

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«ДОНСКОЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ»
(ДГТУ)**

На правах рукописи

Мясищев Георгий Игоревич

**ПЕРЛОКУТИВНЫЙ ЭФФЕКТ РЕЧЕВОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ
БЛОГЕРОВ (ПРАГМАЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ)**

Специальность 10.02.19 — теория языка

ДИССЕРТАЦИЯ

на соискание ученой степени
кандидата филологических наук

Научный руководитель – доктор
филологических наук, профессор
Г.Г. Матвеева

Ростов-на-Дону

2021

СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	4
Глава 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ИЗУЧЕНИЮ РЕЧЕВОГО ПОВЕДЕНИЯ БЛОГЕРОВ МЕТОДАМИ СКРЫТОЙ ПРАГМАЛИНГВИСТИКИ.....	13
1.1 Основные понятия и категории скрытой прагмалингвистики.....	13
1.2 Понятие «блогер». Коммуникативная деятельность Отправителя сообщений в блогах.....	19
1.3. Речевой акт и речевой поступок. Речевой поступок как единица речевого поведения: содержание и форма.....	25
1.4. Прагмалингвистические особенности реализации Говорящим информации в виртуальной коммуникации.....	29
1.5. Прагмалингвистические особенности речевого жанра «блог» в Интернет-среде.....	41
Выводы по 1 главе.....	56
Глава 2. ИССЛЕДОВАНИЕ РЕЧЕВЫХ ПОРТРЕТОВ БЛОГЕРОВ.....	59
2.1. Речевое воздействие и скрытые прагмалингвистические стратегии.....	59
2.2. Проведение прагмалингвистического эксперимента.....	64
2.3. Эксперимент по методике модифицированного контент анализа.....	71
2.4. Сравнение результатов эксперимента с данными о социальных портретах блогеров.....	91
Выводы по 2 главе.....	107
Глава 3. ВОЗДЕЙСТВИЕ РЕЧЕВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ БЛОГЕРОВ НА ВОСПРИНИМАЮЩУЮ АУДИТОРИЮ.....	109

3.1. Основные понятия стратегии «Оценивание Получателем коммуникативного успеха Отправителя».....	109
3.2. Проведение прагмалингвистического эксперимента по выявлению оцениваний комментаторами блогеров	119
3.3. Прагмалингвистический эксперимент по выявлению оцениваний блогеров группой добровольцев.....	126
3.4. Полевой прагмалингвистический эксперимент по выявлению оцениваний блогеров в реалистичной среде Интернет	141
3.5 Прогностическая модель поведения успешного блогера	146
Выводы по главе 3.....	157
Заключение	160
Библиографический список:	163
Приложения	187
Приложение 1	187
Приложение 2	189
Приложение 3	190
Приложение 4	196

Введение

Необходимость изучения речевой личности человека в ее практической коммуникативной сфере речевого поведения отмечается многими лингвистами. Воспринимая друг друга сквозь призму речи, люди постоянно находятся в коммуникативной среде так, что весь мир представляется индивиду, как пространство, состоящее из явлений языка и речи, а сам человек – творец этого пространства посредством языка и речи.

Современный мир сталкивается с рядом феноменов, не имеющих однозначной детерминации и определения в истории науки. Одним из таких явлений является феномен массового виртуального коммуникативного пространства среды Интернет, в котором, так или иначе, представлено все современное общество. Несмотря на ряд попыток изучить глобальное информационное пространство с позиции лингвистики и смежных дисциплин (см., например, Л.Б. Александрова (2009); А.В. Белозерцев (2008); Е.И. Горшкова (2018); Ю.В. Чепель (2009)), в настоящее время недостаточно изучена прагматическая составляющая важнейшей сферы – общественного дискурса в среде Интернет. Акцент нашего исследования направлен на рассмотрение вопросов диагностирования речевой личности одного из самых распространенных типов коммуникаторов в сети Интернет – речевой личности блогера. Популярность блогов и вовлеченность в них большого числа пользователей сети Интернет предопределяет востребованность такого исследования, которое позволит определить основные особенности типичной речевой личности блогера путем изучения речевого поведения десяти известных блогеров с позиции прагмалингвистики

Прагмалингвистика, или лингвистическая прагматика – филологическая дисциплина, объектом которой является отношение между лингвистическими единицами и условиями их употребления Говорящим (Пишущим) в определенном коммуникативно пространстве с целью оказания речевого воздействия на Слушающего (Читающего). Прагмалингвистика

изучает взаимодействие Говорящего (Пишущего) и Слушающего (Читающего) с позиции выборов единиц речи из общего лингвистического базиса языка. Вопросы «выбора языковых средств из наличного репертуара для наилучшего выражения своей мысли или своего чувства <...>, для наилучшего воздействия на слушающего или читающего - с целью убедить его, взволновать и т.д.» находятся в центре внимания прагмалингвистики [Степанов, 1997:325–326).

Коммуникативное пространство, в котором происходит взаимодействие Говорящего и Слушающего и речевое воздействие Говорящего на Слушающего, характеризуется конкретными указаниями на место и время речевого взаимодействия коммуникантов, эти характеристики связаны с актом общения цели и ожидания [Матвеева, 2004:26) .

Основной категорией речевого воздействия является выбор Говорящим лингвистических средств (см., например, Т.Г. Винокур (1993); Г.П. Грайс (1985); М.В. Лесняк (2014); Г.Г. Матвеева (1993, 2018) и др.). Если этот выбор осуществляется намеренно, осознанно, то тогда он рассматривается в рамках функциональной прагмалингвистики, если неосознанно, интуитивно. то в этом случае такой выбор рассматривается скрытой прагмалингвистикой.

В этом исследовании методами скрытой прагмалингвистики изучаются вопросы неосознаваемого выбора лингвистических средств Говорящим. Неосознаваемый выбор речевых средств воздействия означает, что Говорящий актуализирует интенции речи автоматически, на интуитивном уровне. Происходит это явление благодаря тому, что повторяющиеся выборы одних и тех же речевых компонентов в типичных ситуациях коммуникации, когда выбор превращается в привычку и происходит автоматически, уходит в подсознание и не осознается отправителем текста. Получатель текста воспринимает состав выбранных Говорящим единиц как присущий собеседнику, нецеленаправленный выбор речевых средств, его «естественная речь» и манера речевого поведения.

Данное диссертационное исследование проведено в рамках антропоцентрической парадигмы с позиции прагмалингвистического подхода и посвящено изучению речевого поведения русскоговорящих блогеров – общественных деятелей сети Интернет и перлокутивного эффекта их речевого воздействия. Выявляются личностные предпочтения говорящих и оценивания их речевого поведения воспринимающей стороной – читателями блогов.

Актуальность данного исследования обусловлена интересом научного сообщества к возможности диагностирования особенностей речевого поведения в контексте популярного в сети Интернет жанра. За последние десять лет опубликован ряд работ, исследующих коммуникацию в сети Интернет: И.А. Бронников (2011), Е.В. Карнуп (2014), Ю.Н. Макаров (2016), Л.В. Самойленко (2010), А.В. Чижик (2013) и др. Однако исследований речевой коммуникации блогеров и читателей, а также результативности этой коммуникации в зависимости от речевого поведения блогеров с позиции прагмалингвистики до настоящего времени не проводилось. В данной работе предполагается расширить представления о речевой коммуникации и взаимодействии участников коммуникативного процесса в сети Интернет. Для этого создан речевой портрет типичного представителя данной коммуникативной группы объективными методами прагмалингвистики, который позволяет изучить речевой образ современника, что востребовано в современной теории языка, психолингвистике, социолингвистике, лингвокультурологии. Феномен виртуального речевого пространства сетевого дневника (блога) порождает несвойственное другим речевым жанрам сочетание приватного и массового общения блогера и читателя, в котором речь блогера (адресанта) является спонтанной, формируемой как мгновенная речевая реакция на изменения окружающей реальности. При этом само общение блогера и читателей блога обладает в глазах коммуникантов особой ценностью.

Объектом исследования является индивидуальное и стереотипное речевое поведение популярных блогеров в коммуникации в сети Интернет и

перлокутивный этап речевого воздействия, актуализируемый или неактуализируемый в текстах читателей блогов.

Предмет исследования - особенности привычного выбора блогером и читателем блога речевых сигналов, актуализирующих стратегии скрытого речевого воздействия.

Материалом исследования являются тексты блогов десяти блогеров – общественных деятелей. Выбор блогеров определялся их представленностью в СМИ (100 упоминаний в 10 изданиях за три года). Тексты были взяты из сети Интернет со страниц индивидуальных блогов изучаемых лиц. Материал составил 25 058 МСГ по 500 МСГ из текста каждого блогера, которые были проанализированы по пяти скрытым стратегиям речевого воздействия.

В качестве материала, который позволил выявить отношение комментаторов к блогерам, привлекались тексты-комментарии в блогах. Всего 702 комментария, содержащих 12 107 МСГ

В качестве материала экспериментов, который позволил выявить отношение добровольцев выступали анкеты с возможностью комментирования текста блогов – всего 236 анкет с 4 748 МСГ

Всего было проанализировано 41 913 МСГ

Цель работы - исследовании приемов речевого воздействия блогеров объективными методами прагмалингвистики на основании изучения индивидуально-личностного и стереотипного речевого поведения блогеров, а также в изучении перлокутивного эффекта воздействия текстов блогеров на читателей и участников экспериментов.

Для достижения поставленной цели решаются следующие задачи:

1. Исследование скрытого речевого воздействия в текстах каждого блогера и всей стратификационной группы в целом.
2. Описание предлагаемой конативно-направленной стратегии скрытого воздействия «Оценивание Получателем коммуникативного успеха Отправителя» и её планы.

3. Описание речевой реакции комментаторов-читателей и участников опросов и доказательство наличия перлокутивного эффекта воздействия блогеров на читателей

4. Построение цифровой прогностической модели эффективной коммуникации блогера с читателем

Методологическая база исследования. Диссертационная работа опирается на принципы системности и антропоцентризма как общенаучную методологию исследования.

Частнонаучную основу работы составляют концепции в области теории речевого жанра J.L. Austin, Н.Д. Арутюновой, М.М. Бахтина, К. Бюлера, А. Вежбицкой, Т.Г. Винокур, В.З. Демьянкова, В.В. Дементьева, Дж.Л. Серля, Ю.В. Сливчиковой, исследования дискурса ван Т.А. Дейка, О.С. Иссерс, В.Г. Бороботько, В.И. Карасика, Ю.Н. Караулова, К.Ф. Седов, а также работы по прагмалингвистике W. Chafe, Т.В. Бульгиной, С.И. Виноградов, Г.Г. Матвеевой, Ю.С. Степанова и др, теории и практики речевого воздействия В.В. Виноградова, В.Е. Гольдина, М.-Л. А. Драздаускене.

Важной вехой в исследованиях языка и речи Говорящего стали работы А.В. Гашкова (2012), М.И. Дерещивой (2018), в которых обосновывается возможность применения многофакторного математического анализа лингвистических единиц с позиции их значимости и привычности для Говорящего.

В работах Е.И. Горшковой (2013), Н.В. Касьяновой (2014), М.О. Кочетковой (2016), И.Г. Сидоровой (2014) представлены научному сообществу результаты изучения особенностей социальной природы блога и коммуникации в блогах, жанровой специфики блогов.

Методами исследования в данной работе являются: сопоставительный анализ, прагмалингвистический эксперимент с применением методики модифицированного контент-анализа, опрос групп добровольцев, внедрение в лингвистические исследования машинной обработки статистических данных.

Гипотеза данного исследования состоит в том, что возможно идентификация по речевому поведению личностных черт блогера и среднеречежанровых характеристик соответствующей стратификационной группы сопоставима с идентификацией реакции социума-получателя текста на это речевое поведение блогеров и позволяет определить успешность/неуспешность речевого воздействия блогера, а также построить прогностическую модель эффективной коммуникации блогера с читателем в сети Интернет.

На защиту выносятся следующие положения:

1) Исследованные речевые портреты блогеров демонстрируют совокупность стабильных речевых признаков, определенных применением авторами блогов речевых стратегий, и характеризующих конкретные и групповые языковые личности блогеров. Детерминированные свойства позволяют выявить совокупность черт, присущих в разной степени всем блогерам, но в наибольшей степени свойственных тем, кто достигает большего перлокутивного воздействия на читателей и получает от них стабильные реакции оценивания. Этими чертами являются уверенность в поведении, лидерство, активность в выражении убеждений, склонность к объективности, умеренное проявление агрессии, достаточный культурный уровень общения, желательность контактов с читателем блога.

2) Расширяется инструментарий исследовательских возможностей прагмалингвистики за счет применения разработанной автором скрытой прагмалингвистической стратегии «Оценивание Получателем коммуникативного успеха Отправителя». Данная речевая стратегия содержит четыре плана акцентуации и два плана неакцентированных сообщений. Каждый план акцентуации имеет несколько формальных показателей и может быть обнаружен в конкретном сообщении. Коммуникативный успех реализуется в отклике Получателей сообщений. При этом отклики с положительной оценочностью означают абсолютный коммуникативный успех блогера, частичная коммуникативная неудача ассоциируется с

отрицательной реакцией, полная коммуникативная неудача – с индифферентностью читателей к тексту. Применение стратегии в качестве инструмента изучения читательских реакций позволяет определить успешность или неуспешность коммуникации автор-читатель и выявить закономерности получения положительного отклика и обратной связи в целом.

3) Результатом речевого воздействия блогера на читателя является перлокутивный эффект, выраженный в виде оцениваний, дополнительной информации или индифферентности со стороны воспринимающей стороны. Наличие перлокутивного эффекта определяет успешность блогера, для которого важна любая реакция, кроме игнорирования со стороны читателей. Наличие и степень перлокутивного эффекта доказывается экспериментальным путем.

4) Наличие обратной связи между блогером и читателем и количественная измеримость реакций со стороны читателей блога позволяет построить прогностическую модель перлокутивного эффекта и определить диапазон реакций читателей, не выражающих свое мнение прямо. Зависимость манифестаций открытых реакций и скрытого оценивания позволяет экстраполировать данные экспериментов в искусственно созданных условиях на естественную среду и определить количественные показатели результативности речедеятельности блога в социальной коммуникации сети Интернет. Это позволяет построить прогноз, который определяет успешность блогера и актуальность блога в читательской среде при сохранении тянущей модели поведения блогера в краткосрочной и среднесрочной перспективе. Совмещение срезовых моделей за длительный период позволяет построить долгосрочный прогноз с учетом характерных поведенческих изменений, присущих данному блогеру.

Научная новизна заключается в проведении комплексного анализа речевого поведения блогеров в виртуальном коммуникативном пространстве сети Интернет методами прагмалингвистики и математического моделирования. Были

диагностированы индивидуально-личностные качества блогеров. Выявлен перлокутивный эффект воздействия блогеров на читателей блогов и определена градация реакций обратной связи на воздействие блогера. Разработаны и предложены модели определения перлокутивного эффекта в коммуникативной системе «блогер – читатель». Разработан новый прагмалингвистический инструментарий определения перлокутивного эффекта воздействия автора на читателя – прагмалингвистическая скрытая речевая стратегия «Оценивание Получателем коммуникативного успеха Отправителя».

Теоретическая значимость диссертационного исследования состоит в том, что изучение речевого поведения носителей языка в новых коммуникативных ситуациях общения (блог, среда Интернет) расширяет представления о коммуникативной личности, связи речи и мышления человека, речи и поведения в новых коммуникативных условиях виртуального пространства Интернет-коммуникации. Полученные результаты исследования вносят определенный вклад в теорию языка и речи, в семиотику и прагмалингвистику, в теорию речевого жанра и речевого акта, в теорию речевых стратегий и их планов, в теорию скрытого речевого общения и теорию цифрового прогнозирования воздействующей коммуникации, в теорию коммуникативного общения в сети Интернет.

Практическая ценность исследования заключается в возможности использования диагностирования личности коммуникантов и определения эффективности коммуникации в среде Интернет. Предлагаемая методика может быть востребована специалистами – лингвистами, психологами, социологами, политологами, а также преподавателями филологических дисциплин при чтении специальных курсов по прагмалингвистике, теории языка, интерпретации текста.

Апробация исследования. Основные положения и результаты исследования были представлены на межвузовских, межрегиональных, всероссийских и международных научных и научно – практических конференциях: «Proceedings of the international scientific conference» (Прага, 2015); «2nd International Conference on Industrial Engineering, ICIE 2016» (Челябинск,

2016); «Литература в диалоге культур» (Ростов-на-Дону, 2016); «Energy Management of Municipal Transportation Facilities and Transport, EMMFT 2017» (Хабаровск, 2017); «International Conference on the Theory and Practice of Personality Formation in Modern Society» (Юрга, 2018); «Пушкинские чтения – 2019» (Москва, 2019); «Актуальные проблемы науки и техники – 2019» (Ростов-на-Дону, 2019); «The International Scientific and Practical Conference “Current Issues of Linguistics and Didactics: The Interdisciplinary Approach in Humanities and Social Sciences”, CILDIAH-2019» (Волгоград, 2019); «Innovative Technologies in Science and Education, ITSE-2020» (Дивноморск, 2020).

По материалам диссертации опубликовано в 11 научных работ, в том числе 2 монографии, 4 статьи в журналах, рекомендованных ВАК, 5 статей в журналах, индексируемых в базе цитирования Scopus.

Структура работы. Диссертационное исследование состоит из Введения, трех глав, Заключения, Библиографии, списка анализируемых текстов, списка источников, описывающих факты социального поведения блогеров, списка принятых сокращений и приложений.

Глава 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ИЗУЧЕНИЮ РЕЧЕВОГО ПОВЕДЕНИЯ БЛОГЕРОВ МЕТОДАМИ СКРЫТОЙ ПРАГМАЛИНГВИСТИКИ

1.1 Основные понятия и категории скрытой прагмалингвистики

Основой прагмалингвистики, которая изучает Говорящего и его речь во всех аспектах и проявлениях речепорождения, цели и задач Говорящего, восприятия и реакций слушающего, является теория речевого акта [Austin, 1966; Арутюнова, 1981: 356–367; Арюхина, 2016:26; Басенко, 2019; Серль, 1986:151–170; Уорф, 1960:135–168]. С нею тесно связаны теории дискурса [Бенвенист, 1974:276–299; Дейк, 1978:239–336] и закономерностей речевого поведения [Булыгина, 1981:333–343; Грайс, 1986:217–237]. Закономерности речевого поведения представляют особый интерес для нашего исследования.

Указанные теории оперируют рядом концептуальных понятий: «речевое поведение», «речевой поступок», «интенция», «речевой акт», «речевое действие», «имидж», «функциональный стиль», «выбор» [Арутюнова, 1981:356–367; Гак, 1983:11; Матвеева, 2004:85; Степанов, 1981:325].

Рассмотрим эти понятия. Центральным из них является понятие выбора Говорящим или Пишущим речевых средств с учетом конкретной ситуации коммуникации для воздействия на Слушающего или Читающего. Выбор речевых средств относительно восприятия Говорящего является осознаваемым или не осознаваемым. По этим категориям выделяются два направления прагмалингвистики: функциональная и скрытая прагмалингвистику [Матвеева, 2004:85–86].

В рамках функциональной прагмалингвистики изучается речевая деятельность Говорящего с осознанным и намеренным выбором единиц для воздействия на Слушающего [Матвеева, 2004:87]. Под речевой деятельностью понимается мотивированное, зависящее от целей отправителя текста речевое проявление и выбор речевых средств [Матвеева, 1998:14].

В рамках скрытой прагмалингвистики изучается речевое поведение Говорящего с неосознанным и ненамеренным выбором единиц воздействия на Слушающего. Говорящий реализует интенцию через интуитивный подбор речевых сигналов на основе накопленного коммуникативного опыта, величины собственного речевого базиса (пассивный и активный словари, знание грамматических особенностей языка общения, форм текстуализации) и восприятия речевой ситуации в конкретный момент времени «здесь и сейчас».

То, как выбор речевых средств характеризует Говорящего лучше всего, можно описать следующей цитатой:

«Любой выбор человека характеризуется как индивидуально-психологический аспект его деятельности и проявляется на личностном уровне, поэтому о личностных свойствах человека можно судить по его выбору. Выбор на подсознательном уровне свидетельствует о различных автоматизированных навыках и привычках субъекта, стереотипах поведения, а выбор языковых средств – об автоматизированных речевых привычках субъекта, стереотипах автоматизированного речевого поведения» [Полякова, 2016].

Несомненно, привычка человека использовать определенные речевые средства закрепляется на подсознательном уровне и проявляется во всех случаях речевого общения. По этому выбору можно судить о внутренних пристрастиях и качествах личности Говорящего, о его речевом поведении в коммуникации и по его речевому поведению составить речевой портрет Говорящего.

В этом исследовании проблема речевого поведения общественных деятелей-блогеров рассматривается с позиции именно скрытой прагмалингвистики [Матвеева, 2003].

Речевое поведение складывается из речевых поступков [Леонтьев, 2003:123], которые формируют комплекс автоматически совершаемых

речевых действий на протяжении длительного периода времени в схожих коммуникативных условиях [Карасик, 2008:28; Матвеева, 2001]. Речевой поступок – адресованное Слушающему вербальное выражение, которое имеет значимый для обоих участников коммуникации смысл [Полякова,2016]. Речевое поведение формируется из речевого опыта, который закреплен в сознании индивида и не требует каждый раз нового осмысленного набора речевых сигналов. Индивид использует привычную для себя форму коммуникации всякий раз, когда оказывается в схожей ситуации общения.

Речевой поступок реализуется в речи или тексте в виде выбора форм речевых единиц в высказывании. Под высказыванием понимается речевое средство для выражения намерения [Кацнельсон, 2001] или речевая единица, равновеликая высказыванию, рассматриваемому в непосредственной соотнесенности с ситуацией [Гак, 1990:90].

С позиции психолингвистики и социолингвистики речевое поведение есть разновидность социального поведения, которое определяется внешними по отношению к конкретному акту общения условиями и учитывает психоэмоциональное состояние участников в динамике выбора ими языковых средств [Леонтьев, 1998:405; Луценко, 2003].

При этом под термином «поведение» в данной работе понимается образ взаимодействия человека с окружающим миром и социумом, который индивидуален и присущ только ему. Особенности поведения индивида меняются под воздействием внешних факторов, в т.ч. языковых [Гусев, 1990 :70]. Поведение во многом зависит от привычек индивида, образа его мышления, личных свойств характера, социальной среды проживания и воспитания [Леонгард, 2000:178; Литвак, 2019:140–148].

Соответственно, скрытая прагмалингвистика объединяет в себе семиотический подход (рассматривает знаковую природу общения), социолингвистический – общественную природу общения,

психолингвистический – взаимозависимость мышления и речи. Скрытой прагмалингвистики свойственен прагмакогнитивный подход к связи мышления и речи. Этот подход выражается в зависимости мышления и его форм (представлений, понятий) от ситуации общения и картины мира в восприятии коммуникантов. Все три подхода позволяют рассмотреть внутренне обусловленное речевое поведение индивида при коммуникации в социуме с помощью обмена выбранными речевыми единицами (знаками) высказывания [Луценко, 2003; Ляпон, 1989; Матвеева, 2019].

В рамках данной работы диагностируется речевое поведение пользователей сети Интернет на материале текстов их сообщений в блогах. Исследуются единицы речи, которые интуитивно и автоматически выбираются блогерами из привычного им коммуникативного (лексического, грамматического и текстуального) базиса для наилучшего воздействия на читателя блога или зрителя видеоблога [Степанов, 1981:325]. Этот немотивированный, не осознаваемый и привычный выбор характеризует Говорящего как личность.

Существует тесная связь между изучаемой в функциональной прагмалингвистике речевой деятельностью и речевым поведением. В настоящем исследовании изучается речевое поведение блогеров с позиции скрытой прагмалингвистики.

Блогер представляет заранее подготовленную и осознанно написанную или произнесенную речь (если это видеоблог), которую он адресует положительно, отрицательно и нейтрально настроенной к нему аудитории с целью добиться определенной реакции: одобрения, неодобрения, политической, идеологической, научной и др. солидаризации (в зависимости от конкретной темы сообщения), капиталовложений в предлагаемый проект со стороны единомышленников и т.д. В этой речи блогер использует (реализует) речевую деятельность, с одной стороны, как осознанный выбор речевых сигналов, с другой стороны, он актуализирует речевое поведение

как неосознаваемый выбор речевых сигналов, присущий ему его личности [Angermuller, 2014; Suler, 1996; Батыгин, 2001]. Этот дуализм позволяет говорить о наличии у блогеров определенного имиджа. Несколько более подробно об особенностях имиджа блогера будет рассказано далее.

Объективное изучение речевого поведения блогеров и оценивание его комментаторами требует выделения единиц анализа. В качестве анализа в данной работе применен модифицированный контент-анализ.

Традиционно в контент-анализе используется в качестве единицы анализа словоформа – ряд фонем, которые образуют слово и отличаются от любого другого ряда. В так называемом интент-анализе (поиск одобрений/неодобрений, критических и панегирических высказываний) в качестве единицы измерений используется абзац [Милевская, 2003]. Текстуальные исследования проводятся в рамках синтаксиса – на материале предложений, в рамках всего текста – на материале целостных текстов различной величины и состава [Моисеенко, 2019].

В модифицированном контент-анализе прагмалингвистики традиционно использование такой единицы исследования, как малая синтаксическая группа (далее МСГ). Определение МСГ обычно приводится как «актуализированное модально-предикативное единство (группа)», где актуализация происходит в тексте, обладающем условиями коммуникации; предикативность обусловлена сказуемостью единства; модальность определяется актуализацией отношения Говорящего (автора) к теме сообщения, к объективной действительности и к получателю текста. МСГ является минимальной синтаксической конструкцией и, соответственно, обладает признаками единичности [Конецкая, 1997; Матвеева, 2004:128]. В тексте или устном сообщении МСГ представляет собой результат выбора речевой единицы в конкретных условиях высказывания в заданный отрезок времени «здесь и сейчас» [Матвеева, 1993:25]. МСГ как единица прагмалингвистического исследования актуализирует, скрытую для сознания

коммуникантов интенцию высказывания. В скрытой прагмалингвистике такие интенции рассматриваются как интуитивное и неосознанное стремление Говорящего, которое имеет форму речевого высказывания и, соответственно, фиксируется в виде МСГ [Бенвенист, 1974; Богомолова, 1990; Грайс, Г. П., 1985].

На синтаксическом уровне МСГ представлено простым нераспространенным предложением или частью сложного. Основное предикативное содержание МСГ реализуется как способность предложения соотносить выражаемую им мысль с действительностью [Берлов, 2001; Ляпон, 1998:392; Степанов, 1998:393; Сосюр, 1999], при этом предикативность составляет неразрывное целое с модальностью [Бисималиева, 1999]. Чаще всего предикативность в предложении выражается глагольными сказуемыми.

В процессе высказывания Говорящий наполняет структуру предложения мгновенно, не подбирает единицы (привычные – грамматические и текстуальные, а также привычные лексемы) каждый раз заново, а использует имеющийся опыт коммуникации. Отсюда МСГ оказывается в роли синтаксического каркаса, который позволяет наполнить высказывание содержанием, используя автоматический выбор готовых речевых решений (стратегий) и, таким образом, совершить речевой поступок. Как было сказано ранее, речевое поведение складывается из речевых поступков, поэтому, для анализа речевого поведения возможно использовать изучение минимальных единиц – актуализированных предикативных групп, т.е. МСГ [Багдасарян, 2018; Божкова, 2016; Гальперин, 1981].

В каждой МСГ Отправитель сообщения может актуализировать только один речевой план каждой речевой стратегии. Подсчет частоты актуализации автором планов речевых стратегий скрытого воздействия позволяет составить его речевой портрет. Данный речевой портрет позволяет диагностировать (определить, изучить) на основании параметров речевого

поведения адресанта его личностные характеристики. По замечанию И.А.Зюбиной «Во все времена, являясь одним из важных средств выражения, речь человека обладала и обладает также и значительным психодиагностическим потенциалом. По речи человека можно многое узнать о нем» [Зюбина, 2018].

Таким образом, ключевые понятия прагмалингвистики определяют содержательную и методологическую сторону настоящего исследования. Подробное описание особенностей блогеров как говорящих личностей приводится в следующем параграфе.

1.2 Понятие «блогер». Коммуникативная деятельность Отправителя сообщений в блогах

Выбор личностей, чье речевое поведение послужило материалом настоящего исследования, был основан на критериях известности этих лиц достаточно широкому кругу людей. Только известное многим лицо вызывает определенный отклик со стороны социума, который можно исследовать и определить эффективность, степень, структуру и закономерности речевого воздействия, сравнить полученные в рамках объективного прагмалингвистического эксперимента данные с фактами социального поведения анализируемых блогеров, представленных в средствах массовой информации (СМИ) и научных работах других исследователей. С этой целью были подобраны десять известных общественных деятелей, так или иначе представленных в СМИ, имеющие блоги и упомянутые в новостных лентах ведущих информационных агентств («Вести», «Известия», «Лента») не менее десяти раз за десять лет.

Понятие «общественный деятель» относится к сфере социальных наук и бытовой речи. В научном обиходе под общественным деятелем понимается лицо, добровольно занимающееся решением проблем, которые относятся к

сфере политических, культурных, профессиональных нужд общества (ТСРЯ, 2007:500]. В объективном, физически представленном мире общественный деятель известен относительно широкому кругу лиц – максимально всему обществу, и постоянно участвует в реализации каких-либо социальных, профессиональных и иных программ, в том числе во встречах с гражданами, должностными лицами, журналистами и другими членами общества, он проводит мероприятия, акции, одним словом, совершает некие действия, обладающие физически представленным результатом [Castells, 2007; Johnston, 1995; Rozenberg, 2016; Shirina, 2017].

В виртуальном Интернет-пространстве общественный деятель представлен известными лицами, которые ставят острые вопросы, вызывающие дискуссию и интерес к насущным проблемам общества. Например, общественный резонанс, который вызывается общественными деятелями в медийном пространстве Интернет-коммуникации, позволяет привлечь внимание большого количества людей к насущной проблеме и, тем самым, способствовать ее разрешению [Селютин, 2009].

В этой связи основной целью речевой деятельности общественного деятеля в сети Интернет является привлечение внимания пользователей сети, возбуждение публичной дискуссии, получение от различных лиц отзывов по проблемам, поднимаемым в публикации. Отсюда, общественный деятель сближается по своим представительским функциям с медийной личностью [Bartlett, 1932; Burr, 1995; Howarth, 2000; Александрова, 2009; Березовская, 2015].

Медийная личность (медиа-личность) – термин теории журналистики, который обозначает лицо, постоянно находящееся в сфере внимания социума, благодаря публикациям в СМИ, обсуждению в сети Интернет, публичным выступлениям и дискуссиям [Михальская, 2015:45–47]. Такие люди все время вербально взаимодействуют со всем социумом страны или целой языковой общности (русскоязычные, англоязычные, арабоязычные и

т.д. общности). Термин медиа-личность наиболее полно освещает ключевые особенности функциональной речевой деятельности и значимости речевого поведения общественных деятелей в Интернет-пространстве [Комков, 2008].

В настоящем исследовании изучается только один тип медиа-личности – блогер. В нашем исследовании, блогер – общественный деятель, ведущий устную и письменную коммуникацию с социумом в блоге. Феномен устно-письменной речи в Интернет-пространстве подробно описан в работах Ахреновой Н.А. [Ахренова, 2009], Баоянь [Баоянь, 2008], Брагина А.А. [Брагина, 2001].

Очевидно, что для достижения поставленных целей блогеры осознанно создают тексты, которые отличаются:

1. Ориентацией на аудиторию пользователей Интернет-порталов. Отличие в коммуникации именно с этим типом аудитории будет подробно описано далее, здесь же отметим, что она различается учеными с аудиторией слушателей/читателей традиционных СМИ (см., например, Tsvetkov, 2014; Богомолова, 1990:100–113; Бондаренко, 2004:176–182; Викентьев, 2020:76–77; Галичкина, 2003:276–280)

2. Ориентацией на аудиторию, которая обладает определенными политическими, идеологическими, нравственными, гендерными и др. предпочтениями

3. Ориентацией на аудиторию, которая оценивает высказывание блогера и стремится солидаризоваться с ним или наоборот вступить с ним в полемику.

Для реализации поставленных целей каждый блогер представляется сообществу в определенном узнаваемом и присущем только ему имидже. Его речевая деятельность как осознанный и целенаправленный выбор речевых средств для мотивации слушателя и формирования у воспринимающей стороны определенного отношения к блогеру отображает «фальшь-имидж» блогера. Неосознаваемый привычный и автоматический выбор речевых

средств, который блогер осуществляет в процессе коммуникации с социумом, определяется речевым поведением блогера. Речевое поведение блогера демонстрирует его «реал-имидж».

Имидж – устойчивый образ человека, который формируется у собеседников (Получателей речевых сообщений) при общении с ним. Имидж имеет две стороны социальной перцепции (существование в восприятии сторонним наблюдателем): объективную – имманентно присущую поведению индивида, проявляемую им постоянно, вне зависимости от желаний и намерений; субъективную – искусственно создаваемую вербальными и невербальными средствами [Iglesias, 2008; Laclau, 2001; Laura, 2001; Арюхина, 2016; Кашкин, 2000; Лесняк, 2014].

Прагмалингвистикой рассматриваются обе стороны имиджа: фальш-имидж, т.е. осознанно и целенаправленно создаваемый речевой поведенческий образ (в функциональной прагмалингвистике), и реал-имидж (в скрытой прагмалингвистике) [Лесняк, 2019].

Реал-имидж – это стереотипные, присущие индивиду черты речевого поведения, которые он представляет Получателю сообщений неосознанно, на уровне актуализации привычного речевого поведения, которое закреплено в его сознании опытом коммуникации [Johnson, 1987; Zyubina, 2019; Лесняк, 2014]. Данное исследование рассматривает вопросы, относящиеся к реал-имиджу и определяют внутренне присущее блогеру его истинное речевое поведение.

Обратимся к вопросу о разнице между речевым поведением блогеров-общественных деятелей и политических деятелей. Речевое поведение политических деятелей неоднократно становилось предметом изучения разных ученых (например, Е.Ю.Пишковой [Пишкова, 2007], О. Н. Паршиной [Паршина, 2004] Л.Н. Селиверстова [Селивестрова, 2004]. Ими были определены особенности имиджа и имиджевой стратегии в речевом поведении политиков [Пишкова, 2007:54]. В отличие от политика,

устремленного к власти и управлению социумом, общественный деятель понимается как лицо, добровольно занимающееся реализацией социальных, культурных, профессиональных нужд общества и в рамках своей общественной деятельности не получающего от этого прямых личных выгод [Зарипова, 2012: 64; Шарипов, 2008: 29].

Разница в целях и в подходах к достижению этих целей показывает, что имиджевая стратегия блогера – общественного деятеля отличает его от имиджевой стратегии политика, что предполагает разницу в представлениях об успешной коммуникации в социуме. Если для политика коммуникативным успехом является положительный (одобряющий) отклик аудитории – избирателей, а неудачей – отрицательный (не одобряющий), то для блогера успехом является любая реакция аудитории, которая свидетельствует о восприятии его речи. Соответственно, коммуникативным провалом блогера следует считать индифферентность к его выступлениям (записям) большинства или всей аудитории. В главе 3 подробно будет изучен аспект оценивания речи блогера аудиторией Получателей сообщений блогов.

В данном исследовании рассматривается вопрос о скрытых намерениях Говорящего (интенциях, по Г.Г. Матвеевой) [Матвеева, 1999:28], которые выступают регулятором речевого поведения блогера. Открытые (прямые) коммуникативные намерения Говорящего обозначаются в теме и мотивированном выборе речевых средств и могут не совпадать со скрытыми интенциями. Речевая деятельность может демонстрировать продиктованные имиджем речевые факторы, тогда как речевое поведение – скрытые, присущие личности в конкретике данной речевой ситуации мотивы речепорождения и коммуникации.

Такие намерения (интенции) скрыты для осознаваемого восприятия обеими сторонами коммуникации, но они выражаются в сообщениях путем интуитивного выбора единиц речи и воспринимаются на подсознательном уровне [Матвеева, 1999:16]. Поскольку воздействие посредством знака

происходит в любом случае, даже когда воспринимающая сторона не осознает этого, возможно исследовать это влияние и в определенной степени раскрыть реал-имидж («истинное лицо») Говорящего.

Употребляемые в настоящем исследовании термины «осознаваемое» и «неосознаваемое» отображают современный подход к определению рассудочной деятельности человека. Традиционная фрейдистская концепция сознательного и бессознательного предполагает, что сознание – субъективное переживание событий внешнего мира и ответная реакция на эти события. Соответственно, бессознательное – совокупность субъектноориентированных (психофизиологических) процессов в отношении которых отсутствует контроль рассудка [Фрейд, 2001:57].

На наш взгляд, целесообразно разграничить понятия «осознаваемое», «неосознаваемое» и «бессознательное».

Осознаваемое - продуцируемое с участием сознания в результате мотивированной рассудочной деятельности. Осознанный выбор слов и выражений – предмет изучения функциональной прагмалингвистики.

Для неосознаваемого характерно присутствие единожды совершенных сознательно действий, в дальнейшем закрепившихся в качестве психологического (речевого, поведенческого и т.д.) стереотипа, который воспроизводится всякий раз без выраженного рассудочного участия. В конкретике данной ситуации нельзя говорить о полном исключении рассудка из процесса, но его вмешательство ограничено единожды созданным шаблоном действий. Для неосознаваемого характерны устойчивость и произвольность, которые в речи выражаются в использовании одного и того же присущего индивиду выбора речевых единиц (грамматических форм грамматических категорий) из всего возможного числа вариантов. В похожих речевых ситуациях Говорящий использует слова в одних и тех же грамматических формах грамматических категорий, и одни и те же текстуальные формы без предварительного обдумывания и выбора

вариантов. Это позволяет говорить о привычно-интуитивном выборе поведенческих стереотипов в коммуникации характерных для личности речевых поступков [Телия, 1996:30].

Соответственно «бессознательное» – самостоятельная, независимая сфера человеческой психики, неконтролируемая, но взаимодействующая с сознанием. В настоящее время прагмалингвистика не включает в свою сферу изучение бессознательных вербальных реакций, и в данном исследовании они не затрагиваются. Хотя следует отметить, что учеными (в частности К.Юнгом, Р.Бартом и др.) признается двусторонняя связь бессознательного и сознательного в символических, т.е. знаковых формах, что гипотетически предполагает возможность проявления бессознательного в формировании речевого стереотипа группы и индивидуальных речевых привычек личности. В этом случае бессознательное попадает в сферу интересов прагмалингвистики, но эта сторона вопроса формирования личностных речевых предпочтений требует отдельного исследования и не рассматривается в данной работе.

Специфика блогера как коммуниканта в виртуальной среде Интернет определяется особенностями реализации интенций Говорящего в речевых поступках.

1.3. Речевой акт и речевой поступок. Речевой поступок как единица речевого поведения: содержание и форма

Понятие речевого поступка столь же значимо для скрытой прагмалингвистики, как понятие речевого акта для прагмалингвистики в целом.

Понятие речевого акта является одним из основных понятий прагмалингвистики. Речевой акт есть двусторонний процесс порождения текста, который предполагает создание и воспроизведение текста (говорение

или написание) и восприятие и понимание его. Речевой акт состоит из внешней и внутренней структуры. Назовем некоторые из компонентов внешней структуры:

1. Адресант (Отправитель сообщения).
2. Сообщение.
3. Адресат (Получатель сообщения).
4. Жанр коммуникации.
5. Форма коммуникации (письменная, устная, устно-письменная и т.д. – зависит от технической возможности коммуникации).
6. Код коммуникации (язык, лингвистические нормы).
7. Контекст коммуникации [Хаймс, 1975:42].

