практике субъектов медиакоммуникации, *спойлер* обозначает важную информацию о фрагменте / детали сюжета, часто о неожиданной концовке кинопроизведения, которая обычно не публикуется и которую раскрыли зрителю преждевременно.

Цель предпринятого анализа – определение речевого содержания, статуса спойлера и последующая детализация с учетом двух жанрообразующих факторов – «автора» и «адресата».

В качестве материала для наблюдения использованы записи повседневной речи красноярцев из архива авторов статьи, а также интернет-тексты, извлеченные по большей части из современного контекста социальных сетей и других информационных ресурсов Интернета в 2021–2022 гг.

История вопроса. Жанроведение сегодня – самостоятельное направление современной лингвистики, интенсивно развивающаяся научная область, само

возникновение которой есть реакция на новые вызовы современности, на увеличившееся значение коммуникации как главной среды взаимодействия социальных субъектов, как платформы принятия институциональных и технологических решений, а отсюда как пространства влияния и воздействия на массового адресата. Это, в свою очередь, сохраняет научное внимание к жанру как единице речи, концептуально сложному системному феномену, актуальность изучения которого поддерживается каждым из множества уже проведенных в данной сфере исследований.

Проблеме речевых жанров, начиная с публикации классического труда [Бахтин, 1996], посвящено множество лингвистических работ, большая часть которых издана в последнее тридцатилетие; см., в частности, статьи и монографии разных лет, например, [Шмелева, 1997; Федосюк, 1997; Гольдин, 1999; Седов, 2002; Дементьев, 2010; Балашова, 2017] и др.

Современные авторы регулярно пополняют список речевых жанров новыми номинациями, каждой из которых соответствует содержательная дефиниция речевого явления и его детальный иллюстративный анализ: «предсказание» [Карасик, 2018], «автограф на книге» [Евсеева, 2017], «интернет-рейтинг» [Дементьев, 2021], «онлайн-петиция» [Дубровская, 2017], «пост» [Щурина, 2020] и мн. др.

В исследованиях последних лет большое место занимает многоаспектный подход, когда внимание аналитика сосредоточено не только на содержании высказывания, но и на социальных характеристиках участников коммуникации, их актуальных взаимоотношениях, влияющих на ход развития диалога, а также координатах и характеристиках дискурсивного пространства, в которых происходит речевой контакт [Gabunia-Abazg, Kremshokalova, 2014].

Одной из главных считается проблема идентификации речевого высказывания, ее решению помогают различные жанровые типологии, а также наборы факторов (признаков), лежащих в основе соответствующего анализа [Шмелева, 1997]. Описание жанрообразующих признаков дает широкое представление не только о функционировании конкретного речевого жанра, но позволяет сделать выводы об индивидуальных речевых особенностях субъектов, его использующих.

Переходя от общей жанровой проблематики к содержанию публикаций, посвященных выбранному для анализа объекту, отметим, что лингвистическое внимание к явлению спойлера обнаруживается в научной рефлексии В.В. Дементьева. Исследователь отмечает, что группа жанров, заимствованных из англоязычной культуры, включает структурные элементы, соотносимые с закономерностями организации коммуникативных концептов, упоминая в этой связи, в частности, языковые формы *спойлер* и *спойлерить*, однако, их детального анализа не проводит [Дементьев, 2015].

Большинство же сведений по поводу обсуждаемого феномена извлекаются из публикаций, соотносимых с областью психологии, либо медиакоммуникации и в последнем случае имеют характер более или менее популярного знания.

Одним из первых термин «спойлер» использовал Д. Кенни в статье «Спойлеры», вышедшей в журнале «National Lampoon» в 1971 г. По свидетельству М. Бугулова, автор посвятил ее обзору перипетий, составивших содержание широко известных в то

время книг и фильмов, объяснив такой авторский ход желанием избавить аудиторию от лишней траты денег и времени [Бугулов, 2017].

Позже Р. Грин в книге «Spoiler Alert!», рассуждая о философии спойлера, вспоминает события 60-х годов XX века и на этом фоне дает ему уже явно отрицательную оценку: *У нас попросту не было концепции спойлера. Возможно, тогда у детей были другие правила. Ведь мои родители тоже не были знакомы с концепцией спойлера в 1966-м, но я твердо убежден: если бы кто выпалил им концовку хорошего детектива при входе в местный кинотеатр, они бы еще как возмутились!* [Смирнов, 2020].

В XXI веке, когда спойлер освоил широчайшее коммуникативное пространство благодаря возможностям интернета, такие единичные оценки умножились, постепенно сформировав типичный критический модус. Последний поддерживается противниками спойлеров и является отражением их «спойлерофобии» – устойчивого негативного отношения к предварительному раскрытию любого сюжетного элемента неким субъектом, поскольку оно нарушает оригинальную логику повествования и приводит к «порче» впечатления, получаемого от художественного произведения [Maune, 2016]. Иными словами, спойлер разрушает саспенс как потребность пережить тревожное ожидание / напряжение, на которые настроен, которые заранее предполагает, даже предвкушает адресат художественного произведения и которые представляют для него некую эмоциональную ценность.

В итоге спойлер квалифицируется как один из способов воздействия автора на актуальное состояние и восприятие адресата, что лишний раз доказывает наличие коммуникативной составляющей этого явления.

Реагируя на все выше обозначенное как на сформированный социальный запрос, заинтересованные субъекты пытаются системно противостоять обращению спойлеров. В частности, один из популярных мессенджеров Телеграм демонстрирует использование современной программы защиты от спойлеров. Текстовый фрагмент, который автор признает таковым, можно скрыть, применив форматирование – тогда текст исчезает из сообщений, оповещений и чатов.

Упомянем в этой связи и тот факт, что учёные Калифорнийского университета разработали продукт на основе искусственного интеллекта, который обнаруживает и маркирует спойлеры в онлайн-обзорах книг и телешоу. В его основе лежит анализ лингвистических шаблонов, сопоставление с которыми конкретного предложения помогает оценить его содержание на предмет присутствия / отсутствия преждевременного раскрытия важной информации о сюжете.

Впрочем, здесь же имеет место противоположная аналитическая позиция. В 2011 г. в журнале «Psychological Science» Н. Кристенфелд и Д. Ливитт опубликовали результаты исследования, посвященного спойлеру. В его рамках 819 респондентам из Калифорнийского университета предлагалось прочесть три рассказа известных писателей. В ряде случаев чтение либо сопровождалось предшествующей аннотацией, раскрывающей финал произведения, либо спойлером, включенным в один из абзацев оригинального текста. Последующий опрос участников эксперимента позволил сделать выводы о том, что использование спойлера практически не влияет на итоговое впечатление от художественного текста, а также о том, что предварительное

знакомство с сюжетом, заставляет читателя быть лишь более внимательным к его частным деталям [Leavitt, & Christenfeld, 2011].

Методология и методика анализа. Систематизация и обработка языкового материала проведены с учетом методов сплошной выборки, сопоставительного и сравнительного анализа, дескриптивного метода, а также метода лингвопрагматического анализа. Однако в качестве главной научной опоры выбран метод пофакторного жанрового анализа Т.В. Шмелевой, предлагающей, во-первых, типологию речевых высказываний на основе их целеполагания – информативные, императивные, этикетные и оценочные; а во-вторых, «анкету речевых жанров», которая включает следующий набор обязательных признаков: коммуникативная цель; образ автора; образ адресата; фактор прошлого; фактор будущего; диктум; формальная организация высказывания [Шмелева, 1997].

Анализ материала. Анализ содержания высказываний-спойлеров показал, что, с учетом истории возникновения и обращения в медиаконтексте, их типичное содержание составляет жанровая характеристика художественного фильма / сериала; описание его главных сюжетных поворотов; пересказ сцен, являющихся ключевыми, сцен, вырезанных из конечной прокатной версии фильма; публикация альтернативных сюжетных концовок и т.п.

Со спойлером обычно не ассоциируют очевидную и общедоступную информацию о фильме, распространяемую в соответствии с соблюдением протокола кинопроката, например, информацию, отобранную для размещения в промо-роликах; второстепенные детали, не влияющие на генеральную линию развития сюжета и судьбы героев; тем более гипотезы и комментарии автора высказывания-спойлера, представляющие его субъективную трактовку идей, мотивов, сюжета произведения, прямо не оформленных в самом произведении.

Свободная современная трактовка этого речевого феномена допускает в качестве первоосновы спойлера не только художественные фильмы, сериалы, но и продукты других видов творчества – произведения художественной литературы, спектакли, видеоигры и т.п., которые хотя и представляют иную фактуру, однако, имеют всю ту же сюжетную основу, роднящую их с кинопроизведением.

В ряде случаев носители языка мыслят еще более широко. В этом случае спойлером называют нежелательный пересказ события реальной действительности, характеризующегося некоторой, более или менее осознаваемой «антирутинной» спецификой (праздничной, таинственной и т.п.), прогнозируемым участником, свидетелем либо избранным поверенным в пересказе которого (с правом «узнать об этом первым») может оказаться конкретный адресат. Имеются в виду не сохранившийся в секрете ключевой момент предстоящей свадьбы; раскрытый сюрприз, готовящийся ко дню рождения; кульминация поступления лучшего друга в университет, описанная не им самим, а третьим лицом, и т.п.

Обобщая вышесказанное с учетом лингвистического подхода, определим спойлер как речевой жанр информативного типа, представляющий сообщение о ключевом фрагменте / важной детали сюжета, извлеченных из а) того или иного произведения творческого характера (кинофильма, сериала, произведения художественной литературы, спектакля, видеоигры и т.п.) либо б) события,

принадлежащего реальной действительности, – которые раскрыты субъекту преждевременно и которые в норме заранее не публикуются. Реализация спойлера, таким образом, разрушает интригу, предвкушаемую в связи с ожидаемым личным знакомством с сюжетом / событием, не давая субъекту пережить эмоциональное впечатление от их наиболее острых моментов в полной мере и в запланированное время. Спойлер массово обращается в медиа, социальных сетях, пространстве устной коммуникации, а кроме того, как значимый элемент включается в статьи и рецензии на фильм, спектакль книгу и т.п.

Анализ факторов автора и адресата показывает, что каждый из них владеет «вводными данными» о явлении-каузаторе спойлера, будучи знаком с названием творческого произведения / сутью упоминаемого события; их типовой (жанровой) принадлежностью; с временной и пространственной координатами, в границах которых разворачивается сюжетная линия. Такое общее содержательное представление становится базой для языкового контакта, активируя отношения сопричастности между его участниками. В межличностной коммуникации они часто являются друзьями или, по крайней мере, хорошими знакомыми. В текстах, которые вынесены в пространство публичности, спойлер обращен к массовому реципиенту.

Ролевая разница состоит в том, что условия реализации жанра предполагают большую осведомленность автора по сравнению с адресатом. Именно первый к моменту контакта освоил первоисточник, знает детали сюжета, наиболее острые его моменты и важные детали, которые являются ключевыми для его развития и могут стать триггерами интереса, ярких ответных эмоций.

В общем, спойлер обращен к адресату, единичному или групповому, который маркирован здесь как менее осведомленный по сравнению с автором высказывания. С учетом сказанного становится понятно, почему данный речевой жанр обычно стартует как инициативный акт в авторском исполнении. Однако он же может оформляться в границах реактивного высказывания, когда заинтересованный адресат делает опережающий запрос на специфическую информацию подобного рода.

Сценарий соответствующего жанра составляется из нескольких элементарных этапов, которые в разном наборе реализуются в каждой конкретной ситуации и часто оформлены как речевая рефлексия; относительно автора это, в частности:

- «общее информирование» как фоновый пересказ сюжета: ***Про сюжет будет сказано лишь пару строк, так как в романе много чего происходило*** (ВКонтакте. 23.05.2022);
- «информирование» как реализация спойлера: ***Ну вот, рассказываю: он ее в конце убьет*** (фрагмент бытового диалога; речь Красноярска; архив авторов); ***Расскажу по порядку: его мать выжила, потому что он прятал ее от него*** (ВКонтакте. 08.07.2022);
- «профилактика» как предупреждение о готовности реализовать спойлер: ***Сейчас спойлер расскажу!*** (фрагмент бытового диалога; речь Красноярска; архив авторов); ***Хотите спойлер?*** (фрагмент бытового диалога; речь Красноярска; архив авторов);

- «самоограничение» как фиксирование отказа от реализации спойлера, например: **Не буду спойлерить**, как мы снимали это видео (фрагмент бытового диалога; речь Красноярска; архив авторов); ... **Не скажу тебе зачем, чтобы не спойлерить** (фрагмент бытового диалога; речь Красноярска; архив авторов); **Спойлерить не хочу, но говорю сразу, что будешь рыдать в самом конце, потому что он умрет** (фрагмент бытового диалога; речь Красноярска; архив авторов). Последний пример, впрочем, демонстрирует, что «самозапрет» на спойлер может оказаться фиктивным, поскольку говорящий в пределах того же высказывания нарушает его, публикуя финал произведения (*он умрет*);

- «жанровая рефлексия» как определение типа речевого действия: **Рассказывать подробно – значит «спойлерить» этот труд** (ВКонтакте. 23.05.2022).

Адресат, по нашим наблюдениям, так же демонстрирует достаточно высокую степень рефлексии; имеются в виду следующие этапы:

- «условие» как предупреждение референта о нежелательности реализации спойлера: – **Я посмотрю с тобой [фильм]... Но если ты не будешь спойлерить под ухом!** (фрагмент бытового диалога; речь Красноярска; архив авторов);

- «просьба» как «мягкий» посыл референту отказаться от реализации спойлера: **Я знаю, что это дорама очень эмоциональная и интересная, но прошу тебя не рассказывай мне, что там дальше, ок?** (фрагмент бытового диалога; речь Красноярска; архив авторов);

- «требование» как «жесткий» посыл референту отказаться от реализации спойлера: – **Девочки, смотрели «Street Dance of China»? Там в судьях сидит... – Нет, не спойлери!** (фрагмент бытового диалога; речь Красноярска; архив авторов); **Вот-вот, смотри! Сейчас такой экшн начнется! – Блин, ну прекрати, плиз, спойлерить!** (фрагмент бытового диалога; речь Красноярска; архив авторов);

- «недовольство» как демонстрация отрицательного отношения к уже реализованному спойлеру: – **В следующем эпизоде Маша найдет отца мёртвым. – Зачем ты спойлернул сейчас? И что ты предлагаешь не играть теперь?** (фрагмент бытового диалога; речь Красноярска; архив авторов);

- «согласие» как готовность к восприятию спойлера: – **Хотите спойлер? – Давай!** (фрагмент бытового диалога; речь Красноярска; архив авторов).

Промежуточный вывод состоит в том, что с учетом временного параметра о возникновении и реализации жанра спойлера следует говорить, когда а) автор прямо маркирует жанровую принадлежность высказывания – «на входе в тему»; если же первого не происходит, б) соответствующая жанровая маркировка производится уже адресатом – «в развитие темы». Спойлер рождается только в момент оформления жанровой рефлексии, прямой маркировки жанра. В ином случае мы имеем дело с обычным пересказом сюжета.

Представленный выше материал показывает, что отличительными особенностями жанра являются его нормативная экспрессия и оценочность. Субъект может положительно либо критично отнестись к предварительному раскрытию сюжета, квалифицировав последнее как нежелательную информацию. Доказательства

этого находятся не только в контекстах, демонстрирующих «живое» использование жанра, но и во множественных автономных комментариях по поводу феномена как такового.

Агрессивная оценка: *Спойлеры ненавижу страстно. Для меня это какая-то лютая десакрализация, если узнаю случайно что-то важное из истории, могу расхотеть смотреть/читать. Если кто-то просит спойлернуть или рассказать сюжет – очень злюсь, это воспринимается как верх неуважения к произведению* (Diary. 02.03.2019); *Спойлерить намеренно, чтобы затроллить собеседника – плохо вдвойне. За это можно поплатиться здоровьем* (Fiski.net. 29.05.2019).

Отрицательная оценка: *Терпеть их не могу. Иной раз проспойлерю себе какой-то момент, потом дохожу до него сама и понимаю, что вот тут бы сейчас испытала клёвые эмоции, если б не знала обо всём заранее* (ВКонтакте. 27.12.2021).

Нейтральная оценка: *Лично мне спойлеры не особо мешают. Больше всего я ценю в произведениях общий смысл и постановку атмосферы* (DFT. 02.05.2018);

Положительная оценка: *К спойлерам отношусь положительно настолько, что не иду смотреть новый фильм, пока не прочту несколько отзывов со спойлерами по основным моментам, которые в случае неожиданности могли бы довести до инфаркта* (Diary. 02.03.2019).

Аудитория, кроме того, демонстрирует комплексную, неоднозначную реакцию, как во фрагменте ниже, когда один модус (равнодушие) в границах комментария трансформируется в другой (отрицание), уточняющий первоначальную глобальную оценку явления: *Очень равнодушно отношусь ко всем спойлерам, кроме одного: смерть кого-то из главных героев. Тогда высока вероятность, что я читать не буду. Уж извиняйте, читать сотни страниц переживаний героя, его устремлений и надежд, зная, что всё тщетно и в конце он все равно погибнет – спасибо, увольте* (ВКонтакте. 27.12.2021).

В общем, спойлеры могут вызывать целый набор ответных эмоциональных реакций – от агрессивной до положительной, что говорит, во-первых, о разнообразии восприятия обсуждаемого феномена, а во-вторых, о коммуникативной свободе субъектов речевого взаимодействия.

Выводы. Итак, с лингвистических позиций спойлер – это речевой жанр информативного типа, поскольку исходно он представляет сообщение о важном фрагменте / детали некоего сюжета, раскрываемых преждевременно и, по общепринятому мнению, нежелательных для адресата, теряющего вследствие этого интерес к дальнейшему восприятию а) произведения творческого характера, как более редкий вариант; б) события реальной действительности, характеризующегося некоей «антирутинной» спецификой (праздничной, таинственной и т.п.). Причина потери такого интереса связана с разрушением предвкушаемой интриги, что не дает субъекту пережить ее самостоятельно, в полной мере и в запланированное время.

Анализ факторов автора и адресата с учетом временной характеристики позволяет утверждать, что о возникновении и реализации жанра спойлера можно говорить а) когда автор прямо маркирует жанровую принадлежность высказывания – «на входе в тему»; если же первого не происходит, б) когда соответствующая жанровая

маркировка производится уже адресатом – «в развитие темы». В ином случае мы имеем дело с обычным пересказом сюжета.

В большинстве случаев данный речевой жанр стартует как инициативный акт в авторском исполнении, однако, может оформляться и в границах реактивного высказывания, когда заинтересованный адресат делает запрос на специфическую информацию такого рода.

Восприятие спойлера соответственно бывает разным: негативным, вплоть до агрессии; нейтральным вплоть до равнодушия; положительным, даже доброжелательным, демонстрируя множество разнообразных вариантов эмоционального отклика.

Что касается среды обращения спойлера, он массово используется в интернете, пространстве социальных сетей, устной коммуникации, как выделенный элемент включается в статьи и рецензии на фильмы, сериалы, спектакли или книги. Значимость данного исследования видится в необходимости изучения и понимания социально-коммуникативной опыта новых поколений, во многом отличающегося от традиционной коммуникативной практики: жанр спойлера разнообразит межличностное общение молодежи, а соответствующая лексема является одной из единиц ее активного словаря.

Литература

- Балашова, Л. В. (2017). Речевые жанры в русской идиоматике (семантический и концептуальный аспекты). *Жанры речи*, 1(15), 6–29. DOI: 10.18500/2311-0740-2017-1-15-6-29
- Баранов, А. Г. (1997). Когнитивность текста (К проблеме уровней абстракции текстовой деятельности). *Жанры речи*, 1, 4–12.
- Бахтин, М. М. (1996). Проблема речевых жанров. *Собрание сочинений* (Т. 5: Работы 1940–1960 гг., с. 159–206). Москва: Русские словари.
- Бугулов, М. (2017). В финале Джон умрет. Электронный ресурс <https://www.film.ru/articles/v-finale-dzhon-umret>
- Габунина, З., & Кремшюкалова, М. (2014). «Жанр речи» как единица современной лингвистики. *Cuadernos de Rusística Española*, 10, 15–24. DOI: 10.30827/cre.v10i0.2593
- Гольдин, В. Е. (1999). Проблемы жанроведения. *Жанры речи*, 2, 4–6.
- Дементьев, В. В. (2010). *Теория речевых жанров*. Москва: Знак.
- Дементьев, В. В. (2015). Лингвоэкология через призму речевых жанров: сфера новых «технологических» коммуникаций. *Экология языка и коммуникативная практика*, 2(5), 22–47.
- Дементьев, В. В. (2019). Жанры в меняющемся мире: креационистские потенции речевых жанров и эпистемологические потенции теории речевых жанров. *Жанры речи*, 1(21), 6–21. DOI: 10.18500/2311-0740-2019-1-21-6-21
- Дементьев, В. В. (2021). ‘n самых...’: интернет-рейтинг как речевой жанр. *Жанры речи*, 3(31), 226–244. DOI: 10.18500/2311-0740-2021-3-31-226-244
- Дементьев, В. В. (2022). Снова о «жанрах речи и языке речи»: что дала жанроведению лингвистика? *Жанры речи*, 1(33), 6–20. DOI: 10.18500/2311-0740-2022-17-1-33-6-20
- Дубровская, Т. В. (2017). Жанр онлайн-петиции в контексте феминистского дискурса. *Жанры речи*, 1(15), 111–117. DOI: 10.18500/2311-0740-2017-1-15-111-117
- Евсеева, И. В. (2017). Речевой жанр «автограф автора на книге». *Жанры речи*, 1(15), 58–65. DOI: 10.18500/2311-0740-2017-1-15-58-65
- Карасик, В. И. (2018). Предсказание как речевой жанр. *Жанры речи*, 1(17), 39–47. DOI: 10.18500/2311-0740-2018-1-17-39-47
- Седов, К. Ф. (2002). Психолингвистические аспекты изучения речевых жанров. *Жанры речи*, 3, 40–52.
- Смирнов, Н. (2020). Краткая история спойлеров: Когда они появились, как с ними боролись и почему они неизбежны. Электронный ресурс <https://www.kinopoisk.ru/media/article/4000593/>
- Федосюк, М. Ю. (1997). Нерешенные вопросы теории речевых жанров. *Вопросы языкознания*, 5, 102–120.
- Шмелева, Т. В. (1997). Модель речевого жанра. *Жанры речи*, 1, 88–99.

