

1897

Кемеровский  
государственный  
университет

Объединяем  
знания и людей

2782-4799 (print)  
2782-4802 (online)

2026 Том 5 № 3

# ВИРТУАЛЬНАЯ КОММУНИКАЦИЯ И СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ

VIRTUAL COMMUNICATION & SOCIAL NETWORKS

2026 Vol 5 No 3

Виртуальная коммуникация и социальные сети  
(Virtual Communication and Social Networks)

Виртуальная коммуникация и социальные сети –  
национальный научный рецензируемый журнал.

Издается с 2022 года. Выходит 4 раза в год.

Журнал включен в Перечень ведущих рецензируемых  
журналов Высшей аттестационной комиссии РФ.  
Журнал относится к категории К3 в соответствии  
с Итоговым распределением журналов Перечня ВАК  
по категориям К1, К2, К3. Журнал включен в ЕПНИ (Белый  
список) – 4 уровень.

Все научные статьи, соответствующие требованиям журнала,  
проходят двойное слепое рецензирование.

Плата за публикацию не взимается. Журнал издается за счет  
средств Кемеровского государственного университета.

Статьи распространяются на условиях лицензии CC BY 4.0  
International License.

Журнал включен в базы данных: РИНЦ, DOAJ, Scilit, Lens.org.

Сведения о политике журнала, правилах для авторов, архив  
полнотекстовых выпусков размещены на сайте издания:  
<https://jsocnet.ru>

Регистрационный номер СМИ: серия ПИ № ФС 77-82961.  
Выдан Роскомнадзором.

ISSN 2782-4799 (print); 2782-4802 (online).

Подписной индекс в интернет-магазине периодических  
изданий «Пресса по подписке» – 53537.

Учредитель, издатель: Федеральное государственное  
бюджетное образовательное учреждение высшего  
образования «Кемеровский государственный университет»  
(КемГУ).

Адрес учредителя, издателя: Россия, Кемеровская область –  
Кузбасс, 650000, г. Кемерово, ул. Красная, 6;  
+7(3842)58-12-26; [rector@kemsu.ru](mailto:rector@kemsu.ru)

Адрес редакции: Россия, Кемеровская область – Кузбасс,  
650000, г. Кемерово, ул. Красная, 6;  
+7(3842)55-87-61; [jsocnet@mail.ru](mailto:jsocnet@mail.ru)

Virtual Communication and Social Networks is a Russian  
scientific peer-reviewed.

Founded in 2022. Published 4 times a year.

The Journal is on the Russian List of Leading Peer-Reviewed  
Journals recommended by the Higher Attestation Commission  
of the Russian Federation. The Journal belongs to Category (K3)  
of scientific periodicals as classified  
by the Higher Attestation Commission. The Journal is included  
in "White List" (Russia) – the fourth level.

The scientific articles, drawn up according to the rules  
of the journal, undergo double-blind peer review.

The Journal is funded by Kemerovo State University. Authors  
do not have to pay any article processing charge or open access  
publication fee.

The articles are distributed under the terms of the CC BY 4.0  
International License.

The Journal is registered in the following databases:  
DOAJ, RSCI, Scilit, Lens.org.

For more information about our publishing politics, instructions  
for authors, and archives of full-text issues, please visit our  
website: <https://jsocnet.ru/en/>

Registration number: PI no. FS 77-82961. Registered in  
the Federal Service for Supervision of Communications,  
Information Technology and Mass Communications.

ISSN 2782-4799 (print); 2782-4802 (online).

Subscription indices: 53537 – in the online-store of periodicals  
"Press by subscription".

Founder and publisher: Kemerovo State University.

Address of the founder and publisher: 6, Krasnaya St., Kemerovo,  
Kemerovo region (Kuzbass), Russia, 650000.  
+7(3842)58-12-26; [rector@kemsu.ru](mailto:rector@kemsu.ru)

Editorial Office Address: 6, Krasnaya St., Kemerovo, Kemerovo  
region (Kuzbass), Russia, 650000;  
+7(3842)55-87-61; [jsocnet@mail.ru](mailto:jsocnet@mail.ru)

16+

# VIRTUAL COMMUNICATION & SOCIAL NETWORKS ВИРТУАЛЬНАЯ КОММУНИКАЦИЯ И СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ



## Главный редактор



### Голев Николай Данилович

д-р филол. наук, проф., Кемеровский  
государственный университет  
(Кемерово, Россия).

