

Выходные данные:

Риторика сетевых сообществ: маркеры этики и смысла // Научная школа профессора Т.А. Ладыженской: Материалы научно-практической конференции, посвященной 95-летию со дня рождения ученого (3-4 апреля 2020 года) / отв. ред. Е.Л. Ерохина, З.И. Курцева, Ю.В. Щербинина. – М.: НВИ; Языки Народов Мира, 2020. – С.13-21

**Риторика сетевых сообществ: маркеры этики и смысла
Network community heticoric: markers of ethics and meaning****Аннотация**

В статье представлены способы и средства организации сетевого дискурса при передаче проблемно-ориентированной информации. Рассматриваются приемы самоидентификации личности и приемы адресации.

Оценивается этическая и смысловая оформленность сетевых диалогов; рассматривается реализация требований эффективного общения.

Annotation

The article presents the ways and means of organizing network discourse when transmitting problem-oriented information. Self-identification techniques and addressing techniques are considered.

The ethical and semantic design of network dialogues is evaluated; implementing the requirements of effective communication.

Ключевые слова: повседневная риторика, сетевой дискурс, этикетные маркеры, мемы, коммуникативные стратегии информирования и презентирования

Keywords: everyday rhetoric, withetal discourse, labelmarkers, memes, communicative strategies of information and presentation

Автор

Ф. И. О.: Антонова Любовь Геннадьевна.

Antonova Lyubov Gennadievna

Уч. звание, должность: доктор педагогических наук, профессор кафедры теории и практики коммуникации.

Место работы: ФГБОУ ВО «Ярославский государственный университет им. П.Г. Демидова».

E-mail: antonova_lubov@mail.ru

Телефон: 8 (905)6307043

Адрес: 150049 Ярославль, ул. Ухтомского, д.5, кв.5.

Сетевой дискурс создает новое пространство для коммуникативного взаимодействия, которое, как неоднократно говорилось, «является в настоящее время не просто сферой создания и потребления информационного продукта, но пространством, где происходит

удовлетворение информационных потребностей современной языковой личности, создание определенных жизненных ориентиров и ценностей»[1,11].

Мы имели когда-то многолетний устойчивый научный интерес к личному рукописному дневнику, а потом к живому журналу. Можем с уверенностью заявить, что основное целевое намерение ведущего прежние дневниковые записи – оставить «на карте предметной памяти» «охватившие сердце» события, фиксируя их, рассуждая о них или иронизируя. Автокоммуникация и саморефлексия ушли на второй план в «дневнике наоборот», как называют «живой журнал», и важнейшими стали задачи *информирования о себе в контексте времени*. Вот почему сетевой дискурс активно совмещает информационные и презентационные посылы, решает задачи самоидентификации современной языковой личности. Кроме того, сетевая коммуникационная среда чрезвычайно привлекательна для построения и продвижения *собственного имиджа, своего «интернет-статуса»* [2, 291]. Названные причины актуализации сетевой коммуникации ведут за собой и активные процессы «завоевывания» сетевого пространства через создание ярких, а иногда и скандальных аккаунтов, многие из которых претендуют на поддержку массовой аудитории. Существенной особенностью стало создание в сети прецедента *игрового начала*, причем, часто в угоду «развлекательному дискурсу», который, по мнению В.И. Карасика, «выражен как специализированный тип общения, но может быть компонентом других типов дискурсов» [там же]. Ведущие коммуникативные стратегии этого типа общения – «привлечение внимания, поддержание интриги» или «соблюдение кульминационного развития сюжета и эмпатическое взаимодействие его агентов и клиентов» [там же]. Удивительно, что такое «обесценивание» риторики содержательного плана принимается и в сетевых сообществах «интеллектуалов в возрасте», и в молодежных сетевых объединениях.

Обратимся к конкретным примерам, рассмотрим, как «повседневная риторика сети» *маркируется* в сетевом диалоге.

Пример1. (Орфография и пунктуация источника сохраняется)*.

- Уважаемые блогеры! Группа посвящена городу Ярославлю и региону. Она не для репостинга по другим темам. Непрофильные тематические репосты блокируются, процентов на 99. Но число их не убывает.