References

- Bakhtin, M. M. (1996). The problem of speech genres. *Collected Works* (Vol. 5: Works of 1940–1960, pp. 159–206). Moscow: Russkiye slovari. (In Russian).
- Balashova, L. V. (2017). Speech genres in Russian idiomatics (semantic and conceptual aspects). *Speech Genres*, 1(15), 6–29. (In Russian). DOI: 10.18500/2311-0740-2017-1-15-6-29
- Baranov, A. G. (1997). Cognitive typicality of the text (On the problem of levels of abstraction of textual activity). *Speech Genres*, 1, 4–12. (In Russian).
- Bugulov, M. (2017). *John Dies at the End*. (In Russian). Retrieved from: <https://www.film.ru/articles/v-finale-dzhon-umret>
- Demytyev, V. V. (2010). *Theory of speech genres*. Moscow: Znak. (In Russian).
- Demytyev, V. V. (2015). Linguistic ecology through the prism of speech genres: the sphere of new "technological" communications. *Ecology of Language and Communicative Practice*, 2(5), 22–47. (In Russian).
- Demytyev, V. V. (2019). Genres in a changing world: the creationist potentials of speech genres and the epistemological potentials of speech genre theory. *Speech Genres*, 1(21), 6–21. (In Russian). DOI: 10.18500/2311-0740-2019-1-21-6-21
- Demytyev, V. V. (2021). "'x" number of the most...': Internet rating as a speech genre. *Speech Genres*, 3(31), 226–244. (In Russian). DOI: 10.18500/2311-0740-2021-3-31-226-244
- Demytyev, V. V. (2022). Again about "genres of speech and the language of speech": what did linguistics give genre studies? *Speech Genres*, 1(33), 6–20. (In Russian). DOI: 10.18500/2311-0740-2022-17-1-33-6-20
- Dubrovskaya, T. V. (2017). Genre of online petition in the context of feminist discourse. *Speech Genres*, 1(15), 111–117. (In Russian). DOI: 10.18500/2311-0740-2017-1-15-111-117
- Evsheeva, I. V. (2017). Speech genre "author's autograph on a book". *Speech Genres*, 1(15), 58–65. (In Russian). DOI: 10.18500/2311-0740-2017-1-15-58-65
- Fedosyuk, M. Y. (1997). Unresolved issues in the theory of speech genres. *Voprosy Jazykoznanija*, 5, 102–120. (In Russian).
- Gabunia, Z., & Kremshokalova, M. (2014). El genero del discurso como unidad de la linguistica moderna. *Cuadernos de Rusística Española*, 10, 15–24. (In Russian). DOI: 10.30827/cre.v10i0.2593
- Goldin, V. E. (1999). Problems of genre studies. *Speech Genres*, 2, 4–6. (In Russian).
- Hate spoilers? This AI tool spots them for you (2019). Retrieved from: <https://techxplore.com/news/2019-07-spoilers-ai-tool.html>
- Karasik, V. I. (2018). Prediction as a speech genre. *Speech Genres*, 1(17), 39–47. (In Russian). DOI: 10.18500/2311-0740-2018-1-17-39-47
- Leavitt, J. D., & Christenfeld, N. J. S. (2011). Story Spoilers Don't Spoil Stories. *Psychological Science*, 22(9), 1152–1154. DOI: 10.1177/0956797611417007.
- Mayne, L. (2016). *Why it's time to get over spoilerphobia*. Retrieved from: <https://www.independent.co.uk/arts->

Щурина, Ю. В. (2020). Речевые жанры русскоязычного сегмента социальной сети Instagram. *Жанры речи*, 2(26), 155–165. DOI: 10.18500/2311-0740-2020-2-26-155-165

Hate spoilers? This AI tool spots them for you (2019). Retrieved from: <https://techxplore.com/news/2019-07-spoilers-ai-tool.html>

Leavitt, J.D., & Christenfeld, N. J. S. (2011). Story Spoilers Don't Spoil Stories. *Psychological Science*, 22(9), 1152–1154. DOI: 10.1177/0956797611417007

Mayne, L. (2016). *Why it's time to get over spoilerphobia*. Retrieved from: <https://www.independent.co.uk/arts-entertainment/films/features/why-it-s-time-to-get-over-spoilerphobia-a6860971.html>

[entertainment/films/features/why-it-s-time-to-get-over-spoilerphobia-a6860971.html](https://www.independent.co.uk/arts-entertainment/films/features/why-it-s-time-to-get-over-spoilerphobia-a6860971.html)

Sedov, K. F. (2002). Psycholinguistic aspects of the study of speech genres. *Speech Genres*, 3, 40–52. (In Russian).

Shchurina, Yu. V. (2020). Speech genres of the Russian-speaking segment of the social network Instagram. *Speech Genres*, 2(26), 155–165. (In Russian). DOI: 10.18500/2311-0740-2020-2-26-155-165

Shmeleva, T. V. (1997). Speech genre model. *Speech Genres*, 1, 88–99. (In Russian).

Smirnov, N. (2020). A brief history of spoilers: When they appeared, how they were dealt with and why they are inevitable. (In Russian). Retrieved from: <https://www.kinopoisk.ru/media/article/4000593/>

Для цитирования статьи:

Осетрова, Е. В., Сквородкина, У. В. (2022). Спойлер: содержание речевого жанра и его детализация с учетом факторов «автора» и «адресата». *VERBA. Северо-Западный лингвистический журнал*, 2(4), 36–46. DOI: 10.34680/VERBA-2022-2(4)-36-46

For citation:

Osetrova, E. V., Skovorodkina, U. V. (2022). Spoiler: the content of the genre and its detailing taking into account the "author" and "addressee" factors. *VERBA. North-West linguistic journal*, 2(4), 36–46. (In Russian). DOI: 10.34680/VERBA-2022-2(4)-36-46

НОВГОРОДСКИЙ МОТИВ / NOVGOROD MOTIV

Словарное дело Брутмана

Т. В. Шмелева

Brutman's vocabulary

T. V. Shmeleva

Татьяна Викторовна Шмелева – доктор филологических наук, профессор; Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого, Великий Новгород, Российская Федерация

E-mail: szmiel@mail.ru

Статья поступила: 01.11.2022. Принята к печати: 20.11.2022.

В статье предлагаются результаты наблюдений над серией публикаций новгородского журналиста, редактора независимой «Новой новгородской газеты» Сергея Брутмана, все тексты опубликованы в первом десятилетии XXI века. Ставится цель выявить их жанровую природу с учетом научных представлений о газетных жанрах, тенденциях их трансформаций – в том числе усиления личностного содержания и эссеизации газетных текстов, что, как показывает история вопроса, обсуждается исследователями медиатрендов. Актуальность поставленной таким образом проблемы обусловлена необходимостью располагать систематическими данными о жанровой трансформации постсоветских газетных текстов, особенно в региональной прессе. Предлагаемая жанровая интерпретация двух рубрик, построенных как словарь, методологически основана на идее уплотнения жанров, в результате которого медиатекст может включать фрагменты разного жанрового качества, что создает его полижанровость, при этом в рамках одного текста объединяются качества жанров как медийных, так и иных сфер, в частности, художественных и научных. В итоге детальный анализ одного из текстов каждой рубрики, а также привлечение материалов других текстов позволяет заключить, что для изученных рубрик характерны личностное содержание, автобиографичность. Тексты первой рубрики квалифицируются как жанр мемуара, а второй – как полижанровые тексты, в рамках которых соседствуют репортаж, новелла мгновения, эссеистические размышления; поэтому тексты отличаются коллажностью, монтажностью, многослойностью смысла. Для их восприятия в жанровом аспекте существенно, что рубрики построены с ориентацией на научный жанр словаря, что маркируется их наименованиями, а также, что они соотносятся с жанрами газеты и книги, в которой воспроизведены.

Ключевые слова: жанры медиасферы, газетные жанры, авторское начало, эссе, монтажность, полижанровость

УДК 81.374:070

Tatyana V. Shmeleva – Doctor of Sciences in Philology, Professor; Yaroslav-the-Wise Novgorod State University, Velikiy Novgorod, Russian Federation

ORCID: 0000-0003-4386-1671

Received: 01/11/2022. Accepted for publication: 20/11/2022.

The article presents the results of observations on a series of publications by the Novgorod journalist, editor of the independent newspaper “Novaya Novgorodskaya Gazeta” Sergei Brutman, all of which were published in the first decade of the 21st century. The goal is to reveal their genre nature, taking into account scientific ideas about newspaper genres, trends in their transformations, including the strengthening of personal content and essayization of newspaper texts, which, as the history of the issue shows, is discussed by researchers of media trends. The relevance of the problem arises from the need to have systematic data on the genre transformation of post-Soviet newspaper texts, especially in the regional press. The proposed genre interpretation of two sections, built as a dictionary, is methodologically based on the idea of genre compaction, as a result of which a media text can include fragments of different genre quality, which creates its multi-genre nature, while within one text the qualities of genres of both media and other spheres, in particular, artistic and scientific ones, are combined. As a result, a detailed analysis of one of the texts of each section, as well as the involvement of materials from other texts, allows us to conclude that the studied sections are characterized by personal content and autobiography. The texts of the first section are qualified as a memoir genre, and the texts of the second one — as poly-genre texts, within which reportage, a short story of a moment, and essayistic reflections coexist; therefore, the texts are distinguished by their collage, montage, and multi-layered meaning. For their perception in the genre aspect, it is essential that the sections are built with a focus on the scientific genre of the dictionary, which is marked by their names, and also that they correspond to the genres of the newspaper and the book in which they are reproduced.

Keywords: media sphere genres, newspaper genres, essay, author's principle, montage, multi-genre

OECD: 5.08.EU

V

Постановка проблемы. В статье обсуждается проблема жанровой природы ряда текстов, опубликованных в «Новой новгородской газете» в первом десятилетии текущего столетия. Объединенные идеей размышлений о фактах языка, через которые «просвечивают» явления жизни, эти тексты не могут быть признаны типичными для региональной газеты. Тем интереснее оказывается задача определить их жанр с учетом тенденций журналистики этого периода, в первую очередь ее жанровых трансформаций и идиостиля автора.

История вопроса. Проблема задает рассмотрение истории вопроса в трех аспектах – тенденций постсоветской журналистики, ее жанровых трансформаций и специфики стиля автора.

Первый из аспектов – опыт постсоветской журналистики – во всей полноте и сложности еще по существу не осмыслен, на что указывают исследователи, например, [Солдаткина, 2015]. Тем не менее отмечены такие ее особенности, как возросшая роль «личностного знания»: «Явно обозначилась тенденция доминирования журналистских текстов, насыщенных субъективными суждениями, оторванными не только от логики событий, но и логических обоснований сакраментальных умозаключений. Как бы ни маркировалась подобная журналистская практика, она становится тотальной. Следовательно, феномен «личностного знания» журналистов, профессионально обязанных поставлять социально значимую и ценную для общества информацию, требует своего теоретического рассмотрения» [Мансурова, 2015, с. 155]. Присутствие «личностного знания», в свою очередь, повышает уровень субъективности журналистских текстов, иногда позволяя прийти к заключению о «зашкаливающей субъективности» [Солдаткина, 2015, с. 124]. Эта тенденция для настоящей работы представляет существенный интерес.

Что касается жанрового аспекта, то здесь уже общим местом стали суждения о переосмыслении опыта советской журналистики с ее четкой системой жанров. Так, говорится о «жанровом торнадо в газете» [Кайда, 2008, с. 92]: «Ветер перемен, налетевший на современную газетную публицистику, перемешал всю тщательно уложенную колоду жанров. И в этом переполохе еще не устоялись понятия «разрушенных», «обновленных», или «новых» жанровых образований. Все чаще звучит оправдание «жанровых гибридов», вообще никого ни к чему не обязывающих» [Кайда, 2008, с. 98]. О гибридизации как ведущей тенденции жанровых трансформаций в медиасфере говорится на основе анализа не только газетного, как в указанной монографии, но и экранного кластера медиaprостранства [Глазкова, 2016], а также интернет-коммуникации [Щипицина, 2015; Нестерова, 2022] и даже публичных выступлений [Маркова, 2015]. Таким образом, гибридизация жанров признается общей тенденцией журналистики.

При разных подходах к жанрам и процессам, которые с ними происходят, одним из их последствий признается «вторжение» в журналистику эссе, которому посвящена монография известного исследователя [Кайда, 2008]. Отмечая небесспорность ряда трактовок этого жанра, автор книги подчеркивает: «Эссеистика сегодня – это в большой степени «благородная болезнь», комплексом эссеиста заражены все, и пишут

они обо всем в стиле «ну, так сказать, как бы типа эссе». Преобладание таких текстов в современном медиапространстве несомненно» [Кайда, 2008, с. 95].

С утверждением о преобладании таких текстов в медиасфере и болезненности этого феномена согласиться трудно, но мысль об эссеизации как одной из тенденций жанровых трансформаций журналистики возражений не вызывает. Соотносится она и выводами о преобладании эссеистических текстов в литературной критике, о чем идет речь в статье [Новиков, 2012], где автор фиксирует: популярность таких текстов объясняется тем, что они «написаны разговорным языком, со свободным переходом от темы к теме, остроумно, с элементами и словесной игры» [Новиков, 2012].

Впечатляют результаты исследования эссеизма экранных жанров, точнее, анализа киноэссе и видеоэссе. В частности, отмечено, что для экранных эссе характерны коллажность, мозаичность, многослойность изображения, что показывает важность монтажа как выразительного метода [Глазкова, 2016, с. 237]. Для настоящей работы мысль об эссеизации журналистских текстов представляется важной и весьма плодотворной безотносительно к тому, насколько массовой оказывается вовлеченность авторов в действие этой тенденции.

Наконец, следует сказать, что есть своя история и изучения текстов автора, которому посвящена настоящая работа. В рамках лингвистического исследования новгородского медиаполя тексты С. Брутмана анализировались методом портретирования, при этом выявлено их жанровое разнообразие: это «реплики-реакции на события в городе и в стране, полемические выступления, актуальная аналитика, серьезный и объемный очерк, лирическая миниатюра...» [Шмелева, 2011, с. 222]. При этом он постоянно подчеркивает свою тесную связь с регионом и Новгородом, используя для обозначения этой связи слово «местечковость». Тот факт, что для его текстов характерно изложение от первого лица, говорит о личностном отношении автора к обсуждаемым проблемам и включении автобиографического фона. При этом он настаивает на типичности своих воспоминаний и переживаний, о чем говорится на обложке одной из книг: *Все это мог бы написать и кто-нибудь другой. В принципе – любой человек из моего поколения. Случайно вышло так, что написал это я. Уж извините* [Брутман, 2006]. Круг сюжетов эссеистики Сергея Брутмана широк: время и поколение, быт и еда, язык и профессия журналиста... При этом его стиль отличается вниманием к деталям жизни и точностью найденного слова для их обозначения [Шмелева, 2015].

Таким образом, история вопроса позволяет обратиться к изучению серии журналистских текстов в русле намеченной проблемы.

Методология и методика исследования. При определении жанра медиатекста используется традиционная методика выявления его интенции, образа автора и адресата. Однако более важным в этом случае оказывается поиск фрагментов различного жанрового качества – новостийности, репортажности, аналитичности, эссеистичности, мемуарности, что позволяет судить о соединении разных жанровых качеств в рамках одного текста, или его полижанровости. Вслед за Андреем Битовым это явление именуется «уплотнением жанров», оно объясняется интенциями автора и характером отражения действительности. Смена жанровых качеств текста маркируется в тексте техникой авторского начала (здесь важна прежде всего категория

лица), отбором лексических ресурсов, что и создает монтажность, коллажность текста. Этот метод интерпретации жанра медиатекста обоснован в статье [Шмелева, 2018. с. 274].

Анализ материала. Предваряя анализ текстов информацией об их авторе, следует сказать, что Сергей Брутман – известный новгородский журналист, который начинал работать в газете «Новгородский комсомолец», затем редактировал газету созданного в городе университета, а с 1999 года издает независимое еженедельное издание «Новая новгородская газета», где он учредитель, главный редактор и один из авторов. Газета и ее главный редактор, как можно узнать на последней полосе издания, неоднократно признавались лауреатами профессиональных конкурсов в Новгородской области и Северо-Западном регионе, популярны и авторитетны.

Для настоящей работы существенно, что, помимо заданных повесткой, в газете публикуются тексты, которые изданы в виде книг, например, [Брутман, 2006; 2010], где воспроизводятся рубрики, что дает возможность обратиться к ним и много лет спустя без специальных поисков.

Для анализа в этой работе взяты две рубрики – «Словарь живаго и мертваго великорусскаго языка» [Брутман, 2006, с. 3–62] и «Slovarь inostrannyh slov» [Брутман, 2010, с. 73–165]. Опубликованные в разные годы, эти две рубрики объединяются сориентированностью на жанр словаря – названиями, принципами построения текстов и их расположением.

Рубрика «Словарь живаго и мертваго великорусскаго языка» построена как словарь, на что указывает ее название (и его правописание в том числе), отсылающее к широко известному словарю Даля [Даль, 1989]. Указанное издание – факсимильное воспроизведение редакции, подготовленной автором в 1880–1882 гг., в том числе и обложки с авторским наименованием. Сопоставив это наименование с названием рубрики, можно увидеть, что в последнем нет слова *толковый*, а есть дополнение *и мертваго*, что намекает на внимание к уже ушедшим словам и обозначаемым ими явлениям. Знакомство с текстами рубрики убеждает: автора занимает не толкования слов, а размышления о том, что за ними скрывается и хранится в его памяти.

Рубрику составляет 21 текст, каждый из которых выстроен как словарная статья с заголовочным словом: **Баушка, Бобочка, Богатство, Водяра, Войнушка, Гладиолус ... Эсэсэсэр**. Точнее, 20 текстов посвящены словам и один – суффиксам **Ушк-юшк**. При этом нельзя сказать, что статьи построены однотипно, что характерно для классических словарных статей. В основе одних текстов – противопоставление слов, вынесенных в заголовочные, и их антиподов: *баушка / бабушка, водка / водяра, войнушка / война, колбаска / колбаса, музэй / музей, Питер / Санкт-Петербург, пальто / пальта, сады / сад, коньки / снегурки*; в основе других – нетипичные ассоциации: *богатство / большая за шесть копеек; копторг / краковская колбаса, фундук, фисташки, сандал, палисандра; шашлык / штык, башлык, башибузук, баш на баш*. Содержание текстов не сводится к характеристикам слов, в каждом из них слово служит сигналом для воспоминания – из самого раннего детства («Бобочка»), первых школьных лет («Гладиолус»), армии («Водяра») ... наконец, советской жизни («Эсэсэсэр»).

Словарь как прецедентный текст присутствует в рубрике незримо, но иногда прорывается в эксплицитную ткань текста: ***Академический словарь** несправедлив: в нем счастье множественного числа не имеет. Так одной строкой нам напророчены дележи, свары, войны. К счастью, неписанный народный словарь ничего об этом не слышал* [Брутман, 2006, с. 33]; ***Под сенью Даля**, в чаще ятей, ижиц, десятеричных і, жил, скользил по стволам, царапал когтями кору, топорщил жёсткие усы зверок – быстрый, гладкий, жилистый, злой. И колко блестели из дупляной мглы глаза его хищной подружки – зверушки. А в следующем веке, в словаре Ожегова, поселились уже зверёк и зверюшка* [Там же, с. 44].

