

КОММЕНТАРИИ НА САЙТЕ СМИ КАК ФОРМАТ ОБРАТНОЙ СВЯЗИ В ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ (ДИСКУРСИВНЫЙ АСПЕКТ)

А.Н. Тепляшина

Целью данной статьи является попытка проанализировать особенности коммуникации в социальных сетях, охарактеризовать обратную связь, а также формы употребления и использования языка пользователями интернета, активно участвующими в обсуждении журналистских текстов. Анализ текстовых форматов комментария на сайте ИноСМИ позволяет заключить, что пользователи имеют иммунитет к имплементации антироссийской информации. Тексты на сайте ИноСМИ редко производят на пользователей позитивное впечатление. Эмоциональная окраска комментариев характеризуется в большинстве случаев как агрессивная. Доминируют формы комического, такие как сарказм, ирония.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: обратная связь, комментарий, фрейм, манипуляция, эмоциональная тональность

ТЕПЛЯШИНА Алла Николаевна – доктор филологических наук, профессор кафедры цифровых медиакоммуникаций Санкт-Петербургского государственного университета. a-nik@list.ru

Цитирование: Тепляшина А.Н. Комментарии на сайте СМИ как формат обратной связи в интернет-коммуникации (дискурсивный аспект) [Электронный ресурс] // Мир лингвистики и коммуникации: электронный научный журнал. – 2020, № 4. – С. 308–323. Режим доступа: www.tverlingua.ru

COMMENTS ON THE MEDIA SITE AS A FEEDBACK FORMAT OF INTERNET COMMUNICATION (DISCURSIVE ASPECT)

Alla N. Teplyashina

The paper explores the language of social media. In particular, it focuses on the communication patterns, the feedback mechanism and the use of language by the Internet users actively engaged in the discussion of journalistic texts. The analysis of user comments at <https://inosmi.ru/> (InoSmi aggregates news from international sources translated into Russian) showed that users are immune to anti-Russian

discourse. InoSMI seldom leaves a positive impression on its audience. The emotional tone of comments is mostly aggressive. The comic effect is mainly achieved through irony and sarcasm.

KEY WORDS: feedback, comments, frame, manipulation, emotional tone

TEPLYASHINA Alla N. – DSc in Philology, Professor of digital media communications of Saint Petersburg State University. a-nik@list.ru

Citation: Teplyshina A.N. Comments on the media site as a feedback format of internet communication (discursive aspect) [Electronic resource] // World of linguistics and communication: electronic scientific journal. – 2020, № 4. – P. 308–323. Access mode: www.tverlingua.ru

Введение

Развитие цифровых технологий привело к информационному изобилию, сделало социальные сети основным инструментом повседневной массовой коммуникации. Социальные сети существенно обогатили коммуникационные возможности пользователей. С развитием коммуникационных технологий каждый пользователь получил возможность формировать собственное коммуникационное пространство, и сегодня контент зависит от самого индивида, его потребностей, интересов, культуры. Цифровизация повысила степень свободы аудитории в выборе материала для чтения, актуализировала социокультурные тренды: трансформацию механизмов понимания медиа; социальную дифференциацию и фрагментацию общества; адресность. Можно утверждать, что интернет не только благоприятствует проявлению социальной активности, но создает прецедент реальной включенности людей и в журналистскую деятельность, и в деятельность медиакритиков, а также обеспечивает неотсроченную обратную связь. Как показывает практика последних лет, традиционные методы обратной связи с читателями (письма читателей, телефонные звонки в редакцию, встречи с читателями) безусловно полезны, но не достаточны вследствие низкой оперативности. Важным условием продуктивности обратной связи в социальных сетях является ее

неотсроченность. Коммуникативная парадигма развития социума в цифровую эпоху предполагает изучение проблем, связанных с такими основными характеристиками интернет-пространства, как массовость и неотсроченная обратная связь, определяющая позиционирование интернет-личности. Дискурсивная коммуникация в рамках прагматической деятельности предопределяет почти мгновенную речевую или неречевую реакцию на воздействие. Новые технологии создают новые средства обратной связи в цифровой коммуникации. Более того, сетевое пространство стало некой жанрообразующей субстанцией, которая породила новые медиаформы, в частности, отклик пользователя на журналистский текст, который имеет жанровые признаки комментария. Степень информационной насыщенности медиатекстов позволяет выявить информационный потенциал коммуникации и выяснить, какая информация релевантна для общения в определенной коммуникативной ситуации и как она представлена в комментариях пользователей.

