

**КОНФЛИКТНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ЖАНРОВ ЦИФРОВОЙ
КОММУНИКАЦИИ, ПОСВЯЩЕННОЙ ТЕМЕ КОРОНАВИРУСА:
ЛИНГВОЭКСПЕРТНЫЙ АНАЛИЗ**
**THE CONFLICT CAPACITY OF DIGITAL COMMUNICATION GENRES
RELATED TO CORONAVIRUS ISSUE: A LINGUISTIC EXPERTISE**

Аннотация: Статья посвящена изучению особенностей конфликтного функционирования жанров сетевой коммуникации с позиции лингвистической экспертизы. В работе проведен лингвоэкспертный анализ конфликтных сетевых медиатекстов, посвященных теме коронавирусной инфекции.

Ключевые слова: медиатекст; речевой конфликт; речевое преступление; лингвистическая экспертиза.

Abstract: The article is devoted to the study of the features of the conflict functioning of genres of network communication from the position of linguistic expertise. The paper conducts a linguo-expert analysis of online media texts on the topic of coronavirus infection.

Keywords: media text; speech conflict; speech crime; linguistic expertise.

В настоящее время в России происходит активное развитие и становление лингвоэкспертологии, разрабатываются и совершенствуются методики, алгоритмы экспертного анализа речевого конфликта. В последние годы наблюдается информационный бум в обсуждении коронавирусной инфекции и обязательной вакцинации в социальных сетях, где разгораются речевые конфликты. Появилась необходимость в изучении особенностей реализации конфликтных стратегий в жанрах цифровой коммуникации, посвященной коронавирусу.

В работе мы опирались на методику лингвоэкспертного анализа спорного текста, а также на подходы, предложенные учеными в области лингвоэкспертологии (А. Н. Баранов, Т. Б. Добросклонская, К. И. Бринев, Е. И. Галяшина, Н. Д. Голев, Т. В. Чернышова, В. П. Белянин). Лингвоэкспертный анализ позволяет решать конфликтные ситуации и обеспечивает судебную и правовую сферы. Лингвистическая экспертиза должна обязательно характеризовать объективное содержание текста, подтверждаемое анализом конкретных высказываний. Данный вид анализа текста не допускает вероятностных заключений, суждений, эмоционального выражения мыслей. Формулировки должны быть четкими и аргументированными.

Для исследования были отобраны сетевые тексты, посвященные коронавирусной инфекции и связанные с ее распространением на территории РФ с 2020

года. Мы рассматривали тексты, размещенные в социальной сети «ВКонтакте» (группы: «URA.RU», «СтопКоронавирус.РФ»). Именно эти сообщества имеют большой охват аудитории.

Изучая сетевую коммуникацию и жанры сетевой коммуникации, мы опирались на исследования Ю. О. Баклановой, Ю. Бабаевой, Т. Ж. Бальжаровой, О. Смысловой. К основным особенностям сетевой коммуникации относятся открытость, интегрирование, расширение, масштабность и адаптивность, мобильность. Реализация данных особенностей напрямую связана с языковой грамотностью и высокой культурой речи. Основным инструментом реализации данных особенностей становится словесный текст, который должен соответствовать специфике виртуального пространства и веб-коммуникантов [10].

В работе мы рассматривали жанры сетевой коммуникации: пост, репост, комментарий. Пост – это отдельно взятое сообщение в форуме, социальных сетях или блоге. Репост – это перепечатка, распространение поста в интернете. Комментарий – «...специфический жанр интернет-коммуникации, находящийся на стыке других жанров, так как он, с одной стороны, является продуктом устной речи, с другой стороны – письменной, с третьей – продуктом разнообразных интернет-трендов, задающих особенности и нормы построения текста, дает индивиду определенную свободу в воспроизводстве смыслов» [1].