Таким образом, словарная статья как жанр вмещает мемуар, который держится на ассоциациях к слову. Маркерами мемуарности выступают такие свойства текстов: они написаны от первого лица, что создает эффект автобиографичности; в них преобладают глаголы в форме прошедшего времени или настоящего исторического; лексика текстов – с исторической памятью, она вносят колорит эпохи и конкретных жизненных обстоятельств. Понятно, что мемуарность сочетается в тексте с описаниями современных реалий, что маркируется показателями типа *а сейчас, нынешние школьники* и т.п.; переплетение мемуарных и актуальных фрагментов создают композицию текста, иногда весьма причудливую, образ автора приобретает двойственность – мемуарист, размышляющий о современности.

Так, в статье «Первомай» есть фрагменты параллельного присутствия прошлого и актуального: ***Когда-то большинство**, построенное в колонны на мостовых, **демонстрировало** свое согласие. И **сегодняшнее большинство** на майские гуляет по тротуарам, пьет пиво, едет на незатопленный огород – **демонстрирует**, что живет в согласии с собой и властью. Лозунги, которые **большинство несло** на крашеных палках, значили не больше, чем молчание. А может, и меньше: транспаранты были казённые, их раздавали распорядители, а молчание – своё, родное, неотчуждаемая собственность частного человека. И **нынешнее большинство** обходится власти куда дешевле* [Там же, с. 25]. Темпоральная лексика – *когда-то, сегодняшний, нынешний*, глагольные формы, особенно одних и тех же глаголов, как в паре *демонстрировало / демонстрирует*, обеспечивают противопоставление прошлого и настоящего; упоминание транспарантов, которые далее именовались и крашеными палками, вносит приметы того времени, а пива – современности. В этом тексте мемуарность и актуальность «встречаются» в рамках одного абзаца.

В других они представлены более обширными фрагментами, как в словарной статье «Гладиолус», где размышления о современных школьниках появляются только в самом финале, а весь текст состоит из детских воспоминаний: *Вот он я – первоклашка в школьной робе мышиноного цвета, негнущейся, пошитой педофобом Карабасом-Барабасом. Втиснутый в строй, затолканный толпой, вспотевший. Шинельной плотности сукно начинает кусать взмокшие коленки и шею. Тяжелый букет – три гладиолуса, сразу три! – уронил бы меня ниц, если бы ранец, оттягивая плечи назад, не удерживал в вертикальном положении. Но гладкий, грохочущий целлофан, в котором запелёнаты гладиолусы, скользит в мокрых ладошках. Что мне делать – уронить ли букет, упасть ли самому или просто описать? [Там же, с. 16].*

Приведенный фрагмент написан в режиме настоящего исторического, о чем говорят нулевые показатели модуса и глаголы в форме настоящего времени (*начинают кусать, целлофан скользит*). Автор предстает перед читателем первоклашкой, его ощущения передаются детской лексикой (*коленки, ладошки, Карабас-Барабас, ранец*), но одновременно в тексте присутствует и автор-мемуарист, это он воспринимает цвет школьной робы как мышинный, а ее сукно сравнивает с шинелью, тех, кто шил такие робы, считает педофобами. В целом двойная оптика мемуаров (тогда и сейчас) создается в данном случае не синтаксическим параллелизмом, как в первом случае, а «столкновениями» лексики – то детской, то очевидно взрослой.

Таким образом, в каждом из текстов разновременные фрагменты монтируются по-разному, что создает разнообразие как будто однотипных «словарных статей». Перебирая их заодно с автором, читатель как бы листает страницы жизни – далекой или близкой ему, если читателя и автора биографически объединяет время и место – послевоенное детство, позднесоветская молодость, Новгород, Питер...

Итак, в 2005–2006 годах читатели «Новой новгородской газеты» могли время от времени читать тексты, обращенные одновременно к русскому языку и фактам прошлого, которые оказывались «привязаны» к словам. Как они воспринимались читателями? Как брутмановская версия словаря советской эпохи или как цикл мемуаров о советской жизни Новгорода, которые автор решил распределить по алфавиту? И для того, и для другого тексты давали основания, в одном не стоило сомневаться: читались они с интересом и удовольствием, в стилистическом мастерстве автору не откажешь.

Вторая рубрика «Slovarʹ inostrannyh slov», выходявшая в самом конце первого десятилетия, включает 13 текстов с однотипными заголовками, состоящими из иноязычного слова (как в кириллическом, так и оригинальном написании) и – после союза *или* – пояснения по-русски: «Тромплей, или Обман зрения»; «Esqimau, или Продукты, обогащенные воздухом»; «Дауншифтинг, или Неверными дорогами»; «Пинкод, или Эсэр пиятчетыре девятнадцать»; «Duchess, или Сезонный товар» и т. д. [Брутман, 2010, с. 73–165].

Стоит отметить, что такая поэтика заголовка выдерживается для всех текстов, опубликованных в книге, видимо, тогда она казалась автору привлекательной, возможно, в связи с архаичностью, аллюзиями на старинные романы. Предположение подтверждается и тем, что книга открывается рубрикой «Шестой десяток», где автор постоянно возвращается к мотиву своих преклонных лет, например: *Шестой десяток начинается странно. Мир вдруг предстает в слишком ярком, неприятном свете – как после болезни. Вкус и запах пробиваются медленнее, словно сквозь насморк, и искажаются по пути. Впечатления не обжигают. Притупляется даже острое удовольствие от удачно напряженной и плотно всаженой в текст фразы. И обладание почти неотлично от потерь: все кажется одолженным ненадолго* [Там же, с. 36]. В целом рубрика воспринималась как вторая словарная попытка Брутмана, отчего неизбежно возникали сопоставления с первой, в итоге выявляется существенная разница.

Размышления о словах занимают в текстах второй рубрики меньше места, да они и играют не столь значительную роль, но обозначение рубрики как словаря важно, оно эксплицируется в одном из текстов: *Так много в нашей жизни нового, что словарь иностранных слов за нею не поспевает. Успешные бизнесмены, политики, шоумены и прочие люди, которые питались вниманием публики, питая публику собой, вдруг продают собственное дело или бросают, если продать невозможно, и вываливаются из знатной оправы, как кабашон вываливается из перстня, и закатываются в Тибет, в деревню, в частную жизнь; когда привыкшие говорить добровольно спускаются в молчание, привыкшие повелевать – послушно выносят мусорное ведро, а привыкшие продавать – ходят в сельмаг за вчерашним хлебом. Это называется словом дауншифтинг* [Там же, с. 94].

Тексты этой рубрики больше по объему, в жанровом отношении они сложнее и разнообразнее: здесь находим и уже знакомые мемуары (о детстве и об армии); репортаж со встречи с одноклассником, написанный скорее драматургически; своеобразные *nouvelle-instant* – «новеллы мгновения», типичные для французской литературы: в них запечатлевается эпизод из жизни персонажей, наблюдателем которого оказывается автор [Guérin, 2019], что нехарактерно для медиатекстов с их обращенностью к реальности, а не вымыслу.

Задаваясь вопросом о жанровой природе текстов второго «словаря», приходишь к заключению, что перед нами эссе как гибридный медиажанр: в рамках одного текста монтируются фрагменты разной жанровой природы, создавая коллажность и многослойность смысла.

Весьма показателен в этом отношении первый текст рубрики – «Тромплей...», (правильнее было бы писать троплэй, поскольку французский прототип термина – *trompe l'œil*, буквально 'обман глаза', или, как нам привычней, обман зрения). В этом тексте соединяются репортаж о присутствии автора в музее на «солидном торжестве»; мемуар о походах мальчика в библиотеку мимо мебельного магазина, откуда выносили зеркала с их неверным отражением реальности; *nouvelle-instant* о пожилom мужчине в музее с женщиной, которая оказывается его дочерью, автор «знает его, но довольно плохо», что позволяет ему ввести в текст некоторые факты его биографии; легенда об античных художниках; эссеистические рассуждения о женщинах, необходимости их ждать, античной легенде, изменении оптики восприятия себя «на шестом десятке».

Эти смысловые линии текста, создающие в нем разные жанровые качества, перемежаются, создавая тонкий рисунок проявления автора – то от первого, то от третьего лица, с эффектом мерцающего хронотопа – актуальное настоящее / автобиографическое прошлое / биографическое прошлое персонажа / культурное прошлое античности ... Очевидная монтажность текста не делает его бессвязным: он цементирован идеей обманчивости восприятия, вечных отражений и поиска в них «настоящего». Это нарастающее ощущение читателя закрепляется финальным фрагментом текста, в котором новый персонаж, не посвященный в проблематику обсуждения троплея, говорит вдруг о главном персонаже «как настоящий», с чем не

может не согласиться автор, как бы завершая анфиладу мерцающих отражений и оптических эффектов.

Полижанровость текста, связь его контента с вечными темами, которые отражаются в биографии каждого – автора, персонажа, его друга – усложняют его восприятие, приближая текст к художественному. Впрочем, художественность как ориентация на вымысел, рефлексию, сложное построение не противопоказаны медийным текстам, они в духе анализируемого текста побуждают к размышлениям о множественности отражения реальности, в том числе в медиа, о сложной череде ее адекватных и обманных отображений, о необходимости отличать оптические эффекты от реальности.

Рассмотренный текст можно считать одним из самых сложных в рубрике, но такой принцип построения выдержан для всех. Так, в текстах «Пин-код...» и «Esqimaui» центральное место занимают воспоминания о детстве и армейских реалиях; в тексте «Дауншифтинг...» и ряде других – репортажи о встрече с друзьями, когда неизбежны размышления о том, кем были, хотели быть и стали... Полижанровость, включение в повествование размышлений, переключение с автобиографического на всеобщее, сложная устроенность – все это характерно для текстов рубрики, что и требует ставить и обсуждать вопрос об их жанре со всей серьезностью.

Таким образом, вторая из анализируемых рубрик, включая более сложные тексты, представляет авторский «словарь» вокабул, важных для понимания современности, вечных проблем и биографии каждого, при этом они с разной степенью очевидности проецируются на медийную повестку.

В целом рубрики, объединенные «словарным» построением, представляют существенный интерес для медиалингвистического анализа, прежде всего в жанровом аспекте, не исключая иные, в том числе связанные с историей новгородской журналистики.

Результаты исследования. Проведенный анализ показывает, что рассмотренные газетные рубрики требуют двойной жанровой интерпретации – как отдельные медиатексты и как рубрики в целом. Иначе говоря, каждый текст, опубликованный в газете, обнаруживает свои жанровые признаки, и вместе с тем он воспринимается в рамках рубрики, что особенно хорошо видно в книгах, где тексты объединены и бумажным пространством. При этом в обоих случаях важно различать жанр моделирующий (внешний) и содержательный. Если иметь в виду первый, то оба цикла, как уже сказано, построены как словарь – серия словарных статей, каждая из которых посвящена одному слову.

Можно увидеть и третью жанровую рамку, в которой воспринимаются анализируемые тексты, – это газета при первой публикации и книга при повторной. По существу, это два разных вида публикации: первая прочитывается в контексте газетного номера, неизбежно соотносясь с другими его материалами, из чего могут возникать (или не возникать) дополнительные смысловые эффекты; при повторной публикации, которая, кстати, опровергает стереотип об однодневной жизни газетного текста, контекст восприятия сужается и расширяется одновременно, «извлекаясь» из актуальной повестки и встраиваясь в контекст книги, заданный составом ее текстов и

композицией. Третья жанровая рамка – газета/книга, как представляется, не изменяет жанровой природы текстов и рубрик, что и позволило предпринять попытку их анализа в настоящей работе.

Объединенные словарным строением, рубрики обнаруживают содержательное различие: о первой можно сказать, что в ней представлен лексикон жизненного опыта, как он складывается начиная с детства; а во второй можно видеть актуальный лексикон, переживаемый автором, что называется, «в моменте». Именно поэтому тексты второй рубрики сложнее, полифоничнее, включают драматургические и новеллистические фрагменты за счет появления персонажей и диалогов автора с ними. Это и дало основания квалифицировать тексты второй рубрики как полижанровые. Полученные результаты убеждают в том, что в рубриках воплощены тенденции, о которых говорят исследователи медиа.

Прежде всего, очевидна значимость личностного контента: автобиографичность текстов, их насыщенность жизненной информацией противопоставляет эти тексты основному потоку новостной информации с ее социальным контентом. Важно при этом отметить, что автор выступает не только как личность, проживающая свою биографию и историю страны, но и как языковая личность как это понятие трактуется в знаменитой работе [Караулов, 1987] – со своим лексиконом, грамматиконом и прагматиконом, или сводом прецедентных текстов, который в анализируемом случае отличается объемом, включая массу текстов от античных легенд до популярных в армии присказок и цитат. Можно сказать, что в рассмотренных текстах тенденция личностного контента реализуется последовательно и стилистически выверенно.

Вторая тенденция – эссеизации – проявляется в изученных текстах не менее очевидно, особенно во второй рубрике: автор мастерски владеет не только медийным нарративом, но и приемами эссеистической прозы с ее мозаичностью, коллажностью, монтажностью, что показано на примере одного текста, но могло бы быть проиллюстрировано и другими текстами второй рубрики.

Все это в целом говорит не только о высоком уровне журналистского мастерства Сергея Брутмана, но и том, что региональная пресса оказывается, с одной стороны, в русле общих тенденций функционирования медиасферы, а – с другой – противостоит тенденции поглощения регионального медиаполя новостным дискурсом, что отмечается как одна из его черт.

Название настоящей статьи – Словарное дело – не только отражает то, что проанализированные рубрики построены как словарь, и их создание действительно было серьезным делом, занимавшим многие месяцы; не только напоминает о традиционном русском названии лексикографии (см., например, [Караулов, 1987, с. 26; Озтюрк, 2013]), но и подчеркивает: язык – это то, до чего есть дело Сергею Брутману, как и другим журналистам. Конкретно говоря, словарь – важнейший жанр представления информации о языке оказывается для них не только источником знаний, но и инструментом предъявления медиаконтента.

Об этом говорят такие факты: «с 2005 по 2008 гг. только в журналах «Огонек», «Афиша», «Русский репортер», «Большой город», «Город» было опубликовано семь больших текстов, созданных в форме словаря» [Зайковская, 2009, с. 116]. Примеры

таких журналистских текстов показывают, что содержательно они весьма разнообразны, достаточно сравнить материалы Натальи Радуловой «Словарь мужских ценностей» (Огонек, 2005) и Михаила Золотоносова «От *алчности* до *центра города*: словарь концептов современной архитектурно-строительной практики» (Город, 2006) [Зайковская, 2011, с. 17]. Характеризуя такого рода тексты как парасловарь, И. Зайковская отмечает, что его использование журналистами – это риторический прием, ставший средством концептуализации действительности, и при этом «удобная и эффектная форма расположения материала». Кроме того, она подчеркивает, что эта жанровая форма легко узнается массовым читателем, что служит составляющим его успеха [Там же].

Как показано в цитированном исследовании, в виде словаря публиковались статьи, репортажи, серии спецвыпусков... Стоит добавить, что этот список может быть пополнен и книгой – это «*Словарь модных слов*» литературного критика, профессора МГУ В.И. Новикова. Книга выходила в 2005, 2011 и 2015 гг. с изменениями. Она ближе к словарю потому, что посвящена суждениям о словах, но сами тексты, составляющие книгу, далеки от классических словарных статей, они близки авторским колонкам, журналистским комментариям, эссе.

Приведенные факты говорят о том, что журналистская продукция Сергея Брутмана оказывается в русле тенденций, характерных для начала века, но его «словарное дело» отличается личностным содержанием, автобиографичностью, вовлеченностью в жанровую форму словаря множества жанров. Важно отметить и то, что на фоне журналистских опытов в формате журнальных и книжных публикаций, рассмотренные рубрики появились в региональной газете, что показывает и возможности этого типа изданий.

Выводы. Итак, сформулированные результаты исследования позволяют отнести настоящую работу не только к исследованиям медиажанров, но и к опытам изучения истории журналистики, точнее, новгородской журналистики. Еженедельник «Новая новгородская газета» и персонально Сергей Брутман занимают существенное место в региональном медиаполе, а жанровые поиски и находки ведущего автора авторитетного издания, наверное, не прошли незамеченными для читателя. Ощущение, что в газете можно найти лучшее из журналистского опыта советской прессы, в частности, высокий уровень языкового мастерства, и при этом она оказывается в русле тенденций постсоветской журналистики, важно для ее восприятия читателями.

В плане исследования жанров медиасферы приведенные результаты позволяют сделать вывод о том, что рассматривать их следует в нескольких плоскостях – конкретного текста и его жанровых рамок, в качестве которых могут выступать рубрики, подкасты, а также тип издания, его стилистические установки. Как показывает материал, при таком подходе можно получить нетривиальные и при этом реалистические представления о жанрах медиасферы.

Наконец, важен вывод о взаимодействии медиажанров как динамической системы с жанрами иных сфер, в том числе научной и художественной. Так, научный жанр словаря вдруг оказывается востребованным журналистами для преподнесения

самой разной информации. Как отмечено исследователями, этой жанровой формой интересуются и писатели – от Густава Флобера до Милорада Павича [Зайковская, 2009, с. 115]. Вряд ли этот сюжет жанровых взаимодействий завершен, наблюдения над жизнью жанров, надо думать, принесут новую информацию о его развитии, а каждый такой эпизод требует тщательного анализа. Такого рода попытка и представлена в настоящей работе.

Литература

- Брутман, С. (2006). *Завет Жареного Поросёнка*. Великий Новгород: Виконт.
- Брутман, С. (2010). *Писатель про заек*. Великий Новгород: Виконт.
- Глазкова, Е. А. (2016). Гибридные жанры кино- и видеозэссе в современном экранном пространстве: история, особенности и перспективы. *Университетский научный журнал*, 2, 234–243.
- Даль, В. И. (1989). *Толковый словарь живого великорусского языка*. Т. 1–4. Москва: Русский язык.
- Зайковская, И. А. (2009). К вопросу о текстообразующем потенциале словарной формы. *Слово. Словарь. Словесность: (к 225-летию основания Академии Российской): Материалы Всерос. науч. конф.* (с. 114–117). Санкт-Петербург: Сага.
- Зайковская, И. А. (2011). *Ассоциативно-семантический потенциал и текстовые реализации лексической парадигмы «словарь»*: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Санкт-Петербург.
- Кайда, Л. Г. (2008). *Эссе: Стилистический портрет*. Москва: Флинта: Наука.
- Караулов, Ю. Н. (1987). *Русский язык и языковая личность*. Москва: Наука.
- Мансурова, В. Д. (2014). «Личностное знание» журналиста в проекции его рациональной субъективности. *Вестник Томского государственного университета. Филология*, 5 (31), 153–161.
- Маркова, С. С. (2015). Языковые проявления гибридизации жанра современной публичной речи. *Вестник Северного (Арктического) федерального университета. Серия: гуманитарные и социальные науки*, 6, 131–137.
- Нестерова, Т. В. (2022). Гибридные жанры в игровой интернет-коммуникации (поздравительный дискурс) *Жанры речи*, 1(33), 43–57. DOI: 10.18500/2311-0740-2022-17-1-33-43-57
- Новиков, В. И. (2012). Эссе как жанровая доминанта новой литературной журналистики. *Медиаскоп* 2, 1. Электронный ресурс https://www.elibrary.ru/download/elibrary_18047435_93517739.pdf
- Озтюрк, Л. И. (2013). Словарное дело в России как отражение общественной жизни: прошлое и современность. *Балтийский гуманитарный журнал*, 4(5), 102–104.
- Солдаткина, Я. В. (2015). История постсоветской отечественной журналистики: «антропоцентрический подход». *Вестник Российского университета Дружбы народов. Серия: литературоведение. журналистика*, 4, 119–126.
- Шмелева, Т. В. (2011). Сергей Брутман: «В области сердца». *Мысль. Текст. Стиль: сборник статей, посвященный юбилею докт. филол. наук, проф. К.А. Роговой* (с. 220–229). Санкт-Петербург: Изд. СПбГУ.