Основная часть

Обратная связь – понятие относительное. Рядовой пользователь не просто стал обращаться в сеть за информацией, теперь он – активный участник коммуникации и создатель контента (дневников, статей, сборников ссылок, файлообменников и т.д.). Адресант объединяется с адресатом, становясь, таким образом, и создателем, и получателем контента. Наедине с текстом пользователь сам выбирает модель поведения. Он может пассивно и безразлично отнестись к тексту, а может проявить острый интерес, и тогда «обратная связь», естественно, активизируется.

Зарубежные исследователи сосредоточены на изучении особенностей комментариев в сети (Kangaspunta, 2018). В исследованиях коммуникативных стратегий комментариев к журналистским материалам в Интернете доминирует нормативный подход. Для создания и практического использования инструментария анализа комментариев как формы обратной связи

принципиальное значение имеет выбор методологической основы исследования и четкость терминологического аппарата. D. G. Moreira Aguirre, S. J. Perez Samaniego, V. P. Altamirano Benitez, I. Marin-Gutierrez утверждают, что свобода коммуникации в интернете предоставляет пользователям доступ к правдивой, контекстуализированной информации, тем самым побуждая всех пользователей интернета иметь мнения и осуществлять свое право на их свободное выражение (Moreira, Perez Samaniego, Altamirano Benitez, Marin-Gutierrez, 2019). Методологию эффективной персонализации в социальных сетях, в частности, в Facebook, включающую измерения и аналитическую модель, предлагают E. Hargreaves, C. Agosti, D. Menasche, G. Neglia, A. Reiffers-Masson, E. Altman. Они делают вывод о том, что существенный минус представляет собой предвзятость высказываемых мнений (Hargreaves, Agosti, Menasche, Neglia, Reiffers-Masson, Altman, 2018).

Интерес представляют исследования, посвященные проблеме эксплуатации таких форм комического, как сарказм, черный юмор, ирония. D. Das и A. J. Clark отмечают, что сарказм - общее свойство комментариев пользователей на сайтах социальных сетей (Das, Clark, 2018).

К числу веб-сайтов с наибольшим количеством негативных комментариев относится ИноСМИ, сайт, который, по мнению многих россиян, является образчиком применения манипулятивных приемов. В практике СМИ сегодня широко используются методы подсознательного стимулирования, когда отношение аудитории к тем или иным явлениям, событиям, ситуациям, персонам формируется с помощью стандартизованных упрощенных представлений (стереотипов, имиджей, мифов, слухов), которые внедряются в поток «организованных» новостей, автоматически вызывая в массовом сознании либо отрицательную, либо положительную реакцию на конкретное событие. В своих комментариях критически настроенные читатели, отстаивая свое право на качественный контент, высказывают недовольство по поводу манипулятивных стратегий формирования имиджа России, активно применяемых журналистами глобальных медиа.

Следует заметить, что в западной науке вместо термина "манипулирование" используется понятие "медиаэффекты", которое до сих пор не концептуализировано. Д. Макквэйл, например, относит к медиаэффектам ожидаемые или незапланированные результаты деятельности того или иного СМИ (McQuail, 2005). А. А. Казаков отмечает, что большинство зарубежных ученых понимает под медиаэффектами результаты воздействия СМИ на их аудиторию (Казаков, 2019: 70). В ИноСМИ события в России представлены тенденциозно, преобладает негативный тон, высокий эмоциональный заряд материала. Как результат, воздействие текстов на пользователей достаточно сильное, о чем свидетельствует обратная связь. Остановимся более подробно на понятии «обратная связь», которое активно используется в кибернетике, синергетике, теории коммуникации. Принцип обратной связи заключается в воздействии, обусловленном передачей информации. Синергетический подход к обратной связи заключается в познании общих закономерностей и принципов воздействия «результатов процесса на его протекание, или управляемого процесса на управляющий орган, или воздействие результатов функционирования какой-либо системы (объекта) на характер этого функционирования» (Давыдов, 1994: 352).