Nikolay D. Golev, Editor-in-Chief, Dr.Sci.  
(Philol.), Prof., Kemerovo State University  
(Kemerovo, Russia).

## Заместитель главного редактора



### Ким Лидия Густовна

д-р филол. наук, доцент, Кемеровский  
государственный университет  
(Кемерово, Россия).

Lidiya G. Kim, Vice Editor-in-Chief for  
Philology, Dr.Sci.(Philol.), Assoc. Prof.,  
Kemerovo State University (Kemerovo, Russia).

## Редакционная коллегия / Editorial board



### Баркович Александр Аркадьевич

д-р филол. наук, проф., Белорусский  
государственный университет  
(Минск, Беларусь).

Alexander A. Barkovich, Dr.Sci.(Philol.),  
Prof., Belarusian State University  
(Minsk, Belarus).



### Катышев Павел Алексеевич

д-р филол. наук, проф., Государственный  
институт русского языка им. А. С. Пушкина  
(Москва, Россия).

Pavel A. Katyshev, Dr.Sci.(Philol.), Prof.,  
Pushkin State Russian Language Institute  
(Moscow, Russia).



### Белоусов Константин Игоревич

д-р филол. наук, проф., Белорусский  
государственный университет  
иностранных языков (Минск, Беларусь).

Konstantin I. Belousov, Dr.Sci.(Philol.), Prof.,  
Belarusian State University of Foreign  
Languages (Minsk, Belarus).



### Кобзева Ольга Викторовна

магистр теоретической, прикладной  
лингвистики и перевода, Высшая школа  
перевода (Пиза, Италия).

Olga V. Kobzeva, Master in Theoretical,  
Applied Linguistics and Translation, Graduate  
School of Translation (Pisa, Italy).



### Бреслер Михаил Григорьевич

канд. филос. наук, доцент, Уфимский  
государственный нефтяной технический  
университет (Уфа, Россия).

Mikhail G. Bresler, Cand.Sci.(Philos.),  
Assoc. Prof., Ufa State Oil Technical University  
(Ufa, Russia).



### Колмогорова Анастасия Владимировна

д-р филол. наук, проф., НИУ Высшая школа  
экономики – Санкт-Петербург  
(Санкт-Петербург, Россия).

Anastasia V. Kolmogorova, Dr.Sci.(Philol.),  
Prof., HSE University – St. Petersburg  
(St. Petersburg, Russia).



### Бушев Александр Борисович

д-р филол. наук, проф., Тверской  
государственный университет  
(Тверь, Россия).

Alexander B. Bushev, Dr.Sci.(Philol.), Prof.  
Tver State University (Tver, Russia).



### Кранзеева Елена Анатольевна

зам. главного редактора (социология),  
д-р социол. наук, доцент, Кемеровский  
государственный университет  
(Кемерово, Россия).

Elena A. Kranzeeva, Vice Editor-in-Chief  
for Sociology, Dr.Sci.(Sociol.), Assoc. Prof.,  
Kemerovo State University (Kemerovo, Russia)



### Кабрин Валерий Иванович

д-р психол. наук, проф., Национальный  
исследовательский Томский  
государственный университет  
(Томск, Россия).

Valery I. Kabrin, Dr.Sci.(Psychol.),  
Prof., Tomsk State University (Tomsk, Russia).



### Кронгауз Максим Анисимович

д-р филол. наук, проф., НИУ Высшая школа  
экономики – Москва (Москва, Россия).

Maxim A. Krongauz, Dr.Sci.(Philol.), Prof.,  
HSE University (Moscow, Russia).



### Каменева Вероника Александровна

д-р филол. наук, проф., Кемеровский  
государственный университет  
(Кемерово, Россия).

Veronika A. Kameneva, Dr.Sci.(Philol.),  
Prof., Kemerovo State University  
(Kemerovo, Russia).



### Ли Хэнжэнь

магистр, профессор, Северо-Восточный  
нефтяной университет (Дацин, КНР).

Li Hengren, Master, Prof., Northeast  
Petroleum University (Daqing, China).