References

- Brutman, S. (2006). *The Testament of the Roast Piglet*. Veliky Novgorod: Vikont. (In Russian).
- Brutman, S. (2010). *Bunny Writer*. Veliky Novgorod: Vikont. (In Russian).
- Dal, V. I. (1989). *Explanatory dictionary of the living Great Russian language*. Vol. 1-4. Moscow, Russian language Publ. (In Russian).
- Glazkova, E. A. (2016). Hybrid genres of film and video essays in the modern screen space: history, features and prospects. *Humanities and Science University Journal*, 2, 234–243. (In Russian).
- Guérin O. (2019). The novelette instant and the historicity of the genre of the novelette. *Rue Saint-Ambroise. The review of contemporary novelette*. Retrieved from: https://www.researchgate.net/publication/337274262_La_nouvelle_instant_et_l'historicite_du_genre_de_la_nouvelle
- Kaida, L. G. (2008). *Essay: A stylistic portrait*. Moscow, Flinta, Science Publ. (In Russian).
- Karaulov, Yu. N. (1987). *Russian language and linguistic personality*. Moscow, Science Publ. (In Russian).
- Mansurova, V. D. (2014). "Personal knowledge" of a journalist in the projection of his rational subjectivity. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Filologiya [Tomsk State University Journal of Philology]*, 5(31), 153–161. (In Russian).
- Markova, S. S. (2015) Linguistic manifestations of the hybridization of the genre of modern public speech. *Vestnik Severnogo (Arkticheskogo) federal'nogo universiteta. Seriya: gumanitarnyye i sotsial'nyye nauki [Vestnik of Northern (Arctic) Federal University. Series "Humanitarian and Social Sciences"]*, 6, 131–137. (In Russian).
- Nesterova, T. V. (2022). Hybrid genres in gaming Internet communication (congratulatory discourse). *Speech Genres*, 1(33), 43–57. (In Russian). DOI: 10.18500/2311-0740-2022-17-1-33-43-57
- Novikov, V. I. (2012). Essay as a genre dominant of new literary journalism. *Mediascope*, 2, 1. (In Russian). Retrieved from: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_18047435_93517739.pdf
- Ozturk, L. I. (2013). Vocabulary in Russia as a Reflection of Public Life: Past and Present. *Baltiyskiy gumanitarnyy zhurnal [Baltic Humanitarian Journal]*, 4(5), 102–104.
- Shchipicina, L. Yu. (2015). Forms of manifestation of the hybridity of the social network genre. *Aktual'nyye problemy sovremennogo yazykoznaniya i grammatiki. Materialy Vserossiyskoy nauchno-prakticheskoy konferentsii, posvyashchennoy 85-letiyu Viktora Yakovlevicha Myrkina [Actual Problems of Modern Linguistics and Grammar. Materials of the All-Russian Scientific and Practical Conference Dedicated to the 85th Anniversary of Viktor Yakovlevich Myrkin]* (pp. 21–29). Archangelsk: KIRA. (In Russian).
- Shmeleva, T. V. (2011). Sergei Brutman: "In the region of the heart". *Mysl'. Tekst. Stil': sbornik statey, posvyashchenny yubileyu dokt. filol. nauk, prof. K.A. Rogovoy [Thought. Text*

Шмелева, Т. В. (2015). Портреты журналистов. Сергей Брутман. *Новгородское медиаполе: опыты лингвистических исследований: коллективная монография* (с. 71–80). Великий Новгород: НовГУ.

Шмелева, Т. В. (2018). «Уплотнение жанров» как тенденция медиасферы. *Жанры речи*, 4, 270–276. DOI: 10.18500/2311-0740-2018-4-20-270-276

Щипицина, Л. Ю. (2015). Формы проявления гибридности жанра социальной сети. *Актуальные проблемы современного языкознания и грамматики. Материалы Всероссийской научно-практической конференции, посвященной 85-летию Виктора Яковлевича Мыркина* (с. 21–29). Архангельск: КИРА

Guérin, O. (2019). La nouvelle-instant et l'historicité du genre de la nouvelle. *Rue Saint-Ambroise. La revue de la nouvelle contemporaine*. Retrieved from: https://www.researchgate.net/publication/337274262_La_nouvelle-instant_et_l'historicite_du_genre_de_la_nouvelle

Style. Collection of Articles Dedicated to Professor K.A. Rogova (pp. 220–229). St.-Peterburg: SPbSU Publ.. (In Russian).

Shmeleva, T. V. (2015). Portraits of journalists. Sergey Brutman. *Novgorodskoye mediapole: opyty lingvisticheskikh issledovaniy: kollektivnaya monografiya [Novgorod Media Field: Linguistic Research Experiences: collective monograph]* (pp. 71–80). Veliky Novgorod: NovSU. (In Russian).

Shmeleva, T. V. (2018). "Condensation of genres" as a trend in the media sphere. *Speech Genres*, 4, 270-276. (In Russian). DOI: 10.18500/2311-0740-2018-4-20-270-276

Soldatkina, Ya. V. (2015). History of post-Soviet domestic journalism: "anthropocentric approach". *Vestnik Rossiyskogo universiteta Druzhby narodov. Seriya: literaturovedeniye. Zhurnalistika*, 4, 119–126. (In Russian).

Zaikovskaya, I. A. (2009). On the question of the text-forming potential of the dictionary form. *Slovo. Slovar'. Slovesnost': (k 225-letiyu osnovaniya Akademii Rossiyskoy): Materialy vseros. nauch. konf. [Word. Dictionary. Literature: (to the 225th Anniversary of the Founding of the Russian Academy): Materials of the All-Russian Scientific Conference]* (pp. 114–117). St. Petersburg: Saga Publ.. (In Russian).

Zaikovskaya, I. A. (2011). *Associative-semantic potential and textual implementations of the lexical paradigm "dictionary"*: PhD thesis. St. Petersburg. (In Russian).

Для цитирования статьи:

Шмелева, Т. В. (2022). Словарное дело Брутмана. *VERBA. Северо-Западный лингвистический журнал*, 2(4), 47–59. DOI: 10.34680/VERBA-2022-2(4)-47-59

For citation:

Shmeleva, T. V. (2022). Brutman's vocabulary. *VERBA. North-West linguistic journal*, 2(4), 47–59. (In Russian). DOI: 10.34680/VERBA-2022-2(4)-47-59

Молодые голоса / Young voices

Научно-популярные жанры в медиасфере

Д. В. Ильина

Speech genre of popular science article in media

D. V. Iliina

Дарья Владимировна Ильина – ассистент; Новосибирский государственный университет, Новосибирск, Российская Федерация

E-mail: dviljina@gmail.com

Статья поступила: 15.09.2022. Принята к печати: 20.11.2022.

В статье охарактеризованы жанровые особенности научно-популярной статьи в связи со сложной природой ее функционирования. В лингвистической литературе существуют разные точки зрения на степень стилистической и жанровой самостоятельности научно-популярной литературы, в связи с чем нами проведено сопоставление научно-популярной статьи с жанрами смежных сфер общения: научной, учебной и общественно-политической. В качестве инструмента для сопоставления использована анкета речевого жанра Т. В. Шмелевой. Установлено, что ряд жанровых признаков научно-популярной статьи обусловлен производностью научно-популярной сферы общения от научной: информирующая цель, образ автора-ученого, научное содержание и требование к точности и логичности изложения. Другие признаки научно-популярной статьи задаются ее функционированием в массовой и интернет-коммуникации: образ адресата-неспециалиста, образ автора-журналиста (также неспециалиста), необязательность коммуникативного будущего и коммуникативных обязательств читателя и (вследствие этого) цель привлечения и удержания внимания адресата. Комплекс указанных признаков формирует жанровую специфику и собственную коммуникативную цель научно-популярной статьи – пробуждение и поддержание интереса читателя к науке и убеждение в корректности научного представления о мире. Это, в свою очередь, заставляет авторов искать новые приемы для привлечения и удержания внимания читателя. Анализ текстов данного жанра и их сопоставление с жанрами других сфер общения показал, что указанные признаки проявляются в текстах статей по-разному. Обнаружена взаимозависимость между, с одной стороны, профессиональной принадлежностью автора и характером (сложностью) содержания и, с другой стороны, выраженностью черт той или иной сферы общения.

Ключевые слова: научно-популярная статья, речевой жанр, коммуникативная цель, образ автора, образ адресата

УДК 070:004.9

Daria V. Iliina – assistant; Novosibirsk State University, Novosibirsk, Russian Federation

ORCID 0000-0001-6191-5632

Received: 15/09/2022. Accepted for publication: 20/11/2022.

The article characterizes the genre of popular science article. Researchers in the field of linguistic studies discuss on how different from other genres the popular science article is. Due to this ambiguity, the author has decided to compare this genre with genres of the adjacent spheres of communication: academic, educational and general interest media. T. V. Shmeleva's "questionnaire" of speech genre served as a main research tool. Several genre peculiarities appear to come after academic sphere of communication: the informative purpose, the image of the author (specifically author-"scientist"), the type of content (specifically scientific content), and the precision and consistency of language requirements. The use in mass media and the Internet determines other features of popular science article: the image of inexpert addressee, the image of the author-journalist (nonexpert as well), unrequired communicative future (expectations about reaction), and, due to that, the purpose of engaging and keeping the reader's interest. All the genre peculiarities listed above make the particular nature of popular science article, as well as its own communicative goal – raising and maintaining the addressees' interest to science and convince them in the scientific worldview. This goal, in its turn, makes authors to seek for new techniques to attract the reader's attention. The analysis of popular science articles and its comparison with other genres from different spheres of communication has showed that the genre peculiarities appear in texts in many ways. A correlation exists between, on the one side, the author's professional occupation and the complexity of content, and, on the other side, prevailing features of different spheres of communication.

Keywords: popular science article, speech genre, communicative goal, image of the author, image of the addressee

OECD: 5.08.EU

V

Постановка проблемы. Неоднозначность современного статуса речевого жанра научно-популярной статьи (далее – НПС) обусловлена его сложной природой и функционированием. Во-первых, имеется противоречие между строгостью научного содержания и массовостью аудитории в медиасфере, под которой мы понимаем совокупность сегментов медиаиндустрии: печатных СМИ, телевидения, радиовещания, и сети «Интернет» [Буряк, 2014, с. 201], однако применительно к НПС можно говорить только о первом и последнем сегменте: адресат разнороден в плане интеллектуальной подготовленности и мотивации к коммуникации [Воронцова, 2013, с. 26; 2014, с. 39]. Во-вторых, попадание НПС за пределы специализированных изданий (научно-популярных журналов, прежде всего печатных) в интернет (особенно в социальные сети и блоги), где научно-популярные тексты соседствуют с сугубо развлекательными, рекламными и даже псевдонаучными и др., сделала аудиторию еще более разнообразной и в некоторой степени обесценило научное содержание, сняв с него статус источника истины (о «демократизации» и обесценивании знания в сетевой цифровой коммуникации см. [Kim, 2016, p. 1589–1591]). Последнее актуализирует воздействующую функцию НПС: задачей автора становится не только рассказать читателю о положении вещей, но и убедить его в истинности этого знания и/или привлечь интерес адресата к теме.

Цель настоящей статьи – определить специфику НПС с помощью ее сопоставления с РЖ смежных сфер общения: научной, образовательной, общественно-политической и сферы досуга – по жанрообразующим элементам.

История вопроса. Вопрос о самостоятельности стиля научно-популярной литературы обсуждается в стилистике, дискурсивных исследованиях и решается по-разному. В результате обзора литературы выявлены три точки зрения на стилевую природу научно-популярных текстов.

Согласно первой из них, стиль научно-популярной литературы является разновидностью (подстилем) научного стиля [Будагов, 1967; Сенкевич, 1984; Чернявская, 2006] и др.; научно-популярный дискурс представляется исключительно результатом трансформации научного дискурса с ориентацией на адресата-неспециалиста со слабой коммуникативной мотивацией (например, [Рянская, & Шевченко, 2021, с. 38]).

Вторая точка зрения сводится к тому, что язык научно-популярных текстов образует самостоятельный стиль [Сердобинцев, 1976; Лазаревич, 1984] и др..

Согласно третьей точке зрения, научно-популярные тексты представляют собой «межстилевое образование» [Троянская, 1984, с. 21]; «гибридные» [Воронцова, 2014, с. 41], при этом термин «гибридный жанр» употребляется в значении 'имеющий черты разных жанров', а не в значении 'игровое смешение несовместимых жанров' (например, поздравление в шуточной форме юридического документа); «синкретические», или «пограничные» жанры [Гришечкина, 2010, с. 130], которым присущи признаки научного, художественного, газетно-публицистического и разговорного стилей.

В связи с этим в настоящей работе описываются жанровые особенности научно-популярной статьи в их отношении к жанрам, представляющим указанные функциональные стили русского литературного языка, и, соответственно, к сферам общения, в которых реализуются данные стили: научной, общественно-публицистической, или медийной, и сфере досуга.

НПС – речевой жанр (далее – РЖ), который не предъявляет строгих требований к композиционно-содержательной структуре текста [Казакова, Головачева, Фрик, 2017, с. 168] и частично соотносится с научными жанрами – статьей, лекцией, коротким сообщением. Л.Е. Кройчик и Е.Е. Макарова также проводят параллели между НПС и медиажанрами – информационными (репортаж, заметка, интервью), аналитическими (статья, обзор), художественно-публицистическими (очерк, эссе) [Кройчик, 2000, с. 126; Макарова, 2013, с. 19].

Методы и материал. Для выявления «производных» и специфических жанрообразующих признаков НПС проанализированы 50 научно-популярных интернет-текстов лингвистической тематики 2011–2017 гг.

В качестве инструмента анализа НПС использовалась анкета речевого жанра Т.В. Шмелевой, включающая семь параметров описания: коммуникативная цель, образ автора, образ адресата, тип диктумного содержания, коммуникативное прошлое, коммуникативное будущее и языковые средства выражения [Шмелева, 1997].

При классификации материала по профессиональной принадлежности авторов использованы методы диагностической автороведческой экспертизы: семантический анализ текста с выявлением описаний исследовательского процесса, оценочной лексики и других проявлений восприятия и мышления; семантико-синтаксический анализ модусного компонента высказываний для выявления субъектов речи и оценки.

При сопоставлении НПС с жанрами других сфер общения применены методы прагматического и композиционного анализа текста (для определения его задач), морфологического и синтаксического анализа (как правило, для выявления характеристик модусного компонента семантики высказывания).

Анализ материала. По одному из параметров анкеты речевого жанра – образу автора – среди НПС выделяются статьи, написанные учеными, и статьи, написанные журналистами. Среди 50 проанализированных НПС лингвистической тематики оказалось 17 статей ученых или журналистов, имеющих филологическое образование, и 33 статьи журналистов, не имеющих такового. Различие в профессиональной принадлежности авторов влечет за собой различия в «образе автора» НПС: ученый является носителем научной картины мира, фрагмент которой описывается в статье, а для журналиста этот фрагмент является только частично присвоенным. Вследствие этого доверие к содержанию НПС ученого должно быть выше, чем к содержанию НПС журналиста.

В общем виде анкету речевого жанра научно-популярной статьи можно представить следующим образом.

Коммуникативная цель НПС двойственная: с одной стороны, информирующая (сообщить научное знание неспециалисту), с другой стороны, убеждающая (доказать адресату, что это знание истинно и/или интересно).

Образ автора варьирует от ученого, специалиста в исследуемой области, до журналиста. По способу передачи научных знаний статьи журналисты разделяются на две категории. Некоторые тексты представляют собой структурно самостоятельные произведения, то есть автор осваивает научное содержание и излагает его в том порядке и тем способом, которые кажутся ему наиболее понятными и интересными читателю. Таких авторов мы называем журналистами-инициаторами. Другие журналисты предпочитают не брать на себя ответственность за переработку научного содержания, поэтому пересказывают или дословно цитируют слова ученых, сопровождая их маркерами чужого мнения в модусном компоненте высказывания. Таких автором мы назвали журналистами-трансляторами.

Образ адресата характеризуется «наивным» (в терминологии В.Б. Касевича) представлением о мире, приблизительным и/или некорректным. Исследователи научно-популярного дискурса дифференцируют аудиторию НПС: важными параметрами являются исходные знания читателей об объекте описания и активность в поиске информации, то есть интеллектуальные и мотивационные характеристики адресата; также на язык текстов влияет возраст адресата [Воронцова, 2013, с. 26; 2014, с. 39; Макарова, 2013, с. 12, 20].

Диктумное содержание НПС представляет собой фрагмент научной картины мира, при этом тематические границы могут совпадать с границами научных текстов. Так, содержание статьи [Малоян, 2014] не выходит за пределы содержания научной статьи, послужившей поводом для ее написания. Возможны и заметные отличия, так, статья [Левонтина, 2014] посвящена характеристике Национального корпуса русского языка и его применению в жизни его носителя.

Коммуникативное прошлое НПС представлено научными текстами, которые послужили источником содержания для статьи, либо статья представляет собой инициативный текст.

Коммуникативное будущее НПС необязательно, поскольку сама коммуникация является для адресата добровольной. Некоторые сайты, впрочем, предоставляют возможность для комментирования статей.

Среди особенностей языкового выражения исследователи выделяют преимущественное использование общеупотребительной лексики, метатекстовых средств, текстовых скреп для обеспечения логической стройности изложения, использование средств выразительности (отдельное внимание уделяется метафоре), средств выражения различных аргументов для придания тексту убедительности (в частности, указаний на субъектов мнения, знания и наблюдения) [Гришечкина, 2010, с. 135; Маргания, 2011, с. 19–21; Баранова, 2012, с. 120–121; Ким, Ильина, 2019] и др.. Отмечается, что функционирование научно-популярных текстов в интернете повлекло за собой упрощение аргументации [Шапиро, 2018], появление гипертекстуальности и расширение диалогических средств [Жохов, 2020].

При постановке вопроса о «гибридном характере» НПС обнаружилась более сложная картина. Выявлены разновидности НПС, по ряду признаков соотносимые с жанрами научной, образовательной, общественно-политической сферы и сферы досуга. Такое разнообразие связано с обстоятельствами, указанными выше: во-первых, «наследуемостью» тематики из научной сферы; во-вторых, дифференциацией

авторов по профессиональной принадлежности и вследствие этого по сферам общения, в рамках которых им привычно иметь дело с научными объектами; в-третьих, большой вариативностью социальных и профессиональных характеристик читателей.

НПС, соответствующие жанрам научной и учебной литературы, как правило, написаны учеными. Это объясняется тем, что для них обсуждение научного содержания происходит, как правило, в этих жанрах. Новостные статьи и репортажи, наоборот, написаны журналистами. НПС, не имеющие аналогов в других сферах, написаны, как правило, учеными и журналистами-инициаторами, но не трансляторами.

Обсудим каждую из разновидностей НПС.

Среди разновидностей НПС, сопоставимых с жанрами научной литературы, обнаружены «эмпирическая статья», «обзорная статья», «дискуссионная статья» и «рецензия на статью» (названия указаны в кавычках, поскольку речь идет о научно-популярных жанрах, только имеющих сходство с оригинальными научными жанрами; в рамках настоящей статьи мы не берем в расчет метаданные как обязательные составляющие речевого жанра современной научной статьи). Указанное сходство заключается в информирующей коммуникативной цели текста, в характеристиках образа автора (ученый, специалист в обсуждаемой области), в его большей осведомленности по сравнению с адресатом [Архипова, Казакова, 2013], в выборе тематических рамок диктумного содержания и во взаимодействии с коммуникативным прошлым. Так, в эмпирической статье требуется обзор предшествующих работ по теме и выдвижение собственного, нового для науки содержания. В исследованных НПС также имеются свидетельства связи описываемого исследования с предшествующими:

– ссылки на предшествующие работы как на достоверный источник информации, например, *согласно словарю Владимира Даля...* [Титов, 2015]; *у нас есть данные о системе цветоименования для 189 языков семьи пама-ньюнга, полученные из базы австралийских языков Чирила (Chirila database) 'мы считаем эти данные достоверными'* [Все слова радуги, 2016].

– прямая полемика, выражаемая показателями несогласия с чужим мнением: *якобы [чужая точка зрения], но в действительности, звучит вроде бы правдоподобно, если бы не... и др.*; оценочными средствами, например *фантастическое [объяснение], далекую от действительности [гипотезу]* [Там же];

– дополнение данных предшествующих исследований: ***В целом*** *полученные нами результаты **согласуются** с идеями Берлина и Кэя ... **Но мы также** показали, что...* [Все слова];

В изложении результатов собственного исследования научную и научно-популярную статью сближают следующие черты:

– «результаты, в силу необходимости быть кратким, предъявлены выборочно или обобщенно» [Бузальская, 2021, с. 91], при этом если объем статьи ограничивается требованиями журнала, то лаконичность НПС – это еще и условие реализации контактоустанавливающей функции, удержания читательского интереса;

– наличие иллюстративного материала, при этом НПС, в отличие от научной статьи, допускает отсутствие указаний на критерии его отбора, репрезентативность выборки и пр., главным образом для сохранения развлекательного характера текста;

– использование форм 1-го л., причем в НПС больше вероятность употребление форм ед. ч.: например, *Нам с **моей** коллегой Ханной Хэйни...* [Все слова].

Обзорная статья требует полной и более тщательной проработки литературы (коммуникативное прошлое) для дальнейшего обобщения и концептуализации, но не требует изложения собственных исследований. В «обзорной» НПС (таких обнаружилось две), однако, эти правила могут не соблюдаться. Так, если содержание статьи [Бурас, & Кронгауз, 2011] в целом соответствует научному канону (излагается история развития теории, проводится обобщение, излагается современное положение вещей), то в статье [Кибрик, 2014], несмотря на наличие рассуждений о границах объекта лингвистики (например, *будущее лингвистики состоит в том, чтобы совместно со смежными науками, которые изучают человека и его поведение, такими как психология, социология и некоторые другие, рассматривать человека и его сущность как нечто единое*), приводятся ход и результаты эксперимента, проведенного, судя по употребленному местоимению 1-го л. мн. ч., коллективом, включавшим автора статьи: *Как **мы** ожидали, и просодические, и визуальные компоненты далеко не пренебрежимы.*

Дискуссионная статья в научной сфере общения содержит постановку проблемы, которая требует дальнейшей разработки (коммуникативное будущее). Среди исследованных НПС обнаружилось три текста с аналогичной задачей, однако, как такового коммуникативного будущего здесь уже не предполагается, поскольку конечный эффект статьи заключается в понимании адресатом сложности описанных явлений и, возможно, в изменении его поведения, но не в продолжении коммуникации.

