

исследований в области истории языка, этимологии, лексикологии, социолингвистики и др., так и для практических целей – в первую очередь для обучения коллокационной грамотности – правильному употреблению слов и построению лингвистически корректных словосочетаний, а также в лексикографической практике при составлении толковых и этимологических словарей [6, с. 16].

### Список использованной литературы

1. Breal, M. Essai de semantique: science des significations M. Breal. – Paris : Hachette, 1897. – 349 с.
2. Моррис, Ч. Значение и означивание: знаки и действия: семиотика / Ч. Моррис. – М. : 1983. – 154 с.
3. Лакофф, Дж. Метафоры, которыми мы живем / Дж. Лакофф. – М.: 2004. – 256 с.
4. Арутюнова, Н. Д. К проблеме функциональных типов лексического значения / Н. Д. Арутюнова. – М.: 1980. – 375 с.
5. Блумфилд, Л. Язык / Л. Блумфилд. – М.: 2002. – 608 с.
6. Игнатюк, Г. Н. Историческая обусловленность лексической сочетаемости в английском языке / Г. Н. Игнатюк // Studia Germanica, Romanica et Comparatistica. – 2019. – Т. 15. – Вып. 1–2 (43–44). – С. 5–16.

УДК 811'271'42:070:004.738.5

*О. Н. Карebo*

### **РОЛЬ ОНЛАЙН-ИЗДАНИЙ В РАЗВИТИИ ДИСКУРСИВНЫХ ОТНОШЕНИЙ В СФЕРЕ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ**

*В данной статье рассматривается проблема поддержания и развития дискурсивных отношений в сфере массовой коммуникации. Ограниченным возможностям организации диалогичности общения традиционными печатными изданиями противопоставлен потенциал онлайн-ресурсов, позволяющих изменить статус читателя с пассивного инфопотребителя на активного участника дискурса. Новый формат работы с клиентом становится возможным благодаря наличию соответствующих технологий, создающих мотивирующие к общению условия и приводящие к изменению статуса пользователя.*

**Ключевые слова:** дискурсивные отношения, медиаисточники, массовая коммуникация, коммуникант, фолловер, интеракция, речевое взаимодействие.

Реализация социальности человека невозможна без его систематического включения в процесс общения. Порождаемое необходимостью исполнения потребностей как общества в целом, так и его отдельных представителей, общение может быть ориентировано как на действия, связанные с оперированием информацией или с организацией взаимодействия, так и на перцептивное восприятие партнера, его приятие и понимание. В каждом случае человек вступает в целенаправленные речевые отношения, лингвистическое и экстралингвистическое наполнение которых варьируется в зависимости от текущей ситуации. Современная лингвистическая наука определяет такого рода речевое взаимодействие как дискурс, понимая при этом «текст, взятый в событийном аспекте; речь, погруженную в жизнь» [1, с. 136–137].

Стимулы, побуждающие нас контактировать, кроются прежде всего в различной степени информированности, наличии разнообразных точек зрения. Реализовать потребность по улучшению своей информированности как нельзя лучше помогает массовая коммуникация, позволяющая в короткий срок получить недостающие данные, познакомиться с альтернативными мнениями по проблеме. Дискурс составляющая массовой коммуникации заключается в характере предлагаемых ею услуг, в формате предоставления информации, в вариативности форм и обстоятельств последующего общения. Заинтересованность медиаисточников в поддержании диалога с читателем объясняется необходимостью отслеживания его отношения к работе справочного ресурса. Количество фолловеров, их реагирование на предоставленные данные, степень их включенности в процесс обсуждения проблемы позволяет внести своевременные коррективы в работу массмедиа, обеспечив им более высокий рейтинг посещаемости и оценки своей деятельности.

Подобный характер отношений между коммуникантами обеих сторон становится возможным лишь в ракурсе понимания текста как процесса, когда текст представляется как некая коммуникативная модель. Являясь отправной точкой, он дает посыл к развитию речевого взаимодействия, возникающего в данный момент и при текущих обстоятельствах. Среди первоочередных факторов, стихийно формирующих диалог и наполняющих его присущими ситуации

единицами языка и речи, следует назвать исходные коммуникативные намерения автора, жанровые и стилевые черты как самого сообщения, так и создаваемой им ситуации, ассоциации с предыдущим опытом, соотносящимся со сферой текущего взаимодействия, специфические черты, присущие адресату, его взаимоотношениям с автором [2, с. 296]. Именно в этом кроется уникальность дискурса, его отождествление с речью во всем многообразии ее проявлений, с текстом, погруженным в ситуацию, в жизнь.

Понятие включенности, сообразности ситуации тесно связано с динамикой протекания дискурса. Определяя знаковые характеристики дискурсивного взаимодействия В. И. Карасик указал на непереносимое наличие в нем элемента развития, который противопоставляет «точечно» высказанную мысль дискурсивной, выраженной развернуто благодаря рассуждениям и посылам к развитию идеи [3]. Иными словами, дискурсивность общения обеспечивается путем замены пассивной позиции инфопотребителя инициативностью в выражении своих суждений.

