

Научная статья

УДК 811.161.1'42

doi: 10.47475/1994-2796-2024-490-8-49-58

## БЛОГ КАК ДИАЛОГ

Евгения Наумовна Басовская<sup>1</sup>, Татьяна Александровна Воронцова<sup>2</sup>✉

<sup>1</sup> Российский государственный гуманитарный университет, Москва, Россия, jeni\_ba@mail.ru, 0000-0002-6867-9326

<sup>2</sup> Челябинский государственный университет, Челябинск, Россия, voron500@yandex.ru, 0000-0001-7370-8809

**Аннотация.** Статья посвящена особенностям диалогического взаимодействия между блогером и аудиторией. Исследование проводилось на материале размещенных на платформе Яндекс Дзен в 2023–2024 гг. блогов, которые связаны с профессиональной деятельностью автора: «Говорит старший бортпроводник», «Дневник ресторатора», «Злобный биохимик» и комментарии к ним. Рассматриваются приёмы диалогизации медиатекста, используемые блогером, такие как смоделированные в заголовке поста вопросы от непрофессионалов, этикетные, объяснительные, полемические тактики. Для характеристики описываемой коммуникативной модели существенное значение имеют инструктивные тактики, с помощью которых автор публикации подчеркивает, что адресат-неспециалист выступает в качестве клиента, отдельные аспекты поведения которого должны регулироваться опытным профессионалом. При анализе речевого поведения комментаторов специальное внимание уделяется вопросам, в том числе риторическим, а также тактике самопрезентации, дающей представителю аудитории основания для дискуссии с автором блога, и феномену тотального ёрничества. Отмечается, что исходная коммуникативная модель, предполагающая диалог профессионала с заинтересованным дилетантом, претерпевает в ходе комментирования поста существенные трансформации. Наряду с диалогизированным монологом блогера и отдельными комментариями в статье изучаются собственно диалогические фрагменты макротекста «блог+комментарии», представленного двумя разновидностями: диалог автора с читателем и диалог читателей между собой. Исследователи приходят к выводу о том, что в жанре блога адресант (автор) и адресат (комментатор) ориентированы на активное диалогическое взаимодействие. Данному принципу соответствуют применяемые ими речевые тактики. При этом автор блога строже следует заданной им самим ролевой модели профессионала-дидактика, нежели адресат, в большей степени ориентированный на реальное диалогическое взаимодействие, в котором он позиционирует себя как равноправный участник обсуждения поставленного автором вопроса. Выявленные качества речевого взаимодействия в блоге отражают специфику интернет-общения, характеризующегося отсутствием жестких ролевых позиций и иллюзией коммуникационного равноправия. В статье обозначена перспектива исследования, связанная с анализом функционирования других коммуникативных моделей в традиционных и новых медиа.

**Ключевые слова:** медиатекст, блог, адресант, адресат, коммуникативная модель, диалог, диалогизация

**Для цитирования:** Басовская Е. Н., Воронцова Т. А. Блог как диалог // Вестник Челябинского государственного университета. 2024. № 8 (490). С. 49–58. DOI: 10.47475/1994-2796-2024-490-8-49-58.

Original article

## BLOG AS A DIALOGUE

Evgenia N. Basovskaya<sup>1</sup>, Tatyana A. Vorontsova<sup>2</sup> ✉

<sup>1</sup>Russian State University for the Humanities, Moscow, Russia, jeni\_ba@mail.ru, 0000-0002-6867-9326

<sup>2</sup>Chelyabinsk State University Chelyabinsk, Chelyabinsk, Russia, voron500@yandex.ru, 0000-0001-7370-88091

**Abstract.** The article is devoted to the features of dialogic interaction between blogger and audience. The explorers conducted their study on the material of blogs posted on the Yandex.Zen platform in 2023–2024 that are related to the professional activities of the author: “Senior Flight Attendant Speaks”, “Diary of a Restaurateur,” “Evil Biochemist” – and comments to them. The article discusses some methods of dialogization in media text used by the blogger, such as questions from non-professionals modeled in the title of the post, such as etiquette, explanatory, polemical tactics. Instructive tactics have special significance as a characteristic of the described communication

model. Using them, the author of the publication emphasizes, that the non-specialist addressee acts as a client and an experienced professional must regulate certain aspects of their behavior. When analyzing the speech behavior of commentators, the authors of the article pay special attention to interrogative sentences, including rhetorical ones, as well as to the tactics of self-presentation, which gives the audience member grounds for discussion with the blogger, and the phenomenon of total mockery. They note that the initial communicative model, which involves dialogue between a professional and an interested amateur, undergoes significant transformations in the course of commenting on the post. Along with the blogger's monologue and individual comments, the article studies the actual dialogic snatches presented in two varieties: dialogue between the author and the reader and dialogue between readers. Researchers conclude that in the blog genre, both the addresser (author) and the addressee (commentator) focus on active dialogic interaction. The speech tactics they use correspond to this principle. At the same time, the author of the blog strictly follows his own role model of a professional educator. At the same time, the addressee depends largely on the principles of real dialogic interaction, where they position themselves as an equal participant of the discussion on the questions posed by the author. The identified qualities of verbal interaction in the blog reflect the specifics of Internet communication, characterized by the absence of rigid role positions and the illusion of communication equality. The article outlines a research perspective related to the analysis of the functioning of other communication models in traditional and new media.