Прошу отнестись с пониманием.

Комментарии не фильтруются, но могут быть удалены, если а) оскорбительные, б) очень грубые.

- *Согласен на 100%! Хочу добавить, что приветствуются прежде всего материалы из личных архивов. А если люди находят фото на просторах сети, то они должны сопровождать их исчерпывающими комментариями. Фото без указания места, перечисления людей, изображенных на фото будут удаляться. С уважением ко всем творческим людям!*

Мы можем наблюдать убедительные попытки «договоренности» о *сообразности* и *этической выверенности записи*. Но это же сетевое сообщество несколько дней спустя может допустить иные, с позиции фактуального и этического смысла, высказывания.

Пример 2. (Орфография и пунктуация источника сохраняется).

Новость. Депутат Госдумы от ЯО получил высокий пост в Правительстве РФ

- *Высоко взлетел от браслетиков и буклетиков с ГТО. ... Как там дела с это, борец? -Главное-протиснутся...*

- *Присобачился к кормушке ...*

- *чьё хоть он дитяте? Я до сих пор не знаю? Или внучок?*

-*Интересно, что внутри его головы происходит сейчас? Насколько раздулось эго? Не давит ли на череп изнутри?*

-*Не получил, а купил*

"Высокий пост"?! Фу ты, ну ты. Десятая спица в колеснице. Станет одним из двенадцати (!?) замов у какого-то там руководителя аппарата. Думаю, просто сливают мальчонку.

-*Пр.. е...е, вы х... человеку завидуете, да он прет как танк, и получил высокий пост потому что работает, а не завидует и не сплетничает, как вы е...е гады.*

Мы наблюдаем типичный пример диалога, когда собеседники «опускают приличия» и «ругательная тональность» повседневной риторики берет верх.

* Примеры взяты из сетевого сообщества «Это Ярославль, детка (Типичный Ярославль)» https://www.facebook.com/groups/554753304613944/?multi_permaLinks=2682872361802017%2C2681794271909826¬if_id=1580141212789209¬if_t=group_activity)

Обратим внимание, что в подобного рода диалогах нет *конструктивной оценки*, она не задается коммуникативным намерением пишущих; риторика *самопрезентации* достигается за счет выбора вербальных элементов, которые должны быть «жестче и грубее», чем у предыдущего спикера. Это типичный пример сетевого диалога, когда *скандальная новость* обрастает не менее скандальными комментариями.

Рассмотрим *презентационные новостные примеры*, нейтрального плана информирования.

Пример 3. (Орфография и пунктуация источника сохраняется).

- Хотим напомнить прекрасному городу Ярославлю и его жителям, о том, что у них есть проект реконструкции стадиона Спартаковец, который разработали наше бюро Кремнев ателье совместно с КБ Стрелка.
- И рада бы в рай... да вот пример - Демидовский сквер перед глазами. Половина деревьев экзотических пород дала дуба... музыка не играет, подсветка жива частично.
- Я ничего не скажу за Демидовский сквер, я скажу за сквер на пл. Мира - была подсветка которую разломали за два года. Кто? Хотела бы написать Трамп, да вроде бы не замечен:(Прямо бесят невероятно наши бескультурные сограждане - не в состоянии сам ничего, так чужими руками сделанное не трогай!

Как видим, это *нейтрально-новостной* пост, что очень распространено в повседневной сетевой культуре. Но изначально заложенная в сетевом дискурсе *стратегия активного позиционирования* и *личной оценки* при передаче информации, делает и этот «информационно безобидный» пост основанием для представления тематически близкой, но, как правило, негативной информации, колких комментариев, пародирования, насмешек. Так, в этом примере обиходно-разговорная тональность повествования, которая оформлена конструкциями устного разговорного синтаксиса, дополнена маркерами сетевого фатического общения: *«хотим напомнить»*, *«у них есть»*, *«наше бюро»*. Участники диалога принимают *ролевое коммуникативное поведение*: подражают региональной «одесской стилистике» (*«ничего не скажу за...»*, *«я скажу за...»*); активно пользуются ироническими прецедентами - афоризмами (*«и рада бы в рай... да вот пример»*, *«половина деревьев экзотических пород дала дуба»*); не удерживаются от ерничанья, бытовой оценки (*«Прямо бесят невероятно наши бескультурные сограждане»*); предпринимают ироническое повествование и использование графических элементов письма: смайликов или стикеров (*Кто? Хотела бы написать Трамп, да вроде бы не замечен:()*).