Обратная связь в рамках теории коммуникации трактуется как ответная реакция получателя на информацию, поступившую от источника, которая может проявляться по-разному. В интернете обратной связи присуща повышенная агрессивность. Известный российский ученый А. А. Романов объясняет рост агрессивности общим снижением уровня речевой культуры, инвективизацией и вульгаризацией речи, пропагандой насилия в средствах массовой информации, существенным ослаблением коммуникативных механизмов, традиционно сдерживавших проявления агрессивного использования слова (Романов, Романова, 2019: 233-245).

Например, в статье «Ленивый русский яблочный пирог — напоминание о гостеприимстве в трудные времена» эмигрантка из СССР рассказывает о приготовлении культового десерта советской эпохи — шарлотки. Она называет

его пирогом эпохи дефицита, когда хозяйкам не хватало ингредиентов, времени и кухонных принадлежностей. Этот пирог стал детищем изобретательности и находчивости советских женщин, уверена автор (The Washington Post (США):). Как реакция на «возмутительный» контент, появляются следующие комментарии: «как щаз помню в марте-июне свежих яблок было завались. особенно из америко», «Врёт, как дышит», "Брежневский застой", "Если в середине снежного февраля видишь грузовик с мороженым — значит, придется лакомиться мороженым", «Банальный рецепт написания американской статьи о СССР и России: пункт первый - плюньте три раза, но не через левое плечо, а в Россию, страну, которая Вы бесплатно родились, учились, лечились и т.д. и где был анекдот из двух слов: "Еврей - дворник". Если ничего ни у кого не было, то откуда в 90-е (большое за них вам, слинявшим на Запад, спасибо) взялась шутка: раньше в магазинах не было ничего, а дома в холодильнике было все, а теперь стало наоборот? Кстати, никогда не видел в СССР грузовик с мороженым. Боюсь, что он стоял рядом с развесистой клюквой...» (<https://inosmi.ru/>).

Интерес представляет контент, способный вызвать отклик читателей и дискуссию в комментариях. Толчком к дискуссии обычно служит авторская позиция, мнение журналиста, угол зрения на проблему. Всего одна фраза может стать поводом для комментария. Рассмотрим комментарии по поводу статьи «Русская ферма троллей»: пришел, подорвал демократию, ушел (The New York Times; США)» - «Это могло быть смешно, если бы не было так печально. Американская пропаганда о «российском вмешательстве»-2016 перешла на театральные подмостки: появился спектакль «Русская ферма троллей». Она рассказывает, как «грустные люди занимаются невыносимой работой», «боевой листок свихнувшейся крупной буржуазии о никчемном действе, где скорее отражены комплексы американских ботанов нежели реальное положение вещей», Американцы чемпионы по фабрикам троллей. Госдеп, Радио Свобода, Помпео, Дойче Велле, Фалушьгун, врут и не краснеют», «а я щетаю, что это отличный ход ГРУ и заведомо двойной успех - адекватные в очередной раз

увидят неадекватность, а неадекватные в очередной раз испугаются и с криком "Русские идут!!!" выпрыгнут в окно...» (<https://inosmi.ru/>).

Практически всегда медиаэффекты связаны с фреймингом. Большинство исследователей полагают, что фрейминг означает процесс отбора журналистами отдельных аспектов реальности, усиление характера отображения этих аспектов. Ключевым для фрейминга является трактовка фрейма как фрагмента реальности, отображенного средствами массовой информации. Эффект фрейминга заключается в воздействии на эмоции читателя. А. А. Романов подчеркивает, что прежде всего важно понять, почему базовыми понятиями воздействующего инструментария манипулятивных технологий являются понятия «ментальная конструкция» в виде «фрейма» или «фреймовой конфигурации», «ментальные репрезентации», «ментальные состояния» и почему манипулирование внутренними (ментальными) состояниями обусловлено рамками использования определенных «ментальных конструкций» (фреймовых конфигураций, фреймов), которые способны обладать «психической вирусностью», в духе Р. Броди или «меметичностью», позволяющие понимать и интерпретировать социальную реальность на основе циклического, социально обусловленного повторения осмысленной модели действительности» (Романов, Морозова, Романова, 2015: 10).

