

СУГГЕСТИВНОСТЬ РЕЧЕВЫХ ДЕЙСТВИЙ ВОЗРАЖЕНИЯ В КОММЕНТАРИЯХ АККАУНТА НАУЧНО-ПОПУЛЯРНОГО МАССМЕДИА*

Е. В. Выровцева

*Санкт-Петербургский государственный университет,
1-я линия В. О., 26, 199004, г. Санкт-Петербург, Россия,
e.vyrovitseva@spbu.ru*

В статье исследуется речевая стратегия возражения в пользовательском дискурсе научно-популярных массмедиа. Возражение как типологическая особенность научно-популярной медикоммуникации не только используется в журналистских материалах, но и разворачивается в комментариях адресатов. На основе анализа комментариев официальной страницы журнала «Постнаука» соцсети «ВКонтакте» выделены средства суггестивного речевого воздействия, которые позволяют сделать выводы о вовлеченности пользователей в многоуровневый полилог, что свидетельствует об эффективности коммуникации.

Ключевые слова: научно-популярный медиадискурс; стратегия возражения; пользовательский контент; суггестия.

SUGGESTIVENESS OF SPEECH ACTIONS OBJECTIONS IN THE COMMENTS OF THE POPULAR SCIENCE MEDIA ACCOUNT

E. V. Vyrovitseva

*Saint Petersburg State University,
26, 1 Line V. O., 199004, Saint Petersburg, Russia
Corresponding author E. V. Vyrovitseva (e.vyrovitseva@spbu.ru)*

The article examines the speech strategy of objection in the user discourse of popular science mass media. The objection as a typological feature of popular science media communication is used not only in journalistic materials, but also unfolds in the comments of the addressees. Based on the analysis of the comments on the official page of the Postnauka journal of the VKontakte social network, the means of suggestive speech influence were identified, which allow us to draw conclusions about the involvement of users in a multi-level polylogue, which indicates the effectiveness of communication.

Key words: popular science media discourse; objection strategy; user-generated content; suggestion.

Научно-популярные СМИ в общей структуре медиадискурса занимают особое место, так как работают со специальным типом информации – новым научным знанием [1; 2]. Данный тип коммуникации предполагает специальный способ восприятия и освоения информации, результатом которого должна быть трансформация и/или дополнение индивидуальной (языковой) картины мира адресата. При этом вполне очевидным оказывается такая его реакция, как возражение, которое может быть выражено следующими речевыми действиями: сомнение, недоверие, неприятие, коррекция, уточнение и т. п. [3].

Таким образом, возражение становится типологической особенностью диалога [4], точнее полилога, в котором участвуют разные акторы сложного коммуникативного процесса – создатели журналистского текста и пользователи, реагирующие на этот текст. Исследование такой коммуникации позволяет выявить композиционно-стилистические особенности развертывания возражения в пользовательском контенте [5]. Для анализа полемиического дискурса, основанного на речевой стратегии возражения, были выбраны сложные медиатексты официальной группы во «ВКонтакте» (<https://vk.com/postnauka>) одного из самых авторитетных научно-популярных медиа – журнала «ПостНаука» (<https://postnauka.ru/>). Исследование показало, что наибольшее количество комментариев получают публикации, касающиеся глобальных проблем, носящие дискуссионный характер, в той или иной степени касающиеся жизни многих (или точнее, каждого). Причем была выявлена такая закономерность: активность пользователей реализуется в трех направлениях – лайки, перепосты, комментарии. В результате были выбраны три медиатекста, в структуру которых входят кроме ссылки на журнальную публикацию собственно пост в группе социальной сети и комментарии пользователей:

1) лекция «История загрязнения» историка Андрея Виноградова, опубликованная 19 декабря 2022 года: 56 лайков, 6 комментариев, 29 перепостов;

2) интервью с кандидатом исторических наук Ольгой Устюжанцевой «Почему четвертая промышленная революция грозит оказаться новым колониальным порядком?»: 177 лайков, 46 комментариев, 165 перепостов;

3) беседа с палеоклиматологом, научным сотрудником Калифорнийского университета в Дэвисе Ириной Делюсиной «Почему глобальное потепление не выдумка и чем оно грозит человечеству?»: 135 лайков, 288 комментариев, 102 перепостов.

Уже в паратексте (заголовке и карточке) и в коротком презентационном посте есть указания на полемичность представленной научно-популярным изданием темы (проблемы, ситуации). Вопросительные конструкции и предложения с вопросительными наречиями (*как, почему*) можно

рассматривать как способ реализации стратегии возражения через ответы на сформулированный инициаторами публикации вопрос и разъяснение тех положений, которые вызывают сомнение и недоверие, как профессиональных участников научной полемики, так и представителей массовой аудитории. Такие речевые действия выполняют и функцию приглашения к дискуссии, то есть обеспечивают вовлечение и вовлеченность адресата в диалог-спор.

Вовлеченный таким образом в разветвленный полилог, пользователь становится его участником с иницилирующей, провоцирующей, интерпретирующей, объясняющей, оценивающей позициями. В результате в возражающей коммуникации формируются лингвокультурные типы [6] комментаторов, коммуникативная роль которых выражена комплексом конкретных речевых действий.