**Keywords:** media text, blog, addresser, addressee, communicative model, dialogue, dialogization

**For citation:** Basovskaya EN, Vorontsova TA. Blog as a dialogue. *Bulletin of Chelyabinsk State University*. 2024;(8(490): 49-58. (In Russ). DOI: 10.47475/1994-2796-2024-490-8-49-587.

## Введение

### Постановка проблемы

Жанр блога активно изучается в лингвистике в самых разных аспектах и на различном материале [1, 2, 3, 6, 11, 12, 13 и мн. др.].

Большинство исследователей обращает внимание на коммуникативную специфику блога [3, 8, 9, 13, 16 и др.]. При этом его диалогическая составляющая рассматривается преимущественно как взаимодействие на уровне текстов (пост — акция, комментарии — реакция). Как отмечает Т. Н. Колокольцева, блоги «представляют собой структурно-семантическое единство поста (исходного сообщения) и связанного с ним комментарийного блока. Пост и комментарии к нему вступают между собой в диалогическое взаимодействие» [8, с. 201]. Между тем, дискурсивное пространство блогосферы, как известно, включает в себя самые разные тексты как по тематике, так и по основным коммуникативным параметрам (тип адресанта, тип адресата, интенция, коммуникативный код и т. п.). Это позволяет говорить о том, что взаимодействие адресанта (автора блога) и адресата (авторов комментариев) может происходить в соответствии с разными коммуникативными моделями.

С этой точки зрения интерес представляют блоги, связанные с профессиональной деятельностью автора. Эти тексты носят экспертный характер, поскольку «в таком случае автором является специалист в узкой тематической области [1, с. 19], который публично предоставляет «уникально специальную (соответствующую результатам профессиональной деятельности)...»

информацию [16, с. 111]. У адресата интерес к такого рода блогам может быть обусловлен двумя причинами: во-первых, это возможность увидеть ту или иную профессиональную деятельность «изнутри»; во-вторых, получить по запросу интересующую его информацию непосредственно от специалиста.

Для данного типа блогов характерна коммуникативная модель взаимодействия между адресантом и адресатом, которую И. А. Стернин назвал вертикальным равновесием [17, с. 70–71], т.к. по отношению к предмету речи — профессиональному знанию — адресант и адресат находятся в неравной позиции: автор блога (адресант) выступает как специалист, а читатель и, соответственно, комментатор (адресат) — как неспециалист. Данная модель в значительной степени определяет коммуникативные стратегии, тактики и приемы их реализации и в авторском тексте, и в тексте комментариев. Коллеги автора, т. е. специалисты, тоже иногда оставляют комментарии, и тогда разрушение модели становится своего рода коммуникативной доминантой и определяет особый набор речевых ходов.

**Цель данного исследования** — выявить специфику непосредственного взаимодействия на оси «адресант — адресат» в блогах профессиональной направленности и комментариях к ним.

### Материалы и методы исследования

Материалом исследования послужили тексты блогов и комментариев к ним, размещённые на платформе Яндекс Дзен в 2023–2024 гг. Критерием отбора материала являлся фактор

адресанта: в качестве эмпирического материала были выбраны блоги (каналы), которые связаны с профессиональной деятельностью автора: «Говорит старший бортпроводник», «Дневник ресторатора», «Злобный биохимик». Несмотря на то, что отдельные посты в блоге могут быть посвящены самым разным проблемам, волнующим автора, основной корпус текстов каждого из каналов составляют тексты профессиональной направленности. В соответствии с поставленной целью нами исследовались только тексты, связанные с профессиональной деятельностью автора и, соответственно, комментарии к этим текстам. Так, в блоге «Говорит старший бортпроводник» таких текстов 132, в блоге «Дневник ресторатора» — 264, в блоге «Злобный биохимик» — 207.

В авторских текстах рассматриваются высказывания, непосредственно обращенные к адресату, в блоке комментариев — тексты, адресованные как непосредственно автору, так и другим комментаторам.

**Методы исследования:** коммуникативно-прагматический и стилистический анализ текста.

### Результаты исследования и их обсуждение

#### Анализ речевого поведения автора блога

Профессиональная направленность блога отражена в его названии и презентационной части:

*Говорит старший бортпроводник: Пару слов про авиацию, небо и погоду, психологию пассажиров, жизнь в самолёте в общих чертах<sup>1</sup>.*

*Дневник ресторатора: Канал основателя ресторанов «Мясо&Рыба» Сергея Миронова. Мифы ресторанного бизнеса, истории из жизни предпринимателя и многое другое.*

*Злобный биохимик: Надоело биологическое, химическое и медицинское мракобесие в интернете? Антипрививочники, гомеопаты, медицинские альтернативщики попадают на каждом шагу? Тогда вам сюда. Этот канал — островок адекватности и вменяемости.*

Ориентация на адресата-неспециалиста реализуется уже на этапе заголовков статей (постов), которые представляют собой реальные или гипотетические вопросы адресата к автору как специалисту в соответствующей профессиональной области: *Почему Россию считают самой пьющей страной. Стереотипы? Возможности людей не платить за блюдо. Когда это возможно? За-*

*стольные приметы. Какие они? («Дневник ресторатора»). Ампула бортпроводников. Кто что делает на борту?; Кресло пассажира. Что на нём есть? («Говорит старший бортпроводник»). Депрессия. Что с ней делать? Почему комар жужжит над ухом? Зачем он подлетает к лицу? («Злобный биохимик»).*

При взаимодействии с адресатом (читателем) все авторы в той или иной форме используют **этикетные тактики** (приветствие, прощание, благодарность и т. п.). Начало и конец коммуникации оформляется посредством этикетной рамки, которая «организует общение, задаёт и проявляет характер взаимоотношений между коммуникантами, способствует успешному установлению и размыканию контакта» [18, с. 6].