Данные компоненты составляют внешнюю сторону речевого акта: мотивированное, личностное, конкретное речевое действие, реализующееся в любые высказывания.

Внутренняя сторона речевого акта представлена тремя элементами реализации: локуция; иллокуция; перлокуция [Дейк, 1978:292]

В настоящем исследовании рассматривается скрытая сторона речи Говорящего, а, следовательно, смыслы речи. Вслед за Г.Г. Матвеевой мы разделяем понятие значения и смысла компонентов, выражаемых в речи (в высказывании) Говорящего. Значение передает посредством знака осознаваемое всеми участниками коммуникации и реализует намерение Говорящего на осознаваемом, рассудочном уровне. Однако, по замечанию Р.Барта, знак имеет два уровня восприятия и соответственно возможности передачи содержания: осознаваемый и неосознаваемый (интуитивный) [Барт, 2000:241]. Нюансы смысла передаются и воспринимаются адресантом и адресатом исходя из их коммуникативного опыта, культурного базиса, темперамента, привычек и других лингвистических, психологических и т.д. аспектов [Матвеева, 2001:81]. В качестве иллюстрации приведем пример классическую форму оценивания: «Прекрасно!». Данному слову присущи

два осознаваемых содержательных плана – денотатив «одобрение», ситуативный конатив: «неодобрение» (ср. «Прекрасно! Ты все испортил!») и скрытый план: превосходная степень наречия, которая показывает крайнее негодование Говорящего в конкретный момент времени (здесь и сейчас). Сравним с аналогичным высказыванием: «Красавец! Ты все испортил!». Здесь выбор существительного подчеркивает, что неодобрение со стороны Говорящего направлено на личность Получателя сообщения.

Третий пример: «Красава! Ты все испортил!» показывает, что Говорящий, используя просторечный вариант существительного, не только не одобряет действия личности своего партнера, но и сам склонен употреблять в речи жаргонные высказывания. Это позволяет сделать вывод о личности Говорящего (о его склонности к контркультурным течениям) и об отношении к Получателю сообщения (восприятие того на том культурном уровне, где возможно общение в подобном стиле). Важно подчеркнуть, что выбор всех этих единиц осуществляется ситуативно, автоматически, без предварительного обдумывания и составления наиболее удачной с риторической точки зрения конструкции. Говорящий мгновенно реагирует на окружающую обстановку в речевом акте. Скрытая прагмалингвистика изучает именно естественные и неосознаваемые реакции Говорящего в виде выбора единиц речи, а с ними и нюансов смыслов, которые присущи этим единицам в данном высказывании.

Каждое высказывание содержит нюансы смыслов. Нюансы смыслов есть разница в содержании речевых стратегий скрытого воздействия адресанта на адресата. Содержание стратегий скрытого воздействия актуализируются говорящим путем привычного выбора грамматических и текстуальных категорий. Это явление одномоментно и не осознаваемо для коммуникантов в составе речевого акта [Матвеева, 1998:28]. Между тем, нюансы смысла накапливаются в сознании Слушающего в рамках их совместного коммуникативного взаимодействия с Говорящим. Чем короче

акт коммуникации, тем меньше нюансов смысла накапливает Получатель сообщения. В конкретном речевом общении собеседники оценивают речевое поведение друг друга по характеру и частоте выборов речевых сигналов, которые актуализируют тот или иной нюанс смысла. Это оценивание позволяет коммуниканту составить представление о речи Говорящего и выбрать удачную стратегию взаимодействия [Киселева, 1978; Леонгард, 1981; Марченко, 2012].

Скрытые речевые стратегии, которые упомянуты в исследовании, будут подробно описаны в главе 2. Общее же определение скрытых речевых стратегий дает представление о возможных выборах акцентуации смысла в высказывании Отправителя сообщения.

Речевая стратегия – вербальное воздействующее речевое поведение Отправителя сообщения на Получателя [Темиргазина, 2015:44]. Скрытая речевая стратегия, таким образом, определяет скрытое речевое воздействие. Также речевая стратегия понимается в прагмалингвистике как «совокупность речевых действий» [Труфанова, 2001:58]. В обоих определениях ключевыми понятиями являются речевые действия и выбор речевых сигналов [Матвеева, 2014:53]. На неосознаваемом уровне Говорящий интуитивно воспроизводит те направленные воздействия и осуществляет тот выбор привычных ему сигналов, который подсказывает ему опыт близких коммуникативных ситуаций. Так речевая стратегия из осознанного подбора речевых сигналов переходит в интуитивный, автоматический выбор таких сигналов для актуализации речевого воздействия на субъект коммуникации [Burson, 2006: 36; The Basic Psychological Features of Cyberspace; Багдасарян, 2018].

Под речевым воздействием традиционно понимается вербальное управление деятельностью одного субъекта коммуникации другим субъектом [Речевое воздействие..., 1990:3]. Это управление может иметь форму влияния, которое меняет поведение субъекта воздействия, [Киселева, 1978:98; Матвеева, 1993:15], прямого и отсроченного руководства [устный,

письменный приказ и т.д.) [Шарипов, 2016:58; Марченко, 2012:105], опосредованного психолингвистического программирования [О'Коннор, 2011:56–69]. С позиций прагмалингвистики рассматривается только влияние, поскольку два других фактора лежат в большей степени в области психологии и нейролингвистического программирования.

Таким образом, речевое поведение блогера складывается из речевых поступков. На поведенческие реакции в сети Интернет оказывает значительное влияние специфика виртуальной коммуникации и жанровые особенности блога, в котором и проходит коммуникация между блогером и читателем/зрителем.

1.4. Прагмалингвистические особенности реализации Говорящим информации в виртуальной коммуникации

Изучение роли информации в публичной деятельности Говорящего чрезвычайно велика. Можно говорить о самом существовании языковой личности в среде Интернет в той же степени, в какой она воспринимает, порождает, детерминирует, и оценивает информацию различного характера средствами языка и мышления.

Изучение эволюции информационного пространства в публичном дискурсе в аспекте взаимодействия информации и личности представляет значительный интерес и рассматривается рядом исследователей (см, например, А.В. Белозерцев, 2008; А.А. Комков, 2008; К.К. Колин, 1998; Марков, 1999].

Информационный поток, продуцируемый активным участником дискуссии в блоге или другой сетевой форме общения, в таком случае имеет выраженные признаки адресности, направленности, побудительности, идеологической маркированности. Речевая личность Говорящего (блогера и

комментатора) предстает как совокупность лингвистических черт определенной идеологической платформы, которая детерминируется, воспринимается и оценивается всеми участниками коммуникации именно как речевой образ данной платформы, а не как индивидуально-личностная характеристика конкретного индивида. Индивид в этом случае выступает как выразитель идеи, где его «Я» подкрепляет или не подкрепляет социальную идею, актуальную в обществе [Божкова, 2016; Бондаренко, 2004; Зюбина, 2018]. В связи с этим, блогеры или комментаторы-провокаторы воспринимаются читателями в качестве выразителей речевых образов своих идей, которые на скрытом лингвопрагматическом уровне ассоциируются именно с их речевой манерой поведения, их речевым портретом.

В общественном сознании отражена необходимость в информации, порождаемая развитием общества, нуждами общественного управления.

Взаимоотношения личности и системы информации могут приобретать функциональный и дисфункциональный характер. Начиная с 70-х годов существование особого типа дисфункционального отношения к информации детерминировано наукой. Носитель этого типа был определен социологами как сугубо потребляющая личность ("гомо-консюменс"). Ее основная направленность – "не производство или созидание, но потребление материальных и стандартизированных массовой культурой ценностей, которые часто не потребляются в их подлинной сущности, но именно приобретаются как символ внешнего социального или психологического благополучия". Информационный бум, возникший после массового распространения Интернета и появления таких специфических информационных явлений, как социальные сети, тематические и полисегментные форумы и т.п. в полной мере породил эффект массового потребления ложной информации, манипулированию индивидом или группой с помощью особым образом верифицированного потока, подменой

наполнения информационной составляющей иным содержательным контентом.

В данной ситуации дисфункция информационного потока прямо воздействует на личность, порождая неспособность правильно детерминировать и оценить информацию, кодированную средствами естественного языка, и как следствие, вторично порождая ложные информационные потоки, не имеющие подлинной ценности в виду потери языковой личностью объективного контроля за содержательным и формальным наполнением коммуникативного поля ценностными информационными конструктами.

Феномен появления таких социально-психологических и лингвистических акторов в групповой коммуникации в сети Интернет, как тролли, хейтеры, логи (от англ. log – бревно) и др., связан именно с проблемами диверсификации информационной ценности сообщаемых сведений в коммуникационном взаимодействии и самой коммуникации в целом. Декорирование социального, культурного или иного статуса тем или иным информационным наполнением без адекватной детерминации и оценки последнего приводит к разрушению способности индивида верифицировать ценностный информационный поток.

Приведем в качестве примера сообщение лица, позиционирующего себя в комментариях к блогу в качестве специалиста в историко-лингвистической области: «Существование древнерусского языка, придется доказывать красноречием. Термин «древний» относится к античности, а в пятом веке у нас тут только пастухи бродили». Вполне очевидно, что в данном случае опровержение факта существования древнерусского языка носит сугубо демонстрационный характер, призванный не столько сообщить участникам коммуникации новое, сколько подтвердить статус «специалиста». Ложная информационная посылка, рассчитанная на убеждение аудитории, априори полагаемой на более низком

интеллектуальном уровне, показывает неспособность адресанта критически воспринять собственный тезис и соотнести его с базовыми знаниями в области предмета дискуссии, доступными самым широким массам. В данном случае, Говорящий продуцирует не столько ложную информацию о предмете, сколько демонстрирует превосходство на идейно-интеллектуальном и коммуникативном уровне, которым на самом деле не обладает. Следовательно, потребительское отношение к информационной составляющей публичной коммуникации и связанной с нею статусностью коммуниканта обесценивает само понятие информации и коммуникации как средства информационного обмена – если невозможно получить достоверную информацию, путем публичной коммуникации, то соответственно публичная коммуникация дискредитируется в этом аспекте. В связи с этим возникает проблема источника информации.

В настоящее время невозможно детерминировать источники информации по их происхождению как надежные или априорно ложные. Существует одинаковая вероятность того, что размещаемая в сети Интернет, публикуемая в центральной печати или сообщаемая иным способом информация является достоверной или ложной. Многочисленные прецеденты публикаций «специалистов», имеющие откровенно лженаучное или просто ложное содержание, намеренно вводящее в заблуждение пользователя, способствуют неопределенности и нестабильности в области получения и дальнейшего использования информации, равно и верификации вторичной информации. Для блогов, с их дневниковым характером общения, эта проблема встает особенно остро, поскольку ценностная сторона содержательного общения автора и читателя концентрируется вокруг субъективного доверия блогеру как источнику информации.

Читатель вынужден принимать на себя функции экспертной оценки получаемой информации и, соответственно, верифицируемой. Поскольку читатель блога находится в непосредственном информационном потоке в

процессе публичной коммуникации с блогером, то времени на подобную оценку отводится достаточно мало. Отсюда он вынужден либо ограничивать свое взаимодействие в сети Интернет сугубо профильными коммуникативными сообществами и игнорировать блоги и др. Интернет-ресурсы, либо иметь крайне широкий кругозор и способность быстро усваивать, оценивать и верно интерпретировать информацию непосредственно в коммуникативном процессе.

Говорящий в информационном пространстве публичного дискурса транспонирует представление о социальной действительности в целом, противодействуя замкнутости отдельных видов деятельности и пространственной разделённости отдельных групп общества. В этой связи степень маргинализации и снижения уровня компетентности социальной группы или социума в целом (например, русскоязычной речевой личности как совокупности концептуальных черт всех русскоговорящих) играет важнейшую роль в способности верифицировать, детерминировать и оценивать информацию.

Обычно считается, что чем уровень образования аудитории выше, тем она критичнее относится к сущности информационного потока. Однако, как показывают исследования — это не совсем так. Феномен существования и распространённости в социуме лженаучных теорий, способности воздействовать на массы посредством трансляции заведомо ложной информации показывает практически равную уязвимость всех групп, независимо от их образования и уровня подготовки, что можно наблюдать в полемиках в блогах.

Анализ восприятия языковой личностью информации свидетельствует о степени выявления манипулятивных техник и критической способности воспринимать получаемую информацию.

Опрос проводился в различных социальных группах: студенты старших курсов гуманитарных и технических направлений, группы

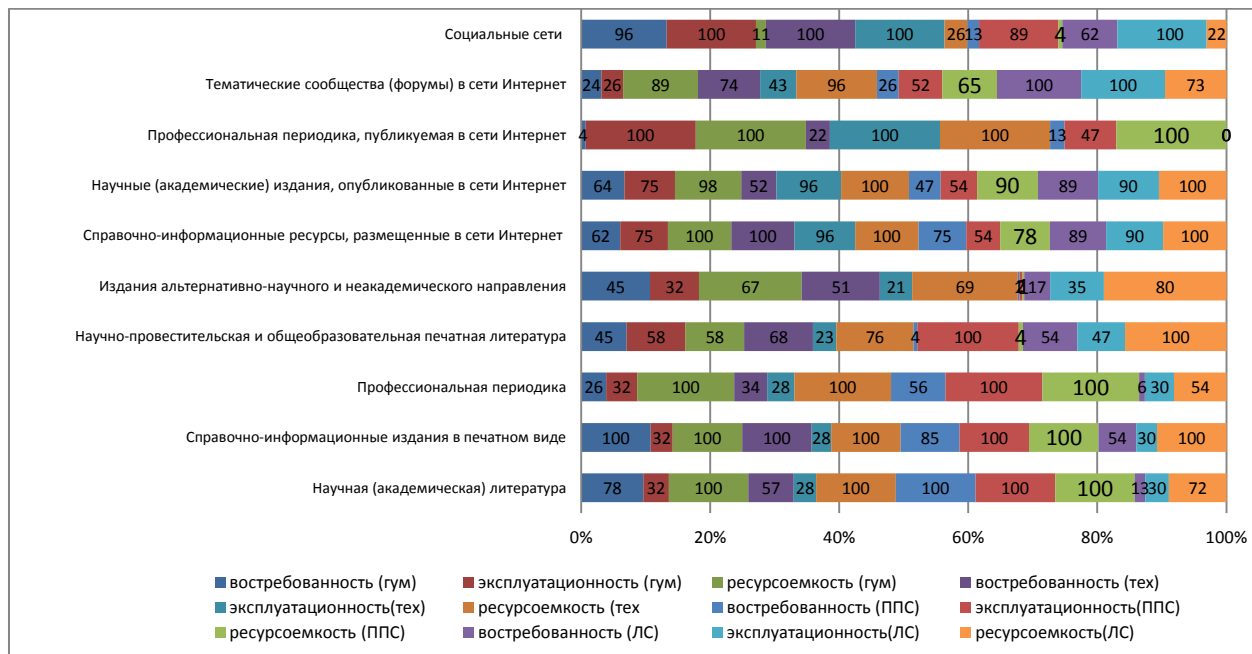
преподавателей российских вузов, группа добровольных участников из числа постоянных пользователей литературного сайта «Литсеть».

Выбор аудитории был продиктован необходимостью рассмотрения различных социальных и статусных групп, имеющих доступ к разнообразным источникам информации и испытывающих различное воздействие внешней среды, обладающих различным жизненным и коммуникативным опытом. Выбор литературного портала был сделан на том основании, что его посетители принадлежат ко всем социальным группам общества, не дифференцированы по профессиям и мировоззрению. Имеют разный, неизвестный исследователям образовательный уровень, но все они объединены интересом к художественному слову и имеют определённый коммуникативный опыт работы со словом, а также потребность в общетематическом взаимодействии в рамках литературного творчества. Это позволяет ограничить маргинализацию и социализацию изучаемой группы, отсеять наиболее крайние формы лингвистической коммуникации и исследовать обобщенную языковую личность знакомого с языком и литературой человека в непосредственной среде коммуникации.

Источники информации, находящиеся в публичном пространстве, были оценены участниками опроса по критерию их востребованности, эксплуатационности (удобству использования) и ресурсоемкости (степени удовлетворения потребности читателя содержащейся в тексте информацией в % от числа использующих источник).

Анализ выбора источников информации

(диаграмма 1.1)



Как показал анализ, академическая и справочная литература ожидаемо востребована в студенческой и преподавательской среде. Профессиональная периодика менее востребована и, по сообщениям участников опросов, используется только работающими студентами и преподавателями, имеющими прикладной практический опыт. Неожиданно высоким оказался процент доверия к альтернативно-научной и неакадемической литературе в студенческой среде, что, при невысоком интересе к профессиональным изданиям, говорит об определенном скепсисе в отношении научного знания (использование академических источников только в учебных целях и поиск альтернатив) и небольшом научно-практическом опыте. Ожидаемо высокий спрос на информацию в среде Интернет отмечен, прежде всего, среди студентов и посетителей литературного портала (хотя последние используют и печатную продукцию, дополняя интернет-издания). Впрочем, и в научно-педагогическом сообществе порядка половины опрошенных охотно

используют возможности современных информационных технологий. Определенной неожиданностью для авторов исследования стали высокие результаты использования социальных сетей для поиска информации, что говорит о неразделенности источников и определенном доверии к печатному слову вне зависимости от источника его продуцирования. Дополнительные вопросы, задаваемые в индивидуальном порядке, выявили в профессорско-преподавательской и гуманитарной среде низкий процент доверия к профильным тематическим интернет-сообществам, вызванный недоверием к размещаемой там информации с позиции недоверия к личности размещающего, хотя респонденты и признавали, что незнакомы с большинством участников. Личностный характер нежелания вступать в контакт на профильных ресурсах носит характер защиты собственной личности от возможной критики со стороны участников сообщества (порядка 11% обеих групп, из числа выразивших недоверие), чувством априорного превосходства (18% ППС и 13% студенты), трудностью удаленной коммуникации по сложным научно-тематическим вопросам (7 и 10% соответственно). Прочие затруднились с однозначным ответом, отметив коммуникативный дискомфорт и общее недоверие к данному типу ресурсов. Важно обратить внимание, что все группы, выражающие нежелание участвовать в коммуникации на профильных ресурсах, не испытывают трудностей во взаимодействии в социальных сетях. По мнению авторов настоящего исследования, существует определенный психологический барьер взаимодействия, находящийся именно в лингво-коммуникативном поле, который препятствует реализации языковой личностью коммуникативных возможностей именно в профильной среде. Языковая личность воспринимается не только как субъект, осуществляющий коммуникации, но и как модус ценностей, способный воздействовать на индивида. А это значит, что в априорно равной среде, где отсутствуют сдерживающие социальные барьеры (звание, должность, возраст, модель

поведения, социальная роль), индивид испытывает существенное оценочное воздействие, к которому оказывается не готов. Причинами дискомфорта, в данном случае, оказывается отсутствие весомого инструментария коммуникативно-личностного воздействия и способность отстаивать собственные позиции сугубо коммуникативными методами. Профильная среда воспринимается как неблагоприятная, не позволяющая языковой личности полностью себя реализовать. Интересно, что студенты технического профиля и преподаватели – производственники не испытывают подобных трудностей, поскольку не опасаются последствий репутационного характера, поскольку, по их словам, всегда могут удержать коммуникацию в рамках заданной практической проблемы и не диверсифицируют процесс обмена информацией в личностно-репутационном поле. Анализ, проведенный авторами, косвенно подтверждает данные о высокой агрессивности именно гуманитарной коммуникативной среды и выраженной нетерпимости, фиксирующейся в профильных сообществах такого типа. Отсюда, выбор источника информации во многом определяется не только его релевантностью или удобством использования, но и психологическим и коммуникативным (лингвокоммуникативным) комфортом.

Распределение по удобству использования источников показывает, что все возрастные категории используют новые информационные технологии. Ограничение на использование технологий зависит сугубо от обученности пользователя и его желания использовать данные технологии. В числе опрошенных был профессор одного из технических вузов России, в возрасте 88 лет, охотно использующий сеть Интернет для поиска и размещения научной информации, а также ряд молодых людей, в возрасте 17-24 лет, испытывающих трудности с выполнением простых действий по использованию поисковых систем и использованию сетевого контента.

На наш взгляд, определяющую роль в использовании информационных источников играют гибкость мышления пользователя и непосредственная необходимость в том или ином ресурсе.

Изучалось ценностное восприятие информационного потока в процессе коммуникации в публичном дискурсе с позиции реализации языковой личности современника. В результате опроса были получены следующие данные, отражающие отношение к различным показателям содержания и оформления информационного потока языковой личности в коммуникации.

Таблица 1.1.

Анализ оценки респондентами получаемой информации

Показатель	% от общего числа опрошенных в каждой группе			
	Студенты гуманитарного направления обучения	Студенты технического направления обучения	Профессорско-преподавательский состав	Участники из числа постоянных пользователей литературного сайта «Литсеть»
Релевантность	16	34	41	11
Объективность	86	74	100	54
Достоверность	65	78	100	43
Полнота	31	22	69	61
Актуальность	64	68	73	96
Ценность	100	100	100	100
Доступность	49	63	12	98
Наличие фактов	24	43	78	35
Эмоциональность изложения	35	19	9	57
<i>Стиль изложения</i>	_____			
академический	22	19	34	11
деловой	25	32	27	21
профессиональный (узкоспециализированный)	45	26	39	28
бытовой	9	11	1	19
стиль субкультур	10	12	0	21
<i>Формализация речи</i>	_____			
грамотность	32	13	53	16
содержательность	35	43	68	72
акцентуализация	29	11	9	14

Представленная таблица свидетельствует, что для всех опрошенных ценность информации имеет решающее значение, а вот процесс верификации и представления информации в публичном дискурсе оценивается различным образом. Молодые люди, обучающиеся на гуманитарных направлениях, в большей степени склонны оценивать информацию с учетом эмоционального оформления, допускают наличие специфических черт изложения, характерных для субкультур, но они более требовательны к формализации речи. Будущие технические специалисты обращают внимание на содержательную сторону предоставляемой информации, способ ее верификации, но менее критичны к формализации ее в процессе коммуникации. Профессорско-преподавательский состав достаточно требователен к содержательной и фактической стороне предоставляемой информации, к стилю и форме ее изложения, однако относительно лоялен к ее формализации.

Наконец, многопользовательская среда сети Интернет, не имеющая четкой социально-профессиональной детерминации, оказывается наименее требовательна к содержательной стороне информационного потока в коммуникативном пространстве, но весьма требовательна к эмоционально-оценочной стороне представления информации речевой личностью.

Таким образом, читатели блога оказываются вовлечены в специфический многоплановый речевой дискурс, в котором реализуются как целенаправленные (функциональные), так и ассоциативные (скрытые) факторы процесса продуцирования, восприятия и оценивания информационного потока в среде Интернет. При этом речевая личность демонстрирует общую уязвимость к ложному знанию и манипулятивным технологиям, доверяя к авторитетности мнения (в данном случае блогера или провокатора-комментатора). Информационная составляющая реализации Говорящей личности в публичном дискурсе занимает все большее и большее значение, при этом качество информации постепенно снижается, заменяясь

эмотивацией и коммуникацией как самоцелью. Информационное составляющее при этом наполняется формализованным лингвистическим содержанием, не относящимся к сущности вопроса либо несоответствующим объективной реальности. Наблюдается феномен виртуализации информационного потока, который полностью заменяет в коммуникации объективную действительность иллюзией. В связи с этим речевая личность модифицируется, представляясь различными типами речевой личности в разных, формально близких или идентичных, средах. Индивид при этом принимает на себя определенную модель речевого и продуцирует информацию, продиктованную не столько объективной реальностью, сколько моделью поведения и коммуникативной ситуацией – блогер – «коммунист» (Д.Ю.Пучков, К.А.Жуков), блогер – «либерал» (А.А.Навальный), блогер – «патриот» (С.М.Миронов) и т.п. Отсюда, ролевая природа современной публичной коммуникации сказывается на сущности имиджа Говорящего как личности и продуцируемой им информации.

1.5. Прагмалингвистические особенности речевого жанра «блог» в Интернет-среде

Коммуникация предполагает, как известно, вовлечение партнера по общению в единое речевое пространство, которое характеризуется общностью знаковой системы передачи информации, когнитивных способностей восприятия информации, способностью оказывать взаимное влияние в процессе коммуникации. Говорящий оказывает ориентирующее воздействие на Слушающего, изменяя окружающую среду, в которой находится Слушающий, так, чтобы вызвать определенную реакцию со стороны получателя информации. Особенности Интернет-коммуникации является адаптация традиционных форм устной и письменной речи к

возможностям виртуального пространства. В этой связи выделяется феномен устно-письменной речи. Устно-письменная речь предполагает максимальное приближение коммуникации в сети Интернет к устному взаимодействию, при техническом представлении речи в виде текста. Ее отличительными чертами являются:

1. Сжатость, стремление выразить как можно большую информативность в наименьшем объеме текста;

2. Насыщение речи эмоциональными высказываниями, попытками передать на письме интонации и эмоции, которые традиционно присутствуют в устной речи. Виртуальная коммуникация во многом подражает коммуникации в объективной действительности.

3. Вынужденный отказ от строгого соблюдения правил правописания в пользу сокращения времени на подготовку и публикацию ответа в сети Интернет. Для коммуникантов виртуальной реальности чрезвычайно важна скорость реакции и актуальность, своевременность ответа на реплику партнера по коммуникации.

4. Одновременно в коммуникации участвуют множество коммуникантов, каждый из которых в равной степени вовлечен в общении друг с другом.

5. Присутствие феномена отсроченной коммуникации. Это явление предполагает несовпадение сроков написания ответа их прочтению пользователями, которые находятся в разных часовых поясах или обладают разными возможностями доступа в Интернет. Тем не менее, в рамках виртуального пространства они постоянно присутствуют и участвуют в коммуникации, включаясь в нее в любой удобный для них момент.

6. Аудитория в виртуальном пространстве физически не представлена, не идентифицирована, анонимна и не может быть однозначно соотнесена с конкретной личностью участников коммуникации. Любой из участников коммуникации может представиться кем угодно, взять любой псевдоним,

выступать как от своего действительного имени, так и от имени, вымышленного или реально существующего лица. Эффект анонимности сказывается на большей раскрепощенности, пренебрежении рядом социальных рамок и ограничений. Например, в Интернет-коммуникации чаще используются инвективные и снижены обороты, чаще проявляется агрессия, наблюдается меньшая ответственность за слова и поступки.

7. На стилистическом уровне наблюдается смешение стилей речевого общения, неидентифицированность стилового и жанрово единства коммуникации. В рамках одной и той же дискуссии коммуниканты могут перейти от сдержанного литературного стиля общения к разговорному или сниженному стилю, не характерному для культурного сообщества (Коваленко, 2015).

«Интернет-коммуникации присущи такие специфические характеристики, как: полифоничность, гипертекстовость, интерактивность, креолизованность, дистантность, добровольность контактов и языковая креативность, уникальное сочетание которых обусловлено применением высоких технологий в области коммуникативных взаимодействий» [Горшкова, 2013:8]

Все эти особенности виртуальной коммуникации определяют специфику проявления речевой личности блогера. На интуитивном уровне он реализует те закрепленные в опыте выборы коммуникативных схем, которые позволяют ему достичь желаемого контакта с аудиторией. Блогеру важно находится в центре внимания, быстро реагировать на изменяющуюся коммуникативную обстановку, что предполагает естественную речевую реакцию на уровне мгновенного ответа [Матвеева, 2019; Михалева, 2004).

При этом нужно понимать, что виртуальная коммуникация всегда идет дополнением к объективной действительности, когда занятой в реальном мире человек может потратить ограниченное количество времени на сообщение по актуальной теме (темпоральный фактор) и при этом должен

быть в числе первых, кто обозначил позицию по данному вопросу (медийный фактор приоритета).

Специфика интернет коммуникации определяет особенности такого жанра речевого взаимодействия в среде Интернет, как блог.

У истоков учения о жанрах стоял видный советский литературовед М.М. Бахтин.

Классическое определение жанра включает в себя понятие «высказывание». Речевой жанр понимается как определенный тип высказываний, которые обладают общностью тематики, композиции и стилистики речи [Бахтин, 1986:250–296.]. Прагмалингвистика, которая изучает Говорящего на материале его высказываний, уделяет особое внимание изучению жанров речи.

Современные исследователи выделяют специфические Интернет-жанры в отдельную категорию в сравнении с традиционными жанрами. Основанием для такого выделения является наличие жанровой ситуации, которая отличает жанры Интернет-коммуникации от жанров других форм коммуникации, используемых в сети Интернет в ряде случаев [Александрова, 2009; Gurak, 2001; Батыгин, 2001; Журавлева, 2004]. Виртуальная коммуникация предполагает ряд не встречающихся в традиционной коммуникации (устной или письменной) особенностей. Следовательно, жанры виртуальной коммуникации обладают той же уникальностью.

Так, например, размещение в сети Интернет монографии или газетной статьи не означает жанрового перехода или обособления выделенных жанров в нечто новое. Газетная статья или монография остаются жанрами традиционной прозы и обладают характеристиками структурированной письменной речи.

В то же время существуют жанры, которые сформировались именно в Интернет-пространстве для реализации виртуальной Интернет-коммуникации. Эти жанры обладают характерными особенностями.

«Синкретичный характер коммуникативной среды интернет-коммуникации исключает возможность применения сетевых жанровых типологий к составляющим ее текстам» [Горшкова, 2013:8]

Один из первых классификаторов речевых жанров в Интернет-среде – Дэвид Кристалл выделяет пять основных жанровых ситуаций Интернет-общения: электронная почта, синхронные и асинхронные конференции, виртуальные миры, поисковые площадки [Crystal, 1997:567]. В основе классификации Д. Кристалла лежит целевое назначение коммуникации в сети Интернет.

На основе исследований Д. Кристалла отечественный ученый Л.Ю. Иванов предлагает развернутую классификацию Интернет – жанров, в которой дифференцирует их по степени виртуализации: непосредственно сетевые и заимствованные Интернетом из других сфер общения [Иванов, 2001]

Предложенная им классификация достаточно полно охватывает все виды жанрового своеобразия виртуального мира и дает исследователям возможность системного подхода к идентификации жанра блога. Для настоящего исследования представляет интерес та часть классификационной системы Л.Ю. Иванова, которая охватывает собственно Интернет-жанры. Специфика коммуникативного виртуального пространства сети Интернет предполагает, что само пространство существует как глобальная коммуникация и все ее жанры являются речевыми. В этой связи основополагающую роль в выделении жанрового своеобразия (что и отражено в концепции Л.Ю. Иванова) является разница установок и интенций Отправителя сообщения (о чем, в частности говорит и А.А. Селютин [Селютин, 2009:139–140]), особенность коммуникативных функций в различных типологических формах взаимодействия (форум, блог, чат и т.д.), структурно-композиционные особенности сообщения в виртуальной коммуникации.

Человек, находясь в сети Интернет, в значительной степени отказывается от рамок привычной ему действительности и творит свою биографию так, как он того желает [Tsvetkov, 2014; Wang, 2008; Викентьев, 1995; Сергиенко, 2011; Тертычный, 2014; Чепель, 2009]. Десоциализация личности в виртуальном пространстве сказывается на речевом поведении личности, которая чувствует абсолютную свободу самовыражения и самореализации, а так же потребность поделиться этим. Жанр блога, который имеет конкретную привязку к личности своего создателя (автора) и возможность непосредственной связи с читателем, способствует большей свободе самореализации и самопрезентации личности [Barnard, 2012; Горшкова, 2013]

Термин «блог» был создан П. Мерхольдсом путем сокращения слова «веблог» (англ. weblog – «сетевой бортовой журнал») [Шевелёва, 2010: 51], в настоящее время существует несколько подходов к определению жанра блогов.

Блог может рассматриваться как вторичный речевой жанр, как гипержанр или как субжанр.

Если блог рассматривается в качестве вторичного жанра (т.е. образовавшийся из другого жанра), то он входит в классификацию Л.Ю. Иванова в качестве устно-письменного жанра дневника, лишившегося таких признаков, как

- 1) приватность;
- 2) доступность для восприятия узкому кругу лиц, знакомых с сутью излагаемых событий;
- 3) фрагментарность и отрывочность изложения;
- 4) направленность на сугубо личные интересы автора.

В Интернет-пространстве вторичный речевой жанр блога приобрел такие черты, как:

- 1) адресация широкой аудитории;

- 2) доступность для восприятия другими читателями;
 - 3) самореклама автора;
 - 4) направленность на интересы всего социума или группы
- [Горошко, 2006:165–175.]

Эти аспекты нашли отражение в определении словаря Мерриам-Уэбстер, где блог определяется как веб-страница, содержащая *сетевой частный дневник* с размышлениями, отзывами, комментариями и различными гиперссылками, предоставляемыми автором (Dictionary by Merriam-Webster).

Как субжанр блог понимается в роли разновидности информационной страницы объявлений, размещенной в сети Интернет и постоянно обновляемой. С позиции речевой составляющей жанра субжанр оказывается совокупностью проявлений коммуникативных признаков других жанров в синтетическом единстве, когда на первый план выдвигается единство коммуникативной формы (личная запись, адресованная всем), а не содержательно-информационная составляющая.

Как гипержанр блог обладает свойствами коммуникации с множеством коммуникантов и способностью охватить речевым воздействием бесконечное число участников [Ахренова, 2009].

В данном исследовании рассматриваются традиционные концепции речевого жанра, что позволяет трактовать речевые жанры в сети Интернет как обладающие особой спецификой, которая определяется особенностями собственно виртуальной коммуникации, а не способностями жанра влиять на коммуникацию. Данный подход обусловлен историей развития виртуального пространства, когда вначале появилась техническая возможность и востребованность в виртуальной коммуникации, где вполне органично реализовывались традиционные речевые жанры, а затем начали развиваться особые собственно Интернет-жанры виртуальной коммуникации [Шевелёва, 2010].

В данной работе жанр блога определяется как веб-страница, содержащая частный сетевой дневник, который адресован широкому кругу читателя, доступен ему без ограничений, содержит возможность обратной связи.

Характерной особенностью блога как речевого жанра является наличие одновременно эксплицитного и имплицитного содержания в текстах. Данная особенность чрезвычайно важна для понимания сущности коммуникации «автор блога – читатель», поскольку накладывает определённый отпечаток на речевое поведение Говорящего и восприятие Слушающего (Читающего).

Дневниковый характер записей блога говорит о традиционном тяготении блога к камерным жанрам, адресованным, в первую очередь, самому Говорящему.

Камерные речевые жанры не предполагают наличия иного адресата, чем сам автор текста и рассчитаны на априорное восприятие открытых и скрытых интенций Слушающим, который для данной коммуникации является и Говорящим [Ромашкина, 2015]. Жанровое своеобразие камерных текстов представлено в традиционной лингвистике памятными записками, дневниками, авторскими шифрами (например, зашифрованные публикации Галилея об открытии спутников Юпитера и т.п.), медицинские и религиозные примеры автоматического письма, тексты с фиксацией рефлексии и «потока сознания» в психологической и литературно-художественной практике. Во всех случаях письменная или зафиксированная иными техническими средствами речь (аудиозапись, например) Говорящего имеет исключительно характер структурирования и закрепления им мыслей в материальном их выражении. Автору непринципиально следить за ясностью, целенаправленностью, оформленностью мысли, их планом содержания и выражения, поскольку он как «абсолютный читатель» точно осведомлен обо всех нюансах продуцируемого текста. Простейший пример с памятной запиской приводит нас к мысли о том, что камерные тексты есть

совершенное воплощение личности Говорящего для Получателя сообщения, например, записка с таким содержанием: «Николаева 3100». Из приведенного примера стороннему наблюдателю совершенно неясно, что имел в виду Говорящий: денежный долг, вес ребенка, номер документа, добавочный номер контактного телефона и т.д. Автор же памятной записки воспроизводит свое ментальное состояние в момент ее написания и понимает не только смысл записи, но и те оттенки своего состояния, в котором он находился и которые мог выразить в ней.

Для дневниковых записей данная особенность не менее показательна и важна. Сравним, например, записи в дневниках С.А. Толстой и Л.Н. Толстого за один день 8 октября 1899 г., в которых Софья Андреевна пространно описывает свои переживания во время одинокой прогулки Льва Николаевича, приводит цитаты из их беседы, заочно упрекает супруга в легкомысленном отношении к себе и к ее переживаниям [Дневники,1978:207]. Лев Николаевич характеризует в дневнике день одной фразой: «Дома благополучно» [Толстой,1990:265]

Из соотнесения этих двух примеров видно насколько не совпадают интенции, восприятие объективного мира в конкретный момент времени и выбор речевых сигналов Говорящих в дневниковой записи.

Пишущему дневник важнее поделиться с невидимым собеседником своими переживаниями, зафиксировать мысли, нежели произвести впечатление, оказать речевое воздействие на Получателя сообщения. Вопрос воздействия Говорящим на себя самого для камерных жанров нуждается в подробном исследовании, для данной работы важно, что Говорящий в дневнике демонстрирует привычное речевое поведение и неосознанный выбор речевых средств и текстуальных актуализаторов. По-нашему мнению, эта принципиальная особенность дневника сохраняется и в блоге.

Специфика блога такова, что его автор осознанно демонстрирует ретиальному (т.е. не идентифицированному, случайному) читателю свой дневник, делая изначально камерный текст публичным [Горошко, 2006].

Границы речевого жанра дневника определяют характер записи: личностная трактовка, фиксация и оценка каких-либо событий, значимых для автора, размышления или переживания по поводу этих событий [Покровская, 2007:161]. Цель блога – привлечь внимание читателя к тексту и личности автора блога, побудить его к определенным действиям, т.е. нечто более характерное для публицистического текста [Лазуткина, 2008:31], чем для камерного. Отсюда блог оказывается синтетическим речевым жанром, в котором сочетаются признаки камерного жанра (установка на демонстрацию личности автора) и публицистики (побуждение читателя к реакции на текст).

Исследователи блогов пришли к согласию о том, что содержание блога является самой важной его характеристикой (Н.А. Ахренова, М.Б. Бергельсон, Е.Н. Галичкина, Е.И. Горошко, А.А. Селютина).

С содержательной стороны блоги классифицируются на:

- блог новостей (News weblog);
- блог-комментарий (commentary);
- блог-журнал (journal) [Verhagen, 2005; Горшкова, 2013].

Один и тот же автор способен вести все три типа блога и создавать синтетические формы из любых двух типов. Чаще всего синтезируются блог-новостей и блог-комментарий (например, «OperNews» Д.Ю. Пучкова, «Политпросвет» К.А. Жукова).

В настоящее время блоги выступают в качестве инструмента, который формирует сетевые сообщества по тематическим, идеологическим и др. признакам. Общение в этих сообществах ведется по принципу, актуальному для прагмалингвистики: автор (Отправитель сообщения) – читатель блога (Получатель) [Gaibaryan, 2018; Matveeva, 2020; Багдасарян, 2018]. При этом

технические возможности Интернет-коммуникации допускают взаимную коммуникацию Отправителя и Получателя в режиме реального времени (онлайн). Каждый Получатель имеет возможность написать ответное сообщение автору блога и установить с ним диалог или полилог, если к их общению присоединяются другие читатели блога (см. о закономерностях речевого поведения Багдасарян, 2018:63; Баранов, 1990; Блакар, 1987:116).

Специфический характер концепции адресата (Получателя) в случае с блогом состоит в том, что адресатами являются, с одной стороны, известные автору постоянные читатели (от нескольких человек до нескольких десятков тысяч), лично знакомые с ним люди, его близкие друзья, блогеры, которых читает сам автор и с которыми он может полемизировать в своих высказываниях и т.д. С другой же стороны, его записи могут прочитать совершенно незнакомые ему люди, которые не входили изначально в круг его прямых адресатов.