Сетевой медиатекст, обладающий такими чертами, как мультимедийность, интерактивность, гипертекстуальность в цифровой коммуникации, – это инструмент эффективного воздействия на аудиторию. В условиях распространения коронавирусной инфекции и обязательной вакцинации именно сетевой медиатекст становится наиболее действенным средством привлечения внимания пользователей и управления общественным сознанием, что объясняет высокую степень конфликтности сетевого медиатекста.

Стоит различать два понятия: речевой конфликт и речевое преступление. В. С. Третьякова дает следующее определение речевого конфликта: «Речевой конфликт – это состояние противоборства двух сторон (участников конфликта), в процессе которого каждая из сторон сознательно и активно действует в ущерб противоположной стороне, эксплицируя свои действия вербальными и прагматическими средствами» [9]. Е. С. Кара-Мурза определяет речевое преступление как «...правонарушения, состоящие в том, что совершаются они посредством вербального поведения, путем использования продуктов речевой деятельности, т. е. текстов, распространяемых в средствах массовой информации» [8]. Главное различие между этими двумя понятиями заключается в том, что вследствие речевого преступления происходит нарушение закона и административная или уголовная ответственность.

Е. С. Кара-Мурза выделяет универсальные речевые конфликты.

- 1) универсальные речевые конфликты: диффамация (унижение чести, достоинства и деловой репутации, оскорбление или клевета);
- 2) модифицированные речевые конфликты (оскорбление представителя власти при исполнении служебных обязанностей).

Тема вакцинации от коронавируса может становиться источником разных правонарушений. Для анализа мы отобрали примеры комментариев, которые

оставляли пользователи под постами, размещенными в сообществах «URA.RU» и «СтопКоронавирус.РФ», в социальной сети «ВКонтакте», посвященными коронавирусом и вакцинации.

Диффамационные конфликты связаны с защитой чести, достоинства и деловой репутации. Тема коронавируса провоцирует межличностный конфликт. Приведен пример данного конфликта между несколькими пользователями из официального сообщества «СтопКоронавирус.РФ» [6]. Маркеры речевого конфликта в данном диалоге подчеркнуты. Все слова, высказанные в адрес собеседника, носят негативный характер, коммуникативная цель данных высказываний – оскорбить собеседника. Агрессивное поведение людей может расцениваться как правонарушение с позиции диффамации. Несовпадение точек зрения рождает конфликтную ситуацию, а комментарий можно считать носителем речевого конфликта (рис. 1, 2).

