

Специфика восприятия прагмасемантического плана политического медиатекста авторами интернет-комментариев

DOI: 10.24833/2949-6357.2024.GEO.1

УДК: 81`42

И. В. Савельева

Аннотация

Статья посвящена проблеме восприятия политического медиатекста адресатом. На материале интернет-комментариев выполнена типологизация реактивных текстов. Типы адресатных отношений устанавливаются с применением метода лингвопрагматического анализа текстов-комментариев.

В соответствии с репрезентированными в интернет-комментариях реакциями читателей на “данное” и “новое” исходного текста, систематизируются варианты, в которых представлена реакция на тематический и рематический компоненты медиатекста. Авторы комментариев реагируют на центральный топик, на периферийные темы. Значительно реже вербализируются реакции на рематический компонент новости. В интернет-комментариях происходит замена “новой” информации из медиатекста фактами и оценками, представленными адресатом. Также предлагается выделить те интернет-отклики, в которых авторы вербализуют рефлексию относительно макротопика политического медиадискурса. Результаты исследования могут быть использованы для моделирования реактивных дискурсивных практик.

Ключевые слова: интернет-комментарий, политический медиадискурс, адресат, восприятие, топик.

Односторонняя в своем генезисе политическая коммуникация всё чаще получает обратную связь от читателя по-

литического медиатекста, публикующего интернет-комментарии. Их авторы реализуют вариативные стратегии восприятия медиановостей, реагируя на различные аспекты политического медиадискурса: на фактуально-содержательную сторону источника, на его функциональную направленность, на особенности формального плана текста [Голев, Ким 2023; Иванова 2023; Савельева 2015].

Традиционно прагматика медиатекста связана с его информативностью. Наряду с этим, исследователи политического медиадискурса полагают, что его функциональный план характеризуется персуазивностью в соответствии с его задачей формирования в сознании адресата определённой когнитивной модели политического события [Климович 2019; Dijk 2002]. Поэтому информационно-воздействующая функция медиапубликации, помимо транслируемого в ней политического события, во многом детерминирует реактивную речевую деятельность адресата.

Логично предположить, что при восприятии адресат фокусируется на втором компоненте коммуникативной структуры текста “данное — новое”. Однако, как показывает анализ, большинство читателей реагируют на компонент “данное”, который включает центральный топик текста (ЦТ), периферийные топики (ПТ), а также макротопик (МТ) — это ряд глобальных тем, косвенно актуализируемых в политическом медиадискурсе (проблема политических партий, взаимодействие власти и общества и т. п.).

Проиллюстрируем на примерах варианты реагирования на прагмасемантический план медиатекста политической тематики в аспекте восприятия компонентов “данное” (известная информация) — “новое” (неизвестная информация).

Как правило, ЦТ актуализируется в исходном тексте посредством ключевых слов [Ягунова 2004; Yergaliyeva, Melnik

2018]. Интернет-комментарии большинства реципиентов воспроизводят именно ЦТ. Выражение *term limits* становится стимулом для массива интернет-откликов, так как открывает заголовок политического медиатекста. Анализ позволяет выделить следующие типы реакций:

- А) общая оценка ЦТ;
- Б) аннулирование ЦТ;
- В) сдвиг фокуса с ЦТ на ПТ.

В примере ниже видим нетривиальный вариант рефлексии. Автор говорит о ЦТ в бытийном контексте, включая общую оценку ЦТ в личностный нарратив:

*I'll go back and read the article after my coffee, but the headline suggests that **term limits** would be a wonderful thing* [Nick Mourtopoulas, Derek Hawkins, Hannah Dormido. Term limits would upend Congress as we know it. The Washington Post. <https://www.washingtonpost.com>, 16.09.2023].

Создаваемый языковыми средствами соответствующей семантики положительный оценочный контекст показывает, что заголовок медиатекста вызвал у читателя положительный интерес. Он оказался настолько информативен, что инициальная пропозиция эксплицирует интенцию более детального ознакомления с медиатекстом. При этом не исключается ироническое отношение комментатора к ЦТ.