Блогеры, таким образом, получают возможность взаимодействовать с самой широкой аудиторией: вести разъяснительную или агитационную работу, доводить до сведения читателей актуальные новости, по тем или иным причинам не попадающие в новостные ленты СМИ, вести широкую полемику, заниматься просветительской и популяризаторской деятельностью.

Вся совокупность Интернет-общения посредством блогов и комментариев к ним получила наименование «блогосфера» [БСКТ, 2006:72].

Тематически блоги анализируемых нами коммуникантов можно разделить на следующие типы:

Блог новостей – регулярное сообщение и комментирование новостей блогером. Подборка осуществляется по индивидуальным характеристикам – по значимости новостей для читателей блога в понимании самого блогера. При этом новости выступают материалом и поводом к общению с аудиторией, а их сообщение – формальной целью записи блога. Фактической

же целью, как правило, выступает именно оценивающий комментарий блогера к сообщаемым им публике новостям, поскольку именно в комментарии содержится основная мысль, которую блогер хочет донести до читателей. Блоги новостей часто представляют собою не столько сообщение нового, сколько интерпретацию и оценивание событий блогером. Например, в записи блога «Крымский мост, отставка Ройзмана» от 30 мая 2018 г. Д.Ю. Пучков сообщает: «Я вас категорически приветствую! Не все сегодняшние новости – это в прямом смысле новости, но пару слов о событиях, произошедших за время пока я был в разъездах, считаю сказать необходимо». Далее Д.Ю. Пучков в юмористическом ключе пересказывает и оценивает наиболее актуальные на тот момент новости мировых информагенств о событиях, связанных со строительством моста в Крым. В блоге сочетается озвучивание новостных колонок с интерпретацией и оцениванием новостей блогером.

Следующий тип блога – *аналитические страницы*. На них авторы описывают свою работу разными способами: анализ, просветительская лекция, размышление, заочная дискуссия с другим блогером. Например, К.А. Жуков в записи блога «История религии. Часть 1. Есть ли бог?» 22 окт. 2018 г. читает научно-популярную лекцию о метафизическом смысле понятия бога и атеизме. В ней он дискутирует с другими блогерами, оспаривает их точку зрения. Например, высказывание К.А. Жукова об А.А. Невзорове: «Невзоров – недоучившийся семинарист, поэтому он обладает недостатками философского образования» [«История религии. Часть 1. Есть ли бог?». 22 окт. 2018 г.]

Дискуссионные блоги – ответы на обобщенные или персонализированные вопросы читателей блогов или повествование на какую-либо тему, предложенную читателями или обобщенную автором блога из их сообщений. Дискуссионный блог не следует смешивать с синхронными или асинхронными ответами блогеров непосредственно на комментарии под

блогом. Например, запись в видеоблоге Д.Ю. Пучкова: «Задают вопрос: Что ты думаешь об украинской революции. Дорогие друзья! Никакой революции на Украине нет» [Goblin News 11: коричневый переворот. 4 мар. 2014 г.]. Здесь Д.Ю. Пучков излагает свою позицию о событиях 2017 года, отвечая на некий вопрос, который остался за рамками блога». С другой стороны, в комментариях к самой записи в этом же блоге на конкретный вопрос одного из зрителей будет ли продолжение записей в блогах, Д.Ю. Пучков односложно отвечает «Да».

Дискуссионные блоги обладают единством тематики, цели, композиции. Вопросы и ответы на них систематизируются автором блога по степени важности и готовности отвечать со стороны блогера. Целью представления таких блогов читательской аудитории является ответ не конкретному индивиду, а группе лиц, которая интересуется мнением блогера по данному вопросу. Например, Д.Ю. Пучков и К.А. Жуков время от времени публикуют записи видеоблогов, которые так и называются «Ответы на вопросы»: «У меня вопросы по кулинарии. Назовите парочку любимых блюд» – зачитывает вопросы читателей Д.Ю. Пучков и отвечает: «Затруднительно сказать» [«Вопросы и ответы про личное, часть пятая». 29 апр. 2019 г.]

Непосредственные ответы, как правило, адресованы конкретному лицу, задавшему вопрос, и предполагают общение преимущественно с этим человеком, а не с группой.

Блоги – онлайн-журналы. В них сообщаются значимые события в жизни автора, которыми он хочет поделиться с читателем. Например, запись блога З.Прилепина: «График выступлений и все новости всегда есть здесь (далее фотография с перечнем мероприятий)» (18 окт, 2019).

Структурно блог состоит из:

1. Средств самопрезентации: имени владельца – автора блога, изображения, отличающего этот блог от других, в ряде случаев, описания блога или его девиза.

Читатель получает основную информацию об авторе из текстов самого блога, а также в процессе дискуссии с автором (в том случае, если автор вступает в дискуссию с читателем), тем не менее, до начала взаимной Интернет-коммуникации с читателем автор блога уже сообщает о себе некоторую информацию, по которой можно составить впечатление о человеке, которому принадлежит блог. Например, на заглавной странице своего блога М.М. Прохоров сообщает: «Я рад, что Вы заглянули в мой журнал. И буду рад вдвойне, если Вы оставите здесь свой комментарий. Я за полную свободу слова». До того, как читатель перейдет к новостям, сообщаемым М.Прохоровым и другим текстам, он уже имеет некоторое представление об авторе.

Через средства самопрезентации – выбор имени, названия дневника, его описание или девиза, автор представляется читателю и заявляет о своих целях в рамках деятельности всего блога.

2. Блог содержит записи дневникового, аналитического, информационного (новостного) или самопрезентационного характера, которые структурированы по датам, темам или иным классификационным признакам. Для облегчения поиска и навигации читатели в блогах используют тэги, т.е. ключевые слова, позволяющие быстро находить интересующую запись через поисковую систему.

3. Блог имеет возможность обратной связи, когда читатель комментирует запись блога. Комментарий оставляется на странице конкретной записи блога, автор уведомляется о получении комментария через систему электронной почты или в специальном информационном разделе. В большинстве блогов предусмотрена система ответа автором или другим читателем на полученный к записи блога комментарий. Часто такие

ответы служат поводом для развертывания дискуссии, которая касается записи блога, комментирования этой записи, оценок высказываний автора блога или его личности.

Записи и комментарии, как правило, общедоступны для всех пользователей Интернета, однако практически на всех блог-платформах блогер может ограничить доступ к записям (а соответственно и комментариям к ним), предоставив его лишь определенному кругу лиц. Кроме того, блогер может «скрывать» комментарии к записям, делая их доступным только ему и автору комментария.

В большинстве блог-платформ пользователям предоставляется возможность фильтрации комментариев: они могут запретить в своем блоге комментарии от конкретных пользователей либо же запретить все вообще комментарии к конкретной записи или всем своим записям.

Следует еще раз подчеркнуть, что из всей совокупности видов блогов в данной работе были проанализированы только те, которые обладали однозначными признаками соотнесенности с одним автором-владельцем блога:

1. Видеоблог – один автор транслирует запись сообщения на заданную тематику.
2. Записи в «живом журнале», который прямо обозначен, как принадлежащий одному лицу

В настоящем исследовании не ставилась цель установить подлинное авторство записей и их юридически достоверную принадлежность тому или иному лицу. Изучалось *типичное* речевое поведение блогера, на примере блогов общественных деятелей, в условиях Интернет-коммуникации. Вопросы идентификации личности, авторства сообщений, сугубо личностной оценки конкретных людей в исследовании не рассматривались.

Выводы по 1 главе

Таким образом, прагмалингвистический анализ текста позволяет нам сделать ряд обобщающих заключений об особенностях коммуникации в виртуальном пространстве сети Интернет и выявить особенности речевого жанра блога.

Блогер как любой Говорящий обладает индивидуальным речевым поведением. Единицами речевого поведения являются речевые поступки, содержательной стороной которых оказываются нюансы смысла. На формальном уровне в речи речевые поступки представлены малыми синтаксическими группами (МСГ). Эти группы выступают в качестве единиц прагмалингвистического анализа. С позиций синтаксиса, МСГ является предикативной группой, с позиций прагмалингвистики МСГ – это актуализация средствами синтаксиса речевого поступка в высказывании.

Ограниченное число коммуникативных ситуаций позволяет дифференцировать поведение, свойственное группе авторов блогов, и поведение индивидуального блогера. Каждому блогеру присущ определенный имидж, который реализуется в виртуальном коммуникативном пространстве в речевом поведении. Специфика блогера как коммуниканта в виртуальной среде Интернет определяется особенностями реализации интенций Говорящего в речевых поступках. На поведенческие реакции в сети Интернет оказывает значительное влияние специфика виртуальной коммуникации и жанровые особенности блога, в котором и проходит коммуникация между блогером и читателем/зрителем.

Читатель испытывает потребность в получении информации в сети Интернет и постоянном общении в ней. Для этого он посещает различные ресурсы, в т.ч. блоги, где вступает в коммуникацию с блогером и другими читателями.

Виртуальная коммуникация представляет собою форму отражения объективной реальности в сети Интернет средствами коммуникации, главными

из которых является речь коммуникантов. Особенностью виртуальной коммуникации является большая свобода самопрезентации, нарушение социальных границ и рамок Говорящими, внутренний побудительный отказ от привычных норм общения. Эти факторы оказывают значительное влияние на блогеров, побуждая их к большей свободе самовыражения во взаимодействии с посетителями блогов. В виртуальной коммуникации авторы блогов взаимодействуют с читателями и воздействуют на них посредством публикуемых сообщений. Скрытое речевое воздействие блогеров реализуется в дискурсе Интернет-коммуникации. Этот дискурс обладает особым контекстом (виртуальная реальность, иллюзия языковой картины мира) и набором экстралингвистических средств коммуникации (смайлы, изображения, аудиозаписи, включенные в тексты и т.д.).

В качестве единицы дискурса выступает речевой жанр. В данном исследовании рассматривается речевой жанр блога. Речевые жанры виртуальной коммуникации обладают своей спецификой, которая отличает их от жанров других коммуникативных сред (например, в объективной реальности).

После изучения различных подходов к определению жанра блога, можно сделать вывод, что блог – это веб-сайт, содержащий датированные записи мультимедийного характера, расположенные в обратном хронологическом порядке, с возможностью комментирования записей и просмотра любой записи на отдельной веб-странице. Совокупность блогов называется «блогосферой». Особенностью блога как речевого жанра является сочетание в нем имплицитного и эксплицитного характера речи. Блогер обращается одновременно к себе, и текст блога, как дневниковая запись, оказывается ориентирован на самого блогера, и ко всему обществу – текст блога приобретает характер воздействующего публицистического текста.

Сообщения блогов являются материалом настоящего исследования речевого поведения блогеров, которое позволяет составить их портрет и изучить

эффективность их речевого воздействия на читателя. В следующей главе речь пойдет об исследовании речевых портретов блогеров средствами прагмалингвистики.

Глава 2. ИССЛЕДОВАНИЕ РЕЧЕВЫХ ПОРТРЕТОВ БЛОГЕРОВ

2.1. Речевое воздействие и скрытые прагмалингвистические стратегии

Речевое воздействие, как известно, является влиянием на собеседника посредством речи, т.е. информационного комплекса, включающего в себя план содержания и план выражения, каждый из которых самостоятельно побуждает Получателя сообщения к определенному действию или бездействию. В узком смысле речевое воздействие есть координация действий индивидов в социуме с помощью речи. При этом все коммуниканты в данном речевом единстве равноправны, что особенно важно в условиях изучения функционирования общественных деятелей.

В речевом поведении личность полностью проявляет совокупность ее манер, способностей к целенаправленной речевой деятельности, опыт коммуникативного взаимодействия, принадлежность личности к определенной эпохе, стране, региону, социальной и профессиональной группе и т.д. Речевое воздействие реализуется в речевом поведении, зависящем от выбранной речевой стратегии.

В рамках скрытой прагмалингвистики под речевой стратегией понимается речевое поведение *Отправителя* сообщения (текста или непосредственного выступления) с целью воздействия на его Получателя [Матвеева, 1998:44].

Речевые стратегии занимают ключевое место в понятийном аппарате скрытой прагмалингвистики. Воздействие Отправителя сообщения на его Получателя рассматривается с позиции речевого поведения, при котором происходит актуализация скрытых интенций речевой ситуации взаимодействия Отправителя и Получателя сообщения [Матвеева, 1998:28]. Скрытые интенции проявляются в тонкостях смысловых интерпретаций, которые Получатель мгновенно и автоматически воспринимает в речевом

акте общения. Обусловленность этого восприятия определяется выбором одного из планов речевой стратегии Отправителем сообщения.

Выбор одного из планов скрытой речевой стратегии позволяет Отправителю воздействовать на Получателя, управляя его когнитивными способностями интерпретации и оценивания текста. Нужно понимать, что на уровне скрытых лингво-психологических процессов это воздействие происходит неосознанно, при этом выбор одного предпочтительного плана и, соответственно грамматических и текстуальных форм, происходит обязательно. Говорящий из всего возможного многообразия выразительной составляющей грамматики и текстуализации языка выбирает одну привычную и удобную для него форму.

Лингвистические единицы (грамматические формы и словоформы) выражают речевые стратегии на формальном уровне. Выбор лингвистических единиц Отправителем происходит автоматически и неосознанно. Формальный план выражения реализует авторские интенции. Выбор конкретного лингвистического средства предполагает дополнение его значимости в сравнении с иными средствами, данными в лингвистическом опыте участников общения. Такие средства приобретают характер речевых сигналов. Как любой сигнал, речевые сигналы обладают повторяемостью, периодичностью и могут быть классифицированы по признакам частотности, повторяемости, по имманентным типологическим характеристикам [Матвеева, 1998:10].

Неосознанный выбор речевых сигналов определенного типа позволяет характеризовать Говорящего как личность.

Знаковая природа речевого сигнала предполагает возможность исследователю диагностировать личность Отправителя речевого сообщения на основании анализа накопленного опыта о речевой деятельности Отправителя сообщений. Базис знаний об Отправителе формируется из полученных сигналов, систематизируемых и обрабатываемых в сознании

Получателя, и по достижении определенного порогового значения наступает период обратной реакции Получателя. Объем требуемых сигналов, их характер, запускающий механизм обратного взаимодействия зависят от внешних сторон речевого акта: локуция, иллокуция и перлокуция.

Локуция в сети Интернет реализуется в виде публикации фразы на Интернет-ресурсе, одновременно происходящего наполнения высказывания смыслом и референцией и снабжения объектов высказывания свойствами и отношениями [Серль, 1986].

Иллокуция есть направленное действие фразы, которое ориентировано на Получателя (читателя блога) и подразумевает возможные результаты публикации высказывания. Этим результатом является реакция на речевое действие Говорящего (блогера). В иллокуции реализуется коммуникативные намерения коммуникантов в сети Интернет при осуществлении речевого акта, т.е. смысл высказывания [Серль, 1986].

Перлокуция – это последствия речевого воздействия, которое высказывание оказывает на читателя блога [Серль, 1986]. Изменение состояния читателя – гнев, раздражение, удовольствие, пожертвование денег, покупка в рекламируемых товаров и т.д. (например, прямая реклама в блоге Д.Ю. Пучкова: «Спонсор нашего выпуска – магазин OperShop»). Эти изменения состояния происходят как на уровне осознаваемого (мотивированного), так и неосознаваемого восприятия.

Проанализировав частотность получаемых сигналов, их тип и характеристики, выделив все имеющиеся планы выражения, возможно определить личностные характеристики Отправителя текста, проявляемые им в неосознанном выборе речевых средств, а также выявить закономерности проявления ответной реакции Получателя на речевые сигналы сообщения Отправителя.

Речевые стратегии скрытой прагмалингвистики традиционно делятся на два типа:

- эмотивно-ориентированные стратегии (ориентированные на Отправителя);
- конативно-направленные стратегии (направленные на Получателя).

Эмотивно-ориентированные стратегии в свою очередь делятся на стратегию «Участие/неучастие Отправителя в сообщении», стратегию «Уверенное/неуверенное поведение Говорящего в сообщении»; стратегия «Вероятностное оценивание событий объективной действительности Отправителем сообщения»; стратегию «Имидж-статуса» (закрепление в речи статуса отправителя); стратегию «Профессионального речевого поведения» (формирование образа Отправителя по роду основных занятий/владению компетенций; стратегию «Согласия / несогласия»; стратегию «эмоционального / неэмоционального речевого поведения отправителя текста».

Конативно-направленные стратегии:

- стратегия «Стратегия «Формирование автором отношения Получателя текста к речевому событию»;
- стратегия «Удовлетворения / неудовлетворения ожиданий получателя сообщения»;
- стратегия «Акцентуация Говорящим элементов высказывания»,
- стратегия «Формирования автором отношения получателя текста к речевому событию путём его одобрения/неодобрения».

Каждая стратегия реализуется одним из планов-вариантов, предполагающих неосознаваемый выбор комплекса текстуальных речевых сигналов.

В настоящем исследовании рассматривается речевое поведение общественных деятелей только по пяти скрытым стратегиям из перечисленных: трем эмотивно-ориентированным и двум конативно-направленным. Для анализа были выбраны следующие речевые стратегии:

«Участие/неучастие Отправителя в сообщении», «Уверенное/неуверенное поведение Говорящего в сообщении», «Вероятностное оценивание событий объективной действительности Отправителем сообщения», «Акцентуация Говорящим элементов высказывания», «Формирование автором отношения Получателя текста к речевому событию».

По нашему мнению, именно эти стратегии представляют особый интерес при изучении блогосферы. Основная задача блогера для достижения им успеха, по замечанию Е. Горшковой удержании внимания читателя к пролонгированной и разбитой на отдельные тексты дискуссии [Горшкова, 2013:12]. Отсутствие интереса Интернет-сообщества означает неэффективность коммуникации со стороны блогера.

Как отмечают Е. Горшкова [Горшкова, 2013], О.А. Шапиро [Шапиро, 2015], Е.В. Лазуткина [Лазуткина, 2010] и др. исследователи, коммуникативная инициатива и системность в общении с аудиторией принадлежат блогеру и полностью зависит от его личностных свойств. Неограниченность аудитории блога, его адресованность широкому социуму предполагает сообщение блогером актуальной и важной информации, постоянный поиск взаимосвязей и точек пересечения с интересами читающей блог публики. Блогер обязан постоянно вести работу с социумом, чтобы оставаться востребованным для социума, что придает ведению блога определенный характер медийности [Горшкова, 2013:13]. Выделенные стратегии позволяют выявить ключевые черты, характеризующие когнитивные и коммуникативные качества Говорящего [Зюбина, 2005] и выявить степень и характер их проявления в блогах.

Поэтому проведение анализа речевого поведения общественных деятелей по выделенным стратегиям позволит составить фрагменты речевых портретов исследуемых авторов и сформировать представление об их личностных характеристиках, реализуемых в процессе публичной деятельности.

2.2. Проведение прагмалингвистического эксперимента

Методика объективного научного эксперимента, как известно, предполагает использование методов математической статистики и количественной обработки данных результатов речедеятельности личности.

Данные экспериментальные исследования достаточно широко распространены в лингвистике (см, например, применение эксперимента в исследовании, Шахнарович, 2011] и их объективность подтверждается повторяемостью, системностью и практической применимостью результатов, служащих для совершенствования профессиональной деятельности специалистов в области общественных и гуманитарных наук. Специфика проводимого эксперимента определяется объектом изучения, целью и материалом настоящего исследования – изучение прагмалингвистических особенностей речедеятельности общественных деятелей. В настоящей работе был использован метод модифицированного контент-анализа.

Контент-анализ — традиционная методика исследования в области общественных наук. Предметом исследования является содержание текстов в виде массивов или корпусов, систематизированных по типологическим или онтологическим признакам.

Изучение и интерпретация текстовых массивов по числовым закономерностям позволяет выделить общие сущностные и функциональные закономерности исходной текстуальной модели из множества неупорядоченных вариантов и построить саму модель, отличающуюся инвариантностью и мономерностью.

Нами используется методика модифицированного контент-анализа, в которой задается однозначное правило по принципу формализации: в качестве элементов анализа используются речевые сигналы одного типа – словоформы грамматических категорий русского языка, которые обладают

относительной упорядоченностью и частотой повторяемости, т.е. выполняют также требования к статистической значимости.

Первый этап эксперимента включает в себя подготовку перечня речевых сигналов, распространенных в русском языке. Для этого были использованы работы предыдущих исследователей в области скрытой прагмалингвистики [Багдасарян, 2005; Бережная, 1986; Попова, 2012; Оберемченко, 2017; Сахарова, 2014].

Второй этап включает в себя подборку текстов выступлений общественных деятелей. Тексты были сгруппированы по единому жанровому принципу – тексты блогов.

Каждый текст рассматривался как завершённое речевое выступление, характеризующее коммуникативно-речевым единством. Отправители речевых сообщений были подобраны по единым стратификационным признакам:

- единство гендерного признака (мужчины);
- носители русского языка как основного языка коммуникации;
- принадлежность к одной возрастной категории (36-60 лет – вторая возрастная группа среднего возраста по периодизации АПН СССР), [Материалы Седьмой научной конференции по вопросам возрастной морфологии, физиологии и биохимии, 1965];
- общий образовательный ценз – все имеют высшее профессиональное образование;
- единство социальной деятельности (общественные деятели - публицисты);
- стремление к одной цели (создание, предложение и активное продвижение решений общественных проблем);
- единообразие содержательной части выступлений: историческое или социально-политическое оценивание событий в электронных средствах массовой коммуникации (блогах).

С целью получения наиболее достоверных сведений нами проведен эксперимент по методике модифицированного контент анализа. Сущность эксперимента состояла в членении анализируемых текстов блогов на малые синтаксические группы (МСГ), представляющие собою минимальные предикативные и модальные единства, и анализа закономерностей употребления однотипных речевых сигналов в МСГ, что позволяет установить характерные черты речевой деятельности индивида.

Условием выделения объема МСГ были целостные тексты каждого автора. Количество МСГ в одном сообщении блога составляет от 32 МСГ до 1373 МСГ, что в свою очередь зависит от длины сообщения. Средняя величина изученных сообщений составляет 496 МСГ. Общий объем проанализированных МСГ составил 25058 МСГ (5000 МСГ на одну стратегию), стратифицированных в среднем по ≈ 500 МСГ на одного автора блога. В таблицах 2.1-2.5 представлено количество МСГ по каждому автору, а также основное распределение МСГ по репрезентативным речевым планам.

Предварительная подготовка к эксперименту включала в себя также разработку аналитических матриц, где в табличной форме фиксировались метки речевых сигналов.

Каждая таблица была составлена в соответствии с двумя или тремя речевыми планами скрытых воздействующих стратегий.

Эксперимент включает в себя поиск речевых сигналов в текстах речевых сообщений блогов и их фиксирование в таблицах.

Следующий этап состоял в обработке полученных данных:

1) подсчет частоты актуализации скрытых интенций в процентном отношении. Подсчет проводился по стандартной формуле:

$$F \text{ плана} = (E \text{ мсг плана} + E \text{ мсг текста}) \times 100\% \quad (1),$$

где F плана – частота встречаемости плана в %, E – сумма МСГ;

2) получение среднеречежанрового показателя (СРП) каждого плана исследуемой стратегии. Под СРП показателем понимается речевая

поведенческая норма, характерная для данной группы авторов. Сопоставление показателей каждого автора с СРП показывает отклонение в поведенческих реакциях автора от условного стандарта группы. Расчет СРП ведется по формуле:

$$S \text{ плана} = (F \text{ плана } A1 + \dots + F \text{ плана } An) \quad (2),$$

где $S \text{ плана}$ – СРП, $F \text{ плана } A1$ – частота встречаемости данного речевого плана у первого автора, $F \text{ плана } An$ – частота встречаемости данного речевого плана у n -ого автора; n – количество исследуемых авторов (с 1 по 10).

3) далее мы рассчитали допустимый шаг отклонения от СРП и доверительный интервал, которые позволяют определить абсолютные речежанровые показатели (АРП), являющиеся релевантными для диагностирования. Диагностирующими являются те АРП, которые выше или ниже допустимого шага отклонения от СРП (AS) и не входят в доверительный интервал. Под доверительным интервалом мы понимаем тот промежуток значений, который включает в себя допустимые шаги отклонения от СРП в сторону увеличения или уменьшения значений, и он не может считаться диагностирующим. Для этого мы воспользовались методом математической статистики и теории вероятностей [Басовский 2001:44; Гурман 1998:65].

С точки зрения математической статистики АРП рассматриваются как дискретные случайные величины, которые, в отличие от непрерывных величин, изменяются скачкообразно. Чтобы объяснить распределение этих величин, приходится оперировать основными числовыми характеристиками случайной величины. К таким характеристикам относятся:

- среднее арифметическое (в нашем исследовании им является СРП; формула расчёта СРП приводится выше);

- дисперсия (рассеяние) – квадрат отклонения случайной величины (АРП) от среднего арифметического (СРП). Дисперсия высчитывается по формуле:

$$D = (АРП1 - СРП)^2 + (АРП2 - СРП)^2 + \dots (АРПn - СРП)^2 + n \quad (3),$$

где D – дисперсия; АРП – абсолютный речежанровый показатель; СРП – средний речежанровый показатель; n – количество исследуемых авторов;

Доверительный интервал для среднего значения (СРП) равен $СРП \pm AS$.

4) заключение – интерпретация речевых портретов с учетом исследуемых скрытых стратегий и диагностирование личностных характеристик авторов.

В настоящем исследовании расчет доверительного интервала и математический анализ статистических вероятностей проводится с использованием машинных методов расчета – на персональном компьютере. В качестве программного обеспечения использовалась среда MS Excel.

Электронные таблицы в среде MS Excel не только позволяют автоматизировать расчеты, но и являются эффективным средством моделирования различных вариантов и социально-поведенческих ситуаций, прогнозируемых математическими методами. Математическое моделирование позволяет прогнозировать долговременный эффект воздействующей функции на материальный объект или социальную группу. Такие исследования широко распространены в науке управления, социологии, физике и т.д. По нашему мнению, данный метод применим и в прагмалингвистике.

В прагмалингвистическом математическом моделировании позволяет учесть наиболее существенные проявления личности Говорящего на основе статистического измерения частотности употребления речевых сигналов определенного типа. В качестве речевого сигнала выступает выбор одного из вариантов грамматической или текстуальной формы слов и выражений, а единицами подсчета – их физическая реализация в модально-предикативных

единствах, иначе называемых малыми синтаксическими группами (МСГ). Эти сигналы распределяются по планам (типам) скрытых речевых стратегий. Речевая стратегия – воздействие Отправителя речевого сообщения, которое состоит из речевых сигналов, на Получателя. Скрытые речевые стратегии предполагают воздействие на Получателя на неосознаваемом для участников коммуникации уровне – посредством привычного выбора речевых сигналов Говорящим.

Встроенный в программный продукт MS Excel расчет доверительного интервала по Стьюденту позволяет автоматизировать и упростить расчеты для исследователя.

Ход исследования с использованием среды MS Excel был следующий.

Заполненные таблицы по каждому проводимому исследованию были перенесены в среду MS Excel.

В данном случае выборка и генеральная совокупность приняты как имеющиеся данные для 10 проведенных опытов. Среднее выборочное значение рассчитано с помощью функции СРЗНАЧ. Для получения левой границы доверительного интервала из данного значения вычитаем число, полученное в результате выполнения функции, ДОВЕРИТ, в которой значение второго аргумента определено с помощью функции СТАНДОТКЛОН.Г, а число опытов – подсчетом количества ячеек функцией СЧЁТЗ.

Поскольку уровень значимости не задан, используем стандартное значение – 0,05.

Правая граница определяется аналогично с разницей в том, что к среднему значению выборки прибавляется результат расчета функции ДОВЕРИТ: = СРЗНАЧ (В2:В11) +ДОВЕРИТ (0,05; СТАНДОТКЛОН.Г(В2:В11); СЧЁТЗ (А2:А11))

В такой связи функция имеет следующую синтаксическую запись: =ДОВЕРИТ(альфа;стандартное_откл;размер)

Описание аргументов:

- `альфа` – обязательный, принимает числовое значение, характеризующее уровень значимости – вероятность отклонения нулевой (неверной) гипотезы в том случае, когда она на самом деле верна. Определяется как $1-x$, где x – уровень доверия (вероятность нахождения истинного значения некоторой оцениваемой величины в определенном интервале, называемом доверительным).

- `стандартное_откл` – обязательный, принимает значение стандартного отклонения величины для генеральной совокупности значений (в Excel предусмотрена функция для определения этой величины – `СТАНДОТКЛОН.Г`).

- `размер` – обязательный, принимает числовое значение, характеризующее количество точек данных в анализируемой выборке (ее размер).

Все аргументы функции указывались в виде числовых значений или данных, которые могут быть преобразованы в числа. Аргумент `альфа` принят с числовым значением из диапазона от 0 до 1 (оба включительно).

В результате были рассчитаны для каждого исследования среднеречеванровое значение, доверительный интервал и определены границы доверительного интервала.

Как видим, инструменты программы Excel позволяют существенно облегчить вычисление доверительного интервала и его границ. Для этих целей используются отдельные операторы для выборок, у которых дисперсия известна и неизвестна. Мы можем приступить к проведению прагмалингвистического эксперимента, ход и результаты которого будут описаны далее.

2.3. Эксперимент по методике модифицированного контент анализа

Первая скрытая речевая стратегия, с которой начинается исследование речевого поведения блогеров, – «Участие/неучастие Отправителя в сообщении».

Результаты анализа показали следующее:

МСГ анализировались по наличию в них грамматических форм, которые соотносятся с анализируемыми планами скрытой речевой стратегии «Участие/неучастие Отправителя в сообщении». Полученные данные показывают, что:

Личный план реализуют:

- эксклюзивные личные местоимения «я», «ты» и соответствующие финитные формы глагола 1 и 2 л. ед. ч. и эксклюзивные формы «мы» и «вы»; их косвенные формы.

Общее количество таких форм достигает (24,5%), преобладают личные местоимения и их косвенные формы «я».

Например: «Всё, что изъяли (у А.А. Навального – прим. мое)// **мы** восстановим//**нам** несложно (имеется ввиду сам А.А. Навальный– прим. мое)» [Навальный А.А., 9 июл. 2014 г¹.- электронный ресурс].

Наибольшее тяготение к подобным формам наблюдается в сообщениях К.А. Жукова (17%), П. Перца (19%), Б. Акунина (21%).

- соответствующие им притяжательные местоимения, формы глаголов в страдательном залоге с локальными и темпоральными детерминантами, типа «здесь» и «сейчас» при невыраженном, но выводимом из контекста или ситуации агенсом. Под агенсом подразумевается один из участников конкретного речевого события. Достаточно редкий речевой сигнал в сообщениях, изучаемых блогеров – (10%). Характерной особенностью данного сигнала является то, что он распространен достаточно

¹ Здесь и до конца параграфа ссылки на записи блога даны в оформлении идентификатора блога в соответствии с принятым в блоге параметрическим порядком

равномерно – порядка 5-7 % в сообщениях каждого из изучаемых блогеров.
Например:

1) «**Вся** эта банда – **моё** оценочное суждение» [Навальный А.А., 11:37 - 9 июл. 2014 г. – электронный ресурс]

2) «**Восстановим** также сроки давности по вашим преступлениям» [Навальный А.А., 9 июл. 2014 г. – электронный ресурс].

3) «Если **захочу** увидеть – **увидим** //как это было» [Жуков К.А., 28.01.2019. – электронный ресурс] – т.е. речь идет о конкретном адресанте речи.

- побудительная эксклюзивная форма глагола 1 л., 2 л. ед. и мн. ч.

Число этих речевых сигналов составляет достигает (25,3%). Наиболее часто такие формы встречаются в сообщениях К.А. Жукова (37%), М.Д. Прохорова (45%), З.Прилепина (47,3%).

4) «Одень ватник, стань человеком!» [Пучков Д.Ю., 29.09.2017. – электронный ресурс]

- глагольные лексемы, соотносимые с одним из участников конкретного речевого события, типа «мне»//«кажется», «представляется», «приходится»:

5) «**Представляется**// что у Власова был выбор» [Яковлев Е.А., 13.12.2018. – электронный ресурс]

6) «**Думается**// мыслящий человек не может поступить не по совести» [Акунин Б., 03.02.2016. - электронный ресурс]

Такие формы наиболее распространены в сообщениях, их число достигает (39,8%). Наиболее часто такие формы встречаются в сообщениях З.Прилепина (47,3%), М.Д. Прохорова (45%), К.А. Жукова (37%).

Социальный план представлен:

- Инклюзивное «мы»;

Часто встречающийся речевой сигнал. Наиболее характерен для речи таких авторов, как С.М. Миронов (24%), Д.А. Медведев (21%).

Например:

7) «За минувший год **мы** достигли значительных успехов; **наш** рост очевиден по всем ведущим критериям» [Медведев Д.А., 24.07.2018. – электронный ресурс];

8) «**Мы** не можем позволить //чтобы **наше общество** скатилось в безнравственность» [Миронов С.М., 08.10.2018. – электронный ресурс]

- инклюзивные формы побудительного наклонения неопределенная форма глагола глагольная форма 3 л. мн. ч. при невыраженном агенте («люди, все») (примерно равное количество у всех авторов – около 5% от общего числа МСГ):

9) «Правительство видит и понимает эти проблемы// это **наша забота//наша постоянная головная боль**» [Медведев Д.А., 21.06.2018. – электронный ресурс],

10) «**Всем нужно объединиться//всем сказать** твердое «нет» безнравственности и извращениям» [Миронов С.М., 08.10.2018. – электронный ресурс].

- предикативы «можно», «нужно», «нельзя», «важно»:

11) «**Важно понимать/мы** готовы к конструктивному диалогу» [Медведев Д.А., 11.02.2018. – электронный ресурс] .

Такие формы наиболее часто встречаются в текстах Б. Акунина (43%), Д.А. Медведева (39%), Д.Ю. Пучкова (22%); у остальных блогеров – не более 5-6% от общего числа МСГ данного плана.

- лексемы с семой антропонима, соционима типа «человечество», «народ» и др.:

12) «**И народ свой выбор сделал**» [Пучков Д.Ю., 4.03.2014. – электронный ресурс];

13) «Я, Мы, Люди имеют право знать//что их ждет дальше» [Прилепин З., 14.05.2014. – электронный ресурс].

Наиболее часто этот сигнал встречается у Д.А. Медведева (35%) и М.Д. Прохоров (28%)

Предметный план реализуется немаркированным сообщением информации:

«В книге две повести// большая и маленькая. Первая про Ивана Третьего// вторая про Ивана Четвертого» [Акунин Б., 16.03.2016. – электронный ресурс].

Систематизация планов скрытой речевой стратегии «Участие/неучастие Отправителя в сообщении» представлена в следующей таблице 2.1

Таблица 2.1

Анализ речедейтельности блогеров по стратегии «Участие/неучастие Отправителя в сообщении»

ФИО блогера	План					
	личный		социальный		предметный	
	%	МСГ	%	МСГ	%	МСГ
1. Акунин Б.	43,2	209	15,7	76	41,1	200
2. Жуков К.А.	64,7	312	8,6	41	26,6	128
3. Медведев Д.А.	27,3	137	46,7	235	26	131
4. Миронов С.М.	21,5	107	61,1	303	17,4	86
5. Навальный А.А.	44,2	216	21,3	104	34,5	169
6. Перец П.	45,8	234	18,7	95	35,5	181
7. Прилепин З.	46,2	225	19,9	97	33,7	164
8. Прохоров М.Д.	58,4	283	22,4	109	19,1	93
9. Пучков Д.Ю.	51,6	261	25,3	128	23,1	117
10. Яковлев Е.Н.	19,8	101	19,4	100	60,7	312
СРП	41,2	204,1	27,7	137,3	31,7	157,2
Доверительный интервал	3,6		3,7		2,8	

ФИО блогера	План		
	личный	социальный	предметный
Правая граница	44,9	31,4	34,5
Левая граница	37,5	24,02	28,9

В самой верхней строке по горизонтали приведены названия планов речевой стратегии, в крайнем правом столбце по вертикали даны имена блогеров, наименования статистических показателей. В клетках таблицы указаны проценты использованных МСГ каждого плана для каждого блогера. В дальнейшем такая же схема будет использована при оформлении всех таблиц при анализе скрытых речевых стратегий.

Из анализа полученных данных следует, что определение среднеречежанровой величины участия Отправителя в сообщении показывает, что в целом преобладает личный план коммуникативной стратегии «Участие/неучастие» (40,3%), что говорит о склонности Отправителя доминировать в коммуникации, осознание и репрезентацию ведущей роли личности Отправителя во взаимодействии с Получателем

На втором месте находится предметный план, который показывает склонность констатировать факты, представлять Отправителя как комментатора событий объективной действительности.

На третьем месте находится социальный план, который показывает склонность выражать мысли от имени коллектива, представлять Отправителя как выразителя идей, которые, по его мнению, солидарны с идеями Получателя.

Доминирование личного плана среди среднеречежанровых показателей можно объяснить спецификой Интернет-коммуникации, о которой говорилось в параграфе 1.3. По замечанию Т.И. Поповой, жанры коммуникации в сети Интернет предполагают самодемонстрацию, необходимость подчеркнуть значимость и важность своей речи среди множества других сообщений [Попова, 2012:57]. Поэтому на

неосознаваемом уровне блогеры демонстрируют уверенность в своих силах, доминирующую позицию в коммуникации с читающим сообществом.

В наибольшей степени личный план проявляется в сообщениях К.А. Жукова (64,7%), М.Д. Прохорова (58,4%) и Д.Ю. Пучкова (51,6%) против 41,2% показателя СРП, что позволяет говорить о том, что эти блогеры проявляют лидерские качества в коммуникации с Получателем сообщения.

Высокий процент показателей социального плана в сообщениях С.М. Миронова (61,1%) и Д.А. Медведева (46,7%) против 27,7% показателя СРП можно трактовать как неосознанное представление излагаемого текста блога как объективное отражение существующего положения вещей и одновременно определенную солидаризацию Отправителя, и Получателя сообщения. Таким способом автор высказывания воспринимает себя как выразителя идей и стремлений социума.

Особый интерес в рассматриваемой классификационной группе представляет речевое поведение Е.Н. Яковлева, для которого превалирующим оказывается предметный план изложения. В данном случае его речевое поведение можно рассматривать в рамках стремления к абстрагированию от личностной или групповой (социальной) позиции. Егор Николаевич как ученый, привыкший к академическому стилю изложения, привык сообщать сведения, констатировать факты и избегать категорических оценок. Характерные черты научного стиля изложения и их влияние на речевые привычки человека исследовались, например, Р.С. Аликаев [Аликаев,1999], Ю.В. Ванников [Ванников,1984], К.К. Колин [Колин, 1998].

Тенденцию к доминированию социального плана в речевой стратегии, но в меньшей степени проявления можно наблюдать у Б. Акунина (41,1%), П. Перца (35,5%), А.А. Навального (34,5%).

Из этого можно сделать предварительный вывод о том, что планы, которые показывают личностное проявление автора в тексте, имеют неоднородное проявление. Одни авторы демонстрируют выраженные

лидерские черты, другие солидаризируются с читателем и воспринимают себя выразителями мнения большинства. Другие авторы, чьи показатели близки или находятся в пределах доверительного интервала, проявляют среднюю степень лидерства или социализации, оставаясь в рамках групповых показателей блогеров.

Изучение последующей скрытой речевой стратегии позволит определить степень уверенного поведения блогеров в высказывании.

Рассмотрим планы скрытой речевой стратегии «Уверенное/неуверенное поведение Говорящего в сообщении».

Категорический план утверждений состоит из употребления Говорящим следующих грамматических форм в МСГ:

- сочетание категорий глагола настоящего времени действительного залога несовершенного вида:

14) «Человек **определяет** свой путь/он **решает**//каким ему быть/ и быть ли вообще» [Яковлев Е.А., 13.12.2018. – электронный ресурс].