В записях, которые мы анализировали, обращают на себя особое внимание *оценочные или метафорические маркеры – мемы*. О них стоит сказать отдельно в контексте стратегии сетевого диалога: они могут заменять структурно-композиционные части записи и могут быть квалифицированы как особые маркеры этики и смысла. В информации о группах в сети можно найти «ироническое указание»: «У нас используются мемы, не согласованные с Правительством РФ». И это ироническое толкование правовых основ контента, конечно, привлекает подписчиков, как реакция на все «нестандартное». Мем (англ. meme) - единица культурной информации. Мемом, как известно, может считаться любая визуально оформленная идея, символ, манера или образ действия, осознанно передаваемые от автора поста своим подписчикам. Мемы относятся к

символическим визуальным знакам, и можно говорить, что сетевые сообщества с их помощью часто передают важнейшую аксиологическую(ценностную) информацию. Такое маркирование информации и ее подача вызывает не только смех, но и одобрение, так как большинство пользователей считают уместным визуальные шутки на какие-то определенные темы.

И, конечно, не могут не привлечь внимание в сетевом дискурсе **проблемные публикации**, которые имеют свои маркеры риторики, этики и смысла. Остановимся на одной из таких типичных записей, посвященных «знаковым событиям в регионе», имеющим проблемный статус.

Пример 4. (Орфография пунктуация источника сохраняется).

- В Ярославле Эха больше нет
Не могу сказать, что для меня это неожиданность. Я знала, что рано или поздно это произойдет...

- Доигрались...

- Живу с Эхо всё 20 лет его существования и Эхо Ярославля в том числе. Очень-очень грустно и пусто вато будет в эфире

- Такие форматы обречены, если призывают "на вилы". Главный принцип оппозиции должен быть, по моему мнению, образовательный!!!!

-Зачем чиновников ругать? Нужно дать людям информацию о том, как с ними разговаривать, что требовать при встрече на приеме. Учить граждан, что не мы для чиновников, а они для нас ...

- Когда каждый в себе убьет халявщика и раболепу, наберётся смелости и времени и подаст в суд на мэрию за пробитые колеса в ямах города, когда будет каждый знать, что письмо с уведомлением о получении – это главный козырь, когда прокуратура захлебнется письмами и делами.

Как видим, в комментариях мнения подписчиков расходятся. Пользователи невольно создают «дискуссионную площадку», и всегда интересно наблюдать за векторами коммуникативного поведения подписчиков. Отрицательных реактивных реплик не меньше, чем положительных. Причем, критикующих пользователей можно разделить на два вида: *хейтеров*, которые недовольны всегда и всем, и *оппонентов*, которые не согласны с событием или его обстоятельствами и готовы аргументировать свою позицию. Чаще всего в комментариях между подобными группами участников возникает спор. Как показывает риторика сетевой дискуссии, в спорной коммуникации *хейтеры*, чаще всего, переходят на оскорбления, а *оппоненты* – отстаивают свою позицию и часто транслируют ценностные смыслы.

Опыт наблюдения за сетевым дискурсом позволяет сделать первые выводы. Главная привлекательность риторики повседневности –

возможность открыто и непринужденно транслировать свои «мысли в мире», как говорил в свое время М.М. Бахтин. Это сетевая коммуникация имеет уже свои технические приемы и яркие, грамотные маркеры. Но, к сожалению, сетевой дискурс пока не может нас обеспечить качественным смысловым и этически выверенным дискурсом с «мыслями о мире».

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Антонова Л.Г. О новых жанрах в интернет-дискурсе / Л.Г. Антонова // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. – 2018. – № 4. – С. 11-15.
2. Карасик В.И. Языковое проявление личности / В.И. Карасик. Волгоград: Парадигма, 2014.