Сигналом начала коммуникации может быть приветствие или обращение: *Друзья! Сегодня продолжим знакомство с новинками меню наших ресторанов «Мясо&Рыба» («Дневник ресторатора»); Всем привет! («Злобный биохимик»).* Автор блога «Говорит старший бортпроводник» в качестве приветствия использует инициальную реплику профессионального стандарта коммуникации, которая акцентирует экспертный характер блога, определяя тем самым отношения с читателем по модели *специалист–неспециалист: Дамы и господа, говорит старший бортпроводник!* Завершение коммуникации может быть маркировано в блогах как использованием этикетных тактик (благодарность и пожелание), так и при помощи апеллятивных тактик с прагматической интенцией увеличить число подписчиков. Ср.: *Благодарю вас за внимание и подписку, количество читателей уже перевалило за 6 тысяч, скоро, видимо, будем отмечать юбилей на канале. Промокод продолжает работать, не стесняйтесь, называйте, кофе получайте. И всё будет хорошо!* («Говорит старший бортпроводник»); *Подписывайтесь, делайте репосты, рассказывайте всем про «Злобный Биохимикум»...* («Злобный биохимик»).

**Вопросно-ответные тактики** являются самым распространенным способом ведения условного диалога с читателем. Чаще всего блогеры используют прием объективизации — вопрос, на который автор отвечает сам. При этом вопросная часть представляет собой либо реальный, либо гипотетический вопрос от адресата: *Кто же обслуживает пассажиров? Все. Каждый член экипажа. Почему двери передние и задние, вроде бы две, а номера с цифрой 3? Потому что есть аварийные люки, они считаются*

<sup>1</sup> Здесь и далее авторская орфография и пунктуация сохранены.

как вторая дверь. («Говорит старший бортпроводник»). Приём объективизации может иногда реализоваться как ответ на предполагаемый (невербализованный) вопрос: *То самое устройство, по которому я звоню в хвост, командиру, либо разговариваю с пассажирами. (?) И нет, набрать номер не получится. Только фиксированные сценарии использования* (пропущен предполагаемый вопрос, *можно ли пассажиру набрать номер*).

Запрос адресата на информацию может быть представлен в виде серии гипотетических вопросов от собеседника-неспециалиста (приём дубитации). Как правило, этот приём выполняет функцию зачина, обозначая тему статьи (поста) и может выступать как своего рода план дальнейшего повествования: *А как, интересно, проходит этот день в других странах? Неужели также громко и весело?* («Дневник ресторатора»). *Вы летали, наверняка, не раз. И сто процентов задавались вопросами: а зачем снимать наушники? Зачем открывать шторку на иллюминаторе? Почему надо телефоны выключать?* («Говорит старший бортпроводник»).

Как известно, вопросно-ответные приёмы диалогизации могут реализовывать **полемические тактики**, например, тактику опровержения. Одним из наиболее известных приёмов, имитирующих полемику в монологическом тексте, является гипофора — риторическая фигура, в которой приводят высказывание оппонента, а затем её опровергают. В анализируемых текстах адресант опровергаемой реплики, как правило, не конкретизирован, что позволяет представить ошибочную с точки зрения автора позицию как распространённую в непрофессиональной среде. Такой подход позволяет имплицитно акцентировать экспертный статус автора в соответствии с указанной коммуникативной моделью. Реплика оппонента может быть представлена в разных речевых формах: 1) как безапелляционное утверждение: *Из-за того, что самолет герметичный, там проще заразиться респираторным заболеванием.* («Говорит старший бортпроводник») (1); 2) как серия экспрессивных риторических вопросов, имплицитно отражающих позицию предполагаемого собеседника: *Что? Безалкогольное вино? Да ладно? Зачем?* (утверждение: *безалкогольное вино не нужно*) («Дневник ресторатора») (2); 3) как возможная реплика оппонента в эмоциональном устном разговорном диалоге: *Ой, да знаем мы, какие там врачи по ОМС! Коновалы! Только в крутейшем медцентре, где даже*

*вход стоит месячную зарплату, нормальные врачи!* (утверждение: *в платных медицинских центрах врачи лучше, чем в государственных медучреждениях*) (3) («Злобный биохимик»). Обратим внимание на то, что, представляя позицию оппонента, автор не приводит возможную аргументацию в защиту данной позиции, для того чтобы его собственная точка зрения выглядела более убедительной и единственно правильной. В реплике-опровержении может присутствовать стилистически нейтральная или эмоционально-окрашенная негативная оценка истинности высказывания оппонента (*миф, чушь* и др.) и аргументация собственной точки зрения: **Миф.** *Самолёт, пусть и герметичный, но воздух туда поступает с улицы и сбрасывается снова на улицу, даже на высоте (1); Это, вообще говоря, чушь. Всё логично: клинической практики у врачей, работающих в системе ОМС, зачастую намного больше (3).* В примере (2) аргументация дана как ответ на прямой вопрос, несмотря на то, что позиция оппонента была представлена как серия риторических: *За тем же, зачем и безалкогольное пиво. Хочется поддержать компанию, просто почувствовать вкус вина. Вам надо потом за руль? Ради Бога!* (ответ на риторический вопрос как на прямой).