- нулевая форма глагола «быть»:

15) «**Самым непопулярным/ – философская хрень** в духе «Сон разума рождает чудовищ» [Акунин Б., 06.07.2016. – электронный ресурс].

- указание действующего лица при страдательном залоге:

16) «Революция определяет лидера// **революция строится обществом**» [Перец П., 21.07.2017]. 21% от общего числа МСГ плана.

- лексические актуализаторы, включающие семы «требовательности», «обязательности», «настойчивости»:

17) «Мы много разных вещей о нём **должны** запомнить// но одну важную штуку **надо** **прямо** запомнить очень хорошо» [Навальный А.А., 03.07.2014. – электронный ресурс]. 28% от общего числа МСГ плана.

- наличие решительного и неоднократного отрицания; наличие семы превосходной степени качества или «кричащей особенности»:

18) «Мы ведь **не задействовали никаких** платных способов раскрутки» [Акунин Б., 06.07.2016. – электронный ресурс];

19) «**Никто не может сказать// да никто и не скажет//**что Сталин предал свой народ» [Пучков Д.Ю., 19.01.2018. – электронный ресурс] 7% от общего количества МСГ.

- указатели большого количества, целостности, принципиальности, всеобъемленности, глубины:

20) «Вот, когда **люди всей Земли// весь социум** выступит против капитализма//вот тогда и наступит эра милосердия» [Жуков К.А., 28,06,2018. – электронный ресурс].

- рекомендации и призывы:

21) «**Уберите рекламу** из вашего подъезда в три простых шага//**Попробуйте** //у вас обязательно получится» [Навальный А.А., 02.07.2016. – электронный ресурс];

22) «**Хочешь мира // не молчи!**» [Пучков Д.Ю.,09.09.2017. – электронный ресурс].

- лаконичность:

23) «"Дождь" за карту без Крыма прикрыли// А "Вашингтон Пост"?» [Прилерин З. 21.07.2017. – электронный ресурс]. – в данном примере автор пропускает, восстанавливаемую Получателем часть фразы: «А "Вашингтон Пост"? – **не прикрыли** –»

Некатегорический план утверждений выражается:

- сочетания с глаголом категории прошедшего времени:

24) «Сначала государство в лице «Аэрофлота» **заявило**, что спасет компанию и реструктурирует все долги, успокоив и граждан, и кредиторов, и персонал, и пассажиров» [Прохоров М, 19.10.15 – электронный ресурс]

- сочетания с детерминантами «сомнения»:

25) «Могло **ли** все быть иначе?» [Пучков Д.Ю., 26.09.2017. – электронный ресурс];

26) «Я не могу точно ответить// могу предположить» [Прилепин З., 07.05.2019. – электронный ресурс].

- использование ссылок, разъяснений, цитат;

27) «Далее цитата: «Марина Юденич...» [Прилепин З., 7.05.2019. – электронный ресурс]

- вопросительные предложения:

27) «Справимся ли мы с этими задачами? Покажет время» [Прилепин З. 10.06.2019. – электронный ресурс].

Систематизация планов скрытой речевой стратегии представлена в таблице 2.2

Таблица 2.2

**Анализ речедеятельности блогеров по стратегии
«Уверенное/неуверенное поведение Говорящего в сообщении»**

ФИО блогера	План			
	категорическое утверждение		некатегорическое утверждение	
	%	МСГ	%	МСГ
1. Акунин Борис	41,9	203	58,1	281
2. Жуков К.А.	34,1	164	65,9	318
3. Медведев Д.А.	19,3	97	80,7	406
4. Миронов С.М.	23,3	115	76,7	380
5. Навальный А.А.	41,6	203	58,4	285
6. Перец Павел	21,8	111	78,2	400
7. Прилепин Захар	37,4	182	62,6	305
8. Прохоров М.Д.	25,9	126	74,1	359
9. Пучков Д.Ю.	23,7	120	76,3	387
10. Яковлев Е.Н.	12,4	64	87,6	450
СРП	28,1	139,34	71,9	356,6
Доверительный интервал	2,2		2,2	

ФИО блогера	План			
	категорическое утверждение		некатегорическое утверждение	
	%	МСГ	%	МСГ
Правая граница	30,3		74,08	
Левая граница	25,9		69,6	

Среднеречезанровый показатель говорит о некатегорическом характере большинства сообщений в блогах (71,9% некатегоричности). Жанровая специфика блога, как было изложено в параграфе 1.2, предполагает сообщение определенной информации событийного характера и затем уже ее краткую оценочную характеристику.

Большинство блогеров, как показывают статистические данные, в своих текстах большей частью резюмируют некие факты, оставаясь некатегоричными в рамках речевого поведения. Тем не менее, ряд блогеров демонстрируют достаточно категоричное поведение, в определенном смысле самодемонстрацию убежденности в своих высказываниях. Категоричность проявляется на скрытом уровне демонстрации уверенности, возможно, подспудного желания утвердить свою трактовку события, свою личную оценку при инициации отсроченного диалога с Получателем.

Наиболее категоричны высказывания в блогах, принадлежащих Б. Акунину (41,9%), А.А. Навальному (41,6), З.Прилепину (37,4), К.А. Жукову(34,1%) против 28,1 % показателя СРП.

Наименее категоричен в своих сообщениях Е.А. Яковлев – 87,6%.

Скрытая прагмалингвистика рассматривает преобладание количества некатегоричных высказываний как проявление неуверенности, отстраненности со стороны Отправителя сообщения [Матвеева,2010:88]. В данном случае, по нашему мнению, низкая категоричность речевого поведения Е.Н. Яковлева (профессионального историка) объясняется привычкой к научному стилю речи, т.е. закрепившемся на неосознаваемом

уровне стремлении к выбору наиболее нейтральных, некатегорических высказываний. Особенностью научного стиля речи является тяготение к нейтральности изложения фактов и аргументов [Аликаев , 1999: 33–38; Сабанчиева ,2017:289–296; Ванников ,1984:147–149]. Такой порядок изложения материала закрепилась в речевом поведении и проявляется в большинстве речевых ситуаций, наблюдаемых у данного блогера. Это тем более показательно, что профессиональные ученые и литераторы Б. Акунин (филолог) и К.А. Жуков (историк) в целом демонстрируют достаточно категоричное речевое поведение (41,9% и 34,1%) соответственно против 12,4% у Е.Н. Яковлева. Данный факт можно объяснить не только проявлением личностных предпочтений, но и тем, что оба этих блогера не только ученые, но и литераторы, т.е. для них характерна привычка к созданию эмоционально-окрашенных текстов, использованию категоричных форм высказываний. Интересно, что предыдущий анализ скрытой речевой стратегии «Участие/неучастие Отправителя в сообщении» показал, что для Е.Н. Яковлева характерно преобладание предметного, т.е. констатирующего плана в высказываниях. Тогда, как К.А. Жуков демонстрировал высокую степень проявления личностного плана. Это позволяет говорить об объективности обнаружения присущих поведенческих черт этих блогеров, обусловленных их речевым опытом и привычками: а именно, привычкой к научному стилю речи и литературно-художественному соответственно для каждого из блогеров.

Следующая скрытая речевая стратегия *«Вероятностное оценивание событий объективной действительности Отправителем сообщения»* представляет собою соотношение нереализованного, нереализуемого и действительного планов действий.

План нереализуемого события представлен следующими сигналами:

- использование сослагательного наклонения: «МЧС приехало быстро, **но даже если бы и медленно**, спасти там было некого» [Прилепин З. 07.05.2019. – электронный ресурс]. 62% от общего числа МСГ плана

- синтаксическими частицами, типа «будто»:

28) «Нам покажется, **будто мы можем что-то изменить**// что-то исправить// но Левиафан пожирает нас повсюду» (Акунин Б. 14.05.2014. – электронный ресурс).

План нереализованного события представлен сигналами

- использование повелительного наклонения:

29) «**Дайте** кто-нибудь палку» [Прилепин З. 07.11.2018. – электронный ресурс]

- будущего времени изъявительного наклонения:

30) «**Россия перейдет** на следующий уровень экономических отношений» [Медведев Д.А., 20.07.2018. – электронный ресурс].

- конструкций со значением возможности, обязательности, допустимости, разрешённости и т.п.:

31) «**Хочешь, не хочешь – обязан**, должен победить или умереть» [Жуков К.А., 25.10.2019. – электронный ресурс];

План действительных событий представлен сигналами:

- в формах изъявительного наклонения настоящего и прошедшего времени без модальных модификаторов:

32) «В новом Доме творчества писателей// на Хуторе Захара Прилепина//что в подмосковном Лапине//созданы все условия //для обучения начинающих писателей литературному мастерству // и творческого общения» [Прилепин З. 07.11.2018. – электронный ресурс]

В таблице 2.3 приведены систематизированные результаты распределения МСГ по всем планам в процентном соотношении от общего числа МСГ

Таблица 2.3

**Анализ речедейтельности блогеров по скрытой речевой стратегии
«Вероятностное оценивание событий объективной действительности
Отправителем сообщения»**

ФИО блогера	План					
	нереализуемое событие		нереализованное событие		действительное событие	
	%	МСГ	%	МСГ	%	МСГ
1. Акунин Борис	15,1	73	43	208	41,9	203
2. Жуков К.А.	7,1	34	31,4	151	61,5	296
3. Медведев Д.А.	27,7	139	26	131	46,3	233
4. Миронов С.М.	19,7	98	31,3	155	49	243
5. Навальный А.А.	9,4	46	48,6	238	58	284
6. Перец Павел	13,9	71	58,4	298	52,3	267
7. Прилѐпин Захар	17,1	83	45,9	224	63	307
8. Прохоров М.Д.	8,2	40	43	208	62,3	302
9. Пучков Д.Ю	15,7	79	34,1	173	50,2	254
10. Яковлев Е.Н.	4,6	24	30,4	157	65,3	336
СРП	13,8	68,4	39,2	194,4	54,9	272,3
Доверительный интервал	1,5		2,2		1,79	
Правая граница	15,3		41,4		56,7	
Левая граница	12,3		36,9		53,1	

Среднечережанровый показатель стратегии вероятностного оценивания показывает доминирование плана действительных событий в сообщениях блогеров (54,9%). На втором месте оказывается нереализованные события (37%), нереализуемые события замыкают процентное соотношение планов стратегии. (13,1%)

Преимущество выбора блогерами форм, относящихся к плану действительных событий, можно объяснить тем, что жанровая специфика блога направлена на сообщение о событии, факте и т.п. имевших место в

объективной действительности или о том, что могло произойти в этой объективной действительности. Выбор словоформ грамматических категорий блогером определяется скрытой интенцией блогеров описывать события как реальные, концентрировать свое внимание и внимание слушателей на имевших место фактах. Такое речевое поведение является характерным для людей, которые обладают влиянием на умонастроения окружающих или чувствуют себя таковыми [Лесняк,2014]. Наибольший процент высказываний, содержащих сигналы плана действительных событий, мы наблюдаем у Е.Н. Яковлева (65,3%), З. Прилепина (63%), М. Д. Прохорова (62,3%), К.А. Жукова (61,5%) – против 54,9 % показателя СРП.

Показатели плана нереализованного события, превышающие средние величины по статистическому анализу говорят о скрытой потребности блогера представить вероятную действительность как возможную. Здесь блогер предстает в своем речевом поведении как человек проницательный, предвидящий потенциальные пути развития ситуации. Маркеры нереализованных планов доминируют в сообщениях П. Перца (58,4%), А.А. Навального (48,6), З. Прилепина (45,9) против 39,2% показателя СРП.

План нереализуемого события говорит о неуверенности автора текста, его склонности уходить от конкретики высказывания, что можно трактовать как скрытое проявление неуверенности в знании предмета или нежелание брать на себя ответственность за последствия высказывания [Лесняк,2014]

Высокий процент маркеров плана нереализуемых событий наблюдается в сообщениях Д.А. Медведева (27,7%) против 13,8 показателя СРП.

Скрытая речевая стратегия «Акцентуация Говорящим элементов высказывания» показывает нам степень выделения элементов речевого высказывания по их значимости для Отправителя текста.

Данная скрытая речевая стратегия реализуется в каждом речевом поступке в выборе одного из двух планов-вариантов. На неосознаваемом Говорящим уровне предпочтение отдается плану акцентирования или не акцентирования высказывания. Суть каждого из этих планов заключается в соответствующем способе коммуникативной организации высказывания. Неакцентированный план скрытой речевой стратегии соответствует прямому порядку слов. При такой организации высказывания элементы выстраиваются согласно существующему в языке традиционному алгоритму, при этом высказывание не привлекает к себе особого внимания.

Акцентирование является выделением в высказывании при помощи специальных средств тех элементов речи, которые представляют особую коммуникативную значимость. При этом данный процесс может быть целенаправленным (осознаваемым) и неосознаваемым, когда Говорящий перестраивает порядок слов спонтанно, в процессе речи. В данном исследовании авторы исходят из того, что блогер, особенно видеоблогер, излагает текст в формате личной беседы между блогером и читателем. В этих условиях речь Говорящего имеет признаки спонтанности, привычности, невыдержанности строго формы и стиля. Говорящий демонстрирует выбор акцентированных и неакцентированных планов в речевом потоке без предварительной подготовки каждого высказывания, ориентируясь лишь на сиюминутное изложение текста. Иначе говоря, блогер выделяет элементы высказывания интуитивно, в процессе своей речи.

План акцентированного события представлен сигналами:

- вопросительными словами:

33) «**Зачем? Зачем** все это?» [Жуков К.А., 25.10.2019. – электронный ресурс]. 32% от общего числа МСГ плана.

- уточнением:

34) «А вы **точно** историк, Егор?» – пишут мне некоторые читатели» [Яковлев Е., 12.03.2016. – электронный ресурс]. 30% от общего числа МСГ плана.

- изменением порядка слов:

35) «Когда современники занимаются поисками ответа на вопрос: **должен был** Сталин предугадать сроки начала войны» [Д.Ю. Пучков 05.05.2018. – электронный ресурс].

- повторами:

36) «**Зачем? Зачем** все это?» [Жуков К.А., 01.11.2019. – электронный ресурс];

37) «**Еще и еще** раз повторяем: речь шла не о немцах, а о скандинавах» [Яковлев Е., 12.03.2016. – электронный ресурс].

План неакцентированного события выражается прямым порядком слов.

В таблице 2.4 представлены результаты эксперимента.

Таблица 2.4

Анализ речедейтельности блогеров по стратегии «Акцентированные элементы высказывания»

ФИО блогера	План			
	акцентированное сообщение		неакцентированное сообщение	
	%	МСГ	%	МСГ
1. Акунин Б.	21,5	104	78,5	381
2. Жуков К.А.	9,7	47	90,3	435
3. Медведев Д.А.	4,6	23	95,4	480
4. Миронов С.М.	17,8	88	82,2	408
5. Навальный А.А.	5,4	26	94,6	462
6. Перец П.	7,3	37	92,3	472

ФИО блогера	План			
	акцентированное сообщение		неакцентированное сообщение	
7. Прилѣпин З.	24,8	121	75,2	367
8. Прохоров М.Д.	8,3	40	91,7	445
9. Пучков Д.Ю.	10,2	52	89,8	455
10. Яковлев Е.Н.	14,9	76	85,5	439
СРП	11,5	57	88,5	438,96
Доверительный интервал	4,53		3,71	
Правая граница	15,07		93,04	
Левая граница	7,82		84,05	

Среднеречевая показатель стратегии акцентирования элементов высказывания показывает абсолютное доминирование плана неакцентированных высказываний в сообщениях блогов (88,5%). Акцентирование высказываний составляет 11,5% от общего числа МСГ плана

Наиболее часто акцентированные сообщения встречаются в блогах З. Прилепина, (24,8), Б. Акунина (21,5%), М.Миронова (17,8%), Е.Н. Яковлева (14,9%).

В целом же речь блогеров не акцентирована. Ряд исследователей, например, Г.В. Басенко [Басенко, 2007] и Е.Е. Сахарова [Сахарова, 2014] говорят о высокой акцентированности различных жанров публичных выступлений: религиозных проповедей, политической агитации и т.д. В этом случае план акцентуации может достигать 69% от общего содержания МСГ скрытой речевой стратегии [Сахарова, 2014]. В данном же случае план акцентирования не превышает 11,5% от 100% планов. Исследователи, полагают, что дневниковый характер блогов, т.е. форма личных записей,

транслируемых обществу, предполагает спокойный характер изложения, фиксации мыслей автора в их обычном течении. Поэтому и в этом случае редкость употребления плана акцентирования выполняет прагматическую, воздействующую функцию – фиксацию фокусирования внимания Получателей сообщения на наиболее значимых фрагментах текста. Механизм такого прагматического воздействия имеет иной характер, что объясняется жанровой спецификой текста. Вместо прямого и осознанного регулярного привлечения внимания слушателей к ряду ключевых вопросов излагаемой доктрины, что характерно для проповедников и агитаторов, блогеры делятся размышлениями, заметками и концентрируют внимание только на некоторых фрагментах. Сохранение неакцентированного изложения сообщения позволяет блогеру сохранять темп и течение речи в рамках имитации непосредственной беседы с публикой, как если бы она происходила в объективной действительности. Акцентуация происходит только в тех моментах, которые интуитивно воспринимаются, как наиболее значимые для автора и для слушателя в рамках их беседы. Следовательно, общий принцип управления вниманием аудитории сохраняется, хотя и не имеет того характера, каковой присущ другим жанрам публичных выступлений.

Стратегия «Формирование автором отношения Получателя текста к речевому событию».

План положительного оценивания события дается речевыми сигналами с положительным оцениванием

- Наречия, категории состояния, существительные:

38) «**Хорошо**, что люди равнодушно к чужой беде» [Прилепин З., 13.11.2018. – электронный ресурс]. 22% от общего числа МСГ плана.

- Прилагательными, причастиями, причастными оборотами:

39) «Это было единственно **правильное** решение в данной ситуации» [Яковлев Е.Е. 15.02.2018. – электронный ресурс].

- Вводными словами:

40) «**К счастью**, в стране еще остались **честные** люди» [Навальный А.А. 17.06.2017. – электронный ресурс].

План отрицательных оцениваний определяется словами с отрицательной

- Наречия, категории состояния, существительные:

41) «А вот не **нужно** думать, что это лучшее, что может предложить современный кинематограф» [Пучков Д.Ю., 17.11.2017. – электронный ресурс];

42) «Все эти доводы не возымеют имеют **никакого** воздействия» [Яковлев Е.Е. 03.08.2018. – электронный ресурс].

- Прилагательными:

43) «Эти **отвратительные, пошлые и наглые** люди, которые больны клептоманией, которые воруют у своего собственного народа» [Навальный А.А. 11.04.2016].

- Вводными словами:

44) «**К сожалению**// приходится признать» [Яковлев Е.Е. 03.08.2018. – электронный ресурс].

Таблица 2.5

Анализ речедеятельности блогеров по стратегии «Формирование автором отношения Получателя текста к речевому событию»

ФИО блогера	План					
	Положительное		Отрицательное		Нейтральные	
	%	МСГ	%	МСГ	%	МСГ
1. Акунин Б.	15,6	76	17,5	85	66,9	324
2. Жуков К.А.	17,3	83	16,1	78	66,6	321
3. Медведев Д.А.	26,4	133	15,4	77	58,2	393
4. Миронов С.М.	13,2	65	21,1	105	65,7	326
5. Навальный А.А.	14,4	70	33,1	162	62,5	306
6. Перец П.	20,7	106	15,2	78	64,1	327

7.	Прилепин З.	11,3	55	27,7	135	61	298
8.	Прохоров М.Д.	22,9	111	19,6	95	57,5	279
9.	Пучков Д.Ю.	14,8	75	23,2	118	62	314
10.	Яковлев Е.Н.	10,8	55	14,2	73	75	385
СРП		16,7	82,8	19,5	82,8	64,7	320,9
Доверительный интервал		4,1		3,7		4,2	
Правая граница		20,9		24,05		68,9	
Левая граница		12,5		14,9		60,5	

Расчеты, проведенные в программной среде *Excel*, показывают следующие данные статистической определенности

Показатели плана положительного отношения, превышающие СРП (16,7%), наблюдаются у М.А. Медведева, (26,4%) и М.М. Прохорова (22,9%). В текстах блогов эти авторы демонстрируют в большей степени положительное отношение к предмету сообщения, тем самым формировать положительное отношение к блогу и у самой аудитории. Эти данные могут говорить об оптимистично-философском подходе к окружающему миру. Высокие показатели плана формирования отрицательного отношения наблюдаются у А.А.Навального (33,1%), З. Прилепина, (27,7%), Д.Ю. Пучкова (23,2%) при показателях СРП в – 19,5%. Эти показатели можно интерпретировать как склонность критически относиться к окружающему миру, заострять свое и читательское внимание на негативных моментах бытия.

План нейтрального отношения в целом имеет распределенный характер – почти все блогеры находятся в пределах доверительного интервала. Исключение составляет Е.Н. Яковлев, демонстрирующий 75% нейтральности при 64,7% показателях СРП. Эти данные говорят о свойственной Егору Николаевичу сдержанности в речевом поведении.

2.4. Сравнение результатов эксперимента с данными о социальных портретах блогеров

Речевое поведение блогера, обнаруженное в ходе проведенного прагмалингвистического эксперимента (параграф 2.3.) можно соотнести с описаниями их восприятия исследователями социологами, политологами и журналистами. Это позволит подтвердить объективность исследования и соотнести обнаруженные в ходе него качества с восприятием блогеров сторонним наблюдателем.

С этой целью были изучены работы таких исследователей, как Е.В. Ермолаева [Ермолаева,2017], А.В. Снигирев [Снигирев, 2015], М.М. Басимов [Басимов ,2015] Г.В. Березовская [Березовская ,2014], Д.Ю. Алексеева [Алексеев,2013], А.А. Тертычного [Тертычный,2015], К.В. Руденко [Руденко,2016], а также публикации журналистов сайта *Topovik.com*(дата обращения 07.10.2019), материалов ресурса *ОтзовыКом* (дата обращения 07.10.2019) блоги *asnim*(дата обращения 07.10.2019), *d-e-r-w-i-s-h*(дата обращения 07.10.2019) (см.приложение 4).

Нами были рассмотрены только несколько блогеров – Д.А. Медведев, Д.Ю. Пучков, А.А. Навальный, Б. Акунин, З. Прилепин, показатели которых выходят за границы доверительного интервала, т.е. эти блогеры демонстрируют яркие индивидуальные черты речевого поведения.

Результаты сопоставления данных исследования с отзывами показали, что в социальное поведение блогеров, которое зафиксировали в своих публикациях ученые и журналисты, в целом совпадает с обнаруженным речевым поведением авторов блогов. Отсюда можно говорить о том, что речевое поведение блогеров отображает их личностные качества, социальные, профессиональные и иные речевые привычки.

Подробно по персоналиям это выглядит следующим образом:

Речевой портрет Д.А. Медведева состоит из следующих предпочтительных планов речевых стратегий (Таблица 2.6)

Таблица 2.6

Сводная таблица показателей речевых стратегий речевого портрета Д.А. Медведева в % от 100% использованных МСГ

ФИО блогера	Стратегия «Участие/неучастие Отправителя в сообщении» Социальный план	Стратегия «Уверенное/неуверенное поведение» Некатегорическое утверждение	Стратегия вероятностного оценивания событий объективной действительности Отправителем текста. План нереализуемого события	Стратегии акцентирования элементов высказывания Неакцентированное сообщение	Стратегия «Формирование автором отношения получателя текста к речевому событию». Положительное оценивание
Медведев Д.А.	46,7	80,7	27,7	95,4	26,4
Среднеречевой показатель	27,74	71,86	13,85	88,55	16,74
Доверительный интервал	3,71	2,22	1,52	3,71	4,16
Правая граница	31,45	74,08	15,37	93,04	20,9
Левая граница	24,02	69,6	12,32	84,053	12,5

В верхней горизонтальной строке таблицы указаны названия стратегий и доминирующие планы в речевом поведении по результатам прагмалингвистического эксперимента.

Социальный план стратегии «Участие/неучастие Отправителя в сообщении» преобладает среди других планов этой стратегии в речевом поведении Д.А. Медведева (46% МСГ плана против 31% верхней границы доверительного интервала), что говорит о его склонности к сотрудничеству, желанию поддержать и выразить коллективное мнение. Что характерно, эти качества выделяет в поведении Д.А. Медведева автор статьи «Политическое

лидерство в России: основные тенденции» Д.Ю. Алексеев, который отмечает, что в проявлении своих лидерских качеств Д.А. Медведев солидаризируется со своим более выразительным коллегой В.В. Путиным: «Д.А. Медведев являет собой законническое, либеральное, вестернизированное «Альтер эго» Путина» [Алексеев, 2013]. И это солидаризирующее начало проявляется в его манере представлять свою речь в публичном дискурсе. Автор другого исследования П.С. Учиров отмечает, что: «Активно применяются такие тактики, как отождествление, признание существования проблемы и ее оценки, солидаризация с адресатом» [Учиров,2013]

Упомянутые черты поведения Д.А. Медведева можно диагностировать и по доминированию в его в речевом поведении плана некатегорических высказываний стратегии «Уверенное/неуверенное поведение» (80% МСГ плана против 74% верхней границы доверительного интервала). Некатегоричность, которая присуща речевому поведению Д.А. Медведева в блогах, говорит о сдержанности в проявлениях чувств, о несклонности демонстрировать напористость и энергичность в общении с собеседником. О сдержанности поведения Д.А. Медведева говорится в исследовании Смирнова И. С., Ковалевская Е.В. «Сниженная лексика в речах Президента Российской Федерации Д.А. Медведева как инструмент его имиджевой стратегии» [Смирнова и др.,2010). Авторы статьи отмечают, что Д.А. Медведеву на посту президента России необходимо было демонстрировать твердость своей позиции, и он демонстрировал ее в рамках публичных выступлений, но это была часть продуманного планомерного имиджа: «Используя сленг, Д.А. Медведев повышает эмоциональный уровень высказываний с целью оказания более сильного воздействия на слушателей. В то же время Д.А. Медведеву необходимо действовать так, как это требуется для поддержания его имиджа народного избранника в глазах потенциального электората». В целом же его поведение,

по мнению авторов, представляет собою балансирование между внешней и внутренней имиджевыми стратегиями, и *нарочитая резкость совершенно не свойственна Д.А. Медведеву*. Об этом же говорится в статье анонимного журналиста Агенства Политических Новостей: «Поэтому умные кандидаты в «преемники» на этапе вхождения во власть изображают, как правило, кротость, ограниченность амбиций, отсутствие воли».

Здесь мы видим противоречие между демонстрационным поведением Д.А. Медведева и его внутренне присущим качествам речевого поведения. В условиях предвыборного политического дискурса или намеренной демонстрации ожидаемых электоратом качеств Д.А. Медведев демонстрирует осознанный выбор слов и выражений, которые формируют у читателя определенный политический образ. С другой стороны, в рамках дневникового жанра блога, который побуждает автора к видимости приватной беседы с читателем, *на первый план ярче проявляются внутренне присущие черты речевого поведения блогера*.

Высокий процент плана нереализуемого события стратегии вероятностного оценивания событий объективной действительности Отправителем текста (27% МСГ плана против 15% верхней границы доверительного интервала) говорит о склонности Д.А. Медведева уходить от конкретики высказывания. Особенность речевого поведения Д.А. Медведева в виде неконкретности и осторожности высказываний подмечают исследователи (например, А. Колесников, 2008; Р. Медведев, 2008) и анонимные пользователи портала «Отзывы.ком» «склизкий, неуверенный ни в ком, не эрудит, не разбирающийся в людях» (otzovik.com, 1). Между тем, склонность к некатегорическим утверждениям (план некатегоричности у Д.А. Медведева, как уже говорилось, достаточно высок) и высокий процент плана нереализуемых событий, т.е. осторожность в высказываниях – характерная черта ученого. Как уже отмечалось ранее, в параграфе 2.3, специфика речевой деятельности ученого такова, что он стремится избегать

категорических и полярных утверждений. Ученые склонны говорить о вероятностях и аргументах в пользу той или иной теории, нежели однозначно настаивать на одной трактовке событий, что отражается на речевых привычках и речевом поведении в целом. По замечанию анонимного журналиста Агенства Политических Новостей: «Дмитрий Анатольевич Медведев, преподававший цивилистические дисциплины на кафедре Собчака, — может считаться носителем специфического и достаточно нетрадиционного, как для нынешней российской власти, профессионального мышления. Вообще, на мировоззрение человека, его стереотипы поведения и стиль мышления решающее влияние оказывают, как правило, первое высшее образование и послевузовская профессиональная практика нескольких лет». Отсюда можно говорить о наличии речевых привычек, характерных для ученого, а не только политика, экономиста и т.д.

В рамках речевой стратегии акцентирования элементов высказывания Д.А. Медведев демонстрирует средние показатели, оставаясь в рамках доверительного интервала. План неакцентированных сообщений у него лишь немного превышает верхнюю границу интервала (на 2%). Это говорит о том, что Д.А. Медведеву здесь свойственно типичное для изучаемой группы речевое поведение.

Зато в скрытой речевой стратегии «Формирование автором отношения получателя текста к речевому событию» план положительное отношение к сообщаемой информации является приоритетным для речевого поведения Дмитрия Анатольевича. 26% МСГ плана против 20% верхней границы доверительного интервала и максимальное значение из всех исследованных показателей этого плана данной стратегии у блогеров. Это говорит об оптимистично-философском восприятии мира, желании видеть в большей степени позитивные стороны происходящих событий. «За 18 лет в большой политике господин Медведев красноречием в совершенстве не овладел, зато

освоил особый вид искусства — оптимистичное ораторство» – говорит об этой черте его речевого портрета А. Ставицкий в публикации аналитического издания «Царьград-ТВ» [<https://www.rosbalt.ru/like/2021/01/22/1883587.html>].

В целом, проведенный анализ речевого поведения Д.А. Медведева позволил выявить личностные черты, которые присущи ему: чувство солидарности, коллективизм, способность идти на контакт, сотрудничать с разными людьми, гибкость в общении. Речевой портрет Д.А. Медведева во многом совпадает с его социально-психологическим портретом в приведенных в качестве сравнительных примеров исследования ученых и отзывах журналистов и блогеров. Это позволяет говорить о близости восприятия речевого портрета разными социальными группами, что в реальности и происходит с сети Интернет.

Анализ речевого поведения блогера Д.Ю. Пучкова по скрытым речевым стратегиям представлен в таблице 2.7

Таблица 2.7

**Сводная таблица показателей речевых стратегий речевого портрета
Д.Ю. Пучкова в % от 100% использованных МСГ**

ФИО блогера	Стратегия «Участие/неучастие Отправителя в сообщении». Личный план	Стратегия «Уверенное/неуверенное поведение» Категорическое утверждение/Некатегорическое утверждение	Стратегия вероятностного оценивания событий объективной действительности Отправителем текста. План нереализованного события/План нереализованного события/План действительного события	Стратегия акцентирования элементов высказывания. Акцентированное сообщение/Неакцентированное сообщение	Стратегия «Формирование автором отношения получателя текста к речевому событию». Положительное/Отрицательное/Нейтральные
Пучков Д.Ю.	43,6	23,7/76,3	15,7/34,1/50,2	10,2/89,8	14,8/23,2/62
Среднеречевой показатель	27,9	28,1/71,9	13,1/37/54,9	11,5/88,5	16,7/19,5/64,7
Доверительный интервал	3,71	2,2/2,2	1,5/2,2/1,7	4,5/3,7	4,1/3,7/4,2
Среднее значение	27,74	28,1/71,86	13,85/39,21/54,98	11,5/88,5	16,74/19,51/64,75
Правая граница	31,45	30,3/74	15,3/41,4/56,7	15/93	20,9/24/68,9
Левая граница	24,02	25,9/69,6	12,3/36,9/53,18	7,8/84	12,5/14,9/60,5

Как это можно наблюдать в таблице, большинство показателей планов скрытых речевых стратегий в текстах Д.Ю. Пучкова находится в рамках доверительного интервала. Отсюда можно сделать вывод, что в целом

Д.Ю. Пучков демонстрирует типичное речевое поведение, которое присуще большинству анализируемых блогеров. Отличие составляет только личный план речевой стратегии «Участие/неучастие Отправителя в сообщении», где наблюдается превышение верхней границы доверительного интервала (43% МСГ плана против 31% верхней границы доверительного интервала). Это говорит о склонности к лидерству в речевом поведении, определенном речевом диктате при коммуникации с читателем блога. Е.В. Ермолаева отмечает, Д.Ю. Пучков: «...позиционирует свой более высокий статус по отношению к молодежи, выступает опытным, бывалым человеком, знатоком и отчасти экспертом. Несостоятельность и низкая компетенция реципиента в обсуждаемом вопросе подчеркиваются номинированием его с помощью таких лексем, как: «идиот», «полный идиот», «лох», «полный дурак» «житель Страны эльфов», «личность с «незамутненным» сознанием» [Ермолаева,2017]. Исследователь отмечает проявление в речевом поведении определенного превосходства Говорящего в отношении Получателя сообщения, позиционировании себя в качестве доминанта в отношении собеседника.

Е.В. Ермолаева так же отмечает, что при проявлении высоких лидерских качеств в речевом поведении, Д.Ю. Пучков: «известный современный сетевой публицист и переводчик, харизматическая личность, чутко реагирует на процессы, происходящие в обществе. Его публицистика носит острый злободневный характер» [Ермолаева,2017]. То есть, исследователь говорит об успешности коммуникативной деятельности блогера в сети Интернет.

По нашему мнению, такая успешность обусловлена реализацией ожиданий на коммуникативном уровне читателей блогов. Это означает, что речевое поведение Д.Ю. Пучкова укладывается в стереотип ожидания и соответствует потребностям читателя. Более подробно о перлокутивном эффекте речевой деятельности блогеров будет рассказано в главе 3, но в

настоящий момент можно заметить, что средние показатели планов скрытых речевых стратегий говорят о среднем, то есть типичном поведении блогера. Типичное поведение вовсе не означает не успешность в реализации целевой деятельности. Скорее, это говорит об определенной гармонизации речевого поведения блогера с потребностями читателя.

Об этом, в частности говорят Е.В. Ермолаева [Ермолаева, 2017] и А.В. Снигирев [Снигирев, 2015], которые отмечают использование Д.Ю. Пучковым речевого шаблона молодежной и политически ориентированной среды, прямых личных обращений к читательскому сообществу («вы, которые сейчас смотрите блог») и других элементов убеждения.

Существует также значительный массив отзывов о личности Д.Ю. Пучкова со стороны пользователей среды Интернет. Некоторые из этих отзывов имеют признаки критического анализа. и привлекаются для характеристики восприятия Д.Ю. Пучкова пользователями Интернет среды. Блогер **d-e-r-w-i-s-h** анализирует изменения речевого поведения и самопозиционирования Д.Ю.Пучкова и отмечает, что Д.Ю. Пучков своей основной задачей видит создание успешной площадки для заработка в сети Интернет. По итогу своей деятельности, по словам блогера **d-e-r-w-i-s-h**, Д.Ю. Пучков: «В общем, популярность Дмитрия Пучкова пусть и стремительно образовавшаяся, оказалось весьма прочной. Он умело «оседлал» тему советского патриотизма создав уникальный для своего времени ресурс в Интернете».

Отсюда можно сделать вывод, что выявленный в прагмалингвистическом эксперименте доминантный личный план речевой стратегии «Участие/неучастие Отправителя в сообщении» Личный план, который сигнализирует о проявлении лидерских качеств в речевом поведении блогера, подтверждается отзывами других исследователей.

Прочие же черты речевого поведения блогера оказываются в диапазоне групповых показателей. Этот факт не позволяет однозначно идентифицировать личностные черты Д.Ю. Пучкова по материалам блогов, но сигнализирует о его способности удержаться в границах успешного взаимодействия с читателем, что также подтверждается указанием на успешность деятельности Д.Ю. Пучкова в блогосфере как со стороны исследователей, так и со стороны критически настроенных пользователей сети Интернет.

Анализ речевого поведения блогера Б. Акунина по скрытым речевым стратегиям представлен в таблице 2.8

Таблица 2.8

Сводная таблица показателей речевых стратегий речевого портрета

Б.Акунина в % от 100% использованных МСГ

ФИО блогера	Стратегия «Участие/неучастие Отправителя в сообщении» предметный план	Стратегия «Уверенное/неуверенное поведение» Категорическое утверждение	Стратегия вероятностного оценивания событий объективной действительности Отправителем текста План нереализуемого события/План нереализованного события/План действительного события	Стратегия акцентирования элементов высказывания Акцентированное сообщение	Стратегия Формирование автором отношения получателя текста к речевому событию. Положительное/Отрицательное/Нейтральные
1. Акунин Б.	41,1	41,9	15,1/43/41,9	21,5	15,6/17,5/66,9
Среднеречезанровый показатель	31,5	28,1	13,1/37/54,9	11,5	16,7/19,5/64,7
Доверительный интервал	2,821896841	2,229627114	1,5/2,2/1,7	4,537695814	4,1/3,7/4,2
Среднее значение	31,77	28,14	13,85/39,21/54,98	11,45	16,74/19,5/64,75
Правая граница	34,59	30,36	15,3/41,4/56,7	15,07	20,9/24/69
Левая граница	28,94	25,91	12,3/36,9/53,18	7,82	12,5/14,9/60,5

По результатам исследования речевого поведения Б. Акунина можно составить речевой портрет данного блогера по данным трех скрытых речевых стратегий: «Участие/неучастие Отправителя в сообщении» (предметный план), «Уверенное/неуверенное поведение» (план

категорическое утверждение), стратегии «Акцентирования элементов высказывания» (план акцентированное сообщение), в которых показатели планов выходят за пределы доверительного интервала.

Доминирование предметного плана стратегии «Участие/неучастие Отправителя в сообщении» (41% плана против 34% верхней границы доверительного интервала) можно расценивать как склонность к определенному резонерству, концентрации на содержательной стороне общения, т.н. общение минус «человеческий фактор». Для такого человека важно высказывание само по себе, нежели в восприятии собеседника, равно как и присутствие собеседника в коммуникации. Очень интересна в этой связи оценка Б.Акунина одним из читателей, которая присутствует на сайте «Отзовик.ком»: «Всезнайка в высоком замке. Сидит за три девять земель, имеет обо всем мнение, а внизу копошатся мелкие людишки». (дата обращения 18.07.2019). Особое значение информационной составляющей текста Б. Акунина отмечает и ученый-исследователь его творчества К.В. Руденко: «Одним из сильнейших прагматических средств у Б. Акунина являются имена собственные, которые сочетают в себе уникальность и имплицитно – некие вложенные автором смыслы, **доступные читателю по прочтении большого количества страниц текста** (выделено нами)» [Руденко,2018:101]. То есть, сам объем текста в восприятии Б. Акунина имеет особую важность для Говорящего и получателя сообщения.

Преобладание плана категорических утверждений скрытой речевой стратегии «Уверенное/неуверенное поведение» (41,9% плана против 30% верхней границы) говорит о присущих ему категоричности, однозначности оцениваний и определенной резкости суждений. Эту особенность поведения Б. Акунина отмечает, в частности литературный критик и публицист А.В. Ставицкий, который отмечает безапелляционность суждений Б. Акунина, свойственную его литературному и разговорному стилю общения.

Преобладание плана акцентированного сообщения скрытой речевой стратегии акцентирования элементов высказывания (21% плана против верхней границы доверительного интервала в 15%) говорит о том, что автор искусно владеет речевыми средствами воздействия на адресата и умело управляет вниманием своего собеседника. Писатель и публицист Б. Акунин мастерски владеет словом и привык к использованию акцентированных форм речи для управления вниманием собеседников. Об этом, в частности говорится в исследовании И.А. Вороновской: «Авторская речь Б. Акунина с помощью порядка слов приобретает определенную выразительность и тогда, когда он описывает психическое состояние персонажа» [Воровская,2017].