Рецензия на статью представляет собой экспертную оценку чужой опубликованной статьи (оценочный жанр). В научной сфере общения она выполняет функцию верификации результатов, полученных в коммуникативном прошлом, а также распространения сведений о достойном либо недобросовестном исследовании (формирования научной репутации автора рецензируемой статьи). В научно-популярной сфере цель аналогичных статей иная – рассказать читателю об интересном исследовании и разъяснить его смысл.

Нам встретились только одна статья, содержащая изложение чужого эксперимента, его оценку и рассуждения [Бурлак, 2015]. Композиционно она состоит из трех частей: пересказ эксперимента и его результатов, введение этого исследования в научный контекст и обсуждение перспектив его развития. Эти элементы соответствуют событийному содержанию научной рецензии. Следует отметить маркеры взаимодействия с коммуникативным прошлым – согласия автора с исследователями, проводившими эксперимент, их одобрения и несогласия, полемики. К первым относится оценочная лексика: *интересный [эксперимент], [идея] не нова 'ее правомерность обоснована традицией', вполне закономерно [делают вывод], вполне справедливый [вывод]*. Вторые маркеры представляют собой показатели сомнения: *единственно, **не очень понятно** [насколько современный*

человек – со своими знаниями, умениями и когнитивными привычками – может служить адекватной моделью человека другого вида] (не очень понятно = '(возможно,) некорректно, что') – и показатели противопоставления мнений: Авторы обсуждаемого исследования имплицитно исходят из убеждения, что язык – это абсолютно целостная вещь, которая либо есть, либо нет. <...> Исследователи вполне закономерно делают вывод, что со словами ('с полностью сформированным языком') получается лучше. <...> Но это не означает, что у хабилисов уже был настоящий ('полностью сформированный') язык...

Ряд статей можно сопоставить с разделом учебника (три текста). Для диктумного содержания учебной литературы характерно более или менее полное описание фрагмента мира, ограниченного объектом изучения науки (но допустима невысокая степень детализации). Образ адресата и коммуникативное (либо событийное) будущее может эксплицироваться в виде перечня заданий или упражнений для того, чтобы адресат научился совершать практические действия культурно приемлемым образом (в соответствии с достижениями современной науки и/или нуждами производства, в котором используются данные умения). В оценке образа адресата учебные жанры имеют большее сходство с НПС, чем научные, поскольку, в отличие от научных, и в учебных, и в научно-популярных жанрах типичный адресат не является компетентным специалистом.

Для НПС соответствующей разновидности характерно употребление пропозиций существования (при описании объекта, например: *Случается и так, что понятие существует, а жест для него еще не придуман* [Исламова, 2016]) и событийных пропозиций (при изложении истории исследования объекта или динамических процессов, например: *В жестовом языке Стоуки обнаружил целый лингвистический мир, исключительный и необычный* [Там же]; *Например, в IX веке выходцы из Норвегии заселили Исландию. Язык у тех, кто поселился на острове, изменялся иначе, чем у тех, кто остался на континенте...* [Пиперски, 2015]).

В отличие от учебных текстов, научно-популярная коммуникация не является обязательной для адресата, поэтому некоторые характерные для учебных текстов элементы, встреченные в НПС, оказались для нас неожиданными. Во-первых, в статье [Пиперски, 2015] автор последовательно дает читателю несколько лингвистических задач по реконструкции древнего языка (*Попробуйте теперь ответить на вопрос: как на современном немецком языке выглядит слово «вошь», если по-древневерхненемецки оно выглядело как lūs?; А пока вы пробуете образовать немецкое слово «вши», которое по-древневерхненемецки звучало как lūsi...*). В учебной литературе эффект этого действия заключается в освоении адресатом метода работы; в НПС же таким образом реализуется информирующая функция текста (разъяснение сущности методики) и функция привлечения внимания (побуждение читателя к активному взаимодействию с текстом). Во-вторых, в статье [Исаев, 2016] приводятся списки диалектных черт северного и южного наречия (448 слов), причем они излагаются в лингвистических терминах, некоторые из которых даются без определений (например, *фрикативный звук, продуктивная схема склонения, стяжение гласных*). Это противоречит требованию доступности научно-популярного текста и цели поддержания внимания (данный фрагмент может показаться слишком

сложным и скучным). Представляется, что причина введения этого фрагмента заключается в завышенных ожиданиях автора от адресата в плане интеллектуальной подготовленности и мотивации к освоению новых знаний.

Разновидности НПС, соотносимые с жанрами медиадискурса, включают «новость» (сообщение об актуальном событии в мире науки) и «репортаж» (то же, но автор помещен непосредственно в месте и времени события). Такие статьи чаще пишутся журналистами-трансляторами, реже – журналистами-инициаторами.

Из признаков, объединяющих новость и соответствующую разновидность НПС, можно выделить эксплицитность авторства (частотны указания на субъектов речи) и организацию содержания по одной из трех структурных моделей: «перевернутой пирамиды», «песочных часов» и «мультимедийной истории» [Моисеенко, 2022, с. 66]. Исследуемые НПС организованы преимущественно по первой модели: в начале текста сообщается ключевая информация, а затем она излагается более детально. В жанре новостного сообщения ключевая информация содержит ответы на следующие вопросы: «Что произошло?», «Когда?», «При каких обстоятельствах?», «Кто является действующими лицами?» [Там же, с. 68]. Поскольку диктумная часть НПС данной разновидности связана преимущественно с содержанием научных открытий, состав информации в первых предложениях текста другой: как правило, это содержание научного открытия и ссылка на источник информации – субъекта речи. Содержание научного открытия чаще всего выражается логической пропозицией (например, *все языки имеют общие корни* [Лингвисты, 2016]), либо пропозицией существования, если учеными обнаружен закон или тенденция (например, *В языке существуют универсальные иерархии слогов по их встречаемости (предпочтительности)* [Кондратенко, 2015]).

Для НПС, соотносимых с жанром новости, характерно частотное использование показателей чужого мнения, что связано, вероятно, с дистанцированием автора от субъекта научного знания. Такое дистанцирование может быть вызвано нежеланием журналиста брать на себя ответственность за возможные искажения научного содержания при пересказе либо стремлением сократить дистанцию с адресатом. К средствам языкового выражения чужого мнения относятся указания на субъекта пропозициональной установки (чаще всего речи или интеллектуального действия) в изъяснительных предложениях (например, *Лингвисты пришли к выводу, что сходства в семантической структуре говорят об общих корнях речи у всего человечества* [Лингвисты, 2016]) или в отдельном постпозитивном высказывании (например, *[До конца XXI века может исчезнуть половина языков.] Об этом свидетельствуют данные ЮНЕСКО* [Фадеева, 2015]); указания на автора слов, процитированных в прямой речи (например, *«Со «сложностью» русского языка вышла какая-то неточность. – говорит Владимир Бочкарев* [Кондратенко, 2015]); реже – ссылки на научный источник (например, *Так, стимуляция моторных областей, отвечающих за работу губных мышц, улучшала распознавание губных согласных, а стимуляция областей, отвечающих за функционирование мышц языка, – распознавание переднеязычных согласных* (A. D'Ausilio et al., 2009. *The motor somatotopy of speech perception*) [Там же]).

Представляется, что «новостные» НПС в большей мере тяготеют к чисто информативным РЖ, поскольку их главное назначение – держать читателя в курсе основных достижений современной науки.

Особую межстилевую разновидность НПС представляют собой статьи в формате так называемого «листикла» (list+article), который, кроме научно-популярной сферы общения, реализуется также в сфере досуга [Топ-10, 2020] и в бытовой сфере [Лучшие, 2021]. В нем материал структурируется с помощью списка, каждый из элементов которого снабжается небольшим объемом информации. Это помогает достичь эффекта выразительности и привлечения внимания [Дементьев, 2021, с. 227]. Среди этих статей встречаются так называемые «интернет-рейтинги», в которых представлены и ранжированы элементы с самым сильным проявлением признака [Там же]. Так, в статье [Кулапов, 2016] встречаются указания на проявление признака в максимальной степени (три конструкции с этим значением, а также одно выражение *один из самых*, подразумевающее наличие множества элементов с наиболее сильным проявлением признака, на 395 слов текста), лексемы и словосочетания с семантикой максимальной интенсивности признака и ситуативно ее заменяющие (в основном с семами 'редкий' и/или 'уникальный': *способные нас удивить, редко услышишь, трудно воспроизводимый на письме*), что соотносится с описанием жанра в [Дементьев, 2021, с. 229]. Частотна и оценочная лексика: *(весьма) необычные, куда разнообразнее, любопытный, интересно, удивительный, значительном*.

В других НПС-«листиклах» нет представления «главных» элементов множества и их ранжирования (например, [Майборода, 2013]).

Использование этого жанра свидетельствует о преобладании цели привлечения и удержания внимания читателя: подача информации краткими фрагментами и рубрикация соответствуют требованиям доступности и выразительности. Кроме того, произвольность в выборе материала дает автору возможность не включать в текст сложное и/или скучное содержание. Информационная цель, впрочем, все же реализуется: статьи расширяют представления читателя о языках, поскольку в них демонстрируются необычные для него языки и их особенности.

Среди НПС, не соотносимых с жанрами других сфер общения, обнаружен один устойчивый подтип – сообщение, посвященное одному языковому явлению или проблеме. От «эмпирической» НПС, аналогичной научной эмпирической статье, данную разновидность отличает то, что автор текста не является автором исследования. Такие статьи, как правило, не имеют строгой структуры, разнообразны по объему (рассмотренные нами статьи насчитывают от 501 до 3457 слов) и могут включать разнообразные элементы: нарративное изложение событий, связанных с изучаемым объектом или с историей изучения вопроса, обращения к адресату, описание научного объекта, аналитические рассуждения, пересказ чужих исследований, оценки событий и явлений. Это сближает такие статьи, с одной стороны, с короткими прозаическими художественными жанрами, в которых авторская идея может выражаться в различных и сложных формах, а с другой – с рекламными, в которых для привлечения внимания адресата требуется новизна, непохожесть на предшествующие тексты.

Кроме того, было обнаружено несколько текстов, построенных на композиционном или содержательном приеме, служащем средством привлечения внимания и интереса читателя: в них рассказывается от первого лица о задачах и проблемах, с которыми встречается исследователь [Иомдин, 2014], о лингвистическом инструменте и его пользе в жизни [Левонтина, 2015], дается подробный анализ проблемы с привлечением экспертных мнений [Вешняковская, 2014], описывается собственное непрофессиональное исследование [Фишман, 2016], предлагаются практические советы [Учимся, 2014]; приводится рассуждение о сущности языка с привлечением разнообразных знаний [Донских, 2016]. Для большинства указанных статей характерна эксплицированность и выразительность образа автора, реализованная в описании его действий, эмоций и ощущений, а также в характере его рассуждений.

Общее распределение разновидностей проанализированных нами НПС представлено в Таблице 1.

Таблица 1. Распределение разновидностей жанра НПС

Самостоятельность / соотнесенность НПС с другими РЖ		Кол-во НПС ученых	Кол-во НПС журналистов-инициаторов	Кол-во НПС журналистов-трансляторов	Всего	
Подобные научным публикациям	Эмпирической статье	2	–	–	2	8
	Обзорной статье	2	–	–	2	
	Дискуссионной статье	3	–	–	3	
	Рецензии на статью	1	–	–	1	
Подобные жанрам учебной литературы	Разделу учебника	3	–	–	3	
Подобные публикациям в общественно-политической сфере	Новости	–	4	12	17	20
	Репортажу	–	–	3	3	
Не специфичные для одной сферы общения	«Листикл» (нумерованный список фактов с лаконичными пояснениями)	1	2	2	5	
Оригинальные НПС	Сообщение о языковом явлении, проблеме или изучении одного вопроса	1	7	–	8	14
	<i>Другое</i>	3	3	–	6	

Выводы. Сложность РЖ научно-популярной статьи вызвана непростой природой его функционирования.

Производность научно-популярной сферы от научной обуславливает такие характеристики НПС, как информирующая цель, образ автора-ученого и научное содержание. Строгость этого содержания предъявляет требования к языку: например, к точности используемых слов и к наличию объяснений сложных явлений.

Функционирование НПС в массовой и интернет-коммуникации, аналогично тому, как это происходит в общественно-политической сфере и сфере досуга, определяет следующие признаки жанра. Во-первых, адресат характеризуется как неспециалист, «обыватель», не обладающий точными и проверенными знаниями о мире. Во-вторых, автор-журналист не является специалистом в обсуждаемой области, но способен в некоторой степени овладеть сложным содержанием или, как минимум, без сильных искажений пересказать его. В-третьих, коммуникативное будущее НПС, как правило, не предусмотрено, то есть адресат не обязан отреагировать на данный текст. В-четвертых, отсутствие у адресата коммуникативных обязательств требует привлечения и поддержания его внимания.

Эта комбинация научного содержания и функционирования в массовой и интернет-коммуникации создают жанровую специфику НПС с его собственной коммуникативной задачей – пробудить интерес читателя к научному содержанию и убедить его в правильности научной картины мира. Это не дает жанру приобрести строгие формы, заставляя авторов искать новые приемы для привлечения и удержания внимания читателей.

Источники

- Бурас, М., & Кронгауз, М. (2011). Жизнь и судьба гипотезы лингвистической относительности. *Элементы*, 8. Электронный ресурс https://elementy.ru/nauchno-populyarnaya_biblioteka/431410/Zhizn_i_sudba_gipotezy_lingvisticheskoy_otnositelnosti
- Бурлак, С. (2015). Коэволюция языка и изготовления орудий предками человека. *Постнаука*. Электронный ресурс <https://postnauka.ru/faq/40519>
- Вешняковская, Е. (2014). Читать 2.0: компьютеры учатся добывать из текста смысл. *Наука и жизнь*, 12. Электронный ресурс <https://www.nkj.ru/archive/articles/25308/>
- Все слова радуги (2016). *N+1*. Электронный ресурс <https://nplus1.ru/material/2016/11/28/languages-and-colours>
- Донских, О. (2016). «Язык – это ложь». Как и почему человечество научилось врать. *Земля. Хроники жизни*. Электронный ресурс <https://earth-chronicles.ru/news/2016-04-03-90758>
- Иомдин, Б. (2014). Как взаимодействуют язык бытовой и язык официальный? *Постнаука*. Электронный ресурс <https://postnauka.ru/faq/34828>
- Исаев, И. (2016). Диалекты русского языка. *Постнаука*. Электронный ресурс <https://postnauka.ru/faq/60031>
- Исламова, М. (2016). Понятно без слов. *N+1*. Электронный ресурс <https://nplus1.ru/material/2016/04/13/jesture>
- Кибрик, А. (2014). FAQ: Мультимодальная лингвистика. *Постнаука*. Электронный ресурс <https://postnauka.ru/faq/37543>
- Кондратенко, Ю. (2015). Язык предпочитает одни слоги другим не только из-за удобства произношения. *Элементы*. Электронный ресурс https://elementy.ru/novosti_nauki/432405/Yazyk_predpochit_aet_odni_slogi_drugim_ne_tolko_iz_za_udobstva_proiznoshe_niya/t25197/Lingvistika
- Кулапов, Н. (2016). Самые необычные звуки в языках мира. *National Geographic Россия*. Электронный ресурс <http://www.nat-geo.ru/planet/852268-samye-neobychnye-zvuki-v-yazykakh-mira/#full>
- Левонтина, И. (2014). Русский национальный. *Элементы*. Электронный ресурс https://elementy.ru/nauchno-populyarnaya_biblioteka/432329/Russkiy_natsionalnyy
- Лингвисты доказали, что все языки имеют общие корни (2016). *Дилетант*. Электронный ресурс https://diletant.media/news/27645048/?sphrase_id=3558661
- Лучшие блендеры для приготовления смузи: рейтинг 2022 года (2021). *Home Techno*. Электронный ресурс <https://home-tehno.ru/ratings/luchshie-blendery-dlya-smuzi/>
- Майборода, Н. (2013). Семь необычных европейских языков. *National Geographic Россия*. Электронный ресурс <https://www.liveinternet.ru/users/kolobok47/post293386484/>
- Малоян, В. (2014). Предки коренных народов России и американских индейцев говорили на одном языке. *Naked Science*. Электронный ресурс <https://naked-science.ru/article/sci/linguistic-phylogenies>

Sources

- Buras M., & Krongauz, M. (2011). Life and fate of the hypothesis of linguistic relativity. *Elements*, 8. Retrieved from https://elementy.ru/nauchno-populyarnaya_biblioteka/431410/Zhizn_i_sudba_gipotezy_lingvisticheskoy_otnositelnosti
- Burlak, S. (2015). Coevolution of language and tool making by human ancestors. *Post-science*. Retrieved from <https://postnauka.ru/faq/40519>
- Veshnyakovskaya, E. (2014). Read 2.0: Computers learn to extract meaning from text. *Science and Life*, 12. Retrieved from <https://www.nkj.ru/archive/articles/25308/>
- All words of the rainbow (2016). *N+1*. Retrieved from <https://nplus1.ru/material/2016/11/28/languages-and-colours>
- Donskikh, O. (2016). "Language is a lie." How and why mankind has learned to lie. *Zemlya. The Earth Chronicles of Life*. Retrieved from <https://earth-chronicles.ru/news/2016-04-03-90758>
- Yomdin, B. (2014). How do everyday language and official language interact? *Post-science*. Retrieved from <https://postnauka.ru/faq/34828>
- Isaev, I. (2016). Dialects of the Russian language. *Post-science*. Retrieved from <https://postnauka.ru/faq/60031>
- Islamova, M. (2016). Understandable without words. *N+1*. Retrieved from <https://nplus1.ru/material/2016/04/13/jesture>
- Kibrik, A. (2014). FAQ: Multimodal linguistics. *Post-science*. Retrieved from <https://postnauka.ru/faq/37543>
- Kondratenko, Yu. (2015). The language prefers some syllables to others not only because of the convenience of pronunciation. *Elements*. Retrieved from https://elementy.ru/novosti_nauki/432405/Yazyk_predpochit_aet_odni_slogi_drugim_ne_tolko_iz_za_udobstva_proiznoshe_niya/t25197/Lingvistika
- Kulapov, N. (2016). The most unusual sounds in the languages of the world. *National Geographic Russia*. Retrieved from <http://www.nat-geo.ru/planet/852268-samye-neobychnye-zvuki-v-yazykakh-mira/#full>
- Levontina, I. (2014). Russian national. *Elements*. Retrieved from https://elementy.ru/nauchno-populyarnaya_biblioteka/432329/Russkiy_natsionalnyy
- Linguists have proved that all languages have common roots (2016). *Diletant*. Retrieved from https://diletant.media/news/27645048/?sphrase_id=3558661
- Best smoothie blenders 2022 ranked (2021). *Home Techno*. Retrieved from <https://home-tehno.ru/ratings/luchshie-blendery-dlya-smuzi/>
- Mayboroda, N. (2013). Seven unusual European languages. *National Geographic Russia*. Retrieved from <https://www.liveinternet.ru/users/kolobok47/post293386484/>
- Maloyan, V. (2014). The ancestors of the indigenous peoples of Russia and the American Indians spoke the same language. *Naked Science*. Retrieved from <https://naked-science.ru/article/sci/linguistic-phylogenies>
- Pipersky, A. (2015). Introduction to Indo-European studies. *Post-science*. Retrieved from <https://postnauka.ru/longreads/48008>

Пиперски, А. (2015). Введение в индоевропеистику. *Постнаука*. Электронный ресурс <https://postnauka.ru/longreads/48008>

Титов, В. (2015). Где «валяются» кони? *Наука и жизнь*, 6. Электронный ресурс <https://www.nkj.ru/archive/articles/26452/>

Топ-10 лучших фильмов (2020). *Paramount Comedy*. Электронный ресурс <https://paramountcomedy.ru/blog/top-10-luchshikh-filmov/>

Учимся говорить красиво (2014). *Земля. Хроники жизни*. Электронный ресурс <https://earth-chronicles.ru/news/2014-04-08-63226>

Фадеева О. (2015). До конца XXI века может исчезнуть половина языков. *Naked Science*. Электронный ресурс <https://naked-science.ru/article/sci/do-kontsa-xxi-veka-mozhet-isch>

Фишман, Р. (2014). Реформы и войны меняют язык. *STRF*. Доступно по: http://www.strf.ru/material.aspx?CatalogId=222&d_no=90026 В настоящее время журнала, в котором была опубликована статья, не существует; доказательством ее существования в прошлом может служить ее упоминание в дайджесте прессы РАН за 11.11.2014–24.11.2014, Электронный ресурс <http://www.prometeus.nsc.ru/science/digest/2014-269.ssi>

Фишман, Р. (2016). Переводчики с «языков» животных: как поговорить с питомцем. *Популярная механика*. Электронный ресурс <https://www.techinsider.ru/science/287492-perevodchiki-s-yazykov-zhivotnykh-kak-pogovorit-s-pitomtsem/>

Литература

Архипова, Е. И., & Казакова, О. А. (2013). Жанровая специфика научной статьи по лингвистике (на материале русского языка). *Вестник науки Сибири. Серия Филология. Педагогика*, 1, 263–264.