**Оглезнев Виталий Васильевич**

д-р филос. наук, доцент, Санкт-Петербургский государственный университет (Санкт-Петербург, Россия).

**Vitaly V. Ogleznev**, Dr.Sci.(Philos.), Assoc. Prof., Saint Petersburg State University (St. Petersburg, Russia).



**Оленев Станислав Владимирович**

канд. филос. наук, доцент, Северо-Восточный нефтяной университет (Дацин, КНР).

**Stanislav V. Olenov**, Cand.Sci.(Philol.), Assoc. Prof., Northeast Petroleum University (Daqing, China).



**Рабенко Татьяна Геннадьевна**

д-р филос. наук, проф., Кемеровский государственный университет (Кемерово, Россия).

**Tatiana G. Rabenko**, Dr.Sci.(Philol.), Prof., Kemerovo State University (Kemerovo, Russia).



**Резанова Зоя Ивановна**

д-р филос. наук, проф., Национальный исследовательский Томский государственный университет (Томск, Россия).

**Zoya I. Rezanova**, Dr.Sci.(Philol.), Prof., Tomsk State University (Tomsk, Russia).



**Рыкун Артем Юрьевич**

д-р социол. наук, проф., Национальный исследовательский Томский государственный университет (Томск, Россия).

**Artem Yu. Rykun**, Dr.Sci.(Sociol.), Prof., Tomsk State University (Tomsk, Russia).



**Серый Андрей Викторович**

д-р психол. наук, проф., Кемеровский государственный университет (Кемерово, Россия).

**Andrey V. Seryy**, Dr.Sci.(Psychol.), Prof., Kemerovo State University (Kemerovo, Russia).



**Сологуб Ольга Павловна**

д-р филос. наук, доцент, Новосибирский государственный педагогический университет (Россия, Новосибирск).

**Olga P. Sologub**, Dr.Sci.(Philol.), Assoc. Prof., Novosibirsk State Pedagogical University, (Russia, Novosibirsk).



**Тагаев Мамед Джакыпович**

д-р филос. наук, проф., Кыргызско-Российский Славянский университет имени Б. Н. Ельцина (Бишкек, Киргизия).

**Mamed Dzh. Tagaev**, Dr.Sci.(Philol.), Prof., Kyrgyz-Russian Slavic University (Bishkek, Kyrgyzstan).



**Танатова Дина Кабдуллиновна**

д-р социол. наук, проф., Российский государственный социальный университет (Москва, Россия).

**Dina K. Tanatova**, Dr.Sci.(Sociol.), Prof., Russian State Social University (Moscow, Russia).



**Чистанов Марат Николаевич**

д-р филос. наук, доцент, Хакасский государственный университет им. Н. Ф. Катанова (Абакан, Россия).

**Marat N. Chistanov**, Dr.Sci.(Philos.), Assoc. Prof., N. F. Katanov Khakas State University (Abakan, Russia).



**Шестопал Елена Борисовна**

д-р филос. наук, проф., Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова (Москва, Россия).

**Elena B. Shestopal**, Dr.Sci.(Philos.), Prof., Lomonosov Moscow State University (Moscow, Russia).



**Яницкий Михаил Сергеевич**

зам. главного редактора (психология), д-р психол. наук, проф., Кемеровский государственный университет (Кемерово, Россия).

**Mikhail S. Yanitskiy**, Vice Editor-in-Chief for Psychology, Dr.Sci.(Psychol.), Prof., Kemerovo State University (Kemerovo, Russia).

### **К юбилею Н. Д. Голева**

Служение науке: к 80-летию Николая Даниловича Голева

*Ким Л. Г., Дударева Я. А., Мельникова В. С., Новгородова Е. В., Сатучина Т. Ю., Сологуб О. П.* 215

### **Искусственный интеллект и лингвистика**

Использование инструментов искусственного интеллекта при работе с городским текстом на занятиях по РКИ

*Колосова Е. И., Ибрагимова Е. Ш.* 247

Продакшн видеопоззии: режиссер vs искусственный интеллект

*Печёнкина Е. А.* 256

### **Коммуникативистика и когнитивные науки**

Субъектность коммуникации: структура и функциональная специфика современной репрезентации