А. А. Казаков вслед за А. П. Сковородниковой и Г. А. Копниной полагает, что для обеспечения информационной безопасности отдельного человека и общества в целом необходимо развивать у людей контрманипулятивные компетенции, базирующиеся на знании основных технологий информационного воздействия, умении их распознавать, анализировать и интерпретировать (Казаков, 2019; Сковородников, Копнина, 2012).

Еще десять лет назад считалось, что адресат массовой коммуникации склонен некритически принимать на веру пресуппозиции высказываний журналиста. Полагалось, что для массовой коммуникации свойствен тип изложения информации «сверху вниз» - от издания к читателю (Кобозева, 2008: 233). Комментарии ясно дают понять, что пользователи декодируют

манипулятивные действия, реализующие соответствующие коммуникативные стратегии медиатекстов, авторы которых используют вербальные и невербальные языковые и дискурсивные инструменты, предназначенные для трансформации менталитета адресата, т.е. затрагивающие когнитивные устойчивости его мировосприятия.

Так, автор статьи «Der Tagesspiegel (Германия): глобальная гонка за вакцину от covid-19» утверждает, что по всему миру ведется поиск вакцины от коронавируса, а в некоторых странах уже идет вакцинация. Бразилия, Китай, Россия — эти страны уже вакцинируют от коронавируса. Это борьба против времени и конкуренции». Комментарий: *«Со стороны Запада высказывались сомнения в эффективности вакцины» - кто бы сомневался, что начальники эльфов скорее обеспечат массовое вымирание своего населения, чем признают российские достижения. А сами, возможно, уже укололись российским изобретением (не новичком)»* (<https://inosmi.ru/>).

Комментарии в соцсетях представляют собой гипертекст с множеством связей, переплетений, направлений. Комментарии нагружены коммуникационным эффектом (коммуникативно-познавательная активность аудитории, диалогичность коммуникационных практик).

Если в целом наблюдается тенденция ориентации технической организации коммуникационных средств в интернет-среде на оперирование относительно короткими сообщениями, предполагающими быстрые интерактивные реакции в форме твитов, ретвитов, лайков и т. п., то сайту ИноСМИ несвойственна тенденция к упрощению.

В социальных сетях пользователи высказываются относительно социальной реальности, эмоционально реагируют на медиатекст, оценивают степень компетентности и искренности автора. Журналист пишет о том, что он думает о происходящем в стране и мире. Пользователи оценивают степень искренности его высказываний, адекватности интерпретации событий. Речевое поведение пользователя состоит не столько в выявлении лжи текстах, сколько в иронизировании и рефлексировании, выявлении истинных намерений.

Например, украинский журналист считает, что Соединенные Штаты вступают в эпоху политической турбулентности, симптомом которой станут протесты как следствие недуга, который США подхватили еще до Трампа (Избрание "половинчатого президента": на какую катастрофу в США указали эти выборы (Главред, Украина) // <https://inosmi.ru/>). Комментарий: «Илия Куса, эксперт по вопросам международной политики и Ближнего Востока Украинского института будущего // Видать за отсутствием будущего у самой Украины "эксперты" Украинского института будущего срочно занялись изучением вопросов международной политики и Ближнего Востока. Работу на этом направлении начали с перепечатывания цитат из различных газет пяти, шестилетней давности. На большее рассчитывать вообще нет смысла», «Бедные пиндосы! Связались с хохлами и получили цветочки. Не дай Бог до майданов дойдёт - в стране оружия немеряно (<https://inosmi.ru/>).

Наиболее востребованные лексические средства — полисеманты, окказионализмы. Важную роль играют семантические преобразования, обыгрывание имен собственных, трансформация фразеологических единиц и иных прецедентных феноменов. Популярность окказионализмов обусловлена их нестандартностью, принадлежностью к конкретному тексту, повышающим уровень экспрессии. Парцеллированные конструкции актуализируют и декодируют вложенные автором смыслы. Просторечия — слова или выражения с ярко сниженной стилистической окраской (фамильярной, грубой, ироничной, пренебрежительной, бранной), находящиеся на грани литературной нормы — служат социально-культурным маркером коммуникантов, не владеющих литературным языком в полном объеме, либо намеренно использующих такого рода слова и выражения для достижения стилистического эффекта фамильярного или шутливости общения.