Баранова, И. И. (1995). *Функциональные особенности научно-популярных текстов: На материале подъязыка физики*: дис. ... канд. филол. наук. Москва.

Бруев, А. А. (2021). Научно-популярный текст: аспекты коммуникации читателя и автора. *Библиография и книговедение*, 2, 81–89.

Будагов, Р. А. (1967). *Литературные языки и языковые стили*. Москва: Высшая школа.

Бузальская, Е. В. (2021). Научная статья: тенденции изменения модели. *Жанры речи*, 2, 90–100. DOI: 10.18500/2311-0740-2021-2-30-90-100

Буряк, М. А. (2014). Медиафера: концептуализация понятия. *Вестник СПбГУ. Серия 9*, 2, 200–212.

Вольф, М. Н. (2020). Риторическая аргументация в научно-популярном дискурсе: особенности и перспективы. *Вестник Санкт-Петербургского университета. Философия и конфликтология*. 3(36), 426–440. DOI: 10.21638/spbu17.2020.301

Воронцова, Т. А. (2014). Научно-популярный дискурс в современных российских СМИ (проблемы жанра и стиля). *Вестник Челябинского государственного университета: Филология. Искусствоведение*, 6(88), 38–42.

Titov, V. (2015). Where are the horses “lying”? *Science and Life*, 6. Retrieved from <https://www.nkj.ru/archive/articles/26452/>

Top 10 best movies (2020). *Paramount Comedy*. Retrieved from <https://paramountcomedy.ru/blog/top-10-luchshikh-filmov/>

Learning to speak beautifully (2014). *The Earth Chronicles of Life*. Retrieved from <https://earth-chronicles.ru/news/2014-04-08-63226>

Fadeeva O. (2015). Half of the languages may disappear before the end of the 21st century. *Naked Science*. Retrieved from <https://naked-science.ru/article/sci/do-kontsa-xxi-veka-mozhet-isch>

Fishman, R. (2014). Reforms and wars change language. *STRF*. Available at: http://www.strf.ru/material.aspx?CatalogId=222&d_no=90026 Currently, the journal in which the article was published does not exist; evidence of its existence in the past can be its mention in the RAS press digest for 11.11.2014–24.11.2014. Retrieved from <http://www.prometeus.nsc.ru/science/digest/2014-269.ssi>

Fishman, R. (2016). Translators from the "languages" of animals: how to talk with a pet. *Populyarnaya mekhanika*. Retrieved from <https://www.techinsider.ru/science/287492-perevodchiki-s-yazykov-zhivotnykh-kak-pogovorit-s-pitomtsem/>

References

Arkhipova, E. I., & Kazakova, O. A. (2013). Genre peculiarities of linguistic research article (a case study of russian language). *Vestnik nauki Sibiri. Seriya Filologiya. Pedagogika [Siberian Journal of Science. Philology. Pedagogy]*, 1, 263–264. (In Russian).

Baranova, I. I. (1995). *Functional peculiarities of popular science texts: case study of sub-language of physics*: PhD thesis. Moscow. (In Russian).

Bruev, A. A. (2021). Popular science text: aspects of communication of the reader and the author. *Bibliography and Bibliology*, 2, 81–89. (In Russian).

Budagov, R. A. (1967). *Literary languages and language styles*. Moscow: Vysshaya shkola. (In Russian).

Buryak, M. A. (2014). Mediasphere: conceptualisation of term. *Vestnik SPbGU. Ser. 9*, is. 2, 200–212. (In Russian).

Buzalskaia, E. V. (2021). Academic article: trends in model changes. *Speech Genres*, 2, 90–100. (In Russian). DOI: 10.18500/2311-0740-2021-2-30-90-100

Chernyavskaya, V. E. (2006). *Interpretation of academic text*. Moscow: URSS. (In Russian).

Demytyev, V. V. (2021). ‘n of the most...’: internet rating as a speech genre. *Speech Genres*, 3, 226–244. (In Russian). DOI: 10.18500/2311-0740-2021-3-31-226-244

Grishechkina, G. Yu. (2010). Popular-scientific linguistic text: aspects of research within functional stylistics. *Issues of Cognitive Linguistics*, 4, 30–136. (In Russian).

- Воронцова, Т. А. (2013). Стратегии и тактики презентации специальных знаний в научно-популярном дискурсе. *Вестник Челябинского государственного университета: Филология. Искусствоведение*, 37(86), 26–29.
- Гришечкина, Г. Ю. (2010). Научно-популярная лингвистическая литература: аспекты изучения в русле функциональной стилистики. *Вопросы когнитивной лингвистики*, 4, 130–136.
- Дементьев, В. В. (2021). 'n самых...': интернет-рейтинг как речевой жанр. *Жанры речи*, 3, 226–244. DOI: 10.18500/2311-0740-2021-3-31-226-244
- Жохов, С. Б. (2020). Научно-популярные издания в среде новых медиа. *Знак: проблемное поле медиаобразования*, 4, 142–150.
- Казакова, О. А., Головачева, Е. А., & Фрик, Т. Б. (2017). Жанры речи в аспекте перевода (на материале научных текстов). *Вестник Новосибирского государственного технического университета*, 2(7), 161–176. DOI: 10.15293/2226-3365.1702.11
- Ким, И. Е., & Ильина, Д. В. (2019). Языковое выражение аргументативной структуры «Ad populum» – «От эксперта» в тексте научно-популярной статьи. *Вестник НГУ. Серия: История, филология*, 9(18), 27–35. DOI: 10.25205/1818-7919-2019-18-9-27-35
- Кройчик, Л. Е. (2000). Система журналистских жанров. Корконосенко С. Г. (Ред.-сост.). *Основы творческой деятельности журналиста* (с. 125–168). Санкт-Петербург: Общество "Знание".
- Лазаревич, Э. А. (1984). *С веком наравне. Популяризация науки в России. Книга. Газета. Журнал*. Москва: Книга.
- Литке, М. В. (2021). Научно-популярная журналистика: критерии качества, творческие приемы. *Вопросы журналистики*, 9, 80–95. DOI: 10.17223/26188422/9/5
- Макарова, Е. Е. (2013). *Научно-популярные сайты в системе СМИ: типологические и профильные особенности*: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Москва.
- Маргания, Э. В. (2011). *Особенности функционально-прагматической адаптации терминологических единиц в научно-популярных текстах медицинского содержания*: дис. ... канд. филол. наук. Белгород.
- Моисеенко, А. В. (2022). Характеристика жанра электронных новостных заметок. *Жанры речи*, 1(17), 66–73. DOI: 10.18500/2311-0740-2022-17-1-33-66-73
- Нестерова, Т. В. (2022). Гибридные жанры в игровой интернет-коммуникации (поздравительный дискурс). *Жанры речи*, 1(17), 43–57. DOI: 10.18500/2311-0740-2022-17-1-33-43-57
- Олейник, А. С. (2017). Научно-популярный дискурс в современных российских журналах (на материалах издания «Вокруг света»). *Современные научные исследования и инновации*, 1. Электронный ресурс <http://web.snauka.ru/issues/2017/01/77183>
- Рянская Э. М., & Шевченко, Ю. В. (2021). Реализация авторских коммуникативных стратегий в научном и научно-популярном дискурсах. *Crede Experto: транспорт, общество, образование, язык*, 4, 33–48. DOI: 10.51955/2312-1327_2021_4_33
- Kazakova, O. A., Golovacheva, E. A., & Frik, T. B. (2017). Speech genres in the aspect of translation (on the material of scientific texts). *Vestnik Novosibirskogo gosudarstvennogo tekhnicheskogo universiteta [Science Bulletin of the Novosibirsk State Technical University]*, 2, 161–176. (In Russian) DOI: 10.15293/2226-3365.1702.11
- Kim, I. E., & Ilina, D. V. (2019). Language expression of the argumentative framework “From popular opinion vs From expert opinion” in the text of popular science article. *Vestnik NSU. Series: History and Philology*, vol. 18(9), 27–35. (In Russian). DOI: 10.25205/1818-7919-2019-18-9-27-35
- Kroychik, L. E. (2000). System of Genres of Journalism. In Korkonosenko S. G. (Ed.) *Basis of Creativity in Journalism* (pp. 125–168). Saint-Petersburg: Obshchestvo "Znaniye". (In Russian).
- Lazarevich, E. A. (1984). *Along with age. Popularization of science in Russia. Book. Newspaper. Magazine*. Moscow: Kniga. (In Russian).
- Litke, M. V. (2021). Popular science journalism: quality criteria, creative techniques. *Voprosy zhurnalistiki*, 9, 80–95. (In Russian). DOI: 10.17223/26188422/9/5
- Makarova, E. E. (2013). *Popular science websites in the system of mass media: typological and professional peculiarities*: PhD thesis. Moscow. (In Russian).
- Marganiya, E. V. (2011). *Peculiarities of functional and pragmatic adaptation of terms in popular science texts on medicine*: PhD thesis. Belgorod. (In Russian).
- Moiseenko, A. V. (2022). Characteristic of the digital news story genre. *Speech Genres*, 1(17), 66–73. (In Russian). DOI: 10.18500/2311-0740-2022-17-1-33-66-73
- Nesterova, T. V. (2022). Hybrid genres in gaming internet communication (congratulatory discourse). *Speech Genres*, 1(17), 43–57. (In Russian). DOI: 10.18500/2311-0740-2022-17-1-33-43-57
- Oleynik, A. S. (2017). The popular science discourse in contemporary russian magazines (on materials of the publications “Around the world”). *Modern scientific researches and innovations*, 1. (In Russian). Retrieved from <http://web.snauka.ru/issues/2017/01/77183>
- Ryanskaya, E. M., & Shevchenko, Yu. V. (2021). The Implementation of the authorial communicative strategies in scientific and popular science discourse. *Crede Experto: transport, society, education, language*, 4, 33–48. (In Russian). DOI: 10.51955/2312-1327_2021_4_33
- Senkevich, M. P. (1984). *Style of academic speech and literary editing scientific works*. Moscow: Vysshaya shkola. (In Russian).
- Serdobintsev, N. Ya. (1976). On history of popular science style. *Voprosy stilistiki [Problems of Stylistics]* (Is. 11, pp. 83–109). Saratov: Saratov University Publ.. (In Russian).
- Shapiro, O. A. (2018). Argumentative strategies transformation in modern popularization of science. *RATIO.ru*, 1, 83–100. (In Russian).
- Shmeleva, T. V. (1997). Questionnaire of a Speech Genre. *Speech Genres*, 1, 88–99. (In Russian).
- Troyanskaya, E. S. (1986). Field structure of scientific style

Сенкевич, М. П. (1984). *Стилистика научной речи и литературное редактирование научных произведений*. Москва: Высшая школа.

Сердобинцев, Н. Я. (1976). К истории научно-популярного стиля. *Вопросы стилистики: Межвуз. сб. науч. трудов* (Вып. 11, с. 83–109). Саратов: Издательство Саратовского университета.

Троянская, Е. С. (1986). Полевая структура научного стиля и его жанровых разновидностей. *Общие и частные проблемы функциональных стилей* (с. 16–27). Москва: Наука.

Чернявская, В. Е. (2006). *Интерпретация научного текста*. Москва: URSS.

Шапиро, О. А. (2018). Трансформация аргументативных стратегий в современной популяризации науки. *РАЦИО.ru*, 1, 83–100.

Шмелева, Т. В. (1997). Модель речевого жанра. *Жанры речи*, 1, 88–99.

and genre variety. *Obshchiye i chastnyye problemy funkcional'nykh stiley* (pp. 16–27). Moscow: Nauka. (In Russian).

Volf, M. N. (2020). Rhetorical argumentation in popular science discourse: features and prospects. *Vestnik of Saint-Petersburg University. Philosophy and Conflict Studies*, vol. 36, 3, 426–440. (In Russian). DOI: 10.21638/spbu17.2020.301

Vorontsova, T. A. (2014). Scientific and popular discourse in modern russian mass media (problems of genre and style). *Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta: Filologiya. Iskusstvovedeniye [Bulletin of the Chelyabinsk State University. Philology. Art History]*, 88(6), 38–42. (In Russian).

Vorontsova, T. A. (2013). Strategy and tactics of special knowledge presentation in popular science discourse. *Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta: Filologiya. Iskusstvovedeniye [Bulletin of the Chelyabinsk State University. Philology. Art History]*, 37, 26–29. (In Russian).

Zhokhov, S. B. (2020). Analysis and forecasts of development of popular scientific publications in the environment of new media. *Znak: problemnoe pole mediaobrazovaniya [Sign: Problematic Field of Media Education]*, 4, 142–150. (In Russian).

Для цитирования статьи:

Ильина, Д. В. (2022). Научно-популярные жанры в медиасфере. *VERBA. Северо-Западный лингвистический журнал*, 2(4), 60–74. DOI: 10.34680/VERBA-2022-2(4)-60-74

For citation:

Irina, D. V. (2022). Speech genre of popular science article in media. *VERBA. North-West linguistic journal*, 2(4), 60–74. (In Russian). DOI: 10.34680/VERBA-2022-2(4)-60-74

Жанры игровой журналистики: ретроспективный взгляд

Е. Д. Кукшинова

Genres of game journalism

E. D. Kukshinova

Екатерина Дмитриевна Кукшинова – магистрант; Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого, Великий Новгород, Российская Федерация

Ekaterina D. Kukshinova – master's program student; Yaroslav-the-Wise Novgorod State University, Veliky Novgorod, Russian Federation

E-mail: heivvaevigt@gmail.com

ORCID 0000-0003-4711-5772

Статья поступила: 06.10.2022. Принята к печати: 20.11.2022.

Received: 06/10/2022. Accepted for publication: 20/11/2022.

Данная статья посвящена исследованию жанров игровой, или гейм-журналистики. Ретроспективный взгляд на проблему состоит в том, что рассматриваются жанры, преобладающие в игровой журналистике до её перехода в современное медийное пространство, и их трансформации после. Новизна исследования определяется тем, что рассматриваемые жанры относятся к числу малоизученных медийных феноменов. Анализ изданий, в которых публиковались тексты о видеоиграх, выявляет этапы формирования игровой журналистики: формировался круг авторов, переводные материалы сменились классическим жанрами новости, обзора, репортажа, отчета, затем игровая журналистика постепенно освоила новые медиажанры, в том числе мультимедийные – стрим, хит-парад. Приведенные иллюстрации разных жанров демонстрируют, как новое содержание «упаковывается» в известные жанровые формы. Изучение жанров игровой журналистики позволит более полно охарактеризовать специфику этого направления журналистики и выявить особенности, которые отличают его от других направлений.

This article is devoted to the study of the genres of video game journalism. A retrospective look at the problem is that we consider the genres prevailing in video game journalism before its transition to the modern media space and their transformations after. The novelty of the study is determined by the fact that the genres under consideration are among the poorly studied media phenomena. An analysis of publications in which texts about video games were published reveals the stages in the formation of video game journalism: a circle of authors was formed, translated materials were replaced by the classic genres of news, review, reportage, report, then video game journalism gradually mastered new media genres, including multimedia ones, which are stream, hit parade. These illustrations of different genres show how new content is "packed" into well-known genre forms. The study of the genres of video game journalism shall allow us to more exhaustively characterize the specifics of this area of journalism and identify the features that distinguish it from other areas.

Ключевые слова: видеоигры, игровая журналистика, медиажанры, новость, репортаж, стрим, хит-парад

Keywords: video games, video game journalism, media genres, news, reportage, stream, hit parade

УДК 070.15:004.4.27:316.772.5

OECD: 5.08.EU

V

Постановка проблемы. Игровая журналистика – объект интереса большого сегмента современной молодёжи, она посвящена игровой индустрии, которая составляет неотъемлемую часть индустрии развлечений. Тексты игровых журналистов отличаются контент-особенностями, которые формировались годами благодаря таким факторам, как обратная связь с аудиторией, подбор интересных читателям тем, анализ особенностей предлагаемого контента, выбор форматов, вызывающих наибольший отклик. Однако российские исследователи игровой журналистики не углублялись в изучение и классификацию ее медиажанров. Цель данного исследования – рассмотреть медиажанры игровой журналистики и отметить их особенности.

История вопроса. Отечественные исследователи уделили мало внимания исследованию жанровых характеристик текстов в изданиях, посвящённых видеоиграм. К числу доступных относится работа «Журналы, посвящённые компьютерным играм: проблематика, жанровые характеристики текстов» [Шостак, 2022], статьи «Компьютерные игры и игровая журналистика» [Тармаева, 2015], «Жанрово-тематические особенности игровой интернет-журналистики в России (на примере сайтов Stopgame, Playground и «Игромания») [Матыцин, 2019]. Вскользь жанры игровой журналистики упоминаются в статье «Игровая журналистика в современном российском медиапространстве: проблематика и функциональное разнообразие» [Баканов, Сабирова, 2018].

Исследователи классифицируют в среднем до десяти жанров игровой журналистики – прежде всего новости, статьи, интервью. Новинку в медиажанрах, в частности, относящихся к игровой журналистике, представляет собой стрим – инструмент потокового вещания, активно интегрированный в современное медиапространство. Уникальные характеристики и особенности стрима описаны в статье «Стрим в журналистике: характерные особенности»: показано, что в сетевом пространстве сформирована мультимедийная среда с уникальными характеристиками и признаками; по мнению исследователей, стрим – особый тип журналистского продукта, который уже оптимально интегрирован в эту среду [Видная, & Мирошник, 2020].

Многие работы касаются истории возникновения и преобразования игровой журналистики как самостоятельного направления. Из материалов по этой теме можно выделить статьи «История игровой журналистики» [Никитина, 2020], «История игровой журналистики» [Пензова, 2020], Уварова «История отечественной игровой журналистики» [Уваров, 2021], «Тенденции развития отечественной игровой журналистики» [Кудряшова, 2017]. Авторы этих работ отмечают особенности трансформации игровой журналистики в разные исторические периоды, в особенности во время падения популярности бумажных журналов. На основании некоторых их выводов мы сможем предположить, с чем связано преобразование жанров гейм-журналистики в современной медийной среде.

Методология и методика исследования. Игровая журналистика объединяет информационные, аналитические и художественно-публицистические жанры, что определяет отбор медиажанров для анализа в тематических медиа. Отбор материала

для исследования проводился в изданиях «Игромания» и на сайте stopgame.ru. Всего проанализировано 230 материалов (156 – «Игромания», 74 – сайт stopgame.ru).

Первый этап исследования – обращение к истории для того, чтобы понять, какими жанрами пользовались журналисты на этапе становления игровой журналистики и как они преобразились по ходу развития технологий и образования цифровой среды.

Следующий этап – описание самых популярных в настоящее время медижанров игровой журналистики. Технологические возможности позволяют выстраивать прямую коммуникацию с аудиторией в режиме реального времени, получать мгновенную обратную связь: отклики, комментарии, лайки. Информационный продукт в изданиях про видеоигры устроен неоднозначно и должен отвечать ряду обязательным критериям, которые можно будет распознать и охарактеризовать в ходе дальнейшего анализа. Материалы, на которых построено исследование, разнообразны, что говорит о нацеливании игровых изданий на разные аудитории.

Анализ материала. Обобщая информацию, опубликованную в приведенных работах, можно представить историю отечественной гейм-журналистики, обращая внимание в первую очередь на культивируемые в ней жанры.

Первые видеоигры в России появились вместе с игровыми приставками. В девяностые их привозили из-за рубежа, за кассетами и дискетами буквально «охотились». В столице появлялись тематические магазины. Вместе с тем открывались редакции первых журналов, освещавших новинки на игровые приставки: «ZX-Ревю» (с 1990 года) и «Видео-Асс Денди», которые публиковали всё, что связано с игровыми приставками «ZX Spectrum» и «NES» (больше известной как «Денди») соответственно. Интересно, что с 1992 года в Ижевске стала выходить газета «ZX Weekend», также посвящённая «ZX Spectrum». Популярность игр на приставки стремительно росла, и, кроме печатных изданий, стали выходить книги с их описаниями, чит-кодами, секретами, прохождениями. Рост популярности таких изданий связан с тем, что зарубежная «ZX Spectrum» стоила всего 100 рублей, в отличие от отечественных компьютеров «БК-0010» и «Искра 1030М». Их стоимость варьировалась от 550 до 650 рублей. Покупать игровую платформу по такой цене у большинства россиян в то время попросту не было возможности.

С началом распространения российского интернета в 1994 году получить доступ к видеоиграм, в том числе к зарубежным, стало проще. Кроме того, в это время появились первые электронные журналы и газеты, среди которых стоит отметить электронную версию «ZX-Ревю», журнал «Spectrofon», газеты «Maximum» и «On-Line». Их, как и видеоигры, распространяли на аудиокассетах и дискетах. Публикации в журналах уже в то время были очень разнообразны. Авторы материалов рассказывали о прохождении игр, публиковали **сочинения и эссе**, переведённые зарубежные материалы, **интервью, новости и отчёты** о разработке отечественных игр. На сайте ZX Press существует обширная библиотека любительских электронных журналов с конца 80-х и вплоть до 2019 года.