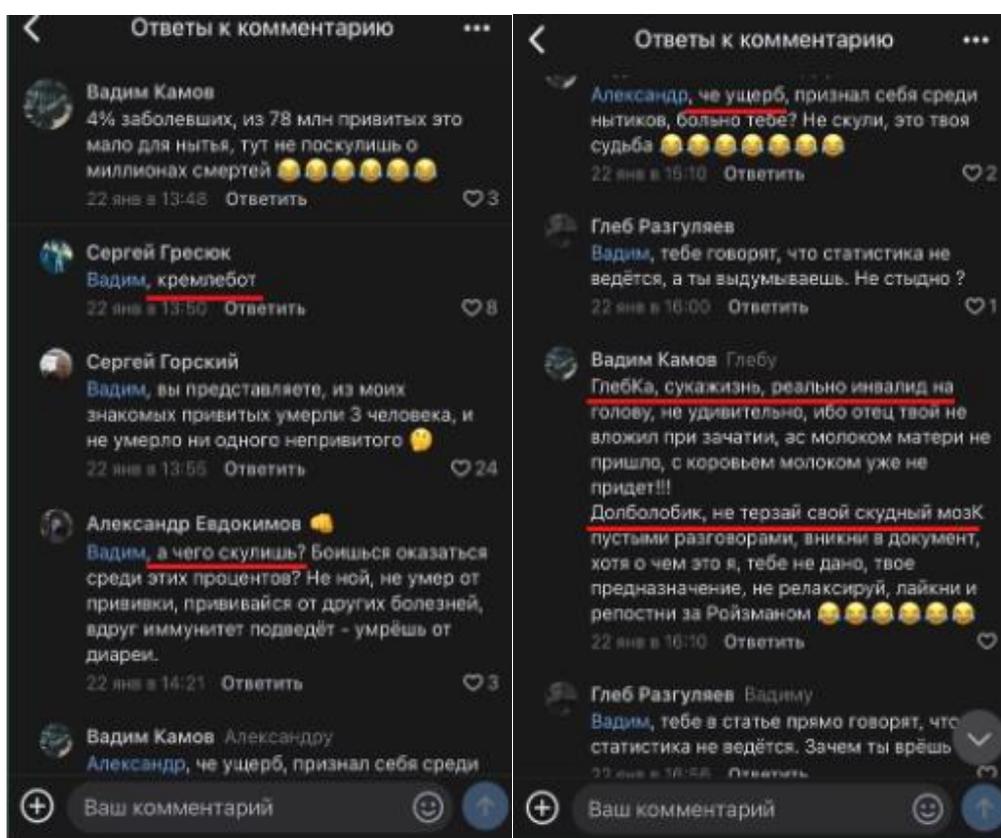


Рис. 1, 2. Примеры диффамационного конфликта

На рис. 3, 4 приведены примеры модифицированного речевого конфликта из сообщества «URA.RU» социальной сети «ВКонтакте» [7]. Маркерами конфликта выступают подчеркнутые слова. Высказывания пользователей могут рассматриваться как призывы к резким действиям по отношению к власти, в них критикуется деятельность правительства, выражается протестное отношение к власти. Все эти слова, выражения, высказанные в адрес власти, имеют яркую негативную эмоциональную окраску.