Лингвистическое осмысление дискурсивных практик интернет-коммуникации позволяет выявить и описать систему языковых средств, активно используемых пользователями в комментариях, встраиваемых в дискурс. Интерактивность пользователей предполагает активную вовлеченность в

коммуникацию, в том числе контроль над содержанием, оценку информации, постановку проблем для обсуждения, обмен мнениями, инициативу в обсуждении. В предлагаемом понимании интерактивности мы основываемся на подходе американского исследователя Г. Лассуэлла, который выделил как один из уровней интерактивности реактивную, или квазиинтерактивную коммуникацию, где один полюс получает сообщения о реакции другого, то, что мы в нашем исследовании называем обратной связью. Определяя статус комментариев, мы видим основания считать их особыми типами текста, так как они обладают основными текстообразующими характеристиками (когерентностью, когезией, завершенностью, тональностью).

В.Г. Костомаров подчеркивал, что «любой акт коммуникации определяется внеязыковыми факторами и мотивами — своей тематикой и содержательно-информативным смыслом, условиями, в которых оно происходит, самими участниками, т. е. характером, целями, намерениями, даже настроением» (Костомаров, 2005: 15). В работах, затрагивающих тематику интернет-коммуникации, выделяется и такая категория текста, как тональность. Категория тональности позволяет оценить, как обратная связь реализуется в языке, как отношения экстралингвистические находят свое отражение в тональности.

Тональность коммуникации дает возможность дифференцировать комментарии в зависимости от отношения пользователя к тому, что говорится, и к тому, кто говорит. По содержанию суждений и их модальному оформлению мы составляем себе представление о том, что думает пользователь о предмете речи в журналистском тексте, кто является адресатом речи. Иными словами, речь идет о тональности как важнейшей прагматической характеристике коммуникации. Именно по тональности продуцируемого дискурса можно судить об отношении адресанта к объекту высказывания и об эффективности и результативности коммуникации. В. И. Карасик отмечает неоднозначность понимания тональности: "...С одной стороны, это эмоциональное отношение к действительности, с другой стороны, это оформление речи в определенном

стилевом регистре. ... Коммуникативная тональность - это эмоционально-стилевой формат общения, возникающий в процессе взаимовлияния коммуникантов и определяющий их меняющиеся установки и выбор всех средств общения" (Карасик, 2007: 383). Ученый выделяет следующие типы коммуникативной тональности: информативная тональность; фатическая; статусная; шутливая; агрессивная.

Можно заключить, что использование сниженной лексики — это не только способ дать оценку посредством экспрессивных слов, но и прием, позволяющий максимально сократить дистанцию между собой и читателем-пользователем интернета.

Основная особенность интернет-коммуникации — активный процесс редуцирования в речи форм, которые приближают сетевое высказывание к устному. Для комментариев характерны непринужденность, неподготовленность речевого акта, сильная опора на внеязыковую ситуацию, приводящая к тому, что внеязыковая ситуация становится составной частью акта коммуникации.

Объектом языковой рефлексии в высказываниях являются денотаты, стоящие за фактами речи (определенные политические события и фигуры), а также номинативные единицы, используемые в качестве имени определенных концептов. В них отражается негативное отношение пользователя к интерпретации автором текста событий, которые происходят в России. В дискурсе интернет-коммуникации инвективная лексика является важным и (как свидетельствуют читательские практики) органичным способом воплощения связи между вербализацией соответствующих настроений и эмоциональной разрядкой. Лексемы, принадлежащие к инвективному сленгу, наиболее употребительны в качестве коммуникативных фрагментов — матриц дискурса, которые адресат включает в свой текст, что позволяет ему быть понятым читателем с аналогичным словарным запасом (Гаспаров, 1996). Сложность установления семантических и сущностных границ между жаргоном и сленгом, их многочисленными вариациями состоит в том, что "...исторические,

географические и этнические различия между перечисленными феноменами оказались к третьему тысячелетию настолько размыты, что зачастую невозможно установить, какой языковой знак кодированной коммуникации может быть отнесен к тому или иному ее типу" (Редкозубова, 2010: 19).