Печатная игровая периодика, как писалось ранее, выпускалась в виде журналов и в виде книг. Удивительно, что книги с описаниями и прохождениями игр можно было

найти практически в любых книжных магазинах, лавках, ларьках и библиотеках. Особым качеством книги, в основном, не обладали – текст печатался на дешёвой бумаге, содержал множество орфографических и фактических ошибок. Некоторые издательства всё же старались отличиться от конкурентов. Например, петербургский издательский дом «Фолио-Пресс» выпустил серию книг «Энциклопедия компьютерных игр», которая выходила с 1989 по 1997 год.

К началу 2000-х годов мода на книги прошла. На рынок вышли такие гиганты, как журналы «Великий Дракон» (ранее «Видео-Асс Денди»), «Игромания», «Навигатор игрового мира», «Страна игр». Время от времени в качестве приложений к ним выходили сборники с *описанием игр и прохождениями*, но популярностью они не пользовались.

Однако в связи с тем, что параллельно играм на компьютеры продолжала расти популярность консольных игр, книги с *прохождениями, кодами и секретами в играх* на приставки по-прежнему оставались популярными. Разнообразие приставок и игр на них позволяло издательствам выпускать сотни книг. Не самые добросовестные издатели позволяли себе, нарушая авторские права, печатать в книгах тексты пользователей интернет-форумов. И всё же с дальнейшим развитием интернета и увеличением скорости связи игровая литература уступила позиции журналам и электронным ресурсам.

В конце 1990-х – начале 2000-х игровые журналы выживали, как могли, несмотря на достаточно высокий спрос. Профессиональных игровых журналистов ещё не было, и «изначальная» гейм-журналистика держалась на энтузиастах и самих читателях. По словам Валерия Полякова, бывшего главного редактора журнала «Великий Дракон», первые пять номеров он написал и выпустил практически в одиночку. Это было тяжело, и редакции пришлось объявить конкурс на лучшие читательские статьи о видеоиграх. Победители этапов конкурса и становились авторами журналов. Оказалось, что огромное количество читателей разных возрастов из всех уголков СНГ были заинтересованы в публикации материалов на странице журнала. Причём, они присылали в редакцию не только тексты, но и *комиксы, рисунки, фанфики (фанатские рассказы), секреты*. А ещё делились с редакцией наблюдениями и идеями для новых материалов. Редакция придумала несколько читательских рубрик, а позднее самых активных авторов и участников фан-клуба журнала пригласили в издание в качестве корреспондентов.

На системе, назовём её «читатель-автор», держалась не только редакция «Великого Дракона». Во второй половине 1990-х вышло множество журналов, которые продержались недолго и всё время своего существования находились в тени конкурентов. Редакции также приглашали к сотрудничеству читателей, но занимались и перепечаткой любительских материалов из других изданий и с интернет-форумов, иногда даже из самых популярных и известных. Уникальным случаем стал омский журнал «Joshua 5», которому был присвоен собственный International Standard Book Number (ISBN) для распространения и защиты авторских прав, однако он просуществовал меньше года и закрылся после шестого номера по причинам, которые до сих пор не установлены.

Подобная участь ждала и мультимедийную игровую журналистику. Её история завершилась на изданиях «SBG Magazine» и «GEM», которые выходили на компакт-дисках с 1996 по 1999 год, а лучшие статьи с указанием авторства печатали в ранних номерах журналов «Страна игр» и «Навигатор игрового мира». Упадок мультимедийной журналистики 1990-х произошёл потому, что со временем этот формат никого не удивлял и потерял уникальность – уже каждый второй печатный журнал имел цифровую копию на съёмных носителях.

В 1997 году вышел первый номер журнала «Игромания», несмотря на изобилие игровой прессы на рынке. Всего за три года редакции удалось вывести издание на первые позиции в топе игровых журналов, поскольку авторы отказались от концепции «журнала с прохождениями». Её успешно реализовали конкуренты, и обращаться к ней снова не было смысла. В то время геймеров интересовали уже не описания прохождений видеоигр, так как их доступность в целом возросла, а **новинки видеоигровой индустрии, обзоры, аналитические статьи и мнения**. К 1998 году в журнале сформировалась уникальная рубрикация. В отличие от ряда однотипных конкурентов, в «Игромании» публиковали **новости, интервью с разработчиками, читательские хит-парады** и многое другое. На разнообразии материалов и отличительные черты журнала обращали внимание другие редакции и заимствовали у него идеи. Уже тогда во многих игровых журналах отмечалось разнообразие тем, затрагиваемых авторами. Писали не только про видеоигры, но и про другие продукты индустрии развлечений – музыку, фильмы, находящуюся на пике популярности японскую поп-культуру и прочее. Здесь стоит сказать о том, что гейм-журналистика 1990-х и 2000-х не ограничивалась печатными изданиями. С распространением телевизионного вещания игровая журналистика перешла и на телеэкраны.

Популярными телепередачами по теме были «От Винта!», «Dendy – Новая реальность», телевизионная передача-викторина «Соник: Супер-ёжик». К началу двухтысячных культура гейминга в России уже более-менее утвердилась, на телеканале «СТС» запустили первое киберспортивное шоу «Игродром». На шоу приглашали любителей видеоигр, делили на команды, и на протяжении выпуска они соревновались в четырёх жанрах – шутеры от первого лица, гонки, файтинги и спортивные симуляторы. Примерно в это же время российский журналист Андрей Лошак снял громкий сюжет «Победный клик России» для передачи «Намедни» на канале «НТВ». Это был первый уникальный случай, когда о видеоиграх рассказали на федеральном канале в формате **спортивного репортажа**. Сюжет был посвящён всемирной киберспортивной олимпиаде «World Cyber Games», судьбам и стремлениям игроков.

В период с 1998 по 2002 год на телеканале «ТВЦ» транслировали **новостную передачу** «Интернет Кафе». Ведущие рассказывали о современных технологиях и разработках, интернете, видеоиграх. С 1995 года во многих регионах выходили собственные передачи. Так, например, в Волгограде выпускали программу «От Марио до Соника», в Екатеринбурге – «Мегадром Агента Z», а в Великом Новгороде с 1998 по 2007 год выходила передача «Мир компьютерных игр», который создал Сергей Писарев, он же был и ведущим передачи. В передаче в основном представляли информацию и показывали геймплей кооперативных игр (для нескольких игроков).

Речь шла как про игры для персональных компьютеров (Windows, ZX Spectrum), так и для игровых приставок. Программа делилась на несколько рубрик: «Двое» – демонстрировалось виртуальное сражение двух игроков, «Игры» – рассказывалось о вышедших играх, «Рассуждалки» – ведущий строил теории и рассуждал про игры, которые должны были выйти. В рубрике «Сериал» демонстрировалось прохождение видеоигр с комментариями. Передача «Мир компьютерных игр» выходила регулярно вплоть до апреля 2007 года, а после – в октябре 2007 года, в 2009 и 2010 году показывали специальные единичные выпуски, посвящённые новгородским киберспортивным турнирам.

Особым для телевизионной гейм-журналистики стал 2007 год, когда возрос интерес к киберспорту. Отличились телеканалы «НТВ+ Спорт» и «7ТВ». На «7ТВ» стала выходить передача «Cybersport», где освещались **свежие новости киберспорта, показывались отрывки из матчей**. А «НТВ+» стал выпускать программу «Лоции киберспорта», поделённую на две части. Первая ее часть была посвящена тем, кто уже понимал, что к чему в игровой индустрии (узкой аудитории телезрителей), а вторая – тем, кто только начинал вникать в суть вещей (широкой аудитории). Оба формата соединялись **фрагментами интервью** со специальным гостем выпуска – киберспортсменом или инфлюенсером.

Тремя годами ранее игровым направлением стали интересоваться музыкальные каналы. Например, с 2004 года на Муз-ТВ выходила передача «Zoom», в которой обзревались новинки мира технологий и игровой индустрии, она выходила в эфир до 2010 года.

В 2007 году были запущены три самостоятельных телеканала о видеоиграх – «Gameland TV», «Gamanoïd», «Первый игровой», и канал о киберспорте – «CyberGame TV». Эти каналы объединяли одни и те же проблемы: во-первых, небольшой бюджет – аудитории было недостаточно, чтобы закупать и транслировать рекламу, во-вторых – конкуренция привела к дублированию контента: везде были **обзоры игр, передачи об аниме и японской культуре, новости, ретро-рубрики и стримы** (как такового понятия «стрим» в то время ещё не было, однако, сама концепция комментирования и прохождения игр давно сложилась). Отметим, что среди всех телеканалов только «Gameland TV» смог внести большой вклад в развитие игровой журналистики. На правах синдикации он показывал американские передачи игрового канала «G4 TV». Интересный факт: некоторые развлекательные американские шоу, которые показывали на «Gameland TV», стали предтечами будущих популярных YouTube-каналов, таких как «Невод» и «+100500».

Несмотря на неудачи игровых телеканалов, отдельные передачи запускали и после 2009 года. На региональных версиях канала «ТНТ» транслировали передачу «Игра на вынос» с блогером Ильёй Мэддисоном. Ведущий критиковал или хвалил популярные и посредственные игры. Уфимский канал «UTV» с 2010 года еженедельно транслировал передачу «GameБлок». Программа была посвящена важнейшим **новостям игровой индустрии и обзору новинок**.

Подводя итоги экскурса в историю, стоит сказать о том, что ещё несколько десятилетий назад аудитория игровых журналов и передач практически полностью формировала концепции этих информационных продуктов, поскольку

зарождающаяся индустрия электронных игр привлекала к себе внимание, но никто не понимал с полной уверенностью, о чём писать, говорить и что показывать.

Остановимся на жанрах. С самого начала игровая журналистика пестрила разнообразием жанров, среди которых мы отметили **новости, интервью, отчёты, эссе, статьи, обзоры, мнения, хит-парады, репортажи, стримы**. Рассмотрим каждый из них в контексте гейм-журналистики подробнее.

Новость – сообщение о событии. Новости были важной составляющей игровых журналов, однако, неэффективной, поскольку многие издания выпускались раз в две недели или в месяц, и информация быстро теряла актуальность. Это привело к тому, что издатели сокращали количество новостей в журналах, отдавая приоритет аналитическим статьям и обзорам. В то же время подобная участь не настигла телепередачи, которые выпускали оперативные сводки новостей. В современных игровых изданиях новость выглядит так:

Создатели Overwatch 2 рассказали историю Кирико и намекнули на нового героя

Blizzard выпустила короткометражку, посвященную новому герою Overwatch 2, Кирико. В этом ролике показаны две стороны героини класса поддержки: любящая дочь и одновременно суровая защитница.

Разблокировать Кирико сразу могут владельцы премиум-пропуска и игроки Overwatch. Всем остальным для этого необходимо прокачивать бесплатный боевой пропуск. И игроки не особо довольны новой системой монетизации: по их мнению, даже в Apex Legends большие мотивации развивать боевой пропуск, ведь так можно добыть валюту на покупку следующего.

Пользователи Reddit уже посчитали, что для разблокировки всех скинов, амулетов, поз, эмоций и прочих ассетов для Кирико надо заплатить 15 600 монет Overwatch. Те, кто не покупает валюту, могут добыть 60 монет в неделю, выполняя испытания. Так что на полную разблокировку косметики для одного-единственного героя потребуются пять лет.

Критике также подверглись легендарные облики героев. В частности, легендарный скин Кирико меняет только куртку, оставляя всё прочее практически нетронутым. И в целом легендарные скины в сиквеле намного менее проработанные — вероятно, все силы дизайнеров ушли на будущие мифические образы.

Авторы Overwatch 2 также намекнули на нового героя, который появится во втором сезоне. Это будет танк, причём хорошо нам известный, и он будет тесно связан с новой картой, которая появится в будущем сезоне [Создатели, 2022].

Как видно из текста, новость построена по принципу «перевернутой пирамиды»: заголовок, лид-абзац, где раскрыта суть инфоповода, далее – расширенная информация, дополнительная информация с упоминанием разных источников. Автор пользуется сленгом геймеров: в тексте можно увидеть такие слова, как «прокачивать» – повышать уровень или характеристики, «косметика» – предметы для изменения облика героя, «скин» – костюм или облик героя, «сиквел» – игра, сюжет которой является продолжением предыдущего продукта, «танк» – персонаж, задача которого – отвлекать персонажей врагов в матче.

Интервью – структурированная беседа между интервьюером и респондентом. В игровой журналистике прошлого интервью пользовались популярностью, так как аудитория желала знать взгляды и мнения разработчиков игр, экспертов в этой области, лидеров мнений. В качестве примера возьмём отрывок из интервью журналиста «Игромании» с руководителями платформы VK Play и студии Mundfish:

Интервью с руководителями VK Play и Mundfish: об Atomic Heart, консольных версиях, дате выхода и не только

Недавно стало известно, что Atomic Heart на PC в СНГ и России будет эксклюзивом VK Play, а сам боевик, который выйдет этой зимой, в странах региона нельзя будет приобрести в Steam. Желая узнать больше о различных особенностях игры на PC и консолях, сделке с VK и не только, мы пообщались с Робертом Багратуни, главой студии Mundfish, и Родионом Котельниковым, техническим директором VK Play. А заодно мы спросили наших читателей, что бы они хотели узнать у разработчиков Atomic Heart.

— Родион, расскажите, кто первый проявил инициативу и вышел на контакт с другой стороной: команда VK Play или Mundfish?

— Я бы сказал, что это была взаимная инициатива. VK Play сейчас является, наверное, самой понятной и надёжной игровой площадкой для российских пользователей, на которой работает весь функционал и доступны платежи, а учитывая, что Atomic Heart — один из самых ярких и ожидаемых проектов этой зимы, решение о сотрудничестве показалось эффективным и логичным для обеих сторон, так что партнёрство у нас сложилось органически.

— Были ли для команды Atomic Heart особые условия по размещению в магазине?

— Обсуждать коммерческие условия, достигнутые в рамках этой сделки, мы не можем, но как я уже сказал: наша цель — это всесторонняя поддержка разработчиков, независимо от того, крупная эта студия или начинающая. Летом мы объявили о том, что на VK Play действует самая низкая комиссия на рынке. Наши базовые условия - 5% (95% выручки от размещения игры на площадке получает разработчик), также есть возможность публиковать игры физлицам, маркетинговая поддержка и многое другое. Поэтому все игровые разработчики — welcome! И, конечно, важно напомнить, что некоторые вопросы остаются без ответов, поскольку последних пока что попросту нет. И всё же удалось узнать немало интересного!

— Роберт, ещё в начале лета слова о переносе Atomic Heart на 2023-й называли вбросом, а теперь в качестве окна релиза указана зима. В целом декабрь подходит идеально, но распространилось мнение о переносе игры на следующий год.

— С момента выхода февральского трейлера с анонсом релизного окна произошло много всего, что значительно повлияло на команду и разработку. Качество — наш главный приоритет, и мы продолжаем целиться в эту зиму.

— Системные требования игры для ПК с начала 2021 года заметно выросли. Текущий вариант окончательный или возможны изменения?

— В начале пути многие игры ставят так называемые «заглушки», и мы не исключение. «Заглушки» появились ещё в 2018 году, когда мы впервые заполняли страницу в Steam, так что сравнивать текущие параметры с теми старыми точно не имеет смысла. «Атомное сердце» — высокотехнологичная игра, но наша команда приложила огромные усилия,

чтобы провести качественную оптимизацию и сделать игру на ПК доступной для широкой аудитории. Да, игра должна быть доступна большинству игроков в хорошем виде, но у игроков с продвинутым железом картинка должна быть действительно выдающейся. Это была одна из самых важных для нас задач, и мы считаем, что достигли поставленных целей [Интервью, 2022].

Текст представляет собой классическое интервью и строится по системе «вопрос-ответ». Стоит отметить, что материал проиллюстрирован скриншотами из игры, которые специально предоставили разработчики для этого интервью. То есть, подобных изображений в сети больше нет.

Отчёты – особый жанр игровой журналистики. Уникальность отчётов заключалась в том, что они представляли собой совокупность новости и аналитической статьи с рассуждениями о том, что, например, было сделано в ходе разработки игры, какими особенностями она будет обладать, чем отличается от подобных продуктов. Сейчас этот жанр целиком переключался в *статьи*, но осталась другая сторона, например *новости-отчёты*. Выглядит это так:

Премьеры от Gearbox и Firaxis, обновлённые данные о тиражах и другие сведения из отчёта Take-Two

Take-Two Interactive опубликовала финансовый отчёт за прошедший год и раскрыла некоторые планы на ближайшее будущее. Из интересного:

До 31 марта 2022-го группа компаний в составе Take-Two планирует выпустить 21 игру, включая четыре проекта, которые обозначили как «иммерсивное ядро» (immersive core). Судя по комментариям компании, под этим диковинным словосочетанием имеют в виду игры, в которые пользователи много играют, — например, как в GTA, Red Dead Redemption, Borderlands, Civilization или NBA 2K.

Две игры из «иммерсивного ядра» принадлежат к «доказавшим свою состоятельность» франшизам, а ещё две — к новым. Вряд ли среди них будет следующая GTA — уже подтверждено, что ноябрьской слот заняла некстген-версия GTAV.

Одну из новых франшиз для Take-Two разрабатывает Gearbox. Эту игру собираются анонсировать и отправить в релиз до 31 марта 2022-го.

Прошедший финансовый год стал одним из лучших в истории Firaxis. В наступившем финансовом году студия анонсирует несколько новых проектов. Очевидные кандидаты — новая Civilization и XCOM 3, но в такие подробности Take-Two не вдаётся.

В последнее время Take-Two наращивала свои производственные мощности, что начнёт аукаться в следующую пару лет, начиная с 1 апреля 2022-го. В районе календарных 2022-го и 2023-го компания выпустит 41 игру, среди которых:

19 проектов из «иммерсивного ядра» (включая 7 спортсимвов и 4 «фритуплейки»),

5 независимых игр (видимо, под эгидой подразделения Private Division),

10 мобильных игр,

4 «мидкора» (игры где-то посередине между хардкорными и казуальными проектами; 3 из них будут спортсимами),

3 «итерации ранее выпущенных проектов» (видимо, переиздания) [Премьеры, 2022].

Такие новости-отчёты представляют собой выдержки из отчётов компаний или студий, в которых те подводят итоги за какой-то промежуток времени.

Эссе – авторские материалы, в которых журналисты старались раскрыть и передать свою позицию массовой аудитории. Эссе в игровых изданиях были очень похожи на рецензии, только с тем отличием, что в эссе авторы старались приводить определённые аргументы. Жанр **мнения** – практически аналогичен с эссе, лишь с тем отличием, что авторы могли не приводить конкретные аргументы, подтверждающие их доводы, делаясь или навязывая свою позицию аудитории. Отрывок материала журналиста издания «Игромания»:

Мнение о Dakar Desert Rally. Снежно-изумительная пустыня

Когда представляешь себе пустыню, сразу всплывает образ — бескрайние пески и дюны, высеченные ветром острейшие скалы и редкие оазисы или речушки, встречающиеся на пути счастливому путнику. И всё же это только одна сторона этой изумительной монеты, которая удивит и северного домоседа, и любителя южных приключений.

Ведь именно здесь, на бескрайних песчаных просторах (в последние три года — в Саудовской Аравии) проходит ралли «Дакар», привлекающее и профессионалов, и любителей. Многие из них хотят успеха, столь желанного чемпионства, но для ещё большего числа людей это возможность проверить себя на прочность, испытать невероятные ощущения и просто оценить красоту окружающего мира. И раллийный симулятор Dakar Desert Rally довольно успешно справляется с тем, чтобы порадовать и тех, и других — если набраться терпения и привыкнуть к особенностям игры.

Ветер за кабиною носится с пылью

Когда начинаешь знакомство с новым симулятором, который к тому же обещает быть по возможности реалистичным, всегда немного волнуешься: как много времени нужно, чтобы освоить его механику и начать получать удовольствие от процесса? Да и в целом, есть ли у тебя всё необходимое, чтобы играть так, как задумывали разработчики? Сразу отвечаем на последний вопрос: конечно, в идеале, чтобы у игрока был руль и педали, но Saber Interactive сделала Dakar Desert Rally дружелюбной и к обладателям геймпадов, и к тем, кто предпочитает стартовый набор PC — мышку и клавиатуру. Хотя с последними, конечно же, управлять местным транспортом заметно сложнее. К слову о транспорте, игра, как в настоящем «Дакаре», предлагает пять видов техники. Здесь и мотоциклы с грузовиками, и квадроциклы с автомобилями, и смесь двух последних, мотовездеходы SxS. Каждый вид по-своему уникален, и ты это сразу же чувствуешь: к примеру, юркие мотоциклы с лёгкостью проедут там, где пилоту «МАЗ» потребуются хирургическая точность, да и соперников обогнать на двухколёсном транспорте куда проще, но ему нужно уделять куда большее

внимание на поворотах и при прыжках — попасть в аварию на нём в определённых ситуациях куда легче [Мнение, 2022].