Для репрезентации сложной или неизвестной для адресата информации автор использует **тактику объяснения**, которая репрезентируется при помощи соответствующих прагматических клише: *объясню, расскажу, давайте разберемся* и т. п. Ср.: *Исходя из опыта сейчас объясню вам, какие блюда, на мой взгляд, должны быть в меню ресторана.* («Дневник ресторатора»). *...В самолетах мы работаем не по одному, и у каждого есть своя зона ответственности на борту, вот и давайте расскажу, что и как распределяется.* («Говорит старший бортпроводник»).

Поскольку адресат-неспециалист в рассматриваемых видах профессиональной деятельности выступает в качестве клиента (в широком смысле), адресант-специалист может регулировать отдельные аспекты поведения адресата в данной сфере деятельности, используя **инструктивные тактики**. Инструктивные тактики представлены в данных блогах несколькими типами высказываний. Так, это может быть моделирование гипотетической ситуации с участием адресата. В этом случае сначала следует описание ситуации с использованием местоимения *вы* (*вас не пускают...; вы сели в кресло*), затем инструкция, которая носит характер рекомендации или совета:

Что делать, если **вас** не пускают в ресторан или кафе, не объясняя основания отказа? Не представляют соответствующего пункта внутренних правил, где эти причины прописаны? Всё очень просто: **вызывайте** полицию, **пишите** в прокуратуру и Роспотребнадзор. Есть стопроцентная возможность выиграть эту войну, которую начали, прошу заметить, не вы. («Дневник ресторатора»); Сели **вы** в кресло, подлокотники выглядят совершенно иначе, а столика в спинке впереди стоящего кресла нет. Тогда в самом подлокотнике этот столик и надо искать. **Открываем крышку, тянем и раскладываем** столик. («Говорит старший бортпроводник»). Инструктивная тактика может быть реализована также как жесткий императив (приказ): *Сотню раз говорил, скажу ещё. Никаких сумочек, клатчей, портфельчиков и пакетиков на рядах с аварийными выходами. Даже думать забудьте.* («Говорит старший бортпроводник»); *Для жадных до ваших денег паразитогонщиков удобнее всего гнать воображаемых паразитов... Не ведитесь на их враньё...* («Злобный биохимик»). К императивной форме авторы, как правило, прибегают тогда, когда речь идет об опасных для читателя ситуациях, которые он может создать сам. Кроме того, инструктивная тактика может быть представлена как «антиинструкция» — ироническое предписание как не надо делать: *Карман довольно большой, поэтому, пожалуйста, не забудьте сложить туда ваши ценные вещи: паспорт, деньги, телефон, а при выходе из самолета их необходимо там забыть.* («Говорит старший бортпроводник»).

Таким образом, диалогические тактики, используемые автором блога в высказываниях, адресованных непосредственно читателю, акцентируют статус автора как эксперта (специалиста) в соответствии в указанной выше коммуникативной моделию.

### **Анализ речевого поведения комментатора**

Все три рассматриваемых Дзен-канала активно комментируются читателями. В большей части случаев вторая сторона этого заочного диалога встраивается в заданную блогером схему. Иногда комментатор даже эксплицирует свою роль: *Я, конечно, не специалист; Я невежда во врачебном деле* и т. п. Но значительно чаще читатель поддерживает предложенный ему тип взаимоотношений, отмечая профессионализм и компетентность автора. Это делается преимущественно в рамках двух речевых ходов — благодарности и постановки вопроса.

**Тактика благодарности** в целом традиционна: подписчик использует стандартные этикетные формулы, иногда уточняя, за что именно признателен. Прежде всего к заслугам автора относят понравившиеся адресату интернет-публикации: **Очень, очень интересно!; Класс, столько интересного вы рассказываете!!!; Спасибо, было интересно!; Спасибо, очень интересно. Серьёзный подход; Умница!** Ну, не все же читатели медики. **А тут просто и доступно; Спасибо за информацию; Спасибо, рассмешили; Спасибо, успокоили** и т. д. Несколько реже благодарят за профессиональную деятельность: **Спасибо вам за ваш труд! Спасибо за Вашу работу!** К автору блога «Говорит старший бортпроводник» читатель обращается с таким, например, заявлением: *Летала недавно в Анталию с «Азур». Вас и Ваши статьи вспоминала. Хотелось бы с Вами полетать.* Автору же «Дневника ресторатора» сообщают о позитивных впечатлениях от посещения его заведения или использования рецепта: **У Вас безупречные хостес. Спасибо; Это шедевр, а не салат.** Иногда словесное выражение благодарности дополняется эмоджи — стандартным средством эмоционально-фамильярной интернет-коммуникации [14, с. 150]: 😊; 👉😊; 😊😊😊 и т. п. С помощью смайлов обеспечивается интимизация диалога с человеком, с которым читатель незнаком лично, но чувствует психологическую близость.