Ключевое выражение медиатекста *term limits* вводится в различные оценочно-смысловые вариации. Радикальный вариант позволяет говорить о том, что происходит аннулирование ЦТ исходного текста:

***Term Limits** are a childish, simplistic, **Tea Party** solution to complex problems* [Там же].

Постановка прецедентного элемента *Tea Party* после оценочных слов указывает на дискредитирующую стратегию комментатора. Обращает на себя внимание использование

заглавных букв в словосочетаниях *Term Limits — Tea Party*, что создает симметрию на графическом уровне текста. Наряду с общей оценкой, в тексте содержится посыл “ЦТ не актуален”.

Однако не во всех случаях используемое ключевое выражение маркирует реакцию на ЦТ текста-источника. Несмотря на присутствие ключевого выражения, в следующем примере происходит сдвиг фокуса с ЦТ на ПТ:

I would support term limits, but more as a way to limit the number of very old lawmakers. How about 15 terms for representatives and 5 terms for senators? Term limits have worked very well for the president’s office and state governors [там же].

Ключевая единица позволяет автору сместить центр обсуждения на смежную проблему — ограничение возраста членов Конгресса. Предикат заключительного предложения *have worked very well* указывает на положительное отношение автора комментария к событию. Сравнительный оборот *more as a way* призван подчеркнуть актуальный подход автора.

Следующая группа адресатов актуализирует рематические компоненты исходного текста (РК). В данной статье это высказывания, в частности сообщающие о неузнаваемости потенциального обновленного Конгресса: *will upend Congress, render it unrecognizable*.

Реакция на РК проявляется в следующих типологических вариациях:

- А) аннулирование РК;
- Б) замена РК.

В интернет-комментариях, чьи авторы реагируют на РК исходного медиатекста, читаем следующее:

“it would render the legislative branch as we know it unrecognizable” It already is. Bring it on [там же].

Автор дословно цитирует пропозицию, содержащую “новое”. Однако его комментарий к пропозиции *It already is*.

Bring it on эксплицирует общую отрицательную оценку рема-тического элемента. Иными словами, в тексте аннулируется рема, но его малый объём не позволяет установить компонент “новое”.

Реагирование по типу Б проявляется в значительном количестве откликов. Стимулом для их производства становятся ЦТ и ПТ исходного медиатекста. Но при этом новую информацию авторы формулируют самостоятельно, согласно своей “медиаполитической компетентности”:

The manner through which we elect representation is the problem. That is compounded by the money involved, the mis and disinformation that is permitted to define issues and candidates... [там же].

Автор данного текста-отклика считает, что проблема не в том, о чём заявляется в публикации. Проблема заключается в том, о чём текст умалчивает — в организации процедуры выборов в Конгресс. В комментарии последовательно представлены все пункты, которые, по мнению автора, влияют на финальный состав главного политического института страны.

Кроме ЦТ, ПТ и РК, в исходной публикации косвенно актуализируется макротопик — вопрос противостояния демократов и республиканцев:

Wow! Norman and Cruz! Republicans! Power hungry mindsets once again exposed: Change the power base any way you can get away with and conceal the true corruption that steals power [там же].

В данном случае наблюдается реакция на МТ, поскольку восприятие читателя направлено на более общие смыслы, которые имплицитно вводятся в текст. Любое имя политического персонажа — это повод для реакции.

В заключение отметим, что предложенный вариант классификации может быть расширен и положен в основу коммуникативной модели дискурса реактивного типа.

Список литературы:

1. Голев Н.Д., Ким Л.Г. Диктумно-модусный плюрализм виртуального диалогического дискурса (на материале интернет-комментариев) // Медиалингвистика. 2023. Т. 10. № 1. С. 4–26 [Golev, Nickolay D., Kim, Lidiya G. 2023. Diktumno-modusnyj plyuralizm virtual'nogo dialogicheskogo diskursa (na materiale internet-kommentarijev) (Dictum-mode pluralism of virtual dialogic discourse (based on the material of Internet comments). *Medialingvistika (Media linguistics)* 10 (1), 4–26.]
2. Иванова И.Н. Векторная вариативность и характер реакций читателей на сообщения в онлайн-медиа // Медиалингвистика. 2023. Т. 10. № 1. С. 27–46. [Ivanova, Irina N. 2023. Vektornaya variativnost' i harakter reakcij chitatelej na soobshcheniya v onlajn-media (Vector variability and the nature of readers' reactions to messages in online media). *Medialingvistika (Media linguistics)* 10 (1), 27–46.]
3. Климович Н.И. Прагматика политического дискурса: коммуникативно-лингвистический инструментарий конструирования желаемого образа // Магия ИННО: интегративные тенденции в лингвистике и лингводидактике. сборник научных трудов. 2019. С. 127–132. [Klimovich, Nickolay I. 2019. Pragmatika politicheskogo diskursa: kommunikativno-lingvisticheskij instrumentarij konstruirovaniya zhelaemogo obraza (Pragmatics of political discourse: communicative and linguistic tools for constructing the desired image). *Magiya INNO: integrativnye tendencii v lingvistike i lingvodidaktike. sbornik nauchnyh trudov (The Magic of INNO: Integrative trends in linguistics and Linguodidactics. Collection of scientific papers)*, 127–132.]
4. Савельева И.В. Вариативность стратегий текстовосприятия и текстопорождения: лингвоперсонологический аспект (на материале текстов политических интернет-комментариев). Кемерово: Изд-во Кемеровского государственного универси-

- тета. 2015. 220 с. [Saveleva, Irina V. 2015. *Variativnost' strategij tekstovospriyatiya i tekstoporozhdeniya: lingvopersonologicheskij aspekt (na materiale tekstov politicheskikh internet-kommentarijev) (Variability of strategies of text perception and text generation: linguopersonological aspect (based on the texts of political Internet comments))*, Kemerovo: Kemerovo State University.]
5. Ягунова Е. В. Коммуникативная и смысловая структуры текста и его восприятие // Вопросы языкознания. 2007. № 6. С. 32–49. [Yagunova, Elena V. 2007. Kommunikativnaya i smyslovaya struktury teksta i ego vospriyatie (Communicative and semantic structures of the text and its perception). *Voprosy yazykoznaneya (Linguistic Issues)*, 6, 32–49.]
 6. Teun, Dijk van A. 2002. Political discourse and political cognition. In: Paul Chilton, Christine Schäffner (eds.), *Politics as text and talk. Analytic approaches to political discourse*, 203–238, Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing Company.
 7. Yergaliyeva, S. Z., Melnik, N. V., Zhumabekova, B. K., Yergaliyev, K. S., Omarov, N. R. 2018. Personal linguistic parametrization of text generation of the Internet comments. *XLinguae*. 11 (3), 2–15.

Сведения об авторе:

Савельева Ирина Викторовна, д-р филол. н., доцент,
Кемеровский государственный университет, Кемерово,
Россия; email: saviren1973@mail.ru

SPECIFICS OF PERCEIVING PRAGMATICS AND SEMANTICS OF THE POLITICAL MEDIA TEXT BY THE AUTHORS OF INTERNET COMMENTS

Irina V. Saveleva

Doctor of Philology, Associate Professor, Kemerovo State University,
Kemerovo, Russia; email: saviren1973@mail.ru

Abstract

The article addresses the problem of perception of political media text by an addressee. Typology of the addressee's reactions to the political media text is carried out as a case study of Internet comments. The types of addressable relations are established through the method of linguopragmatic analysis of commentaries. In accordance with the readers' reactions to "given" and "new", represented in the Internet comments, the types of texts are distinguished, in which the reaction to thematic component and rhematic components of the semantic structure of the text is presented. The authors of the comments give feedback to the central topic of the source text, as well as to its peripheral thematic component. Much less often there is a verbalization of the reaction to rhematic component of the news. In Internet comments, the "new" information from the media text is replaced with facts and assessments from the of the addressee's information sphere. We also propose to highlight those Internet responses in which the users verbalize reflection on the macro topic of political media discourse. The results of the study can be used to model responsive discourses.

Keywords: Internet comment, political media discourse, addressee, perception, topic.