Автор комментария, иронизируя над контентом, интерпретирует его через собственную картину мира, в чем проявляются следующие признаки:

- умение менять интонацию в зависимости от контекста;
- психологизм, точность мотивировок;
- эвфемизмы как эквивалент табуированной лексики;
- использование форм комического;
- ироничность.

Ирония высвобождает отрицательные эмоции, что в комментариях является средством достижения главной иллокутивной интенции.

Среди многочисленных рефлексивов негативно-оценочного типа мы выделяем те высказывания, иллокутивной целью которых является утверждение о некомпетентности корреспондентов ИноСМИ.

Структура ироничного высказывания: тезис, над которым далее автор иронизирует. Тезис может быть эксплицитно выражен или может следовать из предыдущего контекста. Рефреном аргументации служит оценочность, которая создается за счет обилия прилагательных с негативной коннотацией и экспрессивных синтаксических структур. На уровне синтаксиса в комментариях наблюдается его упрощение - компрессия, эллипсис. Текст приобретает характер транскрипции, иногда игровой, активно используются аббревиатуры и цифровые включения, исчезают запятые и точки, при этом резко возрастает значимость восклицательных знаков. Об упрощении характера общения также свидетельствует широкое сетевое использование субколлоквиальной (сниженной) лексики.

Выводы

В комментариях информация сжимается, текст обретает сокращенный код, и здесь важна лишь оценочно-модельная эмоциональная интерпретация прочитанного. Таким образом, языковая компрессия является одной из ярко выраженных черт комментариев, в которых находит свое отражение устная речь. Комментариям свойственно употребление жаргонных слов и выражений, лексики с пейоративной коннотацией. Очевидна пейоративность данных номинаций, преобладающая над шутливостью. Стратегия конфронтации реализуется при помощи тактики дискредитации. Способы аббревиации и создание акронимов, использование эмодиконов в интернет-коммуникации стали всеобщей тенденцией обратной связи, для которой весьма характерен неформальный регистр общения, включая элементы высмеивания.

Комментарии пользователей несут на себе отпечаток смеховой культуры, что проявляется в особых синтаксических конструкциях, искажении слов, употреблении жаргона, стремлении к эпатажности.

Дискурсивный анализ комментариев выявил их доминирующие конститутивные признаки: сокращенную коммуникативную дистанцию, игровое коммуникативное поведение, непосредственность, обилие стилистически сниженных лексем, намеренное, часто шутливое огрубление речи. Также выявлена универсальная группа признаков, характерных для дискурса обратной связи в целом: лексическая экономия, диалогичность, спонтанность.

Источники – Primary Sources

Web-сайт ИноСМИ, URL [Электронный ресурс]. URL // Режим доступа: <https://inosmi.ru/> Дата обращения: 2020.

Ссылки – References in Russian

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

Давыдов, 1994 – *Давыдов Ю.Н.* Теория коммуникативного действия Ю. Хабермаса: метасоциологические итоги теоретической социологии XX века // Очерки по истории теоретической социологии XX столетия (от М. Вебера к Ю. Хабермасу, от Г. Зиммеля к постмодернизму) / Ю.Н. Давыдов, А.Б. Гофман, А.Д. Ковалев и др. – М: Наука, 1994. – 380 с.

Казаков, 2019 – *Казаков А.А.* Политическая теория и практика медийной грамотности: монография. – Саратов: СГУ, 2019. – 172 с.

Карасик, 2007 – *Карасик В.И.* Языковые ключи. – Волгоград: Парадигма, 2007. – 520 с.

Кобозева, 2008 – *Кобозева И.М.* Лингвопрагматический аспект анализа языка СМИ // Язык средств массовой информации / Под ред. М. Н. Володиной. – М.: Альма Макар, 2008. – С. 221–236.

Костомаров, 2005 – *Костомаров В.Г.* Наш язык в действии: Очерки современной стилистики. – М.: Гардарики, 2005. – 287 с.

Редкозубова, 2010 – *Редкозубова О.С.* Смеховая культура студенчества как креативно-онтологический феномен. Автореф. дис. канд. филос.н. – Тамбов, 2010. – 22 с.