Планы остальных двух стратегий находятся в пределах доверительного интервала, что не позволяет однозначно определить личностные качества Б. Акунина по этим скрытым речевым стратегиям. Тем не менее, это означает, что в данном случае Б. Акунин демонстрирует типичное речевое поведение, свойственное большинству проанализированных блогеров.

Таким образом, можно констатировать, что речевому портрету Б. Акунина-блогера свойственны склонность к концентрации на содержательной стороне общения, категоричность и определенная резкость суждений с одной стороны, но и умение концентрировать внимание свое и собеседника на важных моментах речи интуитивно, в процессе изложения текста. Эти качества подтверждаются как экспериментально, так и в результате обзора отзывов о психолого-социальном портрете Б. Акунина исследователями и поклонниками его творчества.

Анализ речевого поведения блогера З. Прилепина по скрытым речевым стратегиям представлен в таблице 2.9

Таблица 2.9

Сводная таблица показателей речевых стратегий речевого портрета

3.Прилепина в % от 100% использованных МСГ

ФИО блогера	Стратегия «Участие/неучастие Отправителя в сообщении» Личный план/Социальный план/Предметный план	Стратегия «Уверенное/неуверенное поведение» Категорическое утверждение	Стратегия вероятностного оценивания событий объективной действительности Отправителем текста План нереализованного события	Стратегия акцентирования элементов высказывания Неакцентированное сообщение	Стратегия «Формирование автором отношения получателя текста к речевому высказыванию» Отрицательное
1. Прилепин З.	46,2/19,9/33,7	37,4	45,9	24,8	27,7
Среднеречевой показатель	40,3/27,9/31,5	28,1	37	4,5	19,5
Доверительный интервал	3,6/3,7/2,8	2,2	2,2	11,45	3,7
Среднее значение	40,3/27,9/31,5	28,14	39,21	15,07	19,5
Правая граница	45/31,4/34,5	30,3	41,4	17,8	24,05
Левая граница	37,5/24/29	25,91	36,9	4,5	14,9

На основе данных речевого поведения 3.Прилепина, представленных в *таблице 2.9*, составим и проинтерпретируем его речевой портрет.

Стратегия «Участие/неучастие Отправителя в сообщении» в речевом поведении 3.Прилепина проявляется на уровне средних (групповых) показателей. Это можно интерпретировать как умеренность в проявлении личностных черт в сообщениях, присутствию

Преобладание плана категорических утверждений скрытой речевой стратегии «Уверенное/неуверенное поведение» (37,4% плана против 30% верхней границы) говорит о присущих ему категоричности в, однозначности оцениваний и определенной резкости суждений. Эту особенность поведения З. Прилепина отмечает принципиальность выражения мыслей З.Прилепиным и присущую ему однозначность суждений [Синегубова,2019).

Преобладание плана нереализованного события говорит о склонности размышлять, сравнивать различные варианты развития событий и давать прогноз развитию ситуации (45% плана против 40% верхней границы). Как отмечает К.В. Синегубова, литературной репутации З.Прилепина свойственна философское отношение к миру, образ мыслителя, философа, созерцающего мир. [Синегубова,2019). При этом З.Прилепин склонен не акцентировать внимание на различных аспектах в речи (27% плана против верхней границы доверительного интервала в 17,8%).

Таким образом, можно констатировать, что речевому портрету З.Прилепина-блогера свойственны склонность к концентрации на содержательной стороне общения, категоричность и определенная резкость суждений, стремление размышлять и делиться размышлениями с читателем. Эти качества подтверждаются как экспериментально, так и в результате обзора отзывов о психолого-социальном портрете З. Прилепина исследователями.

Выводы по 2 главе

В данной главе рассмотрено скрытое речевое поведение отправителя текста (блогера) с целью прагмалингвистического диагностирования присущих его личности свойств.

Методом модифицированного контент анализа были изучены тексты блогов десяти блогеров; проведен объективный прагмалингвистический эксперимент и составлены их речевые портреты.

По результатам исследования речевого поведения десяти блогеров по стратегии «Участие/неучастие автора в речевом событии» трое из них - К.А. Жуков, М.Д. Прохоров и Д.Ю. Пучков проявляют лидерские качества в коммуникации с Получателем сообщения.

Двое – Д.А. Медведев, С.М. Миронов демонстрируют склонность к кооперации с собеседником, подаче текста как солидарного мнения адресанта и адресата.

Один блогер – Е.Н. Яковлев демонстрирует склонность к констатации и безоценочности в изложении текста.

По результатам исследования по стратегии «Уверенное/неуверенное поведение автора в сообщении» можно отметить, что наибольшую решительность в речи проявляют Б. Акунин, З. Прилепин, А.А. Навальный, К.А. Жуков. Наиболее осторожен в своих сообщениях Е.А. Яковлев.

По скрытой речевой стратегии «Вероятностное оценивание событий объективной действительности Отправителем сообщения» Е.Н. Яковлев, М.Д. Прохоров, К.А. Жуков настроены крайне решительны, чувствуют себя способными влиять на умонастроения людей.

П. Перц, А.А. Навальный, З. Прилепин чувствуют себя людьми проницательными, предвидящими возможное развитие событий.

Анализ поведения блогеров по скрытой речевой стратегии акцентирования элементов высказывания показал, что З. Прилепин, Б. Акунин, М. Миронов, Е.Н. Яковлев умеют в процессе изложения текста

управлять вниманием собеседника и концентрировать его на значимых отрезках речи.

Согласно результатам анализа по стратегии «Формирование автором отношения получателя к речевому событию» наиболее оптимистичны в речевом поведении М.А. Медведев, М.М. Прохоров. Наиболее критически настроены в восприятии окружающего мира А.А. Навального, З. Прилепина, Д.Ю. Пучкова. Наиболее сдержан в оценках – Е.Н. Яковлев.

Речевые портреты блогеров были составлены на основе анализа результатов объективного прагмалингвистического эксперимента. Эти портреты были соотнесены с отзывами об этих блогерах, опубликованными в научной печати и в сети Интернет. Эти отзывы были даны как учеными – филологами, Результаты сопоставления показали, что в большинстве случаев речевые портреты совпадают с фактами наблюдаемого сторонними исследователями социального поведения. Следовательно, как и предполагалось, по речевому поведению отправителя текста можно судить о его социальном и профессиональном поведении в целом.

В данном исследовании были диагностированы индивидуальные качества блогеров-общественных деятелей на материале их блогов по пяти скрытым стратегиям воздействия автора текста на его читателя. В последующей главе представлены данные экспериментов по изучению перлокутивного эффекта воздействия речи блогеров на читательскую среду сети Интернет и в объективной реальности.

Глава 3. ВОЗДЕЙСТВИЕ РЕЧЕВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ БЛОГЕРОВ НА ВОСПРИНИМАЮЩУЮ АУДИТОРИЮ

3.1. Основные понятия стратегии «Оценивание Получателем коммуникативного успеха Отправителя»

В прагмалингвистике под результатом воздействия понимается изменение поведения и ментальности воспринимающей стороны в ответ на полученный набор речевых сигналов со стороны Отправителя сообщения, то есть реакцию на сообщение. Наличие технической возможности немедленной обратной связи позволяет Получателю сразу же отреагировать на полученное сообщение в виде ответного текста (комментария) или условного сигнала одобрения или неодобрения («лайк» – одобрение, «дизлайк» – неодобрение). Изучение комментариев и количества условных одобряющих или неодобряющих сигналов позволяет определить эффект воздействия исходного сообщения блогера на Получателей.

Получатели сообщения одобряют, не одобряют, игнорируют сообщения или оставляют записи, которые невозможно определить как оценивающие (например, дополняют сообщения блогера собственной информацией). Во всех случаях исследователь имеет дело с речевой реакцией на сообщение или отсутствием таковой (индифферентность).

На лингвистическом уровне изучается выбор единиц речи комментатором, который сигнализирует Отправителю сообщения (блогеру) о реакции на его сообщение.

Оценивание комментатором полученного сообщения блогера свидетельствует об определенном успехе или коммуникативной неудаче Отправителя сообщения. Под коммуникативным успехом в культуре речи и лингвистической прагматике понимается успешность и эффективность общения, иначе говоря *прагматический перлокутивный эффект*

взаимодействия [Артына, 2008; Гусаренко, 2005; Миронова, 2005; Ширина, 2017].

Целью настоящего исследования является изучение речевой реакции читателей на тексты блогеров и, как следствие этого, перлокутивный эффект в виде коммуникативного успеха или неуспеха блогера.

Несмотря на то, что речевые сигналы, выраженные грамматическими и текстуальными формами, воспринимаются Получателями на интуитивном уровне, они влияют на оценивание Получателем текста сообщения и на ответную реакцию Получателя [Матвеева, Зюбина, 2013:45–48].

Между тем, невозможно однозначно разделить осознанное оценивание со стороны Получателя выбора слов и выражений, которые осуществил Отправитель сообщения (блогер), и неосознанный выбор грамматических и текстуальных форм. Реакция оценивания идет на лингвистическое единство всего воспринятого сообщения. Поэтому в данном случае можно говорить о сближении методов функциональной и скрытой прагмалингвистики в изучении перлокутивного эффекта речи блогера на материале оценивающих комментариев пользователей сети Интернет.

В этой связи необходимо определить функциональные особенности всех участников коммуникации, в которой реализуется речевая стратегия оценивания коммуникативного успеха.

Основными действующими лицами в коммуникативной среде Интернет в блогосфере являются блогер (адресант), читатель (адресат). Исследователь является сторонним наблюдателем, появление которого не предусматривается другими участниками коммуникации. Исследователь отстранен от оценивания содержательной стороны коммуникации и изучает только поведенческие реакции ее участников.

Адресат может быть представлен в двух ипостасях: активный и пассивный читатель. Активный читатель комментирует блоги и проявляет свою оценивающую реакцию в форме конкретных ответных сообщений. При

этом активный читатель в свою очередь адресует свое оценивающее сообщение как непосредственно блогеру (инициатору коммуникации), так и другим читателям, которые выступают сокоммуникаторами в данной системе. Второй ипостасью является пассивный читатель, который воспринимает речь блогера, читает его сообщения, но по каким-то причинам не реагирует на них в виде ответного текста. Такой пассивный участник коммуникации тоже находится под воздействием речевого поведения блогера и тоже меняет свою ментальность и поведение в объективном мире под воздействием полученного сообщения (например, в части убеждений, денежных пожертвований, ссылок на данного блогера в других коммуникативных средах, простейшим выставлением «лайков»/ «дизлайков» без дополнительных текстовых сообщений). В своих сообщениях блогер обращается ко всем участникам коммуникации: активным и пассивным.

Поскольку целью исследования является определение прагмалингвистических особенностей речевого портрета блогера, составной частью которого является коммуникативный успех, изучаются как активные, так и пассивные Получатели сообщений, тем более, что границы между ними достаточно зыбки. В блогосфере каждый адресат может в любой момент времени перейти к активным действиям и выразить свое оценивание речи блогера в том или ином материальном воплощении – в комментарии под записью блога, в собственном блоге, жалобе к администрации ресурса, в государственные надзорные органы.

Еще одним участником коммуникации является игнорирующий читатель. Обычно это человек, который один раз ознакомился с текстом, остался равнодушен и более не возвращался к тексту или блогу. Наличие таких читателей на первом этапе исследования предполагается гипотетически – из разницы между количеством уникальных посещений блога и количеством выставленных оцениваний в системах, которые допускают подобные оценивания (YouTube, например). В дальнейшем, существование

подобных игнорирующих («случайных») читателей подтверждено экспериментальным путем (см. параграф 3.3).

Отсюда можно определить функциональные роли участников изучаемой коммуникации: отстраненный от нее исследователь – наблюдатель; блогер, инициирующий коммуникацию; активный читатель-комментатор, выражающий свою реакцию в виде ответного сообщения блогеру и другим читателям; пассивный читатель, воспринимающий речь блогера и оценивающий ее, но не выражающий оценивание в виде сообщения; игнорирующий («случайный») читатель, который получает сообщение, но не оценивает его.

Определим коммуникативный эффект воздействия блогеров на воспринимающую аудиторию.

Перлокутивный эффект воздействия блогера на аудиторию состоит из категорий констатации и оценивания Получателем сообщения Отправителя (блогера).

Констатация – установление, подтверждение наличия чего-либо. [Евгеньева, 1981, 2:92].

Констатация (констатирующие комментарии) не имеют оценивающего значения, но составляют значительное число ответных текстов комментариев, которые показывают факт наличия реакции читателей на сообщения блогеров. Поскольку перлокутивный эффект подразумевает не только реакции оценивания, но и любые проявления измененного под воздействием речи блогера ментальности и поведения Получателя сообщения, то наличие комментария, касающегося сообщения, его темы, содержания, объема и т.д. можно рассматривать как реакцию на речевое воздействие блогера. Читатель/слушатель не остается равнодушным по отношению к сообщению, что является одной из целей коммуникации блогера и читателя/слушателя. Перлокуция выражает планируемое Отправителем сообщения воздействие его речевого послания на Получателя

сообщения. Наличие перлокутивного эффекта свидетельствует о достижении Говорящим цели речевого воздействия, о результативности использования им выбора речевых средств и стратегий в сообщении [Полуйкова, 2011:273].

Категория оценивания аудиторией сообщений блогеров содержит понятия «одобрение», «неодобрение», «индифферентность». В толковых словарях эти понятия определяются как:

Одобрение – 1. Признание хорошим, правильным; положительный отзыв, похвала. 2. Письменное свидетельство о хорошей работе и поведении [Евгеньева, 1981,2:596].

Неодобрение – порицание, отрицательная оценка чего-нибудь. *Заслужить неодобрение. Высказать неодобрение* [Евгеньева, 1981,2:459].

Индифферентность – безразличие, равнодушие [Евгеньева, 1981,1:666]

Факт оценивания свидетельствует о его неразрывной связи с воздействующей функцией языка. В данном исследовании оценивание рассматривается с трех позиций: **прямое одобрение/неодобрение** – с помощью оценочных слов (хорошо/плохо), оценочных словосочетаний (очень хорошо), высказываний (это сказано очень хорошо). **Косвенное одобрение/неодобрение** актуализируется с помощью прецедентных текстов (цитирований самого блогера или уместного, по мнению комментатора, другого источника), имплицитных высказываний, не содержащих прямых оценивающих элементов, но обладающих четко детерминируемой ассоциативной связью с факторами одобрения/неодобрения: «И обходя моря и земли, глаголом жги сердца людей» (в контексте блога – косвенное одобрение посредством цитаты).

Невербальное одобрение/неодобрение, которое на письме отображается синкретическими знаками – условными обозначениями (смайлами, мемами, гифами), а в устной речи – интонацией.

Нами рассматриваются только вербальные элементы оценивания.

Индифферентность включается в категорию оценивания как полное отсутствие оценивания, своего рода «нуль» в знаковой шкале «плюс» (одобрение) и минус «неодобрение».

В исследовании проведен анализ проявления всех составляющих перлокутивного эффекта коммуникации блогер-читатель/слушатель.

Констатирующие комментарии учтены как достигнутый эффект реакции на сообщение, оценивающие комментарии рассмотрены подробно как реализация речевой стратегии оценивания Получателем сообщения блогера.

По итогам исследования научному сообществу предлагается новая скрытая речевая стратегия «Оценивание Получателем коммуникативного успеха Отправителя» представляет собою определение по реакции Получателя на сообщение Отправителя коммуникативного успеха или коммуникативной неудачи Отправителя. Это позволяет выявить перлокутивный эффект воздействия сообщения отправителя на Получателя и найти ответные речевые сигналы, возникающие как реакция на речевое воздействие Отправителя на Получателя.

Стратегия «Оценивание Получателем коммуникативного успеха Отправителя» обладает следующими планами: план прямого одобрения, план косвенного одобрения, план прямого неодобрения, план косвенного неодобрения, план констатации и план индифферентности. Далее приводятся примеры со сквозной нумерацией, с указанием их порядка в скобках.

1. *План прямого одобрения.* Он актуализируется в привычном выборе комментаторами одобряющих слов и выражений. Формальными речевыми сигналами актуализации отправителем текста плана являются:

А) выбор одной из форм глагола с положительной коннотацией:

- гл. в повелит. наклонении, ед. ч.:

45) «**Не бойся** репостнуть»² [Электронный ресурс];

² Здесь и до конца параграфа приводятся цитаты читателей блога

46) «**Скажи** Захару спасибо» [Электронный ресурс].

- гл. в повелит. наклонении, мн.ч.:

47) «**Творите// рассуждайте// записывайте**» [Электронный ресурс].

Б) выбором прилагательных в краткой форме с усилительными и без усилительных частиц: очень рад, благодарен; очень доволен

В) наречиями, модальными, частицами, категориями состояния (в зависимости от выбора речедеятеля): мощно, круто (ср., например: «Вот это Клим **мощно** задвинул» (48) [Электронный ресурс]; и формами категории состояния: здорово, отлично; (ср. например: «**Отлично**, Егор» (49) [Электронный ресурс])

г) выбором форм междометий с усилительными и без усилительных частиц: спасибо; большое спасибо; огромное спасибо; (Академическая грамматика – 70, п. 1700). Ср., например, «**Спасибо**, круто» (50) [Электронный ресурс].

2. *План косвенного одобрения.* Высказывание имеет минимум два смысла – формальный и воспринимаемый Получателем из контекста коммуникации или социального опыта. В данном случае одобрение содержится именно в качестве подтекста к формально нейтральному высказыванию. Формальными речевыми сигналами плана для получателя являются:

А) выбор призывов:

51) «**долой** тиранию; **да здравствует** ВЛКСМ» [Электронный ресурс];

52) «**Славься** разумный человек» [Электронный ресурс].

Основным ассоциативным сигналом служит выбор части речи с модальным (**долой**) или предикатным (**славься**) значением.

Б) выбор форм развернутых просьб или благодарностей:

53) «Надеюсь на продолжение разговора» [Электронный ресурс];

54) «Всегда с удовольствием жду Ваших выступлений, Клим» [Электронный ресурс]. Основным ассоциативным сигналом служит выбор предикатная формы речевой единицы (надеюсь на...) или предикативное единство в целом (жду с удовольствием).

Г) ситуативный выбор форм устойчивых сочетаний (фразеологизмов) или прецедентных текстов, которые у комментатора ассоциируются с одобряющим сигналом:

55) «И обходя моря и земли, глаголом жги сердца людей» [Электронный ресурс];

56) «Сгорая сам, свети другим» [Электронный ресурс];

57) «Клим Жуков набирает обороты» [Электронный ресурс].

В данном случае скрытый характер воздействия объясняется автоматическим выбором высказывания из всех других цитат и оборотов, сохраняющихся в памяти комментатора.

3. *План прямого неодобрения.* Он выражается в виде выбора категорического заявления порицания автора или текста сообщений:

Формальными показателями являются:

А) выбор глагольные формы с отрицательной коннотацией:

- сослагательного наклонения в ед./мн.ч со значением неосуществленного действия:

58) «**Могли бы** расстрелять всех» [Электронный ресурс];

- сослагательного наклонения в ед./мн. числе в сочетании с указателями сомнительности действия:

59) «**Разве** он поступил бы так?» [Электронный ресурс];

- повелительное наклонения, чаще всего в сочетании с инвективом:

60) «Пошел ты на х***, учитель бл***» [Электронный ресурс];

Б) выбор форм частей речи с эмоционально-оценочным значением из всех возможных синонимических и вариантных рядов:

- модальные частицы и наречия, в т.ч. в составе сочетаний с другими частями речи:

61) «Это **скверно**, что вы так думаете, Борис//значит, вы недостаточно человечны» [Электронный ресурс];

- прилагательными:

62) «**Плохой** историк и **плохой** рассказчик» [Электронный ресурс];

63) «Тексты Прилепина **отвратительны**, как **отвратителен** он сам» [Электронный ресурс];

- существительных, в т.ч. инвективов:

64) «Дебил, а не историк» [Электронный ресурс].

4. *План косвенного неодобрения.* В данном случае неодобрение содержится именно в качестве подтекста к формально нейтральному высказыванию. Формальными речевыми сигналами плана для получателя являются:

А) развернутые формы неодобрения:

65) «**Что ожидать** от ведущих о Сталине, которые продают календарь с его изображением...» [Электронный ресурс].

В данном случае комментатор ассоциирует вопросительную форму «что ожидать» со значением «нечего ожидать». Важно отметить, что выбор идет нецеленаправленно, комментатор интуитивно предполагает, что скрытый посыл его текста ассоциативно воспринимается им самим и Получателем – блогером:

66) «**Не читал, не читаю** и другим ваш блог **не советую**» [Электронный ресурс].

Б) ситуативный выбор форм устойчивых сочетаний (фразеологизмов) или прецедентных текстов, которые у комментатора ассоциируются с неодобряющим сигналом:

67) «Опять Пучков **чушь порет**» [Электронный ресурс].

5. *План констатации.* Данный план не содержит никаких скрытых форм оценивания. Высказывания этого плана констатируют какой – либо факт и свидетельствуют о прочтении и осмыслении Получателем текста Отправителя с последующей речевой реакцией на текст. (например, дополняют сообщения блогера собственной информацией, далее цитата: (68) «Кстати о боге, собака думает «если он меня кормит значит он–бог», а кошка «если он меня кормит значит я–бог"!»[Электронный ресурс].

6. *План индифферентности.* Данный план предполагает отсутствие интереса читателя к сообщению блога. При этом нужно понимать, что данный факт предполагает знакомство читателя с текстом, но отсутствие какой-либо реакции на него. План индифферентности является однозначным свидетельством авторской неудачи, поскольку отрицательная реакция на блог, все же предполагает установление коммуникативного контакта на осознаваемом или неосознаваемом уровне между Отправителем и Получателем сообщения и действиях Получателя в ответ на действия Отправителя, пусть и не так, как это предполагал Отправитель. Индифферентность же символизирует о неудачной попытке установить контакт между Отправителем и Получателем. Как показывают результаты третьего эксперимента, на индифферентность приходится значительная часть всех результатов взаимодействия между Отправителем и Получателем текста. Многие люди читают сообщения, целенаправленно или случайно оказавшись на страницах того или иного блога, но эти сообщения не вызывают у них никакой реакции, и они более не возвращаются к прочитанному тексту или блогу.

Отсюда предлагаемая стратегия позволяет идентифицировать прерлокутивный эффект воздействия Говорящего на получателя путем анализа его текстов с ее помощью

3.2. Проведение прагмалингвистического эксперимента по выявлению оцениваний комментаторами блогеров

Цель эксперимента заключалась в определении характера оцениваний комментаторами блогов текстов блогов. Для этого были проанализированы результаты оценивания комментаторами тексты 10 блогеров. Важно отметить, что изучались подлинные комментарии, оставленные в блогах сети Интернет.

В этом эксперименте изучались комментарии, которые содержали прямое и косвенное выражение отрицательных или положительных оцениваний. При этом за рамками исследования оказались читатели блогов, которые прочли и оценили тексты, но не выразили свое отношение к прочитанному в виде комментария в блоге (пассивные читатели). В данном эксперименте изучаются только оценивания активных читателей.

Эксперимент проводился по следующему алгоритму:

1. Проведен анализ соответствия количества всех комментариев в блоге количеству уникальных просмотров блога на Интернет-ресурсах, где существовала такая техническая возможность.

2. Сделана подборка комментариев. Комментарии были систематизированы. Каждому был присвоено кодированное обозначение, например, (17) [ПП, 20.01.2011. – электронный ресурс], где 170 – номер примера в диссертации по порядку сквозной нумерации примеров, «ПП» – обозначение автора блога и самого блога, в котором написан комментарий, «20.01.2011» – дата публикации записи в блоге, которую комментировали читатели. Перечень условных сокращений авторов блогов указан в **приложении (4)**.

2. В комментариях определены и проанализированы МСГ.

3. Заполнена матрица соответствий МСГ планам скрытой речевой стратегии «Оценивание Получателем коммуникативного успеха Отправителя»

4. Проведен анализ планов стратегии по каждому автору блога и выявлены закономерности.

Эксперимент показал следующие результаты.

Анализ соответствия количества комментариев количеству просмотров показал, что:

1. За 24 часа с момента размещения записи в блоге общее количество просмотров популярного блогера достигает в среднем 3-7 тыс. Количество комментариев колеблется в пределах от 37 до 810.

2. За 72 часа количество просмотров достигает 11-21тыс. Количество комментариев увеличивается до 3 тыс.

3. За 168 часов (неделя) количество просмотров достигает максимального значения в 100 тыс. и затем на протяжении следующей недели меняется незначительно, общее количество комментариев достигает 5,5 – 7,1 тыс. и в дальнейшем увеличивается незначительно.

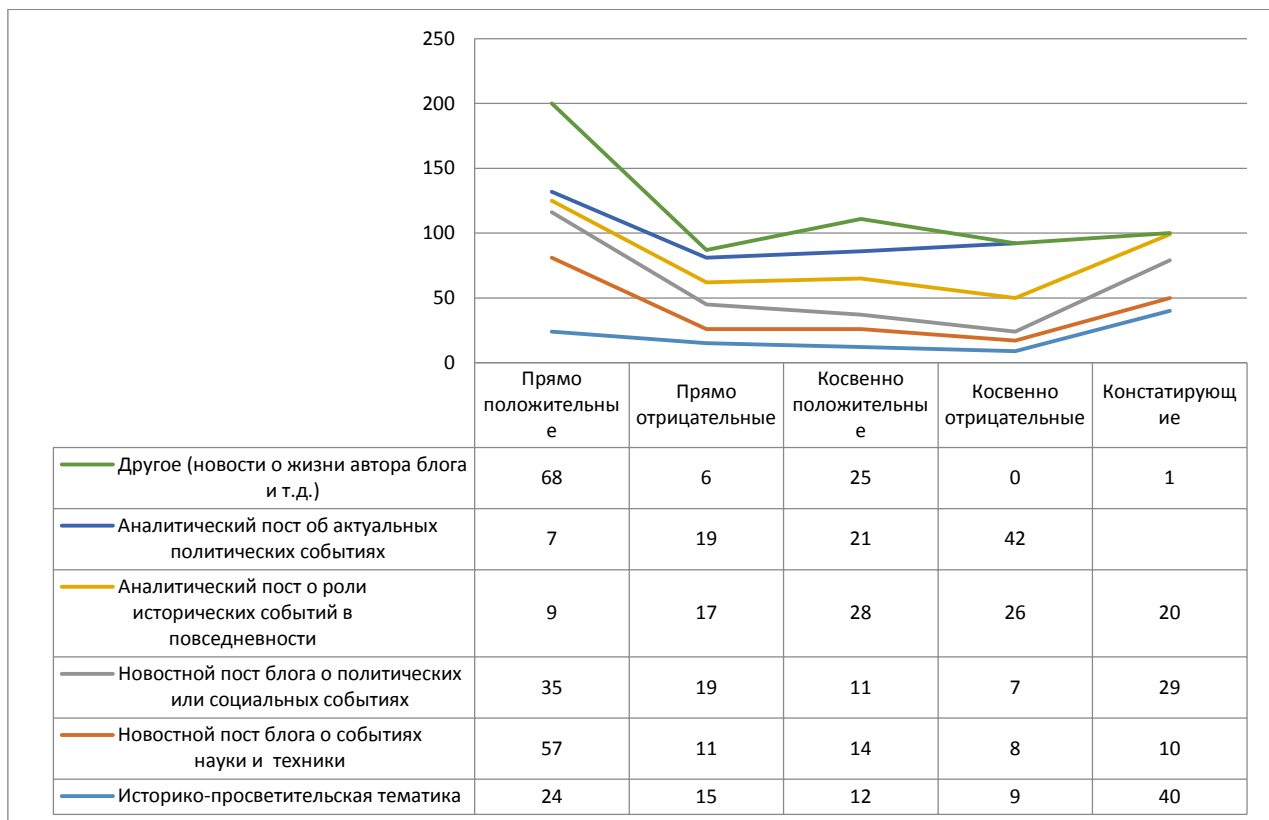
Распределенность комментариев по сообщениям крайне неравномерна. Наибольшее количество комментариев набирают сообщения блогеров, имеющие злободневный характер реакции на политические или исторические процессы. Например, вопрос о происхождении варягов (норманизм и антинорманизм в русской историографии) набирает порядка 3,8 тыс. комментариев в ленте за месяц, вопрос о способах заваривания чая – 1,4 тыс. комментариев за весь период (более трех лет), а обсуждение роли и ответственности сторон за сбитый боинг рейса МН17 – свыше 9,7 тыс за 72 часа обсуждения.

Корпус комментариев был составлен за один период (ноябрь 2018 года). Была проведена сплошная выборка сообщений, имевших длину более одного слова и содержавших данные, которые было возможно интерпретировать. Были исключены маловразумительные сообщения, состоящие из междометий, диакритических знаков, рекламных объявлений.

Как показал анализ, средняя длина сообщения составляет три предложения и содержит 4-6 МСГ. Всего по всем блогам было проанализировано 13711 МСГ, что является достаточным объемом для статистического анализа, но не исчерпывает всей массы комментариев в источниках.

Анализ комментариев по содержащимся в них оценкам и констатациям показывает, что характер комментариев значительно различается. Диаграмма 3.1 представляет среднее статистическое распределение комментариев каждого типа в зависимости от укрупненных групп тем блогов:

Среднее статистическое распределение комментариев каждого типа в зависимости от укрупненных групп тем блогов в % от 100% комментариев на каждую укрупненную тематику (диаграмма 3.1)



Эти данные говорят о том, что распределение комментариев крайне неоднородно. Комментарии распределяются по группам в зависимости от проявленного интереса к тематике сообщений. Больше всего констатирующих комментариев (до 40%) наблюдается в историко-политических темах. Менее всего комментаторы склонны сообщать какие-либо дополнительные факты в темах новостных и личных (о жизни блогера) темах (1%)

Общее число положительных оцениваний в комментариях традиционно превалирует над отрицательными (68% положительных против 32% отрицательных от 100% оцениваний), что говорит о существовании определенной постоянной группы одобряющих читателей у каждого блогера. Ряд используемых в комментариях высказываний (например, «Вижу Клим Саныча, ставлю лайк неглядя» (69) [КЖ,20.11.2018. – электронный ресурс, правописание оригинала] позволяет говорить о наличии устойчивых ассоциативных связей между восприятием личности блогера и положительным или отрицательным («Опять пропаганда коммуняк» (70) [ДП,1.06.2018. – электронный ресурс, правописание оригинала] оцениванием на основании уже имеющегося у комментатора опыта чтения текстов данного блогера. Можно говорить о том, что значительная часть комментаторов, как оценивающих позитивно, так и оценивающих негативно блоги, пишет, не раздумывая над текстом своего комментария, под влиянием сиюминутного желания выразить удовлетворение или неудовлетворение в связи с прочитанным текстом блога. Тексты таких комментариев пишутся пользователями сети Интернет с использованием привычных для них выборов речевых сигналов, без целенаправленного подбора грамматических и текстуальных форм. Следовательно, изучаемый в настоящем исследовании выбор речевых единиц, которые используются для оценивания читателями текстов блогов, привычен и присущ индивидуально речи читателей.

Проведен статистический анализ количества МСГ в каждом из планов данной стратегии. Результаты представлены в таблице 3.1

Таблица 3.1.

Распределение единиц реакции комментаторов по планам и авторам блогов в %

ФИО блогера	План прямого одобрения	План косвенного одобрения	План прямого неодобрения	План косвенного неодобрения	План констатации
Акунин Б.	9	11	6	10	64
Жуков К.А.	13	22	15	7	43
Медведев Д.А.	5	6	13	8	68
Миронов С.М.	8	6	4	10	72
Навальный А.А..	15	11	7	16	51
Перец П.	10	21	8	13	43
Прилепин З.	11	14	2	11	62
Прохоров М.Д.	12	9	4	14	61
Пучков Д.Ю.	21	17	11	14	37
Яковлев Е.Н.	27	11	7	12	43
СРП	13,1	11,8	8,2	11,5	54,4
Доверительный интервал	5,1	4,8	3,4	2,3	10,1
Правая граница	18,4	15,6	11,6	13,8	64,5
Левая граница	7,7	6,9	4,7	9,1	44,2

В верхней строке таблицы перечислены планы стратегии «Оценивание речедеятельности Отправителя Получателем сообщения». В левом столбце имена блогеров, названия граф среднеречежанровой величины, доверительного интервала Стьюдента и границ интервала. В таблице указаны количественные показатели МСГ в процентах от 100%.

Самый большой процент МСГ принадлежит плану констатации. Активные читатели стремятся сообщить блогерам и другим читателям дополнительную информацию. Например, «В 97 мне было восемь лет тогда» (71) [ДП,4.05.2018. – электронный ресурс, правописание оригинала]. Средняя

величина плана констатации по всем комментариям к блогам составляет 62%.

Показатели, которые находятся за пределами правой границы доверительного интервала, говорят о преобладании одного из планов скрытой речевой стратегии в оцениваниях читателей. Показатели, в пределах доверительного интервала говорят о типичном выборе речевых единиц, присущем анализируемой группе читателей. Показатели, которые оказываются за пределами левой границы доверительного интервала, говорят о незначительном проявлении того плана, которому они присущи, в выборах читателей.

План прямого одобрения показывает, что самые большие однозначные положительные оценки в комментариях читателей присущи текстам блогов Е.Н. Яковлева (27%) и Д.Ю. Пучкова (21%) (это выше доверительного интервала на 11% и 16% соответственно). Например: «Читал, смотрел, одобрил, Дмитрий Юрьич жги!» (72) [ДП.,3.10.2018. – электронный ресурс].

Блог К.А. Жукова (13%) находится вблизи рамок доверительного интервала (13% положительных отзывов против 12% доверительного интервала). Можно сказать, что блог К.А. Жукова оценивается нейтрально-благожелательно.

Показатели плана косвенного одобрения, говорят, что К.А. Жуков (22%), П.Перец (21%) и Д.Ю. Пучков (17%) вызывают наиболее положительные развернутые отзывы («Павел, примите мою благодарность за такую интересную экскурсию» (73) [ПП,25.03.2018. – электронный ресурс]. Их показатели превышают показатели доверительного интервала (10%)

Можно сделать вывод, что блоги Д.Ю. Пучкова, К.А. Жукова и П. Перца, из всех проанализированных, оцениваются большинством читателей положительно, блогеры, которые их ведут, достигают

значительного положительного перлокутивного эффекта в коммуникации с активным читателем.

План однозначных отрицательных оцениваний показывает, что высокую степень неприятия у неблагоприятно настроенных комментаторов вызывают блоги К.А Жукова (15%), Д.А. Медведева (13%), Д.Ю. Пучкова (11%). Их показатели превышают доверительный интервал в 6% от 100% всех МСГ планов скрытой речевой стратегии «Оценивание Получателем коммуникативного успеха Отправителя»

План косвенного неодобрения превалирует в оцениваниях блогов А.А. Навального (16%), М.Д. Прохорова (14%), Д.Ю. Пучкова(14%) при доверительном интервале в 7%.

Это свидетельствует о том, что блог Д.Ю. Пучкова вызывает у читателей как однозначно положительные, так и однозначно отрицательные реакции.

Записи прочих исследованных блогеров находятся в рамках доверительного интервала.

Полученные данные можно интерпретировать как определенный коммуникативный успех общественных деятелей, которые вызывают реакцию у пользователей сети Интернет и желание выразить эту реакцию в письменной форме. Однако, сами по себе эти данные недостаточны для того, чтобы с уверенностью говорить об оценивающем отношении и перлокутивном эффекте сообщений блогов на всех читателей. Для того, чтобы установить истинные границы численности положительных и отрицательных оцениваний, а также индифферентности читателей к текстам анализируемых блогов и сделать выводы относительно успешности блогеров в блогосфере были проведены эксперименты, которые описаны в параграфах 3.3 и 3.4.

3.3. Прагмалингвистический эксперимент по выявлению оцениваний блогеров группой добровольцев

В качестве метода выбран опрос. Была подготовлена анкета «Оценивание сообщения блога» (см. приложение 1), содержащая шесть вопросов, пять из них предполагали выбор одного из ответов (согласие, не согласие, затруднение с выбором однозначного ответа), шестой вопрос («творческий») предполагал развернутый ответ, содержащий выбор речевых сигналов. Вопросы были подобраны таким образом, чтобы отвечающий продемонстрировал заинтересованность или незаинтересованность, согласие/несогласие, удовлетворенность/неудовлетворенность, частичное или полное проявление этих отношений анкетированного лица к предложенному в анкете тексту.

Первые пять вопросов позволяют выяснить ориентированность и осознаваемую составляющую оцениваний. Последний вопрос выявляет скрытые характеристики реакции оценивания. Все вместе позволяет моделировать ситуацию, при которой происходит оценивание в Интернет-среде блогосферы, и выявлять истинный процент реакции читателей, включая тех, кто не написал комментарии в блогах (пассивные читатели).

Текст блога, который предлагался в анкете, был выбран случайным образом из числа однотипных текстов. Анкетированным он был предложен без указания на авторство текста, что позволяло исключить предвзятое отношение к тексту со стороны участников опроса.

Критерием выбора текста была величина текста, который не превышал 1000 МСГ, что позволяло любому читателю ознакомиться с ним за короткое время. Этим текстом оказалась запись в блоге З. Прилепи от 18.02.2019. Текст был предложен четырем разным группам для оценки ассоциативного воздействия сообщения блога на Получателя.

Для большей чистоты эксперимента была проведена анонимизация анкеты, которая не предполагала никаких указаний на личность

отвечающего, включая его пол, что соответствует условиям, в которых находится оценивающий комментатор блога. Со стороны экспериментаторов была предусмотрена стратификация анкет по гендерному и групповому признаку, путем сортировки получаемых анкет от участников опроса, когда эти признаки определялись визуально самими экспериментаторами. Анкеты женщин и мужчин помещались в отдельные файлы с цветовой маркировкой, обозначающей группу, от которой получены данные.

Состав аудитории, принимавшей участие в эксперименте, был следующим

1. Четыре группы были сформированы из числа профессорско-преподавательского состава (ППС) Донского государственного технического университета (ДГТУ) – 23 человека: 14 мужчин, 9 женщин; Южного федерального университета (ЮФУ) – 13 человек: 6 мужчин, 7 женщин, Ростовского университета путей сообщения (РГУПС) – 20 человек: 12 мужчин, 8 женщин. Всего 56 человек: 32 мужчин, 24 женщин.

2. Шесть групп состояли из обучающихся 3 и 4 курсов ФПГС ДГТУ (119 человек, из них 98 мужчин (М) и 21 женщина (Ж)).

3. Одна группа состояла из обучающихся Курсов усовершенствования педагогических работников ЮФУ (39 человек, из них 18 мужчин, 21 женщина).

Возрастные категории групп были следующие:

Профессорско-преподавательский состав вузов – от 28 до 49 лет.

Студенческие группы – от 18 до 27 лет.

Образовательный состав:

ППС вузов обладают полным высшим профессиональным образованием, знакомы с научными методами анализа поступающей

информации. Из них 33 человека имеют технический профиль образования, 23 человека имеют гуманитарный профиль.

Студенты вузов имеют первую степень высшего образования (бакалавриат). При этом некоторое (неизвестное экспериментаторам) число обучающихся, в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта третьего поколения (ФГОС 3+) имеет опыт научной работы и, следовательно, знакомо с научными методами анализа поступающей информации.