Тактика **вопроса от дилетанта** предполагает апелляцию к знаниям и опыту автора. Вопросы можно условно подразделить на два вида. К первому относятся общие вопросы, касающиеся профессиональной сферы и жизни блогера в целом: *А бортпроводники всегда чередуются или работают командой? А если друг друга недолюбливают, ставят их в один рейс?; Интересно, какие у Вас десерты?; Вы книги не пробовали писать?* Вопросы такого рода встречаются нечасто, что вполне закономерно: поскольку стимулом для комментария является конкретный материал, читатели настроены на обсуждение не всей отраслевой проблематики, а отдельных сюжетов.

Ко второму виду, представленному значительно шире, принадлежат уточняющие вопросы и просьбы, непосредственно связанные с текстом публикации: *В Питере подскажите куда сходить на чебуреки?* («Дневник ресторатора», статья о чебуреках); *Паническая атака и тревожность как-то связаны?* («Злобный биохимик», статья о панических атаках); *Очень вас прошу опишите механизм работы антигистаминных*

препаратов («Злобный биохимик»), статья о приеме антигистаминных препаратов во время ОРВ); *Как похудеть, если вес пришёл во время приёма пароксетина?* («Злобный биохимик», статья об интервальном голодании). Такие вопросы могут предваряться цитатой из размещённого выше текста: *«В случае, если вылет из заграничного аэропорта, там медконтроля для экипажей нет». А если бортпроводник накануне «подрался» с «змием», и от него разит перегаром? Откуда возьмут резерв? Или все-таки работает до прибытия, а «разбор полетов» уже дома?* («Говорит старший бортпроводник»). Этот приём способствует последующему восприятию читателями публикации в блоге и комментариев как единого диалогического макротекста.

Если вопросы, предполагающие ответ, задаются в рамках гармоничной коммуникативной стратегии, то **риторические вопросы** преобладают в комментариях, отражающих конфронтационную стратегию — принцип противостояния читателя автору блога: *А почему не планёрка, а какое-то чуждое слово-брифинг?* («Говорит старший бортпроводник», статья о предполетном брифинге); *Какая разница, где люди знакомятся?* («Дневник ресторатора», статья о том, как хостес выходят замуж за гостей ресторана); *Солянку променять на это хручево?* («Дневник ресторатора», статья о супе «Том ям»); *Ну а без подстёгивания иммунного ответа нельзя?* («Злобный биохимик», статья о прививках).

Установка на конфронтацию максимально характерна для комментариев, ломающих исходную схему «профессионал — дилетант». Их авторы используют **тактику самопрезентации**, заявляя о том, что тоже входят в профессиональное сообщество, являются специалистами в той области, которую представляет блогер, имеют большой опыт работы и основательные знания по обсуждаемой проблеме: *Двадцать лет отлетал. В должности бригадира десять. АФЛ 1996–2016; Удачи, СБЭ. Бывший коллега, ныне ведущий инженер ДПЛГ* («Говорит старший бортпроводник»); *Я не гомеопат, но я в своей практике наблюдал действие некоторых гомеопатических лекарственных средств* («Злобный биохимик»). Интересно, что комментаторы-коллеги не характерны для блога «Дневник ресторатора», вызывающего интерес главным образом у посетителей, а не владельцев и сотрудников заведений общепита (редкое исключение — указание на собственную принадлежность к разряду кулинарных блогеров: *Я сегодня приготовил крошку с селедкой*

*для своего канала*). Однако нарушение принципа «профессионал — дилетант» происходит и здесь, просто автору канала противостоит не коллега, а постоянный посетитель ресторанов, полагающий, что глубоко знает данную индустрию.

Комментаторы-«конкуренты» склонны делать автору блога замечания, поправлять его — иногда в корректной, а иногда и в резкой, неуважительной форме: *Уважаемый СБЭ, крыло у самолёта одно (если это не биплан или, прости господи, триплан конечно). Есть две плоскости крыла, стыдно авиатору не знать подобные вещи. P.S. Мне кажется, что Вы пишете сами для себя и никак не реагируете на комментарии, кроме хвalebных разумеется* («Говорит старший бортпроводник»); *Написанное Вами — правда, но это не вся правда. Даже у нас в средней полосе обитают кровососущие комары нескольких родов — Aedes, Culex, Anopheles... У них могут быть разные стратегии пищевого поведения и разные степени использования имеющихся датчиков* («Злобный биохимик»); *Да это все басни. За 44 года жизни в ресторанах, ни разу не встречалось. Даже в простые советские времена. А басня и в те годы была* («Дневник ресторатора»), статья о том, что посетители нередко выпивают воду для мытья рук); *С хорошей рыбы снимать кожу?! Вы наверно не ели хорошую рыбу* («Дневник ресторатора»).