Автор рассуждает о плюсах и минусах игры, отмечает её особенности, преимущества и слабые стороны.

Статьи – материалы, авторы которых стараются проанализировать какое-либо явление с точки зрения закономерностей в нём. В игровой журналистике прошлого и настоящего это один из самых распространённых и популярных жанров. Отрывок из большого материала сайта stopgame.ru:

Прощай, Overwatch

Игра, которой больше нет

Только что закрылись серверы Overwatch. Такой, какой она была, игру мы не увидим, скорее всего, никогда. Разве что Blizzard решит пойти по пути World of Warcraft и запустит что-то наподобие Legacy-серверов. Проект, завоевавший в 2016 году звание «Игра года» на The Game Awards и привлёкший с тех пор десятки миллионов игроков, исчез — уже завтра на его место придёт Overwatch 2. С новыми механиками, новой монетизацией, новыми возможностями и многим другим.

Что любопытно, фраза «Игра уже не будет такой, как раньше» была актуальна на протяжении всего существования Overwatch. За шесть лет в ней произошло немало изменений, часть которых полностью перечёркивали изначальное видение разработчиков. Самое время вспомнить, чем богата история единственного шутера Blizzard.

Неудачный эксперимент

Игра вышла 24 мая 2016 года, и изначально разработчики давали игрокам полную свободу, позволяя брать в команду одинаковых героев. Было абсолютно нормально встретить шестерых Торбьорнов, ставивших турели вокруг точек, или шестерых Бастионов, рассеявшихся по углам. В режиме «Контроль объекта» очень популярной была связка с двумя Трейсер, двумя Лусио и двумя Уинстонами — из-за их скорости и живучести матчи сильно затягивались.

Продлилось всё это совсем недолго — когда запустился рейтинговый режим, аудитория начала спорить о том, подходит ли игре так называемый hero stacking. Поэтому ограничения поначалу ввели именно в «ранкеде» — менее чем через два месяца после релиза, в июле. Как объяснял директор шутера Джефф Каплан (Jeff Kaplan), возможность брать одинаковых героев в команду портит впечатление от рейтинговых матчей, а вот в «Быстрой игре» она не так страшна, поскольку там больше хаоса и веселья.

Однако в ноябре Blizzard пришла к выводу, что между «Быстрой игрой» и «ранкедом» слишком большая разница. Новички, только что купившие игру, должны обучаться азам Overwatch в «квиках», чтобы подготовиться к соревновательным режимам, а матчи с участием шестерых Торбьорнов никак в этом не помогают.

Поэтому в «Быстрой игре» лимит тоже ввели, а для желающих играть по старым правилам придумали аркадный режим «Без ограничений».

Падший Ангел и все-все-все

Изменения баланса героев в Overwatch происходили постоянно, но самое главное из них случилось в сентябре 2017 года. Связано оно с Ангел — персонажем, чья «ульта» вселяла ужас в каждую команду. Ангел могла подлететь к трупам своего соратника и моментально воскресить всех погибших в небольшом радиусе.

Опытные команды сначала позволяли наносить себе много урона, чтобы позволить Ангел быстро накопить «ульту», а затем Ангел пряталась где-нибудь за углом. Атакующие нападали на защитников и погибали, после чего Ангел подлетала и воскрешала всех — в результате обороняющимся спустя пару секунд приходилось ещё раз побеждать весь вражеский отряд. Иногда это срабатывало, иногда героиню вовремя находила ушедшая на разведку Трейсер, но в целом команда с Ангел получала заметное преимущество. А геймплей за неё был не самым захватывающим — требовалось лишь вовремя нажимать на кнопку и лишней раз не высывываться.

Со временем Blizzard решила, что нужно что-то менять, и почти полностью переделала способности героини. Воскрешение стало простой «абилкой», которая восстанавливается через 30 секунд после использования и возвращает из мёртвых лишь одного товарища. А активация «ульты» теперь позволяет Ангел летать над землёй и быстрее излечивать команду или повышать наносимый ею урон. Любопытно, что изначально новая «ульта» ускоряла восстановление умений, что позволяло воскрешать двух игроков подряд, но от этого быстро отказались.

Фанатов персонажа эти изменения не отвернули от любимицы, а сама Ангел перестала быть обязательной в каждой команде — было время, когда половина матчей начинались со слов «Нам нужна Ангел» в голосовом чате [Прощай, 2022].

Обзоры – жанр, подразумевающий рассмотрение и демонстрацию особенностей чего-либо. Игровые журналисты писали обзоры на разные темы – как про техническую составляющую игр, так и про смыслы, заложенные в них. В качестве примера – короткий обзор трейлера игры Mario Golf: Super Rush:

Гольф с бегом наперегонки и состязание в Грибном королевстве — обзорный трейлер Mario Golf: Super Rush

Марио и гольф — назовите более культовый дуэт... В общем, Nintendo опубликовала обзорный трейлер Mario Golf: Super Rush, где выделила следующие черты игры:

Несмотря на кажущуюся несерьёзность, Super Rush обладает определённой глубиной. Так, придётся учитывать скорость и направление ветра, а также отслеживать по шкале удара влияние склонов на траекторию полёта мяча и использовать сканер, анализирующий особенности поля. Управление достаточно простое, однако оно позволяет выполнять сложные приёмы — например, удар с подкруткой и спин. Играть можно не только кнопками, но и движением контроллеров.

На выбор доступны 16 персонажей из игр про Марио, каждый из которых имеет уникальные особенности. Герои могут соревноваться том числе в локальном и онлайн-мультиплеере до четырёх игроков, а среди полей есть как обычные, так и с препятствиями.

Игра предлагает несколько режимов, включая:

Блиц-гольф — сначала все одновременно бьют по своему мячу, а потом бегут за ним наперегонки, чтобы сделать следующий удар. По дороге нужно собирать предметы для восстановления энергии и уклоняться от препятствий. Персонажи могут выполнять рывок, дающий ускорение и сбивающий соперников, и особый удар, после которого мячи взрываются при приземлении.

Гольф-схватка, что проходит на стадионе, — разновидность блиц-гольфа, где игра идёт сразу на девяти лунках. Побеждает тот, кто первым покорит три лунки.

Гольф-приключение — вашему аватару Мии предстоит пройти путь от новичка до профессионала, соревнуясь с обитателями Грибного королевства и прокачивая свои характеристики. В этом режиме можно познакомиться с азами игры и отточить технику на учебном поле.

Mario Golf: Super Rush стартует 25 июня на Nintendo Switch. Предзаказ открыт [Гольф, 2022].

Хит-парады – в гейм-журналистике это подборки игр по схожей тематике, концепции, игровому жанру, игровому процессу. Этот жанр пользовался популярностью, поскольку позволял аудитории находить новые захватывающие игры. Последние хит-парады на сайте stopgame.ru датируются 2006-2008 годами. В «Игромании» — 2021 годом. Сейчас подобные материалы в изданиях не выходят.

Репортажи – сообщения с места событий. В игровой журналистике прошлого это довольно редко используемый жанр. Свойственная репортажам оперативность реализовывалась лишь на телевидении. Последние видеорепортажи на stopgame.ru вышли в 2009 году, а в «Игромании» — в 2017 году.

Результаты исследования. Представленный обзор жанров позволяет сформировать понимание основных тенденций в развитии игровой журналистики. В статье «Игровая журналистика как массово-коммуникационный феномен» отмечают, что современные российские игровые издания демонстрируют стремление максимально интегрироваться в коммуникационный процесс, использовать наиболее популярные и удобные для аудитории медиаформаты, что отчётливо проявляется в таких свойствах игровых медиа, как кроссплатформенность и конвергентность [Коданина, Стурова, 2020]. Действительно, практически все современные игровые издания, форумы и порталы, как российские, так и зарубежные, выпускают свои материалы на нескольких разных платформах. При этом до мелочей учитываются формат и объём материалов, подача, «боли» целевой аудитории и её интересы. Например, журнал «Игромания» имеет более десяти площадок, на которых размещает материалы. Среди них – сайт, социальные сети, мессенджеры, видеохолдинги, платформы для стриминга.

Подобные возможности позволяют собирать разные сегменты аудитории в разных источниках, формируя спрос на информацию. Так, основываясь на

рассмотрении материалов издания «Игромания», можно сказать, что новость остаётся самым распространённым медижанром в игровой журналистике. Медижанром современную новость делает совокупность инструментов и возможностей медиасреды, которые активно применяются для создания контента. Так в «Игромании» есть несколько типов новостного контента: это классические тексты в новостной ленте и выпуски в видеоформате для соцсетей и YouTube. Сайт stopgame.ru придерживается таких же форматов, но пользуется ещё одним медижанром – **подкастами**. Авторы подкастов в аудиоформате рассказывают о новостях игровой индустрии и обсуждают их. Этот формат представляет собой совокупность таких жанров, как **новость, обзор и мнение**, что говорит об интеграции жанров друг в друга и возникновении совершенно новых, уникальных, гибридных жанров. Современные технологии позволяют сделать мультимедийным простой текст. Отсюда возникают новые медижанры игровой журналистики, которые выявлены в ходе исследования материалов «Игромании» и stopgame.ru.

Материалы в игровой журналистике приобретают объёмное мета-содержание: текст дополняется картинкой, видеорядом, звуком. Теперь главная тенденция журналистов – не рассказать о каком-либо явлении, а показать его и даже «дать попробовать», позволить читателю погрузиться в процесс, стать его непосредственным участником. Для этого применяются различные интерактивные инструменты, как, например, дополненная реальность. **Стрим** как новый медижанр игровой журналистики тоже позволяет зрителю стать непосредственным участником игрового процесса. Это происходит следующим образом: ведущий прямой трансляции может выполнять желания зрителей по ходу прохождения игры, ориентируясь на чат трансляции или денежные пожертвования (донаты). **Репортажи** в некотором роде объединились со стримами – прямые репортажные трансляции проводят, например, с игровых выставок, конференций.

Статьи в медиасреде сохранились в своём первоизданном виде, но стали больше дополняться иллюстрациями, видео и аудио.

Обзоры по большей степени переключались из текстового формата в видео, сформировав единство звука и картинки. Демонстрация видеоигры зрителю стала важной задачей игровых журналистов-обзорщиков.

Интервью сохранились и в текстовом формате, но больше просмотров набирают «живые» интервью в формате видео. Зрителям нравится видеть реальные эмоции респондента, особенно если это известная личность игровой индустрии, слушать не идеализированную речь.

Жанр **эссе** в современной игровой журналистике заменили **аналитические статьи или лонгриды**. Если раньше такие материалы строились по определённой структуре, предполагая конкретные аргументы, теперь их форма более свободная. Авторы материалов приводят примеры из собственного опыта, делятся размышлениями. Аналитика сочетает в себе такие жанры, как **прогнозы, комментарии, расследования**.

Выводы. Подводя итоги проведённого исследования, можно сказать, что в современном медиапространстве классические жанры, которыми пользовались гейм-журналисты, стали мультимедийными и гибридными, что видно, к примеру, из

сочетания в медиажанре **подкаст** жанров **новость, обзор и мнение**. К такому слиянию привела кроссплатформенность, позволяющая изданиям собирать аудитории на разных площадках и публиковать один и тот же материал в разных форматах. Нельзя сказать, что гибридные медиажанры в дальнейшем не смогут вобрать особенности и функции других жанров: с каждым годом появляется всё больше мультимедийных возможностей, развиваются технологии дополненной и виртуальной реальностей. Используя мультимедийные жанры, игровые журналисты создают уникальную информационную среду для аудитории, ставя на первый план возможность человека стать непосредственным участником и очевидцем происходящего в игровой индустрии.

Источники

Создатели Overwatch 2 рассказали историю Кирико и намекнули на нового героя. (2022). *Игромания*. Электронный ресурс https://www.igromania.ru/news/119847/Sozdateli_Overwatch_2_rasskazali_istoriyu_Kiriko_i_nameknuli_na_novogo_geroya.html

Интервью с руководителями VK Play и Mundfish: об Atomic Heart, консольных версиях, дате выхода и не только. (2022). *Игромания*. Электронный ресурс https://www.igromania.ru/article/32266/Intervyu_s_ukovoditeli_elyami_VK_Play_i_Mundfish_ob_Atomic_Heart_konsolnyh_ver_siyah_date_vyhoda_i_ne_tolko.html

Премьеры от Gearbox и Firaxis, обновлённые данные о тиражах и другие сведения из отчёта TakeTwo. (2022). *Stopgame.ru*. Электронный ресурс https://stopgame.ru/newsdata/48030/premery_ot_gearbox_i_firaxis_obnovl_nnye_dannye_o_tirazhah_i_drugie_svedeniya_iz_otch_ta_take_two?ysclid=I96uf9jvmp37243662

Мнение о Dakar Desert Rally. Снежно-изумительная пустыня. (2022). *Игромания*. Электронный ресурс https://www.igromania.ru/article/32265/Mnenie_o_Dakar_Desert_Rally_Snezhno-izumitelnaya_pustynya.izumitelnaya_pustynya.html?ysclid=I96uges3zr870540182

Прощай, Overwatch. (2022). *Stopgame.ru*. Электронный ресурс https://stopgame.ru/show/130649/proschay_overwatch?ysclid=I96uiwlnn3228307249

Гольф с бегом наперегонки и состязание в Грибном королевстве — обзорный трейлер Mario Golf: Super Rush. (2022). *Stopgame.ru*. Электронный ресурс https://stopgame.ru/newsdata/48008/golf_s_begom_naperegonki_i_sostyazanie_v_gribnom_korolevstve_reviewnyy_trailer_mario_golf_super_rush?ysclid=I96uk46rt3663904199

Литература

Баканов, Р. П., & Сабирова, Р. И. (2018). Игровая журналистика в современном российском медиапространстве: проблематика и функциональное разнообразие. *Вестник Волжского университета им. В. Н. Татищева*, 2(2), 166–176.

Видная, О. Е., & Мирошник, М. А. (2020). «Стрим» в журналистике: характерные особенности. *Медиаисследования*, 7, 60–68.

Кудряшова, Е. О. (2017). Тенденции развития отечественной игровой журналистики. *Литературоведение, лингвистика и коммуникативистика. Направления и тенденции современных исследований: Материалы Всероссийской заочной научной конференции* (с. 123–124). Уфа: Башкирский государственный университет.

Матыцин, М. Д. (2019). Жанрово-тематические особенности игровой интернет-журналистики в России (на примере сайтов stopgame.ru, Playground и «Игромания»). *МНСК-2019. Журналистика: Материалы 57-й Международной научной студенческой конференции* (с. 77–78). Новосибирск: Новосибирский национальный исследовательский государственный университет.

Sources

Golf with a race and a competition in the Mushroom Kingdom — a review trailer for Mario Golf: Super Rush. (2022). *Stopgame.ru*. Retrieved from: https://stopgame.ru/newsdata/48008/golf_s_begom_naperegonki_i_sostyazanie_v_gribnom_korolevstve_reviewnyy_trailer_mario_golf_super_rush?ysclid=I96uk46rt3663904199

Goodbye, Overwatch. (2022). *Stopgame.ru*. Retrieved from: https://stopgame.ru/show/130649/proschay_overwatch?ysclid=I96uiwlnn3228307249

Interview with the leaders of VK Play and Mundfish: about Atomic Heart, console versions, release date and more. (2022). *Gambling Addiction*. Retrieved from https://www.igromania.ru/article/32266/Intervyu_s_ukovoditeli_elyami_VK_Play_i_Mundfish_ob_Atomic_Heart_konsolnyh_versiyah_date_vyhoda_i_ne_tolko.html

Opinion about Dakar Desert Rally. A snow-amazing desert. (2022). *Gambling Addiction*. Retrieved from: https://www.igromania.ru/article/32265/Mnenie_o_Dakar_Desert_Rally_Snezhno-izumitelnaya_pustynya.html?ysclid=I96uges3zr870540182

Premieres from Gearbox and Firaxis, updated circulation data and other information from the TakeTwo report. (2022). *Stopgame.ru*. Retrieved from: https://stopgame.ru/newsdata/48030/premery_ot_gearbox_i_firaxis_obnovl_nnye_dannye_o_tirazhah_i_drugie_svedeniya_iz_otch_ta_take_two?ysclid=I96uf9jvmp37243662

The creators of Overwatch 2 told the story of Kiriko and hinted at a new hero. (2022). *Gambling Addiction*. Retrieved from: https://www.igromania.ru/news/119847/Sozdateli_Overwatch_2_rasskazali_istoriyu_Kiriko_i_nameknuli_na_novogo_geroya.html

References

Bakanov, R. P., & Sabirova, R. I. (2018). Video game journalism in the modern Russian media space: problems and functional diversity. *Vestnik of Volzhsky University named after V. N. Tatishchev*, 2(2), 166–176. (In Russian).

Kudryashova, E. O. (2017). Trends in the development of domestic video game journalism. *Literaturovedeniye, lingvistika i kommunikativistika. Napravleniya i tendentsii sovremennykh issledovaniy: Materialy Vserossiyskoy zaochnoy nauchnoy konferentsii [Literary Criticism, linguistics, and communicative journalism. Directions and Trends of Modern Research: Materials of The All-Russian Correspondence Scientific Conference]* (pp. 123–124). Ufa: Bashkir State University. (In Russian).

Matytsin, M. D. (2019). Genre-thematic features of online video game journalism in Russia (on the example of websites stopgame.ru, Playground and "Igromania"). *MNSK-2019. Zhurnalistika: Materialy 57-y Mezhdunarodnoy nauchnoy studencheskoy konferentsii [MNSK-2019. Journalism: Proceedings of the 57th International Scientific Student Conference]* (pp. 77–78). Novosibirsk: Novosibirsk National Research State University. (In Russian).

Nikitina, A. S. (2020). The history of video game journalism. *Dni nauki i innovatsiy NovGU: Materialy XXVII*

- Никитина, А. С. (2020). История игровой журналистики. *Дни науки и инноваций НовГУ: Материалы XXVII научной конференции преподавателей, аспирантов и студентов* (с. 123–128). Великий Новгород: НовГУ.
- Пенцова, А. А. (2020). История игровой журналистики. *Материалы Всероссийской научно-практической конференции аспирантов, студентов и учащихся школ* (с. 31–34). Тольятти: Волжский университет имени В. Н. Татищева.
- Тармаева, В. И. (2015). Компьютерные игры и игровая журналистика. *Вестник Челябинского государственного университета*, 5, 343–350.
- Уваров, А. А. (2021). История отечественной игровой журналистики. *Молодёжь и XXI век: Материалы XI Международной молодёжной научной конференции* (с. 298–302). Курск: Юго-Западный государственный университет.
- Шостак, Н. С. (2022). Журналы, посвящённые компьютерным играм: проблематика, жанровые характеристики текстов. *Журналистика, массовые коммуникации и медиа: взгляд молодых исследователей: Всероссийская (с международным участием) научно-практическая конференция молодых исследователей, аспирантов и студентов* (с. 186–190). Белгород: ООО «Космос».
- Shostak, N. S. (2022). Magazines devoted to computer games: problems, genre characteristics of texts. *Zhurnalistika, massovyye kommunikatsii i media: vzglyad molodykh issledovateley: Vserossiyskaya (s mezhdunarodnym uchastiyem) nauchno-prakticheskaya konferentsiya molodykh issledovateley, aspirantov i studentov* [Journalism, Mass Communications and Mass Media: View of Young Scientists: All-Russian (with International Participation) Scientific and Practical Conference of Young Scientists, Postgraduates and Students] (pp. 186–190). Belgorod: ООО "Kosmos". (In Russian).
- Tarmaeva, V. I. (2015). Computer games and video game journalism. *Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta* [Bulletin of Chelyabinsk State University], 5, 343–350. (In Russian).
- Uvarov, A. A. (2021). The history of Russian video game journalism. *Molodozh' i XXI vek: Materialy XI Mezhdunarodnoy molodozhnoy nauchnoy konferentsii* [Youth and XXI century: Proceedings of the XI International Youth Scientific Conference] (pp. 298–302). Kursk: YUgo-Zapadnyj gosudarstvennyj universitet. (In Russian).
- Vidnaya, O. E., & Miroshnik, M. A. (2020). "Stream" in journalism: characteristic features. *Mediaissledovaniya* [Media Research], 7, 60–68. (In Russian).

Для цитирования статьи:

Кукшинова, Е. Д. (2022). Жанры игровой журналистики: ретроспективный взгляд. *VERBA. Северо-Западный лингвистический журнал*, 2(4), 75–91. DOI: 10.34680/VERBA-2022-2(4)-75-91

For citation:

Kukshinova, E. D. (2022). Genres of game journalism. *VERBA. North-West linguistic journal*, 2(4), 75–91. (In Russian). DOI: 10.34680/VERBA-2022-2(4)-75-91



НОВГОРОДСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ ЯРОСЛАВА МУДРОГО

Verba

№ 2(4) 2022