Романов, Морозова, Романова, 2015 – *Романов А.А., Морозова О.Н., Романова Л.А.* Фреймовая матрица спин-докторингового конструирования смыслов в системе публичных коммуникаций // Мир лингвистики и коммуникации: электронный научный журнал. – 2015, № 2. – С.1–31. Режим доступа: www.tverlingua.ru

Романов, Романова, 2019 – *Романов А. А., Романова Л. А.* Речежанровая специфика эмоциогенного фактора вербальной агрессии // Лингвистика речи. Медиастилистика: колл. монография, посвященная 80-летию профессора Г.Я. Солганика : монография / Г.Я. Солганик. – 3-е изд., стер. – Москва: ФЛИНТА, 2019. – 528 с.

Сковородников, Копнина, 2012 – Сковородников А.П., Копнина Г.А. Способы манипулятивного речевого воздействия в российской прессе // Политическая лингвистика. – 2012, № 3 (41). – С.104–116.

References

Das, D., Clark, A. (2018) Sarcasm detection on facebook: A supervised learning approach // *Proceedings of the 20th International Conference on Multimodal Interaction, ICMI 2018* 16 October 2018 20th International Conference on Multimodal Interaction, ICMI 2018; Boulder; United States; 16 October 2018 - 20 October 2018.

Davydov, Y.U. (1994) Theory of communicative action by Y. Habermas: metasociological results of theoretical sociology of the XX century // *Essays on the history of theoretical sociology of the XX century (from M. Weber to Y. Habermas, from G. Simmel to postmodernism)* / Yu.N. Davydov, A.B. Hoffman, A.D. Kovalev and others, M., Nauka, 380 p.

Gasparov, B. (1996) *Language, memory, image. Linguistics of linguistic existence*. M.: New Literary Review, 352 p.

Hargreaves, E., Agosti, C., Menasche, D., Neglia, G., Reiffers-Masson, A., Altman, E. (2018) Biases in the facebook news feed: A case study on the Italian elections // *Proceedings of the 2018 IEEE/ACM International Conference on Advances in Social Networks Analysis and Mining, ASONAM 2018* 24 October 2018. pp. 806-812.

Karasik, (2007) *Language keys*, Volgograd, Paradigm, 520 p.

Kazakov, A. (2019) *Political theory and practice of media literacy*: monograph, Saratov, SSU, 172 p.

Kobozeva, (2008) Linguopragmatic aspect of the analysis of the language of the media // *Language of the media* / Ed. M.N. Volodina. – M.: Alma Makr, pp. 221-236.

Kostomarov, V. (2005) *Our language in action: Essays on modern stylistics*, M., Gardariki, 287 p.

McQuail, D. (2005) *McQuail's mass communication theory*. 5th ed. London, Sage Publications, 608 p.

Moreira, A., Perez, S., Altamirano, B., Marin-Gutierrez, I. (2019) Citizen influence in social media for democratization of communication. *Studies in Systems, Decision and Control*. Volume 154, 2019. pp 207–228.

Redkozubova, O. (2010) *Laughing culture of students as a creative and ontological phenomenon*. Author's abstract. dis. Cand. Philos, Tambov, 22 p.

Romanov, A., Morozova, O., Romanova, L. (2015) Frame matrix of spin-doctoral construction of meanings in the system of public communications // *World of linguistics and communication: electronic scientific journal*. No. 39. P.1–31. Access mode: www.tverlingua.ru

Romanov A., Romanova L., (2019) Speech genre specificity of the emotiogenic factor of verbal aggression // Solganik, G.Ya. *Linguistics of speech. Mediastilistics: call. monograph dedicated to the 80th anniversary of Professor G.Ya. Solganika: monograph* / G.Ya. Solganik, 3rd ed., Erased, Moscow, FLINT, 528 p.

Skovorodnikov, A., Kopnina, G. (2012) Methods of manipulative speech influence in the Russian press // *Political linguistics.*, No. 3 (41). pp.104–116.

Kangaspunta, V, (2018) Online news comments: Social network and emergent public // *Information Society*, Volume 34, Issue 5, 15 November 2018, pp. 275–288.

Yahav, I, Schwartz, D.G. Citizen engagement and the illusion of secrecy: exploring commenter characteristics in censored online news articles // *Information Communication and Society*, Volume 21, Issue 11, 2 November 2018, pp. 1620–1638.