Конфронтационная стратегия может использоваться и без отсылок к опыту и знаниям читателя. Одно из распространенных амплуа сегодняшней интернет-коммуникации — комментатор-скептик, саркастически оценивающий публикации, но не делающий замечаний по существу вопроса. Тотальное **ёрничество** (стеб), отмеченное В. Г. Костомаровым и Е. А. Земской в качестве одного из трендов в медиасфере 1990-х [10, с. 38, 53; 7, с. 23], сохраняется и сегодня, превратившись из формы противостояния «деревянному» советскому языку в своего рода ментально-речевое клише [19].

В комментариях ёрничество имеет отчетливо конфликтный характер, когда оно направлено на личность, идеи или стиль автора блога: *«В случае внезапной остановки именно это спасет вас от травмы». Это шутка юмора такая, я поняла. Внезапная остановка в полёте — это когда в скалу в тумане влетели, тут ремень, боюсь, не поможет* («Говорит старший бортпроводник», статья о правилах поведения на борту самолёта); *Видимо, какая-то «моська» больно кого-то цапнула!))* («Дневник ресторатора», статья о ре-

сторанных критиках, которых автор сравнивает с москвой, лающей на слона); *О! Пойду поем! Слыхала, голод успешно лечат пиццей!*) («Злобный биохимик»), статья «Едой болезни не лечат! Лечат лекарствами»). Показательно, что комментаторы активно используют графические значки, указывающие на юмористический характер замечаний (некий аналог закадрового смеха на телевидении). Это может объясняться намерением застраховаться от удаления комментария в том случае, если он будет сочтен оскорбительным.

Не менее широко представлено и ёрничество, обращенное против явлений, о которых критически отзывается сам автор поста: *Повезло тому алконавту, что он летел уже домой. А то бы он впал в кому теперь уже от счёта, который бы ему выставила турецкая больница (насколько я знаю, состояния, вызванные алкогольным или наркотическим опьянением не покрываются трэвел-страховкой)! («Говорит старший бортпроводник»), статья о пьяных авиапассажирах); *Да всё просто. Дать «гурману» фартук и колпак и оправить на кухню. Пусть готовит себе сам! 😊 («Дневник ресторатора»), статья о капризах посетителей); Обучение в этой школе должно оплачиваться водой с памятью денежных купюр («Злобный биохимик»), статья о мошеннической школе гомеопатии). В подобных случаях ирония и сарказм используются как средство солидаризации с блогером.**

Есть, наконец, и многочисленные примеры «чистого ёрничества», когда комментатор демонстрирует остроумие, как будто забыв о проблемах, затронутых в статье и просто формально отгалкиваясь от её тематики: *Удивительный этот документ пилотское... На водителемском есть фото владельца, речные права, удостоверение железнодорожника... А тут у всех фото одного владельца- Жуковского!! И ведь в ФАП-128 в разделе свидетельства членов экипажа нигде про паспорт ни слова. Так что только Жуковский у нас имеет право летать 😭😭 («Говорит старший бортпроводник»); Ёпрст... Только хотел критикнуть, что в названии стейка ошибка. Правильно — РУбай, а не какой-то непонятный — РИбай. Примеры: «Пошёл рУбать», «ПорУбал от пуза»... Где здесь наблюдается РИбай? («Дневник ресторатора»); А человечки с шоколадными головками вкусные? («Злобный биохимик»), статья проиллюстрирована фотографией пластмассовых фигурок, у некоторых из которых волосы цвета шоколада). В отличие от двух предыдущих вариантов, подобные шуточные высказывания практически не участвуют в диалогизации макротекста, вклю-*

чающего в себя пост и комментарии. Однако их можно рассматривать в качестве строевых элементов «макро-макро-текста» современных медиа, поскольку они вносят определённый вклад в формирование его общей саркастической тональности.

Присутствует в макротексте «блог + комментарий» и **собственно диалог**, имеющий две основные формы.

1. Комментатор задает вопрос или делает замечание, а **блогер отвечает** на эту реплику. Такое взаимодействие, как и сами комментарии, может соответствовать принципам как гармоничной, так и конфронтационной коммуникации: — *Ой, мой любимый «бычок» на фото, RA-67158! Тут старое фото, видимо, ещё с другим бортовым. — Да, фотки не самые свежие, просто для понимания о каком ВС идёт речь); — Злобный биохимик, вы удивительные душевный и культурый автор, а сколько ему платят за такие явно заказные статейки? — Это ж надо — в одном комментарии и сразу столько ошибок. Понятно, что антиваксерство даром не проходит, интеллект страдает...*

Показательно, что все блогеры, чьи каналы были проанализированы, часто игнорируют добросовестные конкретные вопросы читателей, но живо реагируют на словесные провокации (троллинг) и вступают в конфликтный диалог (флейминг), который характеризуется «установкой коммуникантов на конфликтное общение, не имеющее прагматической цели» [5, с. 115]. Вероятно, в коммуникативной ситуации «блогер — комментатор» о долгосрочной прагматической перспективе говорить все-таки можно: перебранка, как и любая другая форма публичного конфликта, привлекает внимание [15], а следовательно, способствует расширению аудитории канала.