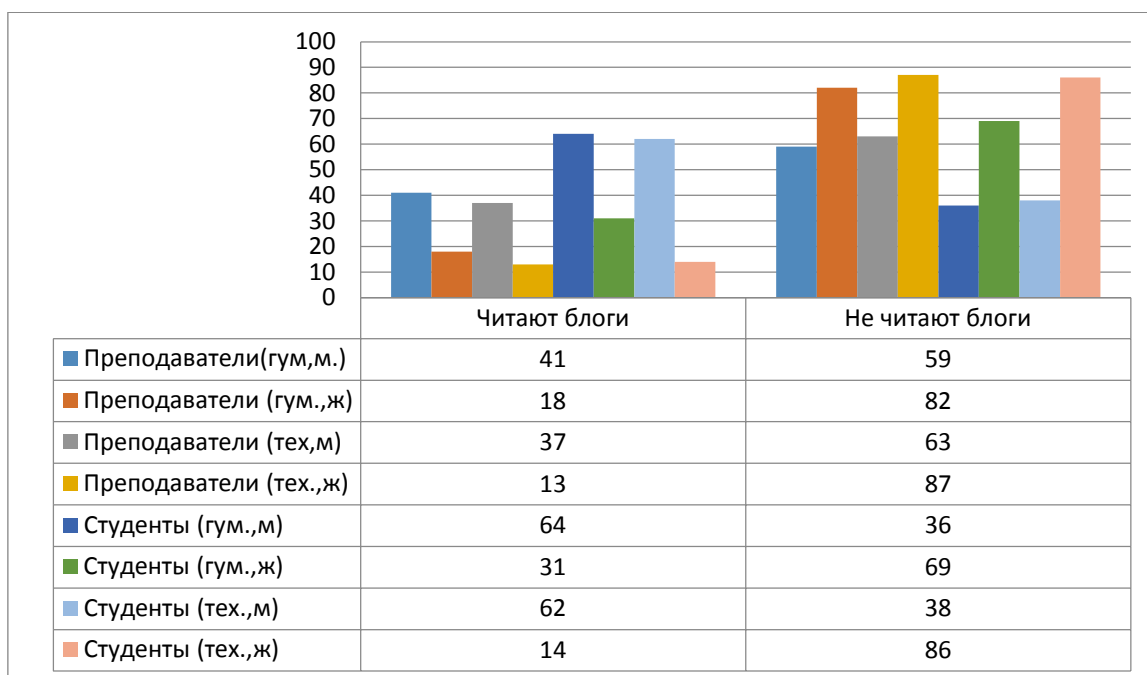
Техническая направленность образования имеется у 119 студентов, гуманитарная – 39 человек.

Основные категориальные различия групп по возрасту, социальному статусу, направленности образования, наличию или отсутствию опыта научного анализа поступающей информации позволили исследовать разницу в отношении к одному и тому же тексту сообщения блога для разных социальных групп.

Проведем интерпретацию результатов.

Первый этап анализа экспериментальных данных дал нам возможность определить, какое количество респондентов читает блоги общественных деятелей. В диаграмме 3.3 показано распределение в процентном отношении категорий читающих и не читающих блоги по анализируемым группам

**Количество респондентов, читающих и не читающих блоги, в %
(диаграмма 3.2)**



В левой группе столбцов диаграммы показано количество читающих блоги. В правом – не читающих. Цветовая дифференциация столбцов позволяет уточнить конкретику процентного соотношения читающих и, соответственно, не читающих блоги по всем анализируемым группам участников эксперимента. В таблице группы опрошенных обозначены по классифицирующим признакам, например, «Преподаватели (гум.,м)» обозначает преподавателей, обладающих гуманитарной направленностью, мужчин. В дальнейшем такие обозначения будут использоваться во всех случаях.

Для получения более представительных данных требуются специальные исследования, выходящие за рамки данной работы. В рамках нашего исследования были получены рамочные представления о средних показателях, читающих и не читающих блоги среди опрошенных.

Как показал опрос, максимальное среднее значение читающих блоги составляет 34,8% от числа всех опрошенных. Из них среднее значение читателей, имеющих полное высшее профессиональное образование и опыт научной работы – 33,6%. Отсюда, мы можем сделать предварительный вывод о том, что процент читающих блоги среди лиц с высшим образованием относительно невелик (менее 50%). При этом для отдельных категорий (например, женщин – преподавателей технических специальностей) характерно индифферентность блогов (до 82% не читают блоги). Низкая заинтересованность блогами в среде опрошенных предварительно позволяет говорить об относительно малом общем проценте регулярно читающих блоги из числа лиц, имеющих высшее образование и опыт научно-исследовательской деятельности.

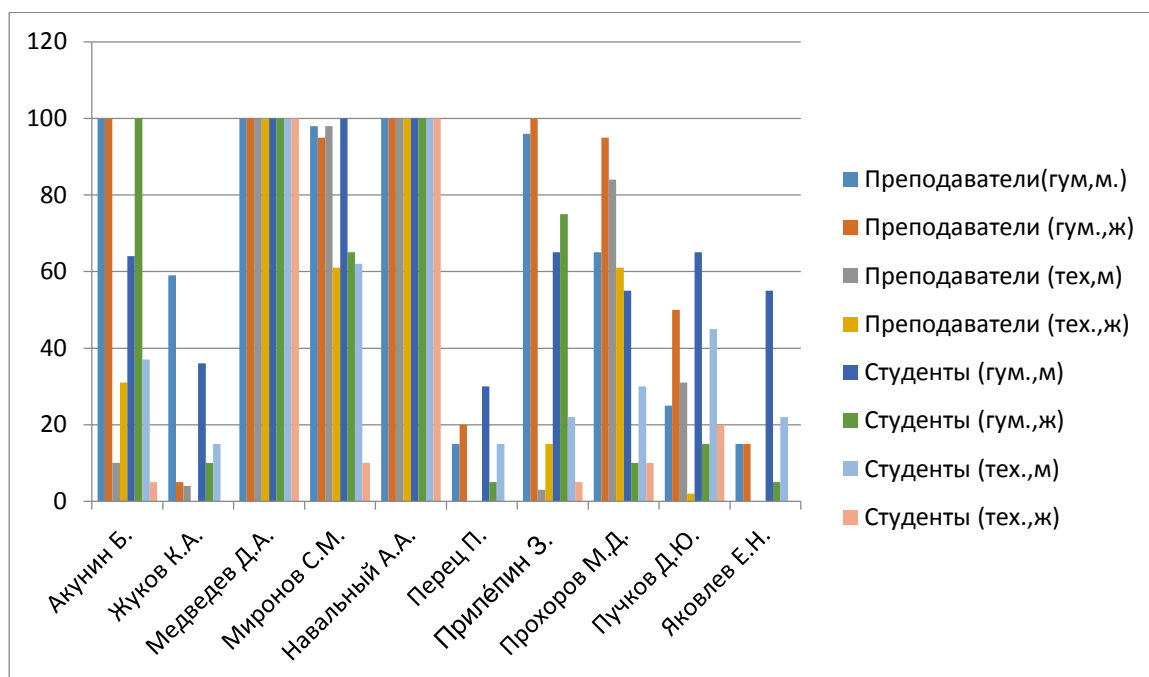
С другой стороны, в среде молодых людей, получающих высшее образование, наблюдается заинтересованность блогами в сравнении с преподавательским составом. Средний процент читающих блоги студентов – 43%, т.е. на 10% выше, чем преподавательского состава. Этот факт можно объяснить тем, что студенты ищут новую информацию в среде популярных ресурсов, а преподаватели – в научно-методологической среде, избранной ими области знаний. При этом заинтересованность блогами мужчин выше (63%), чем заинтересованность женщин (22%).

Все же, несмотря на то, что студенты чаще преподавателей читают блоги, общая заинтересованность блогосферой лиц с высшим образованием или получающих его невелика.

Следующая диаграмма (3.3) показывает насколько знакомы участники опроса с текстами изучаемых в исследовании блогеров.

Из общего числа опрошенных знакомство с текстами изучаемых блогеров продемонстрировали:

**Количество респондентов, знакомых с изучаемыми блогерами
(диаграмма 3.3)**



Из анализа анкет можно определить, что существуют блогеры, знакомые всем участникам опроса (например, С.Д. Миронов, Д.А. Медведев, А.А. Навальный), а существуют те, кого знает небольшой процент опрошенных.

Присутствие в числе блогеров политических деятелей (С.Д. Миронов, Д.А. Медведев), писателей (Б. Акунин, З. Прилепин, К.А. Жуков), журналистов и переводчиков (Д.Ю. Пучков и П. Перец), ученого – популяризатора науки (Е.Н. Яковлев) позволяет предположить, что часть опрошенных знакомо с ними не по текстам блогов, а по их работам в другой сфере.

С целью уточнения этого аспекта был введен вопрос анкеты, уточняющий источник знакомства с блогером.

Результаты данных следующие (таблица 3.2):

Таблица 3.2

Знакомство респондентов с блогерами

	блоги, в т.ч. на YouTube						СМИ								другое								
	Преподаватели(гум.м.)	Преподаватели(гум.,ж)	Преподаватели(тех.м)	Преподаватели(тех.,ж)	Студенты(гум.м.)	Студенты(гум.,ж)	Студенты(тех.м)	Студенты(тех.,ж)	Преподаватели(гум.м.)	Преподаватели(гум.,ж)	Преподаватели(тех.м)	Преподаватели(тех.,ж)	Студенты(гум.м.)	Студенты(гум.,ж)	Студенты(тех.м)	Студенты(тех.,ж)	Преподаватели(гум.м.)	Преподаватели(гум.,ж)	Преподаватели(тех.м)	Преподаватели(тех.,ж)	Студенты(гум.м.)	Студенты(гум.,ж)	Студенты(тех.м)
Акунин Б.	100	100	5	75	100	15	5	15	11	15	1	65	38	0	0	100	85	100	100	100	100	76	65
Жуков К.А.	75	2	100	0	75	75	0	2	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	15	5	0	0
Медведев Д.А.	100	100	1	100	100	100	100	96	100	100	100	100	100	100	100	0	0	0	0	0	0	0	0
Миронов С.М.	61	95	0	55	100	43	10	100	100	100	100	100	100	100	100	0	0	0	0	0	0	0	0
Навальный А.А.	100	100	1	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	0	0	0	0	0	0	0	0
Перец П.	100	75	0	0	75	55	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	90	100	30	25	75	60	5	1	0	2	0	15	10	0	0	96	100	10	2	100	100	15	4
Прохоров М.Д.	55	95	72	15	30	10	10	100	96	100	96	100	100	100	100	0	0	0	0	0	0	0	0
Пучков Д.Ю.	100	50	20	0	55	75	20	65	11	2	0	5	0	5	1	65	96	38	25	75	60	45	15
Яковлев Е.Н.	100	20	0	0	75	30	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0

В верхних строках таблицы по горизонтали заголовка показаны источники знакомства: блоги, телевидение, печатные СМИ и другие источники, включая тексты художественной и научно-популярной литературы. Ниже указаны группы отвечающих и процент от общего числа опрошенных в каждой группе.

По вертикали в левом крайнем столбце указаны персоналии изучаемых блогеров. Участники опроса могли выбрать несколько пунктов ответов, т.е. продемонстрировать знакомство с персоналиями блогеров из разных источников.

Результаты опроса демонстрируют, что профессорско-преподавательский состав и студенты знакомы с блогерами-политиками как из текстов блогов, так и из СМИ. Ожидаемо высокий среднеарифметический процент знакомства с писателями, как из блогосферы, так и из их творчества, показали опрошенные, имеющие гуманитарную направленность образования (98,2%). Имеющие техническую направленность образования преподаватели и студенты показали небольшой процент знакомства с писателями (34%). С переводчиком и журналистом Д.Ю. Пучковым знакомы представители всех групп, средний процент знакомства – 45%, при этом гуманитарии знакомы с творчеством Д.Ю. Пучкова значительно лучше – 62%. Анализ ответов позволил выявить персоналии тех изучаемых нами блогеров, кто знаком опрошенным преимущественно из материалов блогов – это П.Перец, Е.Н. Яковлев.

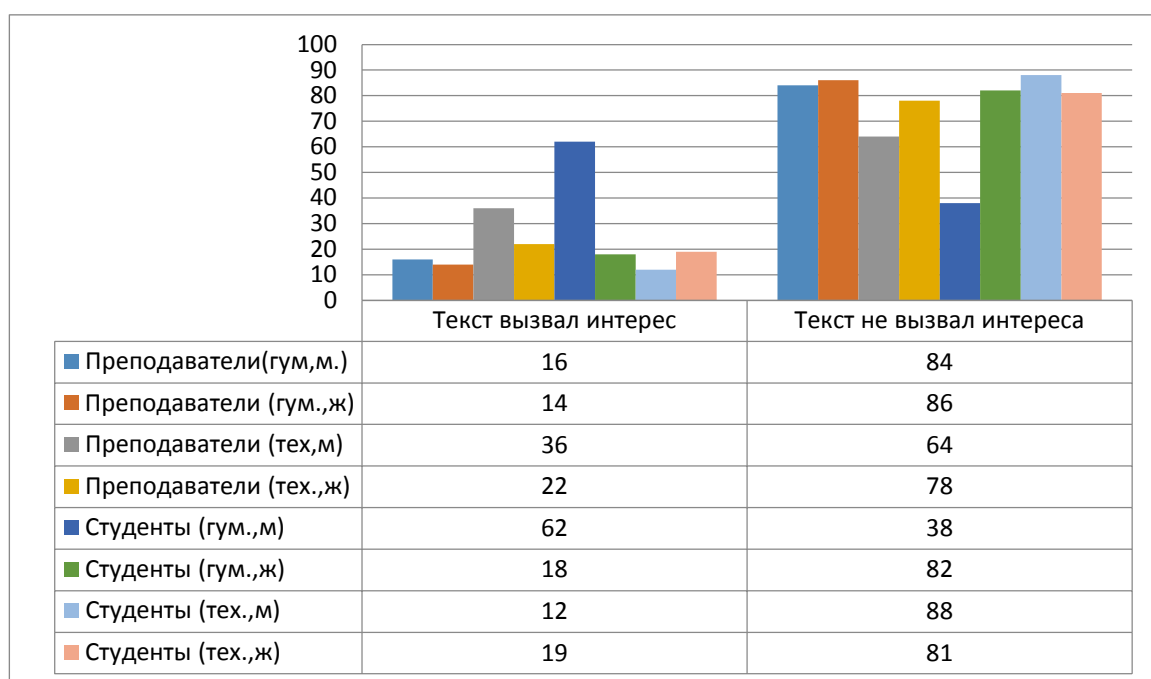
Из проведенного анализа можно сделать вывод, что большинство блогеров в полной мере реализует медийную составляющую общественной деятельности. Большинство изучаемых персоналий узнаваемы, находятся в центре внимания социума не только благодаря блогам, которые они ведут, но и их творческой деятельности и представлению их в СМИ.

После того, как было исследована степень знакомства участников опроса с анализируемыми в исследовании блогерами и источники этого

знакомства, было изучено отношение опрошенных к предложенному случайному тексту блога.

Первая часть данного этапа анализа определила, насколько текст интересен участникам эксперимента

**Отношение респондентов к анализируемому тексту блога
(диаграмма 3.4)**



На диаграмме 3.4 представлено процентное соотношение между теми, кого заинтересовал текст (левая группа столбцов) и теми, кого текст не заинтересовал. В таблице легенды диаграммы показана конкретизация процентного соотношения по группам опрошенных.

Результаты анализа ответов показывают, что текст в целом не заинтересовал участников эксперимента (в среднем 76% всех опрошенных высказали свою незаинтересованность).

При этом из числа профессорско-преподавательского состава вузов наибольший интерес продемонстрировали мужчины (технический профиль

образовательной направленности) (36%), наименьший – гуманитарной направленности (16%). Среди женщин из числа преподавательского состава вузов наибольший интерес проявили преподаватели-гуманитарии – (22%), наименьший – женщины-преподаватели технической направленности (14%). В целом, профессорско-преподавательский состав не обнаружил в тексте ничего нового или необычного (интересного) для себя. Соотнося данные результаты с невысоким процентом заинтересованности преподавателей в чтении блогосферы можно сделать вывод, что отсутствие интереса к чтению блогов связано с отсутствием нового в их содержании для профессорско-преподавательского состава вузов. Ориентация авторов блогов на широкую аудиторию в значительной степени исключает из нее специалистов, глубоко разбирающихся в вопросах, поднимаемых в текстах блогов. Преподаватели и научные работники не считают возможным тратить время на чтение уже известной им информации.

В студенческой среде текст оказался наиболее интересен мужчинам, обучающимся на гуманитарных направлениях (62%). Среди обучающихся–женщин текст вызвал примерно одинаковую степень интереса (18% и 19% для гуманитарных и технических профилей). Большинство же студенток осталось к нему равнодушной.

В целом же, текст не вызвал интереса у студентов – мужчин технических профилей подготовки – только 12% выразили заинтересованность текстом.

Несмотря на то, что одна группа опрошенных показала высокий процент заинтересованности, большинство участников опроса отметили, что текст их не заинтересовал (75% всех опрошенных). Как и в случае с анализом заинтересованности блогами, студенты показали большую заинтересованность текстом блога, чем преподаватели. Но и в их случае 72% из числа студентов остались равнодушны к тексту блога. Отсюда можно сделать вывод о том, что значительная часть лиц, имеющих высшее образование или получающих его, остается равнодушным к

среднестатистическому тексту блога. Коллектив постоянных читателей блогов состоит из порядка 30% от общего числа людей, имеющих или получающих высшее профессиональное образование.

При этом нужно учесть, что за рамками настоящего исследования остались специалисты, обладающие высшим образованием, но реализующие себя в профессиональной деятельности, которая не предполагает научно-методологического подхода к анализу поступающей информации.

Опираясь на работы Б.Г. Ананьева [Ананьев, 2001:240–47], Е.Н. Князевой [Князева, Курдюмова, 1994], М.П. Котюрова [Котюрова, 2011], А.К. Сабанчиева [Сабанчиева, 2017], Ю.В. Сачкова [Сачков, 2000], можно отметить, что люди, обладающие научным складом мышления и привыкшие к научно-методологической работе, иначе воспринимают и оценивают поступающую информацию. Они в большей степени сосредоточены на области своих профессиональных интересов и демонстрируют большой скепсис по отношению к популярным источникам информации. Поэтому заинтересованность преподавателей в информации в блогах не превышает 30%.

Со стороны обучающихся интерес к блогам вызван естественным желанием расширить кругозор и принять участие в обсуждении (комментировании) важных общественно-значимых вопросов. При этом социально-политическая и историко-просветительская направленность блогов не привлекает студентов, которые в настоящее время находятся в процессе обучения. Приобретение дополнительного, не связанного с непосредственной учебной деятельностью, багажа знаний в свободное время интересует относительно небольшой процент обучающихся. В дальнейшем, при переходе в другой статус и к другому профессиональному кругу занятий, те же люди могут проявлять заинтересованность в чтении блогов.

Рамочные показатели заинтересованности в 30% от общего числа опрошенных в перспективе на количество потенциальных русскоговорящих читателей, обладающих схожими с опрошенными характеристиками, дают

весьма значительную цифру в несколько миллионов человек, что позволяет говорить о популярности жанра и востребованности текстов блогов в социуме.

Для того, чтобы изучить результативность реакций по скрытой речевой стратегии «Оценивание коммуникативного успеха Отправителя Получателем» проведен анализ творческой части анкет. Анализ проводился по уже описанной во 2 главе методике. Общее количество МСГ в творческой части анкет составило 3146. Они были систематизированы, и результаты анализа представлены в таблице

Таблица 3.3

Анализ оцениваний респондентов по планам скрытой речевой стратегии «Оценивание Получателем коммуникативного успеха Отправителя» в

%

ФИО блогера	План прямого одобрения (открытого)	План прямого одобрения (скрытого)	План косвенного одобрения (открытого)	План косвенного одобрения (скрытого)	План прямого неодобрения (открытого)	План прямого неодобрения (скрытого)	План косвенного неодобрения (открытого)	План косвенного неодобрения (скрытого)	План констатации	План индифферентности
ППС (тех.,м)	2	3	5	6	10	8	3	6	0	58
ППС (тех.,ж)	0	1	1	2	4	7	5	8	0	72
ППС (гум.,м)	3	5	4	3	3	7	5	4	1	65
ППС (гум.,ж)	0	1	0	2	4	10	0	2	0	81
Студенты (тех.,м)	3	7	2	3	2	8	6	8	3	58
Студенты (тех.,ж)	1	6	3	4	10	11	5	6	0	54
Студенты (гум.,м)	5	10	5	8	3	10	9	6	25	29

ФИО блогера	План прямого одобрения (открытого)	План прямого одобрения (скрытого)	План косвенного одобрения (открытого)	План косвенного одобрения (скрытого)	План прямого неодобрения (открытого)	План прямого неодобрения (скрытого)	План косвенного неодобрения (открытого)	План косвенного неодобрения (скрытого)	План констатации	План индифферентности
Студенты (гум.,ж)	5	6	5	10	3	6	0	1	1	63
Доверительный интервал	1,5	2,3	1,4	2,23	2,4	1,3	2,3	2	6,5	11,5
Среднее	2,3	4,8	3,1	4,75	4,9	8,4	4,1	5	3,75	60
Правая граница	3,8	7,2	4,6	7	7,3	9,7	6,4	7	10,2	71,5
Левая граница	1	2,5	1,6	2,5	2,4	7,03	1,8	3	2,7	48,4

Данный этап эксперимента ставил своей целью изучить не только тип и количество оцениваний респондентов, но и выявить процент сигналов плана индифферентности. Как было отмечено ранее, при анализе комментариев непосредственно в блоге общественного деятеля невозможно определить процент игнорирований и процент пассивных оцениваний, когда читатель остался равнодушен к тексту блога или оценил его, но не прокомментировал. В данном случае респонденты прямо отвечают на поставленный вопрос о своем отношении к тексту. Ответы, обозначающие, что текст не произвел на читателя впечатления, расцениваются в исследовании как игнорирующие. Например: (72) «Мне этот текст не интересен»; (73) «Совершенно бесполезный текст»; (74) «Текст на меня не произвел впечатления».

Показатели планов стратегии, оказавшиеся в пределах доверительного интервала, демонстрируют типичный групповой показатель выбора речевых

единиц. Показатели, находящиеся за пределами правой границы доверительного интервала, говорят о преобладании одного из планов в речи анализируемой группы респондентов. Показатели, оказавшиеся за пределами левой границы, означают низкую степень проявления плана речевой стратегии в тексте творческого раздела анкеты.

Отсюда можно характеризовать отношения участников опроса к случайному тесту блога. Большинство участников опроса равнодушны к тексту. Только группа студентов–мужчин гуманитарного профиля выразила заинтересованность текстом (29% при нижней границе доверительного интервала – 48,4%).

Эта же группа показала стремление дополнить текст собственной информацией, о чем свидетельствует превышение количества речевых сигналов над показателем правой границы доверительного интервала (25% против 10%).

Студенты-мужчины гуманитарного профиля однозначно положительно восприняли данный в анкете текст блога (5%...10% скрытых и открытых оцениваний речевых сигналов плана прямого одобрения против 3,8...7,2% правой границы доверительного интервала).

Косвенное одобрение преобладало в выборе речевых сигналов профессорско-преподавательского состава технического профиля образования среди мужчин и гуманитарного профиля среди студенток (5...6% и 5...10% соответственно против 4,6%...7% границы доверительного интервала).

Интересно, что у группы мужчин-преподавателей технического профиля подготовки преобладает и однозначная негативная оценка текста – 10% выборов открытых негативных речевых сигналов плана прямого неодобрения против 8% правой границы доверительного интервала. На скрытом уровне они бы не были склонны выражать свое неудовольствие от текста (8% реакций против 9,7% верхней границы доверительного интервала)

Полученные данные свидетельствуют о том, что среди преподавателей и научных работников, а также получающих образование студентов вузов только 30% читающих блоги. Из них наиболее положительная реакция характерна для студентов гуманитарного профиля обучения (в большей степени у мужчин, чем у женщин), наиболее неоднозначны оценивания присущи мужчинам – преподавателям, которые выражают как явно положительное, так и явно отрицательное отношение.

Большинство респондентов демонстрирует средние групповые показатели, то есть не проявляет ни явного удовлетворения от текста, ни явного неудовлетворения.

Отсюда можно сделать вывод, что эффект речевого воздействия блогера на читателей из числа анализируемых социальных групп проявляется в некоторой заинтересованности (30% читающих от 100% возможных читателей), а также примерно одинаковом распределении выраженных положительных и отрицательных оцениваний (в среднем, 10%–12% показателей каждого плана оцениваний от 100% возможных).

Таким образом, преобладающим показателем отношения читателей проанализированных групп является высокий процент индифферентности и примерно равное распределение положительных и отрицательных оцениваний в читательской среде. В целом преобладают положительные реакции читателей/слушателей.

Проведенный эксперимент не позволил выявить истинное соотношение отреагировавших на воздействие читателей и проигнорировавших. Часть читателей блога по тем или иным причинам не выразили солидарность или отрицательное отношение к информации в блоге, хотя и отреагировали на воздействие блогеров. Чтобы определить вероятность индифферентного отношения к блогерам, в следующем параграфе описан проведенный эксперимент с группой добровольцев, которые находятся в коммуникативной ситуации, близкой к реальному комментированию в блогах.

3.4. Полевой прагмалингвистический эксперимент по выявлению оцениваний блогеров в реалистичной среде Интернет

Целью данного эксперимента было определение соотношений оцениваний, констатации и индифферентности в условиях, которые максимально воспроизводят условия коммуникации в реальном блоге, но позволяют оценить определить фактор индифферентности. Как уже говорилось в параграфах 3.1, 3.2, 3.3, исследователь не может определить, какое количество пользователей сети Интернет проявляет незаинтересованность текстом блогов, анализируемых авторов. В данном случае мы получаем такую возможность.

Алгоритм проведения эксперимента был следующим.

Был выбран сайт в сети Интернет (его название «ЛитСеть»), который объединяет лиц, интересующихся литературой, языком (словесностью), и предоставляет им возможность публиковать собственные произведения различной направленности, в т.ч. относящиеся к просветительской и научно-популярной литературе. Пользовательский контингент «ЛитСети» обладает следующими признаками, совпадающими с признаками активных читателей (комментаторов) блогов:

- Анонимность в Интернет среде. Пользователь сам выбирает под каким именем ему регистрироваться и какие сведения о себе сообщать;
- Принадлежность к разным социальным группам;
- Принадлежность к разным образовательным категориям;
- Принадлежность к разным политическим течениям;
- Принадлежность к разным гендерным группам;
- Принадлежность к разным возрастным группам;
- Принадлежность к разным культурным группам.

Главный объединяющий признак этих пользователей – интерес к словесности, в т.ч. ее общественной и исторической составляющих. Этот мотивирующий признак совпадает с мотивирующим признаком активных

читателей блогов, поскольку комментируемые ими тексты в значительной части касаются актуальных социальных и исторических тем.

3. Пользователям портала были предложены анкеты, аналогичные тем, которые использовались в предыдущем эксперименте (параграф 3.3), **под названием «Эксперимент по выявлению оцениваний блогеров группой добровольцев»**. Отличие анкет состояло в том, что пользователям предлагалось ознакомиться и оценить три текста трех блогеров. Эти три автора были выбраны для проведения эксперимента по результатам исследования, описанного в параграфе 3.2. Они показали наиболее положительные оценивания читателями текста блога (Д.Ю. Пучков), нейтральные (А.А. Навальный), наиболее отрицательные (С.М. Миронов). Исследователям предстояло выяснить совпадут ли оценивания в искусственно созданной группе и каков процент будет индифферентности по этим текстам.

4. Пользователи должны были выразить свое отношение, а исследователи обработать анкеты по методике, описанной в параграфе 3.3. Индифферентными считались отзывы с указанием на отсутствие интереса.

5. Анкеты собирались на специально созданный почтовый адрес электронной почты. Пользователи загружали заполненные анкеты, не раскрывая своей анонимности. Всего было проанализировано 78 анкет.

Анализ анкет показал следующее (*табл.3.4*)

Таблица 3.4

**Анализ оцениваний респондентов –пользователей сети Интернет по
планам скрытой речевой стратегии «Оценивание Получателем
коммуникативного успеха Отправителя»**

ФИО блогера	План прямого одобрения (открытого)	План прямого одобрения (скрытого)	План косвенного одобрения (открытого)	План косвенного одобрения (скрытого)	План прямого неодобрения (открытого)	План прямого неодобрения (скрытого)	План косвенного неодобрения	План косвенного неодобрения (скрытого)	План констатации	План индифферентности
Миронов С.М.	1,7	2,6	1,2	3,7	2,7	8,1	3,1	7,3	12,6	57
Навальный А.А.	8,6	9,3	6,7	13,2	4,1	7,6	2,4	4,1	13	31
Пучков Д.Ю.	6,2	4,3	3,8	6,7	2,3	4,2	1,8	1,7	23	46
Среднеречевое значение	5,5	5,4	3,9	7,8	3,03	6,6	2,4	4,3	16,2	44,6

В верхней строке по горизонтали представлены планы стратегии «Оценивание текста Отправителя Получателем сообщения», в левом крайнем столбце по вертикали перечислены авторы текстов. В клетках таблицы приведены проценты использованных МСГ в планах от 100% всех МСГ.

Анализ проводился по сравнению оцениваний каждого автора по планам скрытой речевой стратегии и результаты сравнивались между собой.

Поскольку подбор авторов для анализа анкет делался по средним показателям группы, определение их эффективности велось в сравнении со среднеречевыми показателями эксперимента. В дальнейшем это позволит провести экстраполяции средних данных для определения прогностических реакций пользователей в реальной среде Интернет.

Положительные прямые оценивания, выходящие за рамки средних показателей открытых оцениваний (5,5%), получили Д.Ю. Пучков и А.А. Навальный, при этом в скрытых прямых оцениваниях лидировал А.А. Навальный (9% против 5,4%) В плане «Косвенные положительные оценивания» вновь лидерство проявил А.А. Навальный (6,7...13,2% против 3,9...7,8% границы среднеречежанрового показателя). Все остальные участники оказались ниже среднего значения группы.

Интересно, что среди планов отрицательных оцениваний, на первом месте оказался текст А.А. Навального: 4,1% против 3,03% среднего показателя группы; 7,6% против 6,6 среднего показателя группы. Только в плане косвенных открытых и скрытых неодобренных оцениваний он показал средний результат (2,4% против 2,4% и 4,1% против 4,3% среднего показателя группы соответственно)

План констатации в отзывах респондентов превышал средние показатели в тексте Д.Ю. Пучкова (23% против 16,2% группового показателя). Этот факт можно интерпретировать как несклонность читателей к дополнению текстов Д.Ю. Пучкова собственной информацией. Участники анкетирования считают необходимым вступать в заочный диалог с этими авторами и демонстрировать личностные установки в связи с этим текстом иначе, чем через его формальное оценивание, которое предложено исследователями в анкете.

План индифферентности показал, что значительное участников опроса остались бы равнодушны в обычных условиях и не вернулись бы к прочтению текстов, предложенных блогеров (44,66% индифферентности). Тем не менее, более половины (55,34%) выразили ту или иную форму одобрения или неодобрения анализируемым текстам, дополнили их, что говорит о заинтересованности читателей в блогосфере и предлагаемых их вниманию блогерах.

При этом текст А.А. Навального получил наименьший процент индифферентных отзывов (31%), а текст Д.Ю. Пучкова (47%) оказался в близок к границам среднего статистического показателя (44,66%)

Все эти факты позволяют интерпретировать отношения пользователей следующим образом:

1. Большинство планов скрытой речевой стратегии «Оценивание текста Отправителя Получателем сообщения» демонстрирует групповой, а не индивидуальный показатель, т.е. находится в пределах статистической распределенности. Следовательно, в условиях, которые приближены к реальной коммуникации в блогах, данные показатели являются базовыми. То есть данные величины могут быть рассмотрены как отправная точка при оценивании анализе абсолютных показателей оцениваний пользователями сети Интернет текстов блогов. Превышение данных базовых величин будет означать возрастание интереса к анализируемому автору и, соответственно, эффективности его коммуникации с социумом в виртуальном пространстве. Снижение показателей по сравнению с базовыми показателями данного эксперимента будут означать снижение интереса читателей и авторской эффективности.

2. Нейтральность некоторых текстов, например, Д.Ю. Пучкова по плану индифферентности или А.А. Навального по плану неодобрения означает восприятие этих авторов как типичных представителей своей профессии – т.е. блогеров, с позиции оценивающей стороны. Это следует понимать так, что читатели скорее обратятся к А.А. Навальному (69% заинтересованности), чем к Д.Ю. Пучкову (53% заинтересованности) при выборе одного из двух авторов, но между выбором чтения блога Д.Ю. Пучкова или другого источника, предпочтут именно Д.Ю. Пучкова. Тогда, как при выборе между чтением другого источника и чтением блога С.М. Миронова, читатели предпочтут другой источник.

Аналогично можно интерпретировать данные по плану неодобрения. Читатели склонны нейтрально воспринимать тексты А.А. Навального, при

этом это групповой показатель нейтральности, граничащий с равнодушием. С другой стороны, групповой среднестатистический показатель отрицательного восприятия для текста А.А. Навального говорит, что он находится в статистическом равновесии.

3. Успешность авторской коммуникации в таком случае можно определить в сравнении тенденций оценивания ряда текстов реальными комментаторами с тенденциями участников эксперимента.

4. Данные показали, что подсчет только визуальных реакций на речевое воздействие блогеров (что исследовалось в параграфе 3.2.) не дает представление об истинном соотношении планов проявляемой индифферентности и оцениваний читателями блогов. Как показывает сопоставление данных экспериментов, описанных в параграфах 3.3 и 3.4 процент индифферентного отношения к текстам составляет от 46% до 75%. Это высокий порог, который говорит о том, что нельзя оценивать успешность воздействия блогера на социум только по реакциям наблюдаемых откликов.

3.5 Прогностическая модель поведения успешного блогера

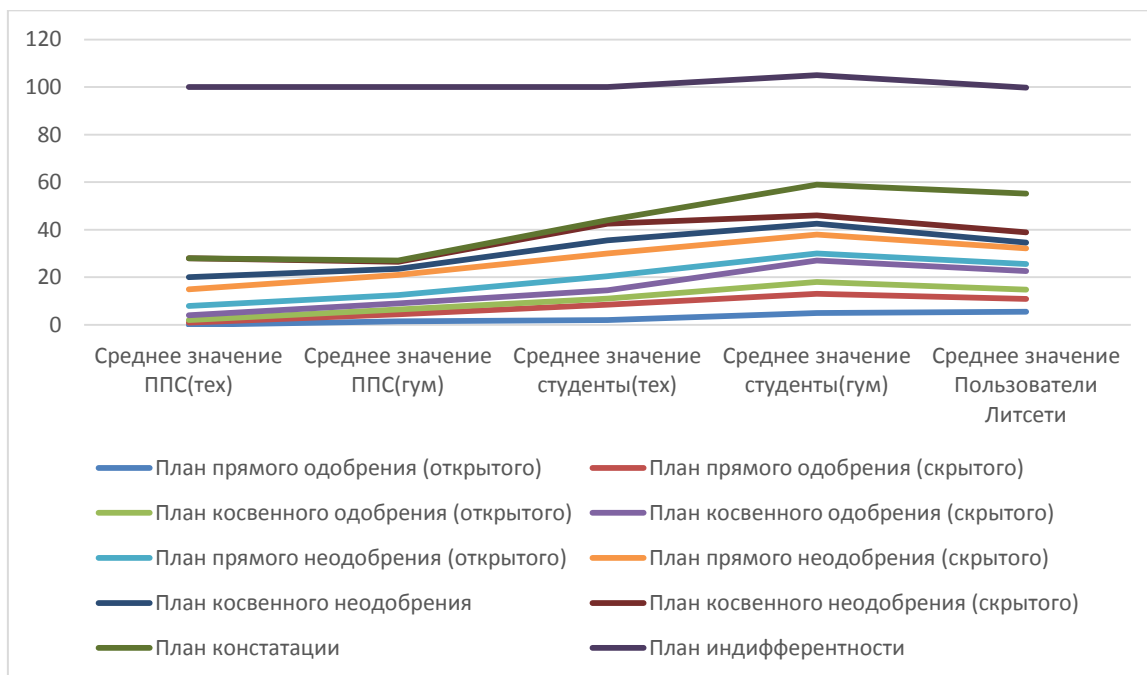
Основой для возможного прогнозирования количественной оценки скрытых реакций читателей был использован метод экстраполяции. Данный метод позволяет построить на основе полученной статистики вероятностную модель поведения системы. В основе построения данной модели лежит наблюдение складывающихся тенденций изменения тех или иных количественных характеристик объекта. Экстраполяция предполагает моделирование оценочных, функциональных и системных характеристик объекта, в качестве которых выступают оценивания читателей и проявления индифферентности к изучаемым блогерам. Экстраполяционные методы являются одними из самых распространенных и наиболее разработанных среди всей совокупности методов прогнозирования. Для определения

степени достоверности экстраполирующей выборки необходимо определить тенденцию оцениваний и индифферентности читателей.

Под тенденцией понимается характеристика генеральной закономерности движения изменений характеристик. Как правило, тенденция рассчитывается по временным параметрам, но в данном случае расчет определения тренда основывается на сопоставлении реакций контрольных групп, в качестве которых выступают участники эксперимента, с определением статистических зависимостей реакций групп и выявления диапазона количественных изменений. Основной гипотезой здесь является наличие закономерностей реакций разных групп пользователей на один и тот же внешний фактор, т.е., если условные группы А, Б, В, Г реагируют в основном положительно на раздражитель №1, то присутствует тенденция положительных реакций на раздражитель №1. При этом, если одна из групп, как в нашем эксперименте, моделирует поведение типичного представителя «потребителей», то можно говорить о вероятном сходстве поведения «потребителей» в реальной среде с поведением группы в эксперименте.

Сравним показатели реакций всех контрольных групп (таб.3.1,3.3.3,3.4). Для сравнения берем средние показатели реакций и находим закономерности (диаграмма 3.5)

Определение тенденций оцениваний респондентами записей блогов (диаграмма 3.5)



Пологий характер диаграммы говорит об устойчивом проявлении закономерностей оцениваний с «пиком» категорических проявлений у группы студентов гуманитарных направлений.

Отсутствие значимых скачков в показателях оцениваний и индифферентности позволяет предположить, что средний уровень ряда не имеет тенденции к изменению или это изменение незначительно. Это позволяет применить формулу расчета экстраполяции по формуле экстраполяции средних значений:

$$Y_{t+L} = \bar{Y} \quad (1);$$

где, где Y_{t+L} – экстраполируемое значение уровня; L – шаг упреждения, \bar{Y} – среднее экстраполируемое значение показателя группы.

Доверительные границы для средней при небольшом числе наблюдений определяются следующим образом:

$$Y_{t+L} = \bar{Y} \pm t_a S \quad (2);$$

где t_a – табличное значение t – статистики Стьюдента с $n-1$ степенями и уровнем вероятности S ;

Поскольку определяется не временной, а количественный параметр вероятностного оценивания и индифферентности пользователей сети Интернет по отношению к блогам, то шаг упреждения рассчитывается как разница в соотношении между числом респондентов моделируемой группы ретиальных читателей и средней величиной известных реакций реальных пользователей. В 3.2 были указаны статистические данные по количеству просмотров и комментариев за 24 часа с момента опубликования текста в блоге. Повторим их здесь: за сутки количество просмотров колеблется от 3 до 7 тыс. Количество комментариев – от 37 до 810. Отсюда число активных оцениваний определяется как диапазон 1/87...1/8. Подсчет средних показателей реакций по первому эксперименту (3.2) дает следующий характер статистической неопределенности:

Таблица 3.5

Диапазон открытых реакций в % от 100% посетивших блог

ФИО блогера	План прямого одобрения	План косвенного одобрения	План прямого неодобрения	План косвенного неодобрения	План констатации
Среднеречеваровый показатель	0,15...1,6	0,15...1,5	0,08...1,02	0,11...1,4	0,5...6,8

Отсюда мы видим, что остальные читатели, просмотревшие запись блога, не выразили реакции в комментариях.