Анализ позволил выделить в комментариях (к посту, к журналистской публикации и к другим комментариям) суггестивно насыщенные средства [7] возражения (в примерах сохранены орфография и пунктуация пользователей):

– рефреймирование – переключение внимания на другую тему или проблему: *Элиты – не ‘наш’ враг, а враг всего человечества* (тема загрязнения планеты подменяется осуждением элит, самых богатых людей); *Капитализм – сущее благо. Две мировые и третья на пороге не дадут соврать* (смещение акцента на актуальную политическую повестку в обсуждении нового вида топлива); *умом беден тот кто верит в теории заговора и не знает, что наука интернациональна по определению; литий весь на этой планете под контролем США и Китая* (изменение объекта оценки в диалоге о глобальном потеплении);

– аксиомные утверждения: *Наивность вся – в неинформированности и нежелании просто включить собственный анализ того, что происходит; Разработке росатома преференции не к чему. Они и так сами и за свои деньги финансируют ее развитие и прибыль получают; Но в реальности в этом дискурсе только те экологические меры, которые параллельно играют роль политического инструмента; Но то что доказывают климатологи, не доказать в ближайшее 100 лет; «Глобальное потепление» – не выдумка, а мошенничество в особо крупных размерах;*

– императивные формы, имплицитно и эксплицитно выраженное программирование: ***Надо взрослеть и работать** с тем что есть, а не считать куличики с песком реальным миром и объявлять все взрослых ребят злом во плоти; **Иди смотри** основы критического мышления и частный опыт))));* *короче, песня уже спета, боржмами с ограничением промышленности не поможет, **готовьте** резиновые сапоги и лодку;*

– иронические высказывания, цель которых – разоблачение вызывающих возражения позиций других акторов и которые «обосновывают превосходство предлагаемой интерпретации, а также несообразность альтернативных точек зрения через комическое переосмысление последних» [8, с. 109]: *Главное не выкинуть мозг вместе с условным врагом; ну да, элиты же все одинаковые и их прислали с Луны, титано-бериллиевой; Потому что экологическая повесточка это для кого надо повесточка (ирония усилена диминутивом); кто не работает на благо гейтса и маска – то не ест)); смысл вопроса не понял но доклад читал. зачет. следующий; Сказки для бедных мозгом (выражение крайне степени недоверия информации о причинах загрязнения окружающей среды); Человечеству ничто не угрожает, кроме самого человечества))))*;

– риторические конструкции: *Никто не делает громких конференций по улучшению переработки углекислого газа, например. Никто не создаёт преференции новационным разработкам росатома по замкнутому циклу (анафора); Кому выгодно глобальное потепление???? Производители чего купили всех климатологов мира по вашему?*

Таким образом, обращение к средствам суггестивного речевого воздействия свидетельствует, с одной стороны, о вовлеченности адресата как о типологической особенности возражающего медиадискурса, характерного именно для научно-популярных массмедиа, в которых распространяется и объясняется новое научное знание. С другой стороны, невключенность в пользовательский контент инициаторов публикации (журналистов издания «ПостНаука», SMM-специалистов) приводит к снижению критического уровня полемики и дискуссии, что нередко превращает процесс освоения, осознания нового научного знания (а именно это является главной функциональной задачей научно-популярного массмедиа) в поверхностный спор, веселую беседу или даже в зубоскальство [9], несерьезную словесную перепалку.

**Исследование выполнено при финансовой поддержке РНФ, проект № 22-18-00184 «Речевые практики возражения и пути их преодоления в научно-популярной медиакommunikации».*

Библиографические ссылки

1. Пружинин Б. И. Феномен «нового знания» в концептуальной сетке философии науки // Вестник Санкт-Петербург. ун-та. Философия и конфликтология. 2020. Т. 36. Вып. 3. С. 473–483 [Электронный ресурс]. URL: <https://doi.org/10.21638/spbu17.2020.305> (дата обращения: 20.12.2022).
2. Выровцева Е. В. Концепт «новое знание» в научно-популярном медиадискурсе: постановка проблемы // Когнитивные исследования языка / гл. ред. Н. Н. Болдырев. М.: Ин-т языкознания РАН; Тамбов: Издательский дом ТГУ

- им. Г. Р. Державина. Вып. 3 (50): Когниция, культура, коммуникация в современных гуманитарных науках. Новосибирск: Изд-во НГТУ, 2022. С. 169–172.
3. *Дускаева Л. Р.* Речевые практики возражения в текстообразовании научно-популярной медиакоммуникации // Диалог-спор в научно-популярной коммуникации: коллективная монография. СПб.: Медиапапир, 2022. С. 94–108.
 4. Диалог-спор в научно-популярной коммуникации: коллективная монография. СПб.: Медиапапир, 2022.
 5. Пользовательский контент в современной коммуникации: сб. материалов. I Междунар. науч.-практ. конф. Челябинск: Изд-во Челяб. гос. ун-та, 2021.
 6. *Выровцева Е. В., Иванова Д. М.* Комментатор как субъект речевой коммуникации: лингвокультурные типы // Знак: проблемное поле медиаобразования. Научный журнал. Челябинск. 2020. Вып. 3 (37). С. 105–115. DOI: 10.24411/2070-0695-2020-10315.
 7. *Полуйкова С. Ю.* Средства суггестивного речевого воздействия в современном просветительском послании // Вестник Пермск. ун-та. 2012. № 3. С. 45–50.
 8. *Лебединская Е. Ю.* Ирония как возражение в научно-популярных сетевых медиатекстах: основные механизмы // Диалог-спор в научно-популярной коммуникации: коллективная монография. СПб.: Медиапапир, 2022. С. 109–120.
 9. *Васильева В. В., Иванова Л. Ю.* Равнодушное выслушивание: дискурс зубокальства в Telegram-канале // Комическое как коммуникативный ресурс в виртуальном пространстве: монография. М.: Флинта, 2022. С. 198–220.