2. **Диалог** возникает **между комментаторами**, причем может иметь несколько уровней, что формирует дискурсивную глубину материала [4]:

*Клара Росс. Интересно, способна ли женщина создать нечто принципиально новое?*

*Raju Suuret. Клара Росс, актриса Хеди Ламарр придумала Wi-fi... А Джозефина Кокрейн создала первую посудомоечную машину. ну и т. д.*

*yepestis. Клара Росс, человек в принципе не способен придумать или создать что-то абсолютно новое, чего раньше не было. От пола это не зависит.*

*Келаврик. yepestis, Спорный тезис. Абсолютно новое очень даже можно создать. Притом абсолютно бессмысленное новое.*

Последним в типологии комментариев следует упомянуть высказывание, выдержанное в манере «немного о себе». Как и упоминавшиеся выше «шутки ради шутки», подобные реплики слабо связаны с основным текстом. Они содержат воспоминания или автохарактеристики читателей, использующих комментаторскую ленту как страницы личного дневника: *Я не езжу в отпуск летом. Не люблю жару и огромные толпы людей в аэропортах и на вокзалах* («Говорит старший бортпроводник»); *Терпеть не могу икру. вот она лопается, эта икринка и из нее сок противный выливается. фуу и бее. даром не нужна, ни красная, ни черная. ем тока кабачковую. хотя в семье любят все красную, кроме меня* («Дневник ресторатора»); *Из-за жары на улице и в комнате моё всегда открыто. И вот эти два дня я игнорировала этот факт и теперь не могу нормально уснуть из-за кашля. В городе дышать нечем* («Злобный биохимик»). Однако внешняя антидиалогичность таких реплик не означает их абсолютной нерелевантности для интернет-общения. Напротив, они компенсируют некоторую объективную ущербность диалога в медиа, в котором роли участников несимметричны, и порождают у аудитории иллюзию коммуникативного равноправия, которое может оказаться одним из важнейших оснований для читательской лояльности по отношению к тому или иному интернет-каналу.

### Заключение

Анализ текстов блогов, связанных с профессиональной деятельностью автора, и комментариев

к ним показал, что и адресант (автор блога) и адресат (комментатор) ориентированы на активное диалогическое взаимодействие. Несмотря на специфику интернет-коммуникации (дистантность, асинхронность, неопределённость адресации и др.), речевые тактики, реализующие речевое поведение автора блога, полностью соответствуют коммуникативной модели диалогического взаимодействия «специалист — неспециалист» (полемиические, инструктивные, объяснительные и др. тактики). Это можно объяснить тем, что автор выступает в качестве инициатора общения (адресанта), а текст поста выполняет функцию реплики-акции в диалогическом взаимодействии с адресатом (читателем, комментатором). Речевое поведение комментаторов может как строиться в соответствии с предложенной моделью (тактики благодарности, вопросы к специалисту и др.), так и выходить за рамки данной модели (тактика самопрезентации, опровержение профессиональной информации, диалог с другими комментаторами и пр.). Следовательно, комментаторский текст в целом, если рассматривать его как реплику-реакцию, с одной стороны, соответствует параметрам реального диалогического взаимодействия, с другой — отражает специфику интернет-общения с отсутствием жёстких ролевых установок и иллюзией равноправия.

В дальнейшем предполагается рассмотреть специфику диалогического взаимодействия в рамках других коммуникативных моделей на материале как блогов, так и других интерактивных медиа.

### Список источников

1. Алексеева А. О. Новые интерактивные медиа в контексте теорий информационного общества: автореф. дис. ... канд. филол. н. М., 2006. 24 с.
2. Агафонова О. В. Диалогичность и интертекстуальность в блогах // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. 2016. № 6 (110). С. 107–113.
3. Баженова Е. А., Иванова И. А. Блог как интернет-жанр // Вестник Пермского университета. Российская и зарубежная филология. 2012. Вып. 4 (20). С. 125–131.
4. Басовская Е. Н. Дискурсивная глубина как типологический признак медиатекста // Дискурс-Пи. 2020. Т. 17. № 1 (38). С. 21–33.
5. Воронцова Т. А. Троллинг и флейминг: речевая агрессия в интернет-коммуникации // Вестник Удмуртского университета. Серия История. Филология. 2016. Т. 26. № 2. С. 109–116.
6. Горшкова Е. И. Блог как вид интернет-коммуникации: автореф. дис. ... канд. филол. н. Санкт-Петербург, 2013. 22 с.
7. Земская Е. А. Русский язык конца XX столетия (1985–1995). Введение. М.: Языки русской культуры, 1996. С. 9–31.
8. Колокольцева Т. Н. Проблемы изучения диалогической коммуникации и специфика интернет-диалогов (на материале блога) // Культура и текст. 2021. № 1 (44). С. 197–215
9. Колокольцева Т. Н. Диалогичность в жанрах интернет-коммуникации (чат, форум, блог) // Жанры речи. 2016. № 2. С. 96–104.