Дискурсивность традиционных печатных форм коммуникации априори значительно ниже их компьютерно опосредованных аналогов. Скорость реакции читателя, затрачиваемые им усилия на выражение своего мнения касательно изложенного значительно снижают степень интеракции, переводя его из разряда субъекта общения в категорию реципиента данных. Степень взаимодействия снижается и вследствие жанрового оформления, определяющего как характер подачи информации, так и возможность ее дискурсивной интерпретации. Исследования А. А. Тертычного по проблеме набора жанров, присущих современным печатным СМИ, показали, что к аналитико-оценочному, потенциально более значимому в дискурсивном плане, стилю изложения тяготеют преимущественно специализированные издания. Во главе рейтинга жанров газет общей направленности стоят публикации в форме заметок и советов. Заинтересованности читателя в установлении и поддержании дискурсивных отношений с издательством не способствуют и наблюдаемые повсеместно общие тенденции пиаризации и зачистки информационного пространства [4]. Скрытое продвижение товаров и услуг, снижение объективности, умышленный отказ от освещения актуальных, нередко подаваемых в негативном ракурсе событий меняет в итоге общий фон издания и, как следствие, отношение к нему читателя.

Онлайн-издания, напротив, внимательно отслеживают и быстро реагируют на все более или менее значимые изменения в сфере интересов и запросов своих пользователей. В то время как акцент печатных изданий в жанровом плане смещается с аналитического на описательный, не предполагающий реакции читателя, его присоединения к рассмотрению ситуации, онлайн-ресурсы всеми силами стремятся привлечь клиента обещанием диалогичности отношений. Сетевые источники имеют в своем арсенале широкий диапазон средств и возможностей для создания и поддержания дискурса. Принцип работы „Online-first“ обеспечивает максимально актуальную подачу и корректировку информации. Круглосуточный мониторинг освещаемых событий привлекает клиентов своевременностью подачи материала и возможностью слежения за состоянием и развитием ситуации в режиме актуального наблюдения. Так называемый Live-Ticker-сервис, используемый для ежеминутного описания общественно важных событий, отслеживает также реакцию читателей, реагирует на их комментарии и запросы. Такой подход к подаче данных позволяет создать эффект присутствия пользователя, мотивируя последнего перейти из разряда случайного посетителя сайта в категорию активного фолловера.

Большой потенциал расширения диапазона интеракции коммуникантов заключается в использовании таких Web 2.0 приложений, как блоги, чаты и сообщества. «Письма читателей» традиционной прессы трансформировались в разнообразного рода комментарии пользователей. Независимо от полюса оценки исходной статьи, от отношения читателя к описываемым событиям и форме их подачи комментарий дает дополнительный импульс к диалогу. Причем взаимодействие осуществляется не только между автором и отреагировавшим посетителем сайта. В дискурсивные отношения вступают другие пользователи, желающие поделиться своим мнением, оставить комментарий на уже имеющийся субъективный взгляд. Высказанные точки зрения нередко становятся объектом обсуждения на других сайтах в результате последующей рассылки, когда полученная из одного источника информации «всплывает» и оценивается в другом сообществе.

Подобная динамика и диалогичность отношений обеих сторон коммуникантов позволяет создать основу для преодоления индивидуального опыта и становления более взвешенного личного понимания проблемы. Вступая в дискуссию и комментируя информацию со своей позиции, читатель провоцирует других

пользователей на неизбежную реакцию. Конечно, нельзя исключить определенный процент непрофессиональных и часто бессмысленных сообщений и отзывов, неизменно появляющихся в сети. Однако ценность возникающей дискурсивной связи позволяет в определенной степени игнорировать наличие такого рода суждений.

Онлайн-агентства более чем заинтересованы в обеспечении и поддержании дискурса. Систематичное и вдумчивое использование механизмов обратной связи, предоставляемой различными приложениями, позволяет создать издательству определенный имидж, который находится в прямой зависимости от того, как читатели воспринимают предложенную информацию, как они реагируют на нее и на последующие ответы-комментарии автора. Тот, кто способен оптимально использовать этот канал обратной связи, может адаптировать свое медиаприложение конкретно к личным информационным и коммуникативным потребностям целевой группы, вследствие чего читатель становится катализатором дальнейшего развития издательства и важной частью обеспечения качественной подачи данных.

### Список использованной литературы

1. Лингвистический энциклопедический словарь / Н. Д. Арутюнова [и др.]; под ред. В. Н. Ярцевой. – М.: Советская Энциклопедия, 1990. – 709 с.

2. Гаспаров, Б. М. Язык, память, образ. Лингвистика языкового существования / Б. М. Гаспаров. – М.: «Новое литературное обозрение», 1996. – 352 с.

3. Карасик, В. И. Дискурсология в лингвокультурологической перспективе [Электронный ресурс] / В. И. Карасик. – Режим доступа: <https://www.pushkin.institute/news/detail.php?ID=15579>. – Дата доступа: 30.10.2021.

4. Тертычный, А. А. Характер применения жанров в современных печатных СМИ [Электронный ресурс] / А. А. Тертычный. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/harakter-primeneniya-zhanrov-v-sovremennyh-pechatnyh-smi/viewer>. – Дата доступа: 30.10.2021.