Определенный нами по контрольной группе план индифферентности составляет диапазон от 44,6% до 72% по контрольным группам, при 44,6% нижнем показателе ретиальной группы респондентов. Отсюда по формуле расчета средней экстраполяции получаем:

Среднее значение экстраполяции реакций пользователей сети Интернет с учетом скрытых показателей (таб.3.6)

Таблица 3.6

Показатели среднего значения экстраполяции реакций пользователей сети Интернет в %

	План прямого одобрения (открыто)	План прямого одобрения (скрыто)	План косвенного одобрения (открыто)	План косвенного одобрения (скрыто)	План прямого неодобрения (открыто)	План прямого неодобрения (скрыто)	План косвенного неодобрения	План косвенного неодобрения (скрыто)	План констатации	План индифферентности
Среднее значение экстраполяции	5,6	5,5	4	7,9	3,1	6,7	2,5	4,4	16,3	44,6

Данные таблицы представляют диапазон реакций по минимальному и максимальному числу реакций посетивших блог (таб.3.7):

Таблица 3.7

Показатели диапазона реакций по минимальному и максимальному числу реакций посетивших блог в %

	План прямого одобрения (открыто)	План прямого одобрения (скрыто)	План косвенного одобрения (открыто)	План косвенного одобрения (скрыто)	План прямого неодобрения (открыто)	План прямого неодобрения (скрыто)	План косвенного неодобрения	План косвенного неодобрения (скрыто)	План констатации	План индифферентности
Среднее значение экстраполяции	3,1...8,1	2,8...8,2	0,9...7,1	5,6...10,2	1,2...7,4	4,3...9,1	1,2...6,8	1,3...7,5	14,2...18,4	42,5...46,6

Процент индифферентности не превышает половины от всех просмотров, а число положительных реакций на блог несколько выше, чем

отрицательных, что также доказывается их популярностью в среде Интернет-пользователей.

Отсюда прогнозирование вероятностного оценивания читателями блогов без открытого высказывания оценок в комментариях определяется как линейное уравнение вида

$$(a)+x+(b)+y+\dots=f \quad (3),$$

где a, b – детерминируемые показатели открытых оцениваний по комментариям пользователей, x, y – определяемые показатели, решения для которых существуют в диапазоне границ экстраполяции средних значений группового показателя, $f=100\%$ (таб.3.7)

Приведем пример прогностической модели реакций читателей на запись в блоге К.А. Жукова от 22.11.2019.

За 24 часа по данным видеохостинга YouTube количество просмотров составило 5487 уникальных посещений зрителями блога. Количество комментариев за это время составило 307 комментария, относящихся к тематике блога. По результатам анализа(таб.3.8)

Таблица 3.8

Прогностическая модель реакций на запись блога К.А. Жукова в %

	План прямого одобрения (открытого)	План прямого одобрения (скрытого)	План косвенного одобрения (открытого)	План косвенного одобрения (скрытого)	План прямого неодобрения (открытого)	План прямого неодобрения (скрытого)	План косвенного неодобрения	План косвенного неодобрения (скрытого)	План констатации	План индифферентности
Жуков К.А.	1,8	2,8...8,2	0,7	5,6...10,2	1,1	4,3...9,1	0,8	1,3...7,5	1,1	80,5...59,5

В то же время запись блога А.А. Навального от набрала 3102 просмотра за сутки, количество комментариев составило 910. Результаты прогнозирования (таб.3.9):

Таблица 3.9

Прогностическая модель реакций на запись блога А.А. Навального в %

	План прямого одобрения (открытого)	План прямого одобрения (скрытого)	План косвенного одобрения (открытого)	План косвенного одобрения (скрытого)	План прямого неодобрения (открытого)	План прямого неодобрения (скрытого)	План косвенного неодобрения	План косвенного неодобрения (скрытого)	План констатации	План индифферентности
Навальны й А.А.	8,6	2,8... 8,2	7,1	5,6... 10,2	2,3	4,3... 9,1	3,7	1,3... 7,5	7,8	56,5-35,5

Несмотря на большее количество просмотров и большую общую аудиторию просматривающих, запись блога К.А. Жукова вызвала меньшую реакцию у читателей, чем запись А.А. Навального. При этом максимальное значение расчетной индифферентности у Жукова (59,5%) – несколько больше половины, что говорит об относительно слабом воздействии на читателя в оцениваниях за расчетный период. Тогда как запись блога А.А. Навального за это же время имеет минимальную границу в 35,5%. Аналогично оценивания читателями записи К.А. Жукова по критерию «План прямого одобрения (открытый)» (1,8%) ниже диапазона группы (3,1...8,1%), против показателей А.А. Навального (8,6%), превышающих максимальный порог интервала. Поскольку реакции открытого и скрытого типа вызываются одним и тем же механизмом речевого воздействия, то и их зависимость обусловлена реакциями читателей на воздействующий текст. Отсюда рост заинтересованности читателей записью блога.

Как уже говорилось в параграфе 3.1, прямым наблюдением за блогом невозможно определить истинную величину количества оцениваний блогов

за любой выделенный отрезок времени, а значит и истинную величину перлюкутивного эффекта блога в читательской среде. Как показывают результаты эксперимента, описанного в параграфе 3.3, такая популярность в одной из социальных групп (ППС вузов) может не превышать 30% от общего числа опрошенных. Если бы участникам эксперимента не предлагалось напрямую оценить блог, то большинство осталось бы равнодушно к блогу и никак себя не проявило, а выразившие одобрение или неодобрение в комментариях воспринимались бы исследователем как 100% всех оценивших. Благодаря проведенным экспериментам, можно сопоставить данные по всем показателям и вывести интервал реалистичных оцениваний и индифферентности в сети Интернет. Сопоставив показатели реакций с качествами, демонстрируемыми личностями блогеров на скрытом уровне, т.е. имманентно присущие их речевому поведению возможно определить модель успешного поведения блогеров.

Затем приводятся данные эксперимента по выявлению оцениваний групп добровольцев из числа профессорско-преподавательского состава (ППС) и студентов вузов (параграф 3.3). В последних трех строках таблицы указаны оценивания опрошенными пользователями сети Интернет публикаций трех блогеров (подробнее см. параграф 3.4)

Преобладающим показателем отношения читателей проанализированных групп является высокий процент индифферентности. Средняя величина индифферентности составляет 67%, Граница находится в промежутке от 46% до 88% индифферентности. Можно считать, что достижение показателя индифферентности в 88% обозначает крайнюю степень незаинтересованности пользователей сети Интернет в блогере и его неуспешность как коммуникатора.

По данным международного союза электросвязи, Интернет-коммуникацией пользуются 65% населения России или 91 000 000 человек. Соответственно, заинтересованность в 54% (при индифферентности в 46%) составляет более 75 млн. человек. То есть, в абсолютных цифрах успешная

или даже средняя (т.е. со среднестатистическим показателем в 37% заинтересованности) коммуникация блогера с социумом вызывает отклик у миллионов читателей. Это говорит о значительном воздействии целенаправленной речевой деятельности и интуитивного речевого поведения блогера в их диалектическом единстве на социум в целом.

Отсюда можно сделать предположительный вывод о значительном интернет-жанра «блог» на русскоговорящую аудиторию в целом.

Средние показатели заинтересованности читательской аудитории блогов, как уже говорилось, колеблются от 22% до 54%. По качественным характеристикам они распределяются как

1. План прямого одобрения – 9,4 (диапазон от 0 до 27)
2. План косвенного одобрения– 8,8 (диапазон от 0 до 22)
3. План прямого неодобрения–9,5 (диапазон от 3 до 18)
4. План косвенного неодобрения – 8,6 (диапазон от 0 до 16)
5. План констатации– 28,5 (диапазон от 0 до 64).

Соответственно, можно предположить, что блогеры, эффект воздействия которых оказывается близок среднего значения диапазона выборки, показывают эффективное взаимодействие с аудиторией пользователей.

По планам скрытой речевой стратегии «Оценивание Получателем коммуникативного успеха Отправителя» можно предположить, что речевое воздействие ряда блогеров оказывается своего рода «эталонном», т.е. показателем успешной коммуникации, когда все показатели близки или превышают средний показатель эффективности.

В таблице 3.11 представлены эти блогеры из числа проанализированных

Таблица 3.11

**Блогеры, показатели которых близки или превышают средние
показатели эффективности группы (в %)**

Наименование показателя группы (комментарии в блогах, группа опрошенных)	План прямого одобрения	План косвенного одобрения	План прямого неодобрения	План косвенного неодобрения	План констатации
1. Акунин Б.	9	11	6	10	64
2. Жуков К.А.	13	22	15	7	43
3. Навальный А.А.	15	11	7	16	51
4. Перец П.	10	21	8	13	43
5. Пучков Д.Ю.	21	17	11	14	37

Демонстрируемая этими блогерами успешность речевого воздействия позволяет говорить о том, что обнаруженные в исследовании и описанные в параграфе 2.4 качества речевого поведения блогеров, могут быть рассмотрены в качестве модели речевого поведения успешного блогера в сети Интернет.

Под термином «модель» в науке понимают совокупное описание характерных свойств и черт объекта или явления, которое позволяет выделить наиболее характерные свойства, черты и т.д. всего класса объектов без учета индивидуальных особенностей каждого единичного объекта (Марков, 1999; Павлов, 2015; Самарский, 1979.).

Как показано в главе 2 (параграф 2.3), Б. Акунин, К.А. Жуков, А.А. Навальный, П. Перец, Д.Ю. Пучков демонстрируют ряд сходных черт в речевом поведении. Каждый из них обладает авторской индивидуальностью и разной степенью проявления этих черт – кто-то в большей степени, кто-то в меньшей. Тем не менее, им всем свойственны определенная уверенность в поведении (А.А. Навальный, К.А. Жуков, Д.Ю. Пучков), лидерство (особенно у Б. Акунина, Д.Ю. Пучкова), активность в выражении убеждений, склонность к объективности, умеренное проявление агрессии (Б. Акунин, П. Перец), достаточный культурный уровень общения, желательность

контактов с читателем/зрителем блога. Можно считать, что эти черты речевого поведения оказывают наибольшее влияние на участников виртуальной коммуникации и привлекают их внимание к прочтению блогов и участию в дискуссии, т.е. вызывают реакцию, которой и добиваются авторы блогов.

Модель эффективного речевого поведения блогера состоит в демонстрации тех черт и качеств, которые интуитивно воспринимаются и оцениваются читателем, на которые следует реакция отклика. При этом необходимо учитывать и тот факт, что реакция читателя/зрителя блога формируется и на осознаваемом уровне, за счет целенаправленного речевого воздействия блогера. Диалектическое единство воздействующих факторов речи предполагает, что ни одна из составляющих воздействия не может быть проигнорирована без разрушения всей системы. Отсюда, воздействующие факторы речевого поведения оказывают такое же значительное влияние, как и факторы речевой деятельности. Их учет позволяет прогнозировать возможный эффект речевого воздействия блогера на читателя/зрителя блога.

Выводы по главе 3

По итогам проведенного исследования можно сделать следующие выводы.

Эффективность воздействия блогера на аудиторию может быть изучена методами прагмалингвистики. Интернет-коммуникация обладает обратной связью, которую может наблюдать и изучать сторонний исследователь. Это позволяет выделить реакции читателей/зрителей блогов, которые вербализированы в комментариях к блогам, и определить планы новой речевой стратегии «Оценивание Получателем коммуникативного успеха Отправителя». Речевая стратегия «Оценивание Получателем коммуникативного успеха Отправителя» содержит четыре плана акцентуации и два плана неакцентированных сообщений. Каждый план акцентуации имеет несколько формальных показателей и может быть обнаружен в конкретном сообщении. Коммуникативный успех реализуется в отклике Получателей сообщений. При этом отклики с положительной оценочностью означают абсолютный коммуникативный успех блогера, частичная коммуникативная неудача ассоциируется с отрицательной реакцией, полная коммуникативная неудача – с индифферентностью.

Проведенные исследования на материале откликов пользователей в блогах изучаемых общественных деятелей дали представительную выборку, позволяющую оценить эффективность речевого взаимодействия блогера и читателя по комментариям. Полученные данные можно интерпретировать как определенный коммуникативный успех блогеров, которые вызывают реакцию у пользователей сети Интернет и желание выразить эту реакцию в письменной форме. В целом преобладают положительные реакции читателей/слушателей. Но проведенный эксперимент не позволил выявить истинное соотношение отреагировавших на воздействие читателей и проигнорировавших. Часть читателей блога по тем или иным причинам не выразили солидарность или отрицательное отношение к информации в блоге,

хотя и отреагировали на воздействие блогеров. Чтобы определить вероятность индифферентного отношения к блогерам был проведен эксперимент с группой добровольцев. Данные показали, что подсчет только визуальных реакций на речевое воздействие блогеров не дает представление об истинном соотношении планов проявляемой индифферентности и оцениваний читателями блогов. Преобладающим показателем отношения читателей проанализированных групп является высокий процент индифферентности и примерно равное распределение положительных и отрицательных оцениваний в читательской среде. Поскольку исследовалась специально созданная группа респондентов, а не весь социум, необходимо оценить эффект воздействия в среде, приближенной к интернет-коммуникации, но с технически заданным параметром учета индифферентности. Показатели планов скрытой речевой стратегии «Оценивание Получателем коммуникативного успеха Отправителя» пользователей сети Интернет в специально созданных условиях оценивания речевого воздействия блогера на читателя оказываются близки к оцениваниям в группе добровольцев – респондентов, а процент индифферентности несколько выше. Эти данные можно интерпретировать как ограниченное речевое воздействие Говорящего в виртуальной коммуникации в жанре «блог» на всех пользователей сети Интернет. С другой стороны, процент реакций достаточно велик и можно предположить, что в сопоставлении с численностью всех пользователей сети Интернет он составит колоссальные цифры по числу людей, так или иначе, оказывающихся под речевым воздействием блогеров.

В аспекте отношений пользователей сети Интернет к блогам и блогерам, можно говорить о демонстрации групповых показателей, когда колебания числа читательских откликов однозначно свидетельствуют о росте интереса к блогеру. При этом нужно отметить, что даже рост числа негативных откликов на ту или иную запись в блоге говорит о росте

читательской заинтересованности и о достижении определенного речевого блогером.

Процентное соотношение позитивных и негативных откликов в большинстве случаев склоняется к преобладанию позитивных отзывов, но даже в случае с преобладанием негативных откликов автор блога все равно оказывается в центре внимания публики и определенным образом побуждает ее к действиям.

Наличие паритета по показателям положительных и отрицательных оценок говорит о нейтральном отношении к блогеру. Достигнутом им определенном балансе и, соответственно, восприятии его речевого воздействия не только единомышленниками или недоброжелателями, а широким кругом коммуникантов.

Таким образом, эффективность коммуникации блогера зависит от его способности восприниматься как можно большим количеством пользователей сети Интернет, что в свою очередь зависит как от целенаправленной речедеятельности блогера, так и от его речевого поведения. Достижение перлокутивного эффекта блогером оказывается напрямую связано с его способностью к реализации определенной модели поведения.

Анализ речевого поведения блогера, приведенный в главе 2, может быть сопоставлен с успешностью блогера в глазах читателя, что было показано в главе 3 настоящего исследования. В этом случае, возможно получить модель поведения успешного блогера, который должен обладать следующими чертами: степень уверенности в поведении, определенное лидерство, активность в выражении убеждений, склонность к объективности, умеренное проявление агрессии, достаточный культурный уровень общения, желанность контактов с читателем/зрителем блога.

Заключение

В данном диссертационном исследовании были диагностированы личностные характеристики блогеров на основе анализа их речевого поведения в жанре блога в Интернет-среде. Доказано, что возможно идентифицировать личностные черты блогера по его речевому поведению и по реакции социума на речевое поведение блогеров определить успешность его коммуникации в сети Интернет.

Исследование проводилось в рамках инновационного направления в языкознании – скрытой прагмалингвистики. В диссертационной работе изучены вопросы автоматического неосознаваемого выбора блогером (отправителем текста) лингвистических единиц речи, с помощью которых он реализовал скрытые интенции и актуализировал речевое воздействие на читателя блога. Скрытый характер воздействия проявляется в неосознаваемых сторонами общения в момент коммуникации, но воспринимаемых всеми сторонами выборах речевых сигналов. Эффективность коммуникации определялась по реакциям читателей в виде их комментариев к блогу.

Речевое поведение блогера формируется из совокупности неосознаваемых речевых действий и основывается на индивидуальном речевом опыте, из которого Говорящий в процессе общения автоматически использует стереотипный для него набор лингвистических средств общения в типичной ситуации взаимодействия с Получателем сообщения. По частотности и конкретике таких выборов диагностировались личностные качества Говорящего.

Это поведение блогеров исследовалось на материале речевого жанра блога в виртуальном дискурсе сети Интернет. Коммуникативные действия обуславливают ситуацию виртуального (лично непредставленного и отложенного во времени и пространстве) общения блогеров и читателей, что составляет дискурс Интернет-коммуникации. Речевой жанр блога в совокупности с компонентами коммуникативной ситуации выступает единицей дискурса. Основными характеристиками речевого жанра блога являются полифункциональность

(воздействующая, инспираторная, агитационная, информационная функции), коммуникативная цель (побудить социальную группу читателей блога к определенным действиям или бездействию), адресованность (прямой адресат и адресат-наблюдатель), ценности (национальные, семейные, личностные и т.д.), тематика (экономика, история, политика, личность самого блогера (автоцентрация)), самореализация блогера (самопрезентация, самореклама)..

Речевое поведение блогеров исследовалось по шести стратегиям скрытого воздействия: четырем эмотивно-ориентированным, т.е. адресованным на Говорящего, и двум конативно-направленным, т.е. направленным на Воспринимающего речь. Каждая стратегия реализуется в тексте блога в виде плана актуализации стратегии. Планы стратегии обладают индивидуальным набором речевых сигналов. Количество выборов тех или иных планов в репрезентуемом автором тексте свидетельствует об определенных склонностях автора текста к проявлению личностных качеств, таких как: степень самооценки, уверенность в поведении, активность в выражении и утверждении убеждений, степень объективности, склонность к проявлению агрессии, культурный уровень общения и т.д. Соотнесение количества и частотности выборов речевых сигналов с данными статистической распределённости сигналов группе позволяет диагностировать личностные качества авторов и присущее группе стереотипное (групповое) речевое поведение.

Результаты проведенных объективных прагмалингвистических экспериментов подтвердили выдвинутую гипотезу о том, что речевое поведение блогера основывается на его личном речевом опыте успешного взаимодействия в виртуальной коммуникации и коррелируется интуитивным выбором наиболее оптимального поведенческого шаблона в коммуникации с социумом в сети Интернет.

В виртуальной коммуникации отсутствуют многие сдерживающие рамки социального поведения, поэтому блогер чувствует себя свободнее и чаще прибегает к устно-письменной речи, в которой демонстрирует привычные для него выборы речевых единиц. Из всего опыта коммуникации блогер избирает те

ситуативные шаблоны, которые позволяют ему чувствовать себя наиболее свободно, т.е. имеют непосредственный отклик у читателя. Наличие читательской активности в виде комментариев или действий в реальном мире (перечисления средств, участие в акциях и собраниях и т.д.) побуждает блогера к большей активности и большему раскрытию личности.

Сопоставление речевых портретов, исследованных блогеров с их социальными портретами, приведенными в текстах СМИ и научных публикациях исследователей-социологов, филологов и политологов, показывают сходство интерпретаций. Это позволяет говорить об объективности методики и достоверности представленного механизма речевого поведения блогера в виртуальной коммуникации.

Библиографический список:

1. Александрова, Л. Д. Культура виртуальной коммуникации: автореф. дис. ... канд. филос. наук: 09.00.13 / Александрова Людмила Дмитриевна. – Челябинск, 2009. – 23 с.
2. Аликаев, Р. С. Жанровые характеристики научного макротекста, оказывающие воздействие на его структуру / Р. С. Аликаев // Известия Южного федерального университета. Филологические науки. – 1999. – № 2. – С. 33–38.
3. Ананьев Б. Г. Человек как предмет познания — СПб.: Питер, 2001. — 288 с.
4. Артына М.К.О. Выражение успешности речевого акта (на примере французских фразеологизмов)//Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена. 2008. № 86. С. 174–179.
5. Арутюнова, Н. Д. Фактор адресата / Н. Д. Арутюнова // Известия АН СССР. Сер. Литература и язык. – 1981. – Т. 40. – № 4. – С. 356–367.
6. Арутюнова, Н. Д. Дискурс / Н. Д. Арутюнова // Лингвистический энциклопедический словарь / гл. ред. В. Н. Ярцева. – М.: Сов. энциклопедия, 1990. – С. 136–137.
7. Арутюнова, Н. Д. Жанры общения. Человеческий фактор в языке. Коммуникация, модальность, дейксис / Н. Д. Арутюнова. – М.: Наука, 1992. – С. 52–56.
8. Арутюнова, Н. Д. Типы языковых значений. Оценка. Событие. Факт / Н. Д. Арутюнова. – М.: Наука, 1988. – 341 с.
9. Арюхина, Е. Г. Язык, текст, коммуникация: прагмалингвистические исследования / Е. Г. Арюхина [и др.]. – Новосибирск: Ассоциация научных сотрудников «Сибирская академическая книга», 2016. – 118 с.
10. Ахренова Н.А. Интернет-дискурс как глобальное межкультурное явление и его языковое оформление: автореф. дис. ... д-ра филол. наук / Н.А. Ахренова. – М., 2009. – 35 с.

11. Багдасарян, Т. М. Основные характеристики речевого воздействия и предвыборного дискурса в современной политической коммуникации / Т. М. Багдасарян // Перспективы развития науки и образования: сб. науч. тр. по материалам XXVII Междунар. науч.-практ. конф. (Москва, 30 марта 2018 г.) / под общ. ред. А. В. Туголукова. – М.: ИП Туголуков А. В., 2018. – С. 245–249.
12. Багдасарян, Т. М. Речевое поведение личности как элемент сложной системы поступков и действий / Т. М. Багдасарян // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2018. – № 4-1 (82). – С. 57–61.
13. Багдасарян, Т. М. Речевые привычки отправителя текста / Т. М. Багдасарян // Гуманитарные и социальные науки. – 2018. – № 1. – С. 95–102.
14. Багдасарян, Т. М. Цитирование в речевом поведении автора / Т. М. Багдасарян // Гуманитарные и социальные науки. – 2018. – № 4. – С. 60–66.
15. Баоянь У Коммуникативные стратегии и тактики и языковые средства их реализации в русскоязычной неформальной межличностной дискуссии (на материале Интернет-дневников): дисс. ... канд. филол. наук. – М., 2008. – 233 с.
16. Баранов, А. Н. Что нас убеждает? (Речевое воздействие и общественное сознание) / А. Н. Баранов. – М.: Знание, 1990. – 64 с.
17. Басенко, Г. В. Роль речевых штампов в реализации ассоциативных отношений (прагмалингвистический аспект) / Г. В. Басенко, Г. Г. Матвеева // Вестник Курганского государственного университета. – 2019. – № 1 (52). – С. 75–80.
18. Басимов, М. М. Навальный в нелинейной структуре политических предпочтений студентов и тривиальность линейной картины в политической социологии / М. М. Басимов // Вестник Курганского государственного университета. – 2014. – № 3 (34). – С. 7–13.

19. Батыгин, Г. С. Социология Интернет: наука и образование в виртуальном пространстве / Г. С. Батыгин // Социологический журнал. – 2001. – № 1. – С. 176–187.
20. Бахтин, М. М. Литературно-критические статьи / М. М. Бахтин; сост. С. Бочаров, В. Кожин. – М.: Художественная литература, 1986. – 543 с.
21. Бахтин, М. М. Проблема речевых жанров / М. М. Бахтин // Эстетика словесного творчества. – М.: Искусство, 1986. – С. 250–296.
22. Бахтин, М. М. Формы времени и хронотопа в романе. Очерки по исторической поэтике / М. М. Бахтин // Вопросы литературы и эстетики. Исследования разных лет. – М.: Художественная литература, 1975. – 500 с.
23. Белозерцев А. В. Особенности реализации личностно-ориентированной коммуникации в новых информационных технологиях: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.20 / Белозерцев Александр Владимирович. – Челябинск, 2008. – 211 с.
24. Бенвенист, Э. Общая лингвистика / Э. Бенвенист. – М.: Прогресс, 1974. – 448 с.
25. Бережная, Т. М. Современная американская риторика как теория и практика манипулирования общественным сознанием: дис. ... канд. филол. наук: 10.01.10 / Бережная Татьяна Михайловна. – М., 1986. – 211 с.
26. Березовская, Г. В. Интернет-маркетинг – новая тенденция в избирательных кампаниях в РФ (на примере выборов мэра Москвы 2013 г.) / Г. В. Березовская // Теория и практика общественного развития. – 2015. – № 13. – С. 45–48.
27. Бисималиева, М. К. О понятиях «текст» и «дискурс» / М. К. Бисималиева // НДВШ. Филологические науки. – 1999. – № 2. – С. 78–85.

- 28.Блакар, Р. М. Язык как инструмент социальной власти / Р. М. Блакар // Язык и моделирование социального взаимодействия. – М.: Прогресс, 1987. – С. 88–125.
- 29.Богомолова, Н. Н. Отношение аудитории к коммуникатору как фактор эффективности коммуникативного воздействия / Н. Н. Богомолова, О. Т. Мельникова // Оптимизация речевого воздействия. – М.: Наука, 1990. – С. 100–113.
- 30.Божкова, Г. Н. Язык в культуре и культура в языке / Г. Н. Божкова [и др.]. – Новосибирск: Ассоциация научных сотрудников «Сибирская академическая книга», 2016. – 266 с.
- 31.Бондаренко, С. В. Социальная структура виртуальных сетевых сообществ / С. В. Бондаренко. – Ростов-на-Дону: Изд-во Ростовского ун-та, 2004. – 319 с.
- 32.Бороботько, В. Г. Элементы теории дискурса: учебное пособие / В. Г. Бороботько. – Грозный: ЧИГУ, 1981. – 113 с.
33. Брагина А.А. Мир реальный – мир виртуальный в мире слов // Словарь и культура русской речи. К 100-летию со дня рождения С.И. Ожегова.– М., 2001. – С. 44-58.
- 34.Бронников, И.А. Особенности сети Интернет как формы политической коммуникации : диссертация ... кандидата политических наук : 23.00.02 / Бронников И. А.; [Место защиты: Моск. гуманитар. ун-т].- Москва, 2011.- 216 с.: ил. РГБ ОД, 61 12-23/71
- 35.Булыгина, Т. В. О границах и содержании прагматики / Т. В. Булыгина // Известия АН СССР. Сер. Литература и язык. – 1981. – Т. 40. – № 4. – С. 333–342.
- 36.Булыгина, Т. В. Оценочные речевые акты извне и изнутри / Т. В. Булыгина, А. Д. Шмелев // Логический анализ языка. Язык речевых действий. – М.: Наука, 1994. – С. 49–59.
- 37.Бюлер, К. Теория языка. Репрезентативная функция языка / К. Бюлер. – М.: Прогресс, 1993. – 528 с.

- 38.Ванников, Ю. В. Типы научных и технических текстов и их лингвистические особенности: методическое пособие. Ч. 1 / Ю. В. Ванников. – М.: ВЦП, 1984. – 50 с.
- 39.Вежбицка, А. Речевые жанры / А. Вежбицка // Жанры речи. – Саратов: ГосУНЦ «Колледж», 1997. – Вып. 1. – С. 102–111.
- 40.Викентьев, И. Л. Приемы рекламы и Public Relations / И. Л. Викентьев. – СПб.: ТОО "ТРИЗ - ШАНС", 1995. – 228 с.
- 41.Викентьев, И. Л. Приемы рекламы и Public Relations. Программы-консультанты: 446 примеров, 200 учебных задач и 21 Практическое приложение / И. Л. Викентьев. – 9-е изд. – Иваново: LIVREZON, 2020. – 500 с.
- 42.Виноградов, В. В. Стилистика, теория поэтической речи, поэтика / В. В. Виноградов. – М.: АН СССР, 1963. – 255 с.
- 43.Виноградов, С. И. Нормативный и коммуникативно-прагматический аспекты культуры речи / С. И. Виноградов // Культура русской речи и эффективность общения. – М.: Наука, 1996. – С. 121–152.
- 44.Винокур, Т. Г. Говорящий и слушающий. Варианты речевого поведения / Т. Г. Винокур. – М.: Наука, 1993. – 172 с.
- 45.Вороновская, И. А. Порядок слов в авторской речи Б. Акунина / И. А. Вороновская // Известия Саратовского университета. Новая серия. Сер. Филология. Журналистика. – 2011. – Т. 11. – Вып. 4. – С. 42–45.
- 46.Гак, В. Г. Высказывание / В. Г. Гак // Лингвистический энциклопедический словарь / гл. ред. В. Н. Ярцева. – М.: Советская энциклопедия, 1990. – С. 90.
- 47.Гак, В. Г. Высказывание и ситуация / В. Г. Гак // Проблемы структурной лингвистики. – М.: Наука, 1973. – С. 350–372.
- 48.Галичкина, Е. Н. Компьютерная конференция в системе жанров компьютерного общения / Е. Н. Галичкина // Единицы языка и их

- функционирование: межвуз. сб. научн. тр. – Саратов: Научная книга, 2003. – Вып. 9. – С. 276–280.
49. Гальперин, И. Р. Текст как объект лингвистического исследования / И. Р. Гальперин. – М.: Наука, 1981. – 140 с.
50. Гольдин, В. Е. К проблеме системного представления функций языка / В. Е. Гольдин // Язык и общество. Отражение социальных процессов в лексике: межвуз. сб. научн. ст. – Саратов: Изд-во Саратовского ун-та, 1986. – С. 3–35.
51. Горошко, Е. И. Интернет-коммуникация: проблема жанра / Е. И. Горошко // Жанры и типы текста в научном и медийном дискурсе: межвуз. сб. науч. тр. – Орел: Орловский гос. ин-т искусств и культуры, 2006. – Вып. 4. – С. 165–175.
52. Горшкова, Е. И. Блог как вид интернет-коммуникации: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04 / Горшкова Евгения Игоревна. – СПб., 2013. – с. 263.
53. Грайс, Г. П. Логика и речевое общение / Г. П. Грайс // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. 16: Лингвистическая прагматика. – М.: Прогресс, 1985. – С. 217–237.
54. Гусаренко М. К. Дискурсивные разновидности, перлокутивная прагматика и пропозициональные характеристики речевого акта пожелания в современном русском языке: дисс. ... канд. филол. наук. - Ставрополь, 2005. - 196 с.
55. Гусев, С. С. Третий собеседник / С. С. Гусев // Логика, психология и семиотика: аспекты взаимодействия. – Киев: Наукова думка, 1990. – С. 70–81. Алексеев, Д. Ю. Политическое лидерство в России: основные тенденции / Д. Ю. Алексеев // Известия Дальневосточного федерального университета. Экономика и управление. – 2010. – Вып. 1. – С. 93–100.

56. Дейк, Т. А. ван. Вопросы прагматики текста / Т. А. ван Дейк // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. 8: Лингвистика текста. – М.: Прогресс, 1978. – С. 259–336.
57. Дейк, Т. А. ван. Эпизодические модели в обработке дискурса / Т. А. ван Дейк // Язык. Познание. Коммуникация. – М.: Прогресс, 1989. – С. 68–97.
58. Дейк, Т. А. ван. Язык. Познание. Коммуникация / Т. А. ван Дейк. – М.: Прогресс, 1989. – 331 с.
59. Дементьев, В. В. Изучение речевых жанров: обзор работ в современной русистике / В. В. Дементьев // Вопросы языкознания. – 1997. – № 1. – С. 109–121.
60. Дементьев, В. В. Непрямое общение – не прямое сообщение – не прямое воздействие (к проблеме системного представления не прямой коммуникации) / В. В. Дементьев // Языковая личность: институциональный и персональный дискурс: сб. науч. тр. – Волгоград: Перемена, 2000. – С. 20–38.
61. Демьянков, В. З. Когнитивная лингвистика как разновидность интерпретирующего подхода / В. З. Демьянков // Вопросы языкознания. – 1994. – № 4. – С. 17–32.
62. Дневники : в двух томах / С. А. Толстая ; [сост., подгот. текста и коммент. Н. И. Азаровой и др.]. - Москва : Художественная литература, 1978. - 300 с.
63. Драздаускене, М.-Л. А. Контактостанавливающая функция речи: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04 / Драздаускене Мария-Людвика Антановна. – М.: Московский гос. пед. ин-т иностр. яз., 1970. – 32 с.
64. Дридзе, Т. М. Язык информации и язык реципиента как факторы информированности / Т. М. Дридзе // Речевое воздействие. Проблемы прикладной психолингвистики. – М.: Наука, 1972. – С. 34–80.

65. Ермолаева, Е. В. Языковые и внеязыковые приемы в стратегиях и тактиках нейролингвистического программирования / Е. В. Ермолаева // *Universum: филология и искусствоведение*. – 2014. – Вып. 11 (13). – С. 3.
66. Журавлева, Е. Ю. К определению сети интернет / Е. Ю. Журавлева // *Технологии информационного общества – интернет и современное общество: тр. VII Всеросс. объединенной конф. (Санкт-Петербург, 10–12 ноября 2004 г.)*. – СПб.: Изд-во филологического ф-та СПбГУ, 2004. – С. 8–10.
67. Зарипова В.М. Эволюция наименований общественно-политических деятелей в языке газеты: дисс. ... канд. филол. наук. . Самара, 2012. - 178 с.
68. Зернецкий, П. В. Лингвистические аспекты теории речевой деятельности / П. В. Зернецкий // *Языковые процессы и единицы: межвуз. сб. науч. тр.* – Калинин: КГУ, 1988. – С. 36–41.
69. Зюбина И.А., Тищенко А.Д. Манипулятивная стратегия на повышение в предвыборном дискурсе США/ И.А. Зюбина // *Балтийский гуманитарный журнал*. 2018. Т. 7. № 3 (24). С. 38-40.
70. Иванов, Л. Ю. Воздействие новых информационных технологий на русский язык: системно-языковая и культурно-речевая проблематика / Л. Ю. Иванов // *Словарь и культура русской речи: к 100-летию со дня рождения С. И. Ожегова*. – М.: Индрик, 2001. – С. 131–147.
71. Иванов, Л. Ю. Язык Интернета: заметки лингвиста [Электронный ресурс] / Л. Ю. Иванов // *Словарь и культура устной речи*. – М.: Азбуковник, 2000. – С. 131–147. – URL: www.ivanoff.ru/rus/ozhweb.htm (дата обращения: 26.11.2020).
72. Иванова, С. Ф. Специфика публичной речи / С. Ф. Иванова. – М.: Знание, 1978. – 128 с.

73. Интернет-пространство: речевой портрет пользователя / Т. И. Попова, И. М. Вознесенская, Д. В. Колесова, В. М. Савотина; под ред. Т. И. Поповой. – СПб.: Эйдос, 2012. – 224 с.
74. Иссерс, О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи / О. С. Иссерс. – М.: КомКнига, 2006. – 288 с.
75. Иссерс, О. С. Что говорят политики, чтобы нравиться своему народу / О. С. Иссерс // Вестник Омского университета. – 1996. – Вып. 1. – С. 71–74.
76. Карасик, В. И. О социолингвистическом анализе дискурса / В. И. Карасик // Основное высшее и дополнительное образование: проблемы дидактики и лингвистики: сб. науч. тр. – Волгоград: Политех, 2006. – С. 109–113.
77. Карасик, В. И. О типах дискурса / В. И. Карасик // Языковая личность: институциональный и персональный дискурс: сб. науч. тр. – Волгоград: Перемена, 2000. – С. 5–20.
78. Карасик, В. И. Язык социального статуса / В. И. Карасик. – М.: ИТДГК «Гнозис», 2002. – 333 с.
79. Карасик, В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс / В. И. Карасик. – Волгоград: Перемена, 2002. – 447 с.
80. Караулов, Ю. Н. Русский язык и языковая личность / Ю. Н. Караулов. – М.: Едиториал УРСС, 2002. – 264 с.
81. Карнуп, Е. В.. Многоязычная коммуникация в сети интернет как сфера реализации механизмов компрессии сообщений (на материале микроблогов системы твиттер): диссертация ... кандидата филологических наук: 10.02.21 / Карнуп Е. В.; [Место защиты: Российский государственный педагогический университет имени А.И. Герцена].- Санкт-Петербург, 2014.- 236 с.
82. Кацнельсон С. Д. Категории языка и мышления: Из научного наследия / Отв. ред. Л. Ю. Брауде. М.: Языки славянской культуры, 2001 (переиздание основных работ, с дополнениями).

83. Кацнельсон, С. Д. Типология языка и речевое мышление / С. Д. Кацнельсон. – Л.: Наука, 1972. – 215 с.
84. Кашкин, В. Б. Введение в теорию коммуникации / В. Б. Кашкин. – Воронеж: Изд-во ВГТУ, 2000. – 175 с.
85. Киселева, Л. А. Вопросы теории речевого воздействия / Л. А. Киселева. – Л.: Изд-во ЛГУ, 1978. – 160 с.
86. Князева Е. Н. Законы эволюции и самоорганизации сложных систем / Е. Н. Князева, С. П. Курдюмов; Рос. АН. - М. : Наука, 1994. – 229 с.
87. Коваленко, Н. И. Информационный подход при построении картины мира / Н. И. Коваленко // Перспективы науки и образования. – 2015. – № 6. – С. 7–11.
88. Колесников, А. И. Раздвоение ВВП: как Путин Медведева выбрал / А. И. Колесников. – М.: Коммерсантъ: Эксмо, 2008. – 334 с.
89. Колин, К. К. Информационный подход как фундаментальный метод научного познания / К. К. Колин // Межотраслевая информационная служба. – 1998. – № 1. – С. 3–17.
90. Комков, А. А. Речевая интернет-коммуникация / А. А. Комков // Инженерные технологии и системы. – 2008. – Вып. 3. – С. 34.
91. Конецкая, В. П. Социология коммуникации / В. П. Конецкая. – М.: Междунар. ун-т бизнеса и управления, 1997. – 304 с.
92. Котюрова, М. П. Идиостилика научной речи. Наши представления о речевой индивидуальности ученого / М. П. Котюрова, Л. С. Тихомирова, Н. В. Соловьева. – Пермь: Ред.-изд. отд. Западно-Уральского ин-та экономики и права, 2011. – 393 с.
93. Лазуткина Е. М. Публицистический стиль: новые черты / Е. М. Лазуткина. - Москва : ЭЛПИС, 2008 - 77 с.
94. Лазуткина Е. В. Особенности коммуникационной модели блогов // Вестник Ставропольского государственного университета. 2010. № 1. С. 201-207.