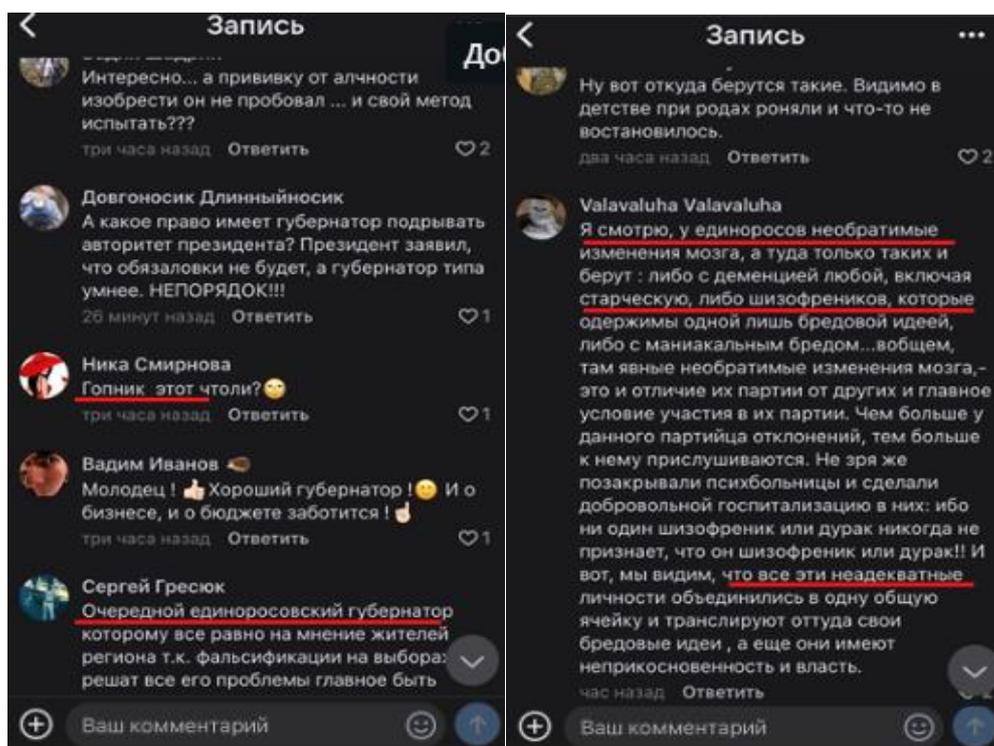


Рис. 3, 4. Примеры модифицированного конфликта

Стоит отметить, что все анализируемые комментарии имеют маркеры речевой агрессии. Чаще всего агрессия выражается в неприличной форме, выраженной инвективой. Можно сделать вывод, что контент сети «ВКонтакте» привлекает наиболее агрессивно настроенных веб-коммуникантов, тексты, размещаемые там, имеют повышенный модус конфликтности.

Объектом нашего лингвоэкспертного анализа стали два креолизованных текста в виде плакатов, они соединяют в себе как вербальные, так и невербальные компоненты на тему вакцинации от коронавируса. Тексты вызвали особый интерес в сети «ВКонтакте» в официальном сообществе «URA.RU» [7].

Первый креолизованный текст (рис. 5) выполнен в стилистике советского плаката с изображением В. Маяковского, что формирует директивный, категоричный характер. Текст построен в форме призыва. Есть четкая форма призыва к действию – вакцинироваться. Использована классическая формула – глагол повелительного наклонения. В вербальном компоненте используется лексема с негативной коннотацией. (Большой толковый словарь дает два значения лексемы «гнида»: 1. Яйцо вши. 2. Бранно. Ничтожный, подлый человек). Данное слово по отношению к пользователям может считаться оскорбительным, так как оно относится к бранной лексике. Использование рифмы («гнида» – «ковида») является элементом привлечения внимания и одним из приемов манипулирования. Обнаруживаются признаки универсального речевого преступления, связанного с оскорблением. Коммуникативная цель данного высказывания – привлечь внимание пользователей к вакцинации от коронавирусной инфекции и спровоцировать конфликтную ситуацию. Важный вопрос связан с соблюдением этических норм в рекламных текстах, обладающих особым воздействующим потенциалом и размещающихся на официальных ресурсах. Следует обратить внимание

на выдержку из статьи закона «О рекламе». Неэтичная реклама (ст. 8) содержит текстовую, зрительную, звуковую информацию, нарушающую общепринятые нормы гуманности и морали путем употребления оскорбительных слов, сравнений, образов в отношении расы, национальности, профессии, социальной категории, возрастной группы, пола, языка, религиозных, философских, политических и иных убеждений физических лиц. Ведь подобные «жесты» хоть и эффективны в плане воздействия на сознание аудитории, но они могут формировать негативное отношение к определенной группе людей, чьи интересы не совпадают с интересами большинства. Кроме того, в плакате, как в социальной рекламе, использование инвективных средств недопустимо, иначе это может восприниматься аудиторией как норма общения. Можно говорить о том, что анализируемое сообщение демонстрирует вызывающее речевое, коммуникативное поведение, противоречащее принятым в обществе нравственным, морально-этическим нормам, выступая в контексте в качестве своеобразного раздражителя. В связи с этим анализируемое сообщение можно расценивать как некорректное и неприемлемое.



Рис. 5. Пример первого креолизованного текста

Второй текст (рис. 6) представляет собой рекламный баннер, опубликованный в сети. Он является вторичным текстом, который участвует в формировании негативного образа. Баннер можно отнести к неэтичной рекламе, т. к. плакат стилизован под ритуальные услуги. «Не вакцинировался – ждем тебя!» Предложение по своей структуре восклицательное. Используются приемы «черного юмора», в данном случае это радикальная мера. Как и в предыдущем примере, сообщение можно расценивать как некорректное и неприемлемое.