10. Костомаров В. Г. Языковой вкус эпохи. Из наблюдений над речевой практикой масс-медиа. М.: Педагогика-пресс, 1994. 247 с.
11. Кочеткова М. О. Жанровая динамика дискурса блогосферы: социолингвистический аспект: автореф. дис. ... канд. филол. н. Томск, 2016. 22 с.
12. Лазуткина Е. В. Проблемно-объектный комплекс регулирования новостной информации в блогосфере Рунета: автореф. дис. ... канд. филол. н. Краснодар, 2010. 23 с.
13. Лутовинова О. В. Лингвокультурологические характеристики виртуального дискурса. Волгоград: Перемена. 2009. 477 с.
14. Моисеенко Л. В. Модализация сообщения в социальных сетях // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2018. № 17 (815). С. 140-153.
15. Палагина И. В., Бурдовская Е. Ю. Эпатаж и скандал как инструмент формирования общественного мнения в СМИ // Гуманитарные и социальные науки 2018. № 1. С. 139–148.
16. Панюшева М. М. Блогосфера: традиционные СМИ vs нетрадиционные // Вестник Московского университета. Сер. 10. Журналистика. 2010. № 4. С. 106–122.
17. Стернин И. А. Введение в речевое воздействие. Воронеж, 2001. 252 с.
18. Тырникова Н. Г. Общее и специфически национальное в речевом этикете (на материале русского и английского языков): дис. ... канд. филол. н. Саратов, 2003. 143 с.
19. Хазагеров Г. Г. Стеб как социально-культурный феномен: «культурная самооборона» или «нравственная амбивалентность»? // Коммуникативные исследования. 2023. Т. 10. № 3. С. 474–486.

## References

1. Alekseeva AO. New interactive media in the context of information society theories. Moscow; 2006. 24 p. (In Russ.).
2. Agafonova OV. Dialogicality and intertextuality in blogs. *Izvestiya Volgogradskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta*. 2016;(6):107-113. (In Russ.).
3. Bazhenova EA, Ivanova IA. Blog as an Internet genre. *Vestnik Permskogo universiteta. Rossijskaya i zarubezhnaya filologiya*. 2012;4(20):125-131. (In Russ.).
4. Basovskaya EN. Discursive depth as a typological feature of a media text. *Diskurs-Pi*. 2020;17(1(38)):21-33. (In Russ.).
5. Voroncova TA. Trolling and flaming: speech aggression in Internet communication. *Vestnik Udmurtskogo universiteta. Istoriya. Filologiya*. 2016;26(2):109-116. (In Russ.).
6. Gorshkova EI. Blog as a type of Internet communication. St. Petersburg; 2013. 22 p. (In Russ.).
7. Zemskaya EA. The Russian language of the late twentieth century (1985–1995). Introduction. Moscow; 1996: 9–31. (In Russ.).
8. Kolokol'ceva TN. The problems of studying dialogic communication and the specifics of Internet dialogues (based on the material of blogs). *Kul'tura i tekst*. 2021;(1(44)):197-215 (In Russ.).
9. Kolokol'ceva TN. Dialogicality in the genres of Internet communication (chat, forum, blog). *Zhanry rechi*. 2016;(2):96-104. (In Russ.).
10. Kostomarov VG. The linguistic taste of the era. From observations on the speech practice of the mass media. Moscow; 1994. 247 p. (In Russ.).
11. Kochetkova MO. Genre dynamics of blogosphere discourse: sociolinguistic aspect. Tomsk; 2016. 22 p. (In Russ.).
12. Lazutkina EV. The problem-object complex of regulating news information in the Runet blogosphere. Krasnodar; 2010. 23 p. (In Russ.).
13. Lutovinova OV. Linguistic and cultural characteristics of virtual discourse. Volgograd: Peremena 2009. 477 p. (In Russ.).
14. Moiseenko LV. Modalization of a message on social networks. *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta. Gumanitarnye nauki*. 2018;(17):140-153. (In Russ.).
15. Palagina IV, Burdovskaya EYu. Shocking and scandal as a tool of shaping public opinion in media. *Gumanitarnye i social'nye nauki*. 2018;(1):139-148. (In Russ.).
16. Panyusheva MM. Blogosphere: Traditional media vs non-traditional. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Zhurnalistika*. 2010;(4):106-122. (In Russ.).

17. Sternin IA. Introduction to speech influence. Voronezh; 2001. 252 p. (In Russ.).
18. Tyrnikova NG. The general and specifically national in speech etiquette (based on the material of Russian and English languages). Saratov; 2003. 143 p. (In Russ.).
19. Hazagerov GG. Banter as a socio-cultural phenomenon: “cultural self-defense” or “moral ambivalence”? *Kommunikativnye issledovaniya*. 2023;10(3):474-486. (In Russ.).

### Информация об авторах

**Е. Н. Басовская** — доктор филологических наук, доцент, заведующая кафедрой медиаречи.

**Т. А. Воронцова** — доктор филологических наук, профессор кафедры теоретического и прикладного языкознания.

### Information about the authors

**E. N. Basovskaya** — Doctor of Philology Sciences, Professor, Head of Department of Media Speech.

**T. A. Vorontsova** — Doctor of Philology Sciences, Professor of Department of Theoretical and Applied Linguistics.

---

*Статья поступила в редакцию 10.05.2024; одобрена после рецензирования 13.06.2024; принята к публикации 24.09.2024.*

*The article was submitted 10.05.2024; approved after reviewing 13.06.2024; accepted for publication 24.09.2024.*

Вклад авторов: все авторы сделали эквивалентный вклад в подготовку публикации.

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Contribution of the authors: the authors contributed equally to this article.

The authors declare no conflicts of interests.