- 95.Ленец, А. В. Конструирование имиджа и фальш-имиджа в современном медийном пространстве / А. В. Ленец // Инновационные технологии и креативность в исследовании и преподавании языков и культур: сб. тр. Междунар. науч.-практ. конф. (Пятигорск, 27–28 апреля 2016 г.). – Ростов-на-Дону: ЮФУ, 2016. – С. 134–138.
- 96.Леонгард, К. Акцентуированные личности / К. Леонгард; пер. с нем. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2000. – 544 с.
- 97.Леонтьев, А. А. Основы психолингвистики: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности «Психология» / А. А. Леонтьев. – 3-е изд. – М.: Смысл; СПб.: Лань, 2003. – 285 с. Леонтьев, А. А. Психологические особенности лектора / А. А. Леонтьев. – М.: Знание, 1981. – 80 с.
- 98.Лесняк М.В. Дискурсивные практики немецких политиков в 1930 - 1933 гг. Прагмалингвистический аспект: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04 / Лесняк Марина Валерьевна. – Юж. федер. ун-т. Ростов-на-Дону, 2014. – 24 с.
- 99.Лесняк, М. В. Речевая стратегия «вероятностное оценивание» в парламентском дискурсе: немецкие кандидаты на выборы в Европарламент 2014 года / М. В. Лесняк // Политическая лингвистика. – 2014. – № 4 (50). – С. 143–147.
100. Литвак, М. Из Ада в Рай: Избранные лекции по психотерапии: учебное пособие / М. Литвак. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2019. – 478 с.
101. Луценко, Н. С. Речевые сигналы актуализации скрытой воздействующей стратегии «удовлетворения/неудовлетворения автором прагматических ожиданий получателя текста» / Н. С. Луценко // Проблемы российской правовой системы. Инновационные процессы в образовании. – Таганрог: Изд-во ТИУиЭ, 2003. – С. 235–238.
102. Ляпон, М. В. Оценочная ситуация и словесное само моделирование / М. В. Ляпон // Язык и личность. – М: Наука, 1989. – С. 24–34.

103. Макаров Ю.Н. Особенности воздействия интернет-коммуникаторов на социальные процессы в современном российском обществе (на примере блогов и социальных сетей): диссертация ... кандидата Социологических наук: 22.00.04 / Макаров Ю. Н.; [Место защиты: Краснодарский университет Министерства внутренних дел Российской Федерации.]- Краснодар, 2016.- 172 с.
104. Марков, А. А. Моделирование информационно-вычислительных процессов: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Вычислительные машины, комплексы, системы и сети», «Автоматизированные системы обработки информации и управления», «Системы автоматизированного проектирования» / А. А. Марков. – М.: МГТУ им. Н. Э. Баумана, 1999. – 358 с.
105. Марченко, А. В. Социально-психологические основы руководства / А. В. Марченко. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2012. – 251 с.
106. Матвеева, Г. Г. Идентификация индивидуальных качеств говорящего по его прагмалингвистическому речевому портрету [Электронный ресурс] / Г. Г. Матвеева. – URL: <http://www.philol.msu.ru/rus/gorn/arso/matveev.htm> (дата обращения: 25.12.2020).
107. Матвеева, Г. Г. К вопросу о речевых стратегиях скрытого воздействия отправителя текста на его получателя / Г. Г. Матвеева // Личность, речь и юридическая практика: межвуз. сб. науч. тр. – Ростов-на-Дону: ДЮИ, 2003. – Вып. 6. – С. 122–128.
108. Матвеева, Г. Г. Нюансы смысла в скрытой прагмалингвистике / Г. Г. Матвеева // Филологический вестник. – 1998. – № 2. – С. 28–31.
109. Матвеева, Г. Г. Особенности контент-анализа при обработке данных объективного прагмалингвистического эксперимента в рамках скрытой прагмалингвистики / Г. Г. Матвеева // Язык. Дискурс. Текст:

- междунар. научн. конф. Ч. 2. – Ростов-на-Дону: РГПУ, 2004. – С. 125–129.
110. Матвеева, Г. Г. Речевой поступок: содержание и форма / Г. Г. Матвеева // Личность, речь и юридическая практика: межвуз. сб. науч. тр. – Ростов-на-Дону: ДЮИ, 2001. – Вып. 4. – С. 80–84.
111. Матвеева, Г. Г. Роль ассоциативных отношений для разработки современных лингвистических исследований в антропоцентрической парадигме / Г. Г. Матвеева, И. А. Зюбина // Язык. Текст. Дискурс. – 2018. – № 16. – С. 69–79.
112. Матвеева, Г. Г. Скрытая речевая стратегия «оценивание коммуникативного успеха речевого взаимодействия отправителя и получателя» / Г. Г. Матвеева, Г. И. Мясищев, Ю. П. Хорошевская // Вестник Челябинского государственного университета. – 2019. – № 10 (432). – С. 88–92.
113. Матвеева, Г. Г. Скрытое значение, скрытый смысл и нюансы смысла в коммуникации / Г. Г. Матвеева, И. А. Зюбина // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. – 2019. – № 2 (135). – С. 85–92.
114. Матвеева, Г. Г. Скрытые грамматические значения и идентификация социального лица («портрета») говорящего: дис. ... докт. филол. наук: 10.02.19 / Матвеева Галина Григорьевна. – СПб., 1993. – 332 с.
115. Материалы Седьмой научной конференции по вопросам возрастной морфологии, физиологии и биохимии [апрель 1965 г.] / Науч.-исслед. ин-т возрастной физиологии и физ. воспитания. Акад. пед. наук РСФСР. – М.: [б. и.], 1965. – 522 с.
116. Медведев Рой. Дмитрий Медведев – Президент Российской Федерации [Электронный ресурс] / Рой Медведев. – URL: <https://www.labyrinth.ru/books/169030/> (дата обращения: 17.11.2020).

117. Милевская, Т. В. Связность как категория дискурса и текста (когнитивно-функциональный и коммуникативно-прагматический аспекты): дис. ... докт. филол. наук: 10.02.19 / Милевская Татьяна Валентиновна. – Ростов-на-Дону, 2003. – 386 с.
118. Миронова, Е. А. Вариативность перлокутивного эффекта косвенной иллокуции «вынуждение к сочувствию»: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19 / Миронова Елена Александровна. – Ростов-на-Дону, 2005. – 184 с.
119. Михалева, О. Л. Политический дискурс как сфера реализации манипулятивного воздействия: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01 / Михалева Ольга Леонидовна. – Иркутск, 2004. – 289 с.
120. Михальская А.К. Основы риторики. Мысль и слово — Учебное пособие. — М., 2015. — 416 с.
121. Моисеенко, Л. В. Популистский политический дискурс: диагностические признаки и лингвокогнитивные приемы создания / Л. В. Моисеенко // Вестник Волгоградского государственного университета. Сер. 2: Языкознание. – 2019. – Т. 18. – № 2. – С. 105–117. DOI: <https://doi.org/10.15688/ivolsu2.2019.2.10>
122. Оберемченко, Е. Ю. К вопросу о прагматическом подходе к изучению особенностей речевого поведения немецкоговорящих дипломатов / Е. Ю. Оберемченко, Г. В. Басенко // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2017. – № [6–2 \(72\)](#). – С. 135–137.
123. Общественный // Толковый словарь русского языка с включением сведений о происхождении слов / Институт русского языка имени В. В. Виноградова РАН; отв. ред. Н. Ю. Шведова. — М.: Азбуковник, 2007. — С. 550.
124. Павлов, А. И. Информационные модели и информационные единицы / А. И. Павлов // Перспективы науки и образования. – 2015. – № 6. – С. 12–17.

125. Паршина О.Н. Стратегии и тактики речевого поведения современной политической элиты России: дисс. ... канд. филол. наук. - Саратов, 2005. - 245 с.
126. Пирс, Ч. С. Логические основания теории знаков / Ч. С. Пирс; пер. с англ. В. В. Кирющенко, М. В. Колопотина; послесловие В.Ю. Сухачева. – СПб.: Лаборатория метафизических исследований философского факультета СпбГУ, 2000. – 352 с.
127. Пишкова Е.Ю. Прагмалингвистическое диагностирование речевого поведения кандидатов в президенты США (на материале предвыборного дискурса): дисс. ... канд. филол. наук. - Ростов-на-Дону, 2007. - 203 с.
128. Покровская Е. В. Теория и практика понимания текста : (на материале русскоязычной прессы) / Е. В. Покровская. - Москва : Изд-во Российского ун-та дружбы народов, 2007. - 180 с.;
129. Полякова Л.О. Коммуникативно-языковые барьеры в иноязычном обучении студентов вузов как психолого-педагогическая проблема/Л.О. Полякова // Современные наукоемкие технологии. 2016. № 3-1. С. 199-202.
130. Полякова, Л. С. Понятие «Речевое Поведение». Теоретические аспекты / Л. С. Полякова // Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики. – 2012. – № 14. – С. 44–47.
131. Прагмалингвистический аспект речевого поведения коммуникантов в ситуации «оскорбление» / Г. Г. Матвеева, И. А. Зюбина, М. В. Лесняк, Е. В. Муругова // Современная теоретическая лингвистика и проблемы судебной экспертизы: сб. науч. работ по итогам Международной науч. конф. (Москва, 01–02 октября 2019 г.). – М.: Государственный институт русского языка им. А. С. Пушкина, 2019. – С. 529–536.

132. Ромашкина М.В. Разновидности жанра дневника//Вестник Башкирского университета,2015-№3-95-97
133. Руденко, К. В. Специфика русской языковой личности Б. Акунина (на примере произведений фандоринского цикла) / К. В. Руденко // Вестник Адыгейского государственного университета. Сер. 2: Филология и искусствоведение. – 2018. – № [2\(217\)](#). – С. 98–102.
134. Сабанчиева, А. К. Жанровая специфика текста научной монографии (на материале современных русскоязычных монографий по астрономии) [Электронный ресурс] / А. К. Сабанчиева // Молодой ученый. – 2017. – № 4. – С. 289–296. – URL: <https://moluch.ru/archive/138/38996/> (дата обращения: 06.01.2020).
135. Самарский, А. А. Математическое моделирование и вычислительный эксперимент / А. А. Самарский // Вестник АН СССР. – 1979. – Т. 5.
136. Самойленко Л.В. Фатические средства в речи пользователей компьютерной сетью : на материале жанра чата : диссертация ... кандидата филологических наук : 10.02.01 / Самойленко Л. В.; [Место защиты: Астрахан. гос. ун-т].- Астрахань, 2010.- 165 с.: ил. РГБ ОД, 61 10-10/1074
137. Сахарова, Е. Е. Особенности актуализации речевой стратегии «акцентуация элементов высказывания автором текста» в проповедническом дискурсе / Е. Е. Сахарова // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. – 2014. – № 1. – С. 389–392
138. Сачков Ю.В. Научный метод и познание социальных явлений//Философия науки. 2000. Т. 6. № 1. С. 55-64.
139. Седов, К. Ф. Дискурс и личность: Эволюция коммуникативной компетенции / К. Ф. Седов. – М.: Лабиринт, 2004. – 317 с.

140. Селиверстова Л.Н. Речевое поведение политических деятелей Германии XX века (на материале их публичных выступлений и мемуаров): дисс. ... канд. филол. наук. . Ростов-на-Дону, 2004. - 215 с.
141. Селютин, А. А. Жанры как форма коммуникативного выражения онлайн-личности / А. А. Селютин // Вестник Челябинского государственного университета. – 2009. – № 35 (172). – С. 138–141.
142. Сергиенко, А. Б. Цифровая обработка сигналов: учебное пособие / А. Б. Сергиенко. – 3-е изд. – СПб.: БХВ-Петербург, 2011. – 768 с.
143. Серль, Дж. Р. Классификация иллокутивных актов / Дж. Р. Серль // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. 17: Теория речевых актов. – 1986. – С. 170–194.
144. Сливчикова, Ю. В. Прагмалингвистические характеристики вестиментарного описания в газетно-публицистическом дискурсе (на материале испанского языка): дис. ... канд. филол. наук: 10.02.05 / Сливчикова Юлия Владимировна. – М., 2017. – 176 с.
145. Словарь русского языка : В 4-х т. / [Гл. ред. А. П. Евгеньева]. - 2-е изд., испр. и доп. - М. : Рус. яз. Т.1 - 750 с.
146. Словарь русского языка : В 4-х т. / [Гл. ред. А. П. Евгеньева]. - 2-е изд., испр. и доп. - М. : Рус. яз. Т.2 - 750 с.
147. Смирнова, И. С. Сниженная лексика в речах президента Российской Федерации Д.А. Медведева как инструмент его имиджевой стратегии / И. С. Смирнова, Е. В. Ковалевская // Вестник Российского университета дружбы народов. Сер. Политология. – 2011. – № 3. – С. 64–70.
148. Снигирева, А. В. Дмитрий Goblin Пучков: проблема жанровой самоидентификации / А. В. Снигирев // Дергачевские чтения - 2008. Русская литература: национальное развитие и региональные особенности. Проблема жанровых номинаций: материалы IX Междунар. науч. конф. — Екатеринбург: УрФУ, 2009. – Т. 2. – С. 439-442.

149. Соссюр, Ф. де. Курс общей лингвистики / Ф. де Соссюр; под ред. Ш. Балли, А. Сеше.; пер. с фр. А. Сухотина. – Екатеринбург: Изд-во Уральского ун-та, 1999. – 432 с.
150. Степанов, Ю. С. Константы. Словарь русской культуры. Опыт исследования / Ю. С. Степанов. – М.: Школа «Языки русской культуры», 1997. – 824 с.
151. Страшная тайна Дмитрия Медведева [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.apn.ru/publications/article18700.htm> (дата обращения: 17.08.2020).
152. Телия В.Н. Русская фразеология. Семантический, прагматический. И лингвокультурологический. аспекты / В. Н. Телия. - Москва : Шк. "Языки рус. культуры", 1996. - 284 с..
153. Темиргазина, З. К. Современные теории в отечественной и зарубежной лингвистике / З. К. Темиргазина. – 2-е изд., стер. – М.: Флинта, 2015. – 120 с.
154. Тертычный, А. А. Интернет-публицистика: жанровый профиль / А. А. Тертычный // Ученые записки Казанского университета. Сер. Гуманитарные науки. – 2014. – Т. 156. – Вып. 6. – С. 7–16.
155. Толстой Л.Н. Дневник Льва Николаевича Толстого. Том I, 1895 - 1899 / Толстой Л . Л Н. Толстой. - М.: Типография Товарищества И. Д. Сытина, 1990. - 292 с.
156. Труфанова, В. Я. Путь к общению. A Way to Social Interaction / В. Я. Труфанова. – М.: Русский язык, 2001. – С. 58.
157. Уорф, Б. Л. Отношение норм поведения и мышления к языку / Б. Л. Уорф // В сб.: Новое в лингвистике. – М.: Изд-во иностранной литературы, 1960. – Вып. 1. – С. 135–168.
158. Учиров П.С. Специфика языковой личности спичрайтера (на материале официальных выступлений В.В. Путина и Д.А. Медведева)// Коммуникативные исследования. 2015. № 2 (4). С. 96-103.

159. Филлмор, Ч. Фреймы и семантика понимания / Ч. Филлмор // НЗЛ. Вып. 23: Когнитивные аспекты языка. – 1988. – С. 24–25.
160. Фрейд, З. Введение в психоанализ : лекции / З. Фрейд. – СПб. ; М. ; Харьков [и др.] : Питер, 2001, 2006. – 381 с.
161. Чепель, Ю. В. Специфика синонимии в интернет-коммуникации: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19 / Чепель Юлия Владимировна. – Курск, 2009. – 209 с.
162. Чижик А.В. Тенденции вербальной коммуникации и визуального оформления Интернет-СМИ в эпоху Web 2.0 / А.В. Чижик // Медиалингвистика. — № 2. — 2013. — С. 240-243.
163. Шапиро О.А. Конфликты сетевой коммуникации и их преодоление// Ученые записки Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского Философия. Политология. Культурология. Том 1 (67). 2015. № 1. С. 72-79.
164. Шарипов, Ф. В. Психологические основы менеджмента: учебное пособие по дисциплине региональной составляющей специальности «Менеджмент организации» / Ф. В. Шарипов. – М.: Владос-Пресс, 2008. – 293 с.
165. Шахнарович А.М. Лингвистический эксперимент как метод лингвистического и психолингвистического исследования// Вопросы психолингвистики. 2011. № 13. С. 191-195.
166. Шевелёва, И. А. Лингвистические особенности дискурса Интернет СМИ / И. А. Шевелёва // Язык, сознание, коммуникация: сб. статей / отв. ред. В. В. Красных, А. И. Изотов. – М.: МАКС Пресс, 2010. – Вып. 41. – С. 50–54.
167. Ширина, Е. В. Роль эффективной лингвистической коммуникации в управлении компанией / Е. В. Ширина, Г. И. Мясичев // Инженерный вестник Дона. – 2017. – № 4 (47). – С. 121.

168. Angermuller, J. *Poststructuralist Discourse Analysis: Subjectivity in Enunciative Pragmatics* / J. Angermuller. – Basingstoke, UK: Palgrave Macmillan, 2014. – 163 p.
169. Austin, J. L. *How to do things with words* / J. L. Austin. – Oxford: Clarendon Press, 1962. – 168 p.
170. Austin, J. L. *Three Ways of Spilling Ink* / J. L. Austin // *The Philosophical Review*. – 1966. – Vol. 75. – № 4. – P. 427–440.
171. Bartlett, F. C. *Remembering: A Study in Experimental and Social Psychology* / F. C. Bartlett. – Cambridge: Cambridge University Press, 1932.
172. Burr, V. *An introduction to social constructionism* / V. Burr. – London: Routledge, 1995. – 198 p.
173. Burson, K. A. *Skilled or unskilled, but still unaware of it: How perceptions of difficulty drive miscalibration in relative comparisons* / Katherine A. Burson, Richard P. Larrick, Joshua Klayman // *Journal of Personality and Social Psychology*. – 2006. – Vol. 90. – Iss. 1. – P. 60–77. DOI:10.1037/0022-3514.90.1.60.
174. Castells, M. *Communication, Power and Counter-power in the Network Society* / M. Castells // *International Journal of Communication*. – 2007. – № 1. – P. 110, 238–266.
175. Chafe, W. *Discourse, consciousness, and time. The flow and the displacement of conscious experience in speaking and writing* / W. Chafe. – Chicago: University of Chicago Press, 1994. – 392 p.
176. Crystal, David. *The Cambridge Encyclopedia of the English Language* / David Crystal. – Cambridge University Press, 1997. – 119 p.
177. *Dictionary by Merriam-Webster* [Electronic resource]. – URL: <https://www.merriam-webster.com> (accessed: 25.10.2020).
178. Gaibaryan, O. *The Contemporary Linguistic Personality in The Public Infosphere* / O. Gaibaryan, G. Myasishev // *Proceedings of the International Conference on the Theory and Practice of Personality Formation in Modern*

- Society (ICTPPFMS 2018). – Electronic edition. – 2018. – Vol. 198. – P. 14–18. – (Advances in Social Science, Education and Humanities Research).
179. Howarth, D. Discourse Theory and Political Analysis: Identities, Hegemonies and Social Change / D. Howarth, A. Norval, Y. Stavrakis. – USA, Manchester University Press, 2000.
180. Iglesias, P. Multitud y acción colectiva postnacional: un estudio comparado de los desobedientes de Italia a Madrid (2000-2005) [Electronic resource] / P. Iglesias. – Madrid, 2008. – URL: <https://eprints.ucm.es/8458/1/T30518.pdf> (accessed: 20.02.2018).
181. Johnson, M. The Body in Mind: The Bodily Basis of Meaning, Imagination, and Reason / M. Johnson. – Chicago: University of Chicago Press, 1987. – 272 p.
182. Johnston, H. A. Methodology for Frame Analysis: From Discourse to Cognitive Schemata / by eds. H. A. Johnston, B. Klandermans // Social Movements and Culture. – Minneapolis: University of Minnesota Press, 1995. – P. 217–246.
183. Laclau, E. Hegemony and Socialist Strategy: Towards a Radical Democratic Politics / E. Laclau, Ch. Mouffe. – 2nd ed. – Verso Books, 2001.
184. Laura, J. Gurak. Cyberliteracy: Navigating the Internet with Awareness / J. Laura. – New Haven: Yale University Press, 2001.
185. Matveeva, G. G. The role of motivated communicative personality of the student in the conditions of digital economy / G. G. Matveeva [et al.] // DEFIN 2020: Proceedings Papers of the 3rd International Scientific and Practical Conference (St. Petersburg, Russia, March 19–20, 2020). – Saint Petersburg, 2020. – (ACM International Conference Proceeding Series).
186. Rozenberg, I. N. Information Construction and Information Units in the Management of Transport Systems / I. N. Rozenberg // European Journal of Technology and Design. – 2016. – Vol. 12. – Iss. 2. – P. 54–62.

187. Shirina, E. Effective Management Of Construction Company In Terms Of Linguistic Communication / E. Shirina, O. Gaybarian, G. Myasishev // IOP Conference Series: Earth and Environmental Science. – [Institute of Physics Publishing](http://www.iopscience.iop.org/book/978-1-755-01207-7), 2017. – Vol. 90. – P. 012077.
188. Suler, J. The basic psychological features of cyberspace [Electronic resource] / J. Suler // The Psychology of Cyberspace. – 1996. – URL: https://www.academia.edu/3658372/Reflections_on_the_Psychology_and_Social_Science_of_Cyberspace (accessed: 27.12.2020).
189. The Basic Psychological Features of Cyberspace. Elements of a Cyberpsychology Model [Electronic resource]. – URL: <http://www.rider.edu/~suler/psycyber/basicfeat.html> (accessed: 20.08.2009).
190. Tsvetkov, V. Ya. Information Units as the Elements of Complex Models / V. Ya. Tsvetkov // Nanotechnology Research and Practice. – 2014. – Vol. 1. – Iss. 1. – P. 57–64.
191. Wang, Z. J. Indirect Modeling Method by Translating IDEF0 Model into Petri Net Model / Z. J. Wang, Z. X. Cai // Journal of System Simulation. – 2008. – Vol. 20. – Iss. 15. – P. 3915–3919.
192. Zyubina, I. A. Speech Behavior Of Russian And American Young People Of Different Subcultures: Pragmalinguistic Aspect / I. A. Zyubina, A. I. Dzyubenko // Functional Aspects Of Intercultural Communication. Translation and Interpreting Issues. – 2019. – Vol. 6. – С. 365–374.

Словари:

193. Арутюнова, Н. Д. Пропозиция / Н. Д. Арутюнова // Лингвистический энциклопедический словарь / гл. ред. В. Н. Ярцева. – М.: Сов. энциклопедия, 2002. – С. 401.
194. Берлов, В. И. Психологический словарь: реалистическое миропонимание / В. И. Берлов. – Краснодар: Советская Кубань, 2001. – 288 с.
195. Большой словарь компьютерной терминологии М., 2006 – 284 с.

196. Ефимов, Е. А. Словарь социально-политических терминов / Е. А. Ефимов. – Новосибирск: Медиа-пресс, 2009. – 140 с.
197. Ожегов, С.И.; Шведова, Н.Ю. Толковый словарь русского языка. / С.И. Ожегов. - 4-е изд., испр. и доп. - М. : Аз.,2007 - 928 с.
198. Словарь русского языка : В 4-х т. / [Гл. ред. А. П. Евгеньева]. - 2-е изд., испр. и доп. - М. : Рус. яз. Т.1 - 750 с.
199. Словарь русского языка : В 4-х т. / [Гл. ред. А. П. Евгеньева]. - 2-е изд., испр. и доп. - М. : Рус. яз. Т.2 - 750 с.

Список использованных ресурсов:

200. Топовик : [сайт]. – URL: <https://Topovik.com> (дата обращения: 27.12.2020).
201. Skeptimist (Блог Андрея В. Ставицкого). – Текст : электронный // LiveJournal : [сайт]. – URL: <https://skeptimist.livejournal.com/> (дата обращения: 27.12.2020).
202. Отзовик : [сайт]. – URL: <https://otzovik.com/> (дата обращения: 27.12.2020).
203. Дмитрий Медведев : персональная страница на Facebook. – Текст : электронный // Facebook : [сайт]. – URL: <https://ru-ru.facebook.com/Dmitry.Medvedev> (дата обращения: 27.12.2020).
204. Алексей Навальный : персональная страница в Facebook. – Текст : электронный // Facebook : [сайт]. – URL: <https://ru-ru.facebook.com/navalny> (дата обращения: 27.12.2020).
205. Сергей Миронов (Sergey Mironov) : персональная страница в Facebook. – Текст : электронный // Facebook : [сайт]. – URL: <https://ru-ru.facebook.com/mironov.online/> (дата обращения: 27.12.2020).
206. Дмитрий Пучков (Goblin) : канал на YouTube. – Текст : электронный // YouTube : [сайт]. – URL: https://www.youtube.com/channel/UCWnNKC1wrH_NXAXc5bhbFnA (дата обращения: 27.12.2020).

207. Клим Жуков : канал на YouTube. – Текст : электронный // YouTube : [сайт]. – URL: <https://www.youtube.com/channel/UCIyLQ6cL0eWj1jT6oуy148w> (дата обращения: 27.12.2020).
208. Павел Перец : канал на YouTube. – Текст : электронный // YouTube : [сайт]. – URL: <https://www.youtube.com/channel/UC60DK6praEJMSi6EzcKXfXg> (дата обращения: 27.12.2020).
209. Цифровая история. Егор Николаевич Яковлев : канал на YouTube. – Текст : электронный // YouTube : [сайт]. – URL: https://www.youtube.com/playlist?list=PL0Mw9t0wlwCA9ha3Hwb0Y8_vU57bZQ6Vc (дата обращения: 27.12.2020).
210. Захар Прилепин : [блог] – Текст : электронный // LiveJournal : [сайт]. – URL: <https://prilepin.livejournal.com/> (дата обращения: 12.12.2020).
211. Любовь к истории. Блог Бориса Акунина. – Текст : электронный // LiveJournal : [сайт]. – URL: <https://borisakunin.livejournal.com/> (дата обращения: 27.12.2020).
212. D-E-R-W-I-S-H : [блог] – Текст : электронный // LiveJournal : [сайт]. – URL: <https://d-e-r-w-i-s-h.livejournal.com/> (дата обращения: 27.12.2020).
213. Блог думающего человека. – Текст : электронный // LiveJournal : [сайт]. – URL: <https://oksunnyy.livejournal.com/> (дата обращения: 27.12.2020).

Приложения

Приложение 1

Анкета

(К эксперименту в 3.3. Проведение прагмалингвистического эксперимента по выявлению оцениваний блогеров группой добровольцев)

Уважаемый участник опроса! Благодарим Вас за то, что нашли время и приняли участие в нашем исследовании. Просим Вас ознакомиться с текстом на обороте анкеты и ответить на следующие вопросы:

1. Как правило, интересуетесь ли Вы предметом, о котором говорится в тексте? (Варианты ответа: да, нет, раньше не задумывался)
2. Задумывались ли Вы о проблеме, рассматриваемой в тексте? (Варианты ответов: да, нет)
3. Какие ассоциации вызывает у Вас прочитанный текст? (положительные, скорее положительные, чем отрицательные, скорее отрицательные, чем положительные, отрицательные, текст не вызвал никаких ассоциаций)
4. Вам хотелось бы поделиться с автором текста своим мнением о проблеме? (Варианты ответов: да, нет, не знаю)
5. Стали бы Вы писать отзыв к этому тексту, если бы прочли его в сети Интернет? (Варианты ответов: да, нет, не знаю)
6. Какие слова и выражения в тексте вызвали у Вас наиболее сильные положительные или отрицательные ассоциации (Вариант ответа с самостоятельным заполнением граф)

Положительные ассоциации	Отрицательные ассоциации

Благодарим за Ваше внимание!

Режиссёр Юрий Быков написал грустный пост: он сделал фильм, фильм в кинотеатрах провалился. Негласный, но различимый вопрос Быкова: а где мой, наш умный народ? Давайте не будем льстить нашему умному (без иронии) народу. В России читают умные книжки двести тысяч человек. Ну, триста. Ещё триста читают чудовищные книжки, лучше б вообще не умели читать. В России слушают умную музыку триста тысяч человек. Ну, пятьсот. Ещё пятьдесят миллионов слушают такое, чтоб лучше б даже не знаю что. В России смотрят умное кино те же двести, триста, пятьсот тысяч человек. Хорошо, уговорили, миллион. Остальные не смотрят умное кино. Смотрят глупое. Ну и что? У меня в батальоне было две трети плюс-минус таких. И чудесные мужики при этом. И в деревне, где я родился и вырос. И в деревне, где я сейчас живу. Наш огромный и умный народ ничего никому не должен. Если мы хотим, чтоб он умнел, придётся это делать на государственном уровне. Мусор отовсюду выгрести, а подавать народу только качественную выпечку и свежавыжатые соки. Чтоб выбор был только между хорошим, прекрасным и шедевральным. Иначе будут вам вечные «Ёлки», палки и копалки. Не хотите – как хотите. Но главное – не льстить себе. По сравнению с нами советские граждане образца 1975 года – люди иной цивилизации. Они (десятки миллионов!) ходили на фильмы Шукшина и Германа, и – миллионы! – читали Стругацких и Распутина. И стадионами слушали стихи. Которые сейчас тиражом в 500 экземпляров годами продаются. Это наша страна. Она зарабатывает бабло на нашей глупости и пошлости. Но деньги мы всё равно отдаём сами.

Анкета

(К эксперименту в 3.4. Проведение полевого прагмалингвистического эксперимента по выявлению оцениваний блогеров в реалистичной среде Интернет)

Уважаемый участник опроса! Благодарим Вас за то, что нашли время и приняли участие в нашем исследовании. Просим Вас ознакомиться с текстом на обороте анкеты и ответить на следующие вопросы:

1. Как правило, интересуетесь ли Вы предметом, о котором говорится в текстах? (Варианты ответа: да, нет, раньше не задумывался)
2. Задумывались ли Вы о проблемах, рассматриваемой в текстах? (Варианты ответов: да, нет)
3. Какие ассоциации вызывает у Вас прочитанные тексты? (положительные, скорее положительные, чем отрицательные, скорее отрицательные, чем положительные, отрицательные, текст не вызвал никаких ассоциаций)
4. Вам хотелось бы поделиться с авторами текстов своим мнением о проблеме? (Варианты ответов: да, нет, не знаю)
5. Стали бы Вы писать отзыв к этому тексту, если бы прочли его в сети Интернет? (Варианты ответов: да, нет, не знаю)
6. Какой текст из всех (№1,2 или 3) оставил у вас наиболее положительные впечатления? Наиболее отрицательные впечатления? Какой текст не вызвал никаких чувств?
7. Какие слова и выражения в тексте вызвали у Вас наиболее сильные положительные или отрицательные ассоциации (Вариант ответа с самостоятельным заполнением граф)

Положительные ассоциации	Отрицательные ассоциации

Биографии анализируемых блогеров

ФИО в исследовании	Краткая биография
Б.Акунин	<p>Борис Аку́нин (настоящее имя Григóрий Шáлвович Чхартишв́или, груз. გრიგორი შალვას ძე ჩხარტიშვილი; род. 20 мая 1956 года, Зестафони, Грузинская ССР, СССР) — русский писатель, учёный-японист, литературовед, переводчик, общественный деятель, блогер. Также публиковался под литературными псевдонимами Анна Борисова и Анатолий Брусникин.</p> <p>Источник</p> <p>https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%91%D0%BE%D1%80%D0%B8%D1%81_%D0%90%D0%BA%D1%83%D0%BD%D0%B8%D0%BD</p>
Д.А. Медведев	<p>Политический и общественный деятель, блогер. Родился 14 сентября 1965 года в Ленинграде. Был единственным ребёнком в семье, которая жила в районе Купчино, «спальном районе» Ленинграда (ул. Белы Куна, д. 6).</p> <p>Окончил юридический факультет Ленинградского государственного университета имени А. А. Жданова в 1987 году и аспирантуру ЛГУ в 1990 году.</p> <p>В университете Д. А. Медведев вступил в партию, оставался членом КПСС до августа 1991 года.</p> <p>Преподавательская и научная деятельность</p> <p>С 1988 года преподавал гражданское и римское право на юридическом факультете ЛГУ, затем СПбГУ. Тема кандидатской диссертации: «Проблемы реализации гражданской правосубъектности государственного предприятия», кандидат юридических наук (Л., 1990). Один из авторов трёхтомного учебника «Гражданское право» под редакцией А. П. Сергеева и Ю.</p>

К. Толстого, написал для него 4 главы (по государственным и муниципальным предприятиям, кредитным и расчётным обязательствам, транспортному праву, алиментным обязательствам).

С 1990 по 1997 годы — на преподавательской работе в Санкт-Петербургском государственном университете. Одновременно в 1990—1995 годах — советник председателя Ленинградского городского совета народных депутатов Анатолия Собчака, затем эксперт Комитета по внешним связям мэрии Санкт-Петербурга, председателем которого являлся Владимир Путин.

В ноябре 1999 года был назначен заместителем руководителя аппарата правительства Российской Федерации Дмитрия Козака; на работу в Москву его пригласил назначенный председателем правительства Российской Федерации Владимир Путин[21].

В 1999—2000 годах, после ухода Бориса Ельцина с поста президента, — заместитель руководителя администрации президента Российской Федерации; возглавлял предвыборный штаб Владимира Путина; в июне 2000 года, после победы Владимира Путина на президентских выборах, Медведев стал первым заместителем руководителя Администрации президента.

С октября 2003 года по ноябрь 2005 года — руководитель Администрации президента России. 12 ноября 2003 года Медведев был назначен членом Совета безопасности Российской Федерации, в апреле 2004 года получил статус постоянного члена Совета Безопасности России.

С 21 октября 2005 года по 10 июля 2008 года — первый заместитель председателя Совета при президенте России по реализации приоритетных национальных проектов и демографической политике, фактически начал курировать

	<p>приоритетные национальные проекты.</p> <p>14 ноября 2005 года был назначен первым заместителем председателя правительства Российской Федерации (переназначался на эту должность 24 сентября 2007 года).</p> <p>С 13 июля 2006 года по 10 июля 2008 года — председатель президиума Совета по реализации приоритетных национальных проектов.</p> <p>2 марта 2008 года избран на пост президента Российской Федерации. Оставаясь членом Правительства, являлся избранным Президентом Российской Федерации вплоть до официального вступления в должность президента Российской Федерации на инаугурации.</p> <p>Председатель Правительства (2012—2020)</p> <p>Указом Президента России от 16 января 2020 года назначен заместителем председателя Совета Безопасности Российской Федерации</p> <p>Источник: https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9C%D0%B5%D0%B4%D0%B2%D0%B5%D0%B4%D0%B5%D0%B2,%D0%94%D0%BC%D0%B8%D1%82%D1%80%D0%B8%D0%B9_%D0%90%D0%BD%D0%B0%D1%82%D0%BE%D0%BB%D1%8C%D0%B5%D0%B2%D0%B8%D1%87</p>
<p>Д.Ю. Пучков</p>	<p>Дми́трий Ю́рьевич Пучко́в (известный под творческим псевдонимом «старший оперуполномоченный Goblin»; род. 2 августа 1961, Кировоград, УССР, СССР) — российский писатель, публицист, переводчик, блогер и разработчик компьютерных игр.</p> <p>В 2012—2015 годах — член Общественного совета при Министерстве культуры Российской Федерации.</p> <p>Обладатель серебряной (2015) и золотой (2018) кнопок YouTube.</p>

	<p>Лауреат премии «Медиаперсона года» (2017) газеты «Комсомольская правда в Санкт-Петербурге» Лауреат премии «ТОП 50. Самые знаменитые люди Петербурга» (2009) от журнала «Собака.ru» в номинации «Медиа».</p> <p>Источник: https://ru.wikipedia.org/wiki/Пучков,_Дмитрий_Юрьевич</p>
<p>Е.Н. Яковлев</p>	<p>Егор Николаевич Яковлев – российский журналист, блогер, редактор. Специалист по политической истории XIX века. Директор научно-исследовательского фонда «Цифровая история». Автор книг и ряда статей, в т. ч. по истории адвокатуры и политических судебных процессов в России эпохи Александра II. Егор Яковлев учился в школе №544 Санкт-Петербурга, в 1998 году поступил на Библиотечно-информационный факультет Санкт-Петербургского государственного института культуры (СПбГУКИ). В 2003-2005 гг. в Институте по переподготовке и повышению квалификации преподавателей социально-гуманитарных наук – Республиканский гуманитарный институт Санкт-Петербургского государственного университета, аспирант.</p> <p>Источник: https://www.livelib.ru/author/1190500-egor-yakovlev</p>
<p>З. Прилепин</p>	<p>Заха́р Приле́пин (настоящее имя — Евге́ний Никола́евич Приле́пин; род. 7 июля 1975, село Ильинка, Скопинский район, Рязанская область) — российский политический и общественный деятель, писатель, филолог, публицист. Председатель политической партии «ЗА ПРАВДУ» с 30 июля 2020 года. Член Центрального штаба Общероссийского народного фронта. Известен также своей общественно-политической, гуманитарной и военной деятельностью в России и странах «ближнего зарубежья». В ряде разножанровых творческих проектов выступал в качестве продюсера, главного редактора, телеведущего, рок-музыканта,</p>

	<p>рэп-исполнителя и актёра. С октября 2016 года — член Общественного совета при Министерстве культуры Российской Федерации[5]. С декабря 2018 года — заместитель художественного руководителя по литературной части МХАТа им. М. Горького. Источник: https://ru.wikipedia.org/wiki/Прилепин,_Захар</p>
<p>К.А. Жуков</p>	<p>Кли́м Алекса́ндрович Жу́ков (род. 29 марта 1977, Ленинград, СССР) — российский исторический реконструктор, писатель- фантаст, общественный деятель, публицист и видеоблогер. По образованию — историк. Эксперт по средневековому оружию. Научный секретарь семинара военной археологии при Институте истории материальной культуры РАН (2016 год). Руководитель клуба исторической реконструкции «Меченосец». Руководитель всероссийского межклубного объединения исторической реконструкции «Ливонский орден» и соорганизатор всероссийского межклубного объединения исторической реконструкции «Гран Компания», а также сопредседатель Ассоциации средневековых боевых искусств Источник: https://ru.wikipedia.org/wiki/Жуков,_Клим_Александрович</p>
<p>П.Перец</p>	<p>Настоящее имя Павла Перца – Павел Юрьевич Петров. Образование: Лицей традиционной культуры - столяр- краснодеревщик СПбГУТ им. Бонч-Бруевича (окончил 1998) - инженер «Интурист» - гид-переводчик Работал редактором в журналах «Петербург на Невском», «Собака.ру», главным редактором журналов «Я покупаю» (Москва), «Аэропорт-город», «Столицы и усадьбы», газеты Gaudeamus. Создатель подкастов «Перченый Питер», один из создателей проекта ЧПХ.РФ. С марта 2011 возглавляет отдел SMM в интернет-агентстве Realweb.</p>

	<p>Блогер, экскурсовод, общественный деятель</p> <p>Источник: https://www.livelib.ru/author/116340-pavel-perets</p>
<p>С.М. Миронов</p>	<p>Серге́й Миха́йлович Мирóнов (род. 14 февраля 1953, Пушкин, Ленинград, РСФСР, СССР) — российский политик и общественный деятель. Руководитель фракции «Справедливая Россия» в Государственной Думе Федерального Собрания Российской Федерации VII созыва с 5 октября 2016 года. Депутат Государственной думы VI созыва и VII созыва, руководитель фракции партии «Справедливая Россия» в Государственной думе, председатель совета Палаты депутатов партии «Справедливая Россия» — член бюро президиума Центрального совета партии (2011—2013). Ранее — депутат Государственной думы V созыва (2007—2011). Председатель Совета Федерации (2001—2011), депутат Законодательного собрания Санкт-Петербурга (1994—2001). Председатель партии «Справедливая Россия» в 2006—2011 и с 27 октября 2013 года, ранее — председатель Российской партии Жизни. Председатель Наблюдательного совета «Союза десантников России». Президент Федерации спортивного туризма России.</p> <p>Источник: https://ru.wikipedia.org/wiki/Миронов,_Сергей_Михайлович</p>

Перечень сокращений

МСГ	малая синтаксическая группа
СРП	среднеречежанровый показатель
АРП	абсолютный речежанровый показатель
БА	блог Б.Акунина
ДМ	блог Д.А. Медведева
ДП	блог Д.Ю. Пучкова
ЕЯ	блог Е.Н. Яковлева
ЗП	блог З. Прилепина
КЖ	блог К.А. Жукова
ПП	блог П.Переца