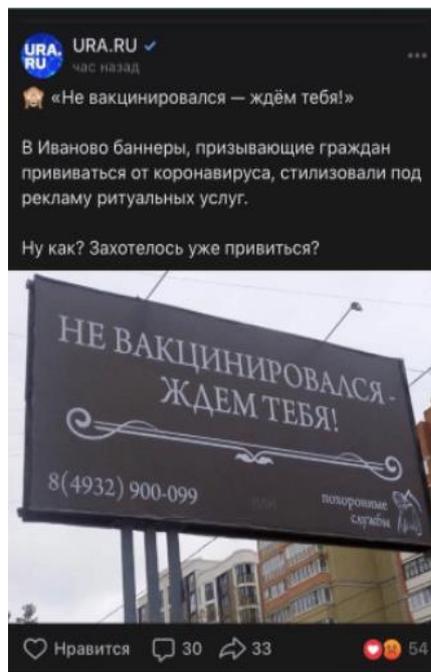


Рис. 6. Пример второго креолизованного текста

Мы сделали вывод, что оба текста носят провокационный характер. Они связаны с конфликтом деления людей на тех, кто за вакцинацию, и тех, кто против. Комментарии под постами говорят о негативной реакции пользователей.

Анализ комментариев в социальной сети «ВКонтакте» позволил нам сделать следующий вывод: коммуникация в социальных сетях априори является более конфликтной, благодаря возможности любому пользователю быть анонимным, использовать псевдонимы.

Сетевой медиатекст, посвященный коронавирусной инфекции, вызывает особый исследовательский интерес. Он легкодоступен массовой аудитории, он воздействует на разные каналы восприятия в силу своей креолизованности, он может создаваться анонимным автором, что зачастую снимает ответственность за написанное или сказанное. Эти факторы определяют конфликтный потенциал медиатекста, функционирующего в социальной сети.

Библиографический список

1. Баранов, А. Н. Лингвистическая экспертиза текста: Теория и практика : учебное пособие / А. Н. Баранов. – 4-е изд., стер. – М. : Флинта : Наука, 2012. – 592 с.
2. Баранов, А. Н. Языковые механизмы вариативной интерпретации действительности как средство воздействия на сознание. Роль языка в средствах массовой коммуникации / А. Н. Баранов, В. В. Паршин. – М., 1986.
3. Бринев, К. И. Теоретическая лингвистика и судебная лингвистическая экспертиза / К. И. Бринев. – Барнаул, 2009. – 252 с.
4. Галяшина, Е. И. Назначение, производство и оценка заключения судебной лингвистической экспертизы : методические рекомендации / Е. И. Галя-

шина ; под ред. М. В. Горбаневского // Цена слова: из практики 92 лингвистических экспертиз текстов СМИ в судебных процессах по защите чести, достоинства и деловой репутации. – М., 2002.

5. Добросклонская, Т. Г. Медиалингвистика: Системный подход к изучению языка СМИ (современная английская медиаречь) : учебное пособие / Т. Г. Добросклонская. – М. : Наука, 2008. – 264 с.

6. Интернет-сообщество «СтопКоронавирус.РФ». – <https://vk.com/stopcoronavirusrf> (дата обращения: 2.04.2022).

7. Интернет-сообщество «URA.RU». – https://vk.com/ura_ru (дата обращения: 2.04.2022).

8. Кара-Мурза, Е. С. Лингвоправовой конфликт как объект исследования в лингвоконфликтологии / Е. С. Кара-Мурза // Юрислингвистика. Лингвоконфликтология и юриспруденция. – 2010. – № 10. – С. 111–120.

9. Третьякова, В. С. Конфликт как феномен языка и речи / В. С. Третьякова // Известия Уральского государственного университета. – 2003. – № 27. – <http://elar.urfu.ru/bitstream/10995/24085/1/iurp2003-27-16.pdf>.

10. Трофимова, Г. Н. Языковое послевкусие интернет-эпохи в России: эффект бумеранга (актуальные процессы в русскоязычной цифровой медиакommunikации) : монография / Г. Н. Трофимова, В. В. Барабаш. – М. : РУДН, 2020. – 273 с. – <https://rusexpert.ru/public/knigi/17.TrofBarabash2020.pdf>.