*Баркович А. А.* 267

Тип коммуникативной личности ученика *Активный партнер* в виртуальном педагогическом дискурсе

*Чардынцева А. Д.* 276

### **Лингводидактика в социальных сетях**

Видеоурок шорского языка как тип виртуального педагогического дискурса

*Константинова Н. А.* 284

Онлайн-читательский клуб как лаборатория развития эмоционального интеллекта

*Прохорова Л. П.* 294

### **Медиакоммуникации и журналистика**

Эволюция интервью как сетевого диалогического медиаформата

*Соломин В. Е., Пикулина А. М.* 303

Русская, казахская и английская лингвокультуры: средства выражения прагматических установок на сайтах школ

*Титобаева А. А.* 315

### **Новые дискурсивные практики в социальных сетях**

Интердискурсивность и полидискурсивность в медиа- и интернет-пространстве: механизмы и сценарии трансформации в процессе перевода

*Волкова Т. А., Тюлюсов Н. С.* 326

Адаптация музыкальной терминологии в современной виртуальной коммуникации:

музыкальное комментирование как новый речевой жанр

*Орешкин С. А.* 341

Лингвостилистические средства реализации речевой агрессии в медицинском интернет-дискурсе (на материале интернет-отзывов)

*Шишкина Е. В., Польникова А. А.* 348

### **Психология и социология виртуальной коммуникации и социальных сетей**

«Тихий бойкот»: как поколение Z использует алгоритмы для противодействия рекламе

*Хоретлева М. А.* 358

### **For Nikolay Golev's Anniversary**

In Service of Linguistics: Honoring Professor Nikolay D. Golev on His 80th Anniversary

*Kim L. G., Dudareva Ya. A., Melnikova V. S., Novgorodova E. V., Satuchina T. Yu., Sologub O. P.* 215

### **Artificial intelligence and linguistics**

Artificial Intelligence in Teaching Russian as a Foreign Language through Urban Texts

*Kolosova E. I., Ibragimova E. S.* 247

Video Poetry Production: Film Director vs. Artificial Intelligence

*Pechenkina E. A.* 256

### **Communication Studies and Cognitive Sciences**

Communicative Agency: Structure and Function of Modern Representation

*Barkovich A. A.* 267

*Active Partner* as a Student's Communicative Personality in Online Pedagogical Discourse

*Chardyntseva A. D.* 276

### **Linguodidactics in Social Networks**

Video Tutorials of the Shor Language as a Type of Virtual Pedagogical Discourse

*Konstantinova N. A.* 284

Online Reading Club as a Laboratory for the Development of Emotional Intelligence

*Prokhorova L. P.* 294

### **Media Communications and Journalism**

Evolution of the Interview as a Online Dialogical Media Format

*Solomin V. E., Pikulina A. M.* 303

Russian, Kazakh, and English Linguistic Cultures: Pragmatic Means on School Websites

*Titobaeva A. A.* 315

### **New Discursive Practices in Social Networks**

Interdiscursivity and Polydiscursivity in Media and Online Space:

Transformation Patterns and Scenarios in Translation

*Volkova T. A., Tyulyusov N. S.* 326

Adapting Musical Terminology to Virtual Communication: Musical Commentary as a New Speech Genre

*Oreshkin S. A.* 341

Verbal Aggression in Medical Discourse: Online Reviews

*Shishkina E. V., Polnikova A. A.* 348

### **Psychology and Sociology of Virtual Communication and Social Networks**

The "Silent Boycott": How Generation Z Uses Algorithms to Resist Advertising

*Khoretleva M. A.* 358

обзорная статья

eLibrary EDN: ZLFSEF

## Служение науке: к 80-летию Николая Даниловича Голева

**Ким Лидия Густовна**

Кемеровский государственный университет, Россия, Кемерово  
eLibrary Author SPIN: 5341-1762  
<https://orcid.org/0000-0003-1712-9663>  
Scopus Author ID: 56895620200  
[kimli09@mail.ru](mailto:kimli09@mail.ru)

**Дударева Яна Александровна**

Кемеровский государственный университет, Россия, Кемерово  
eLibrary Author SPIN: 7934-3613  
<https://orcid.org/0000-0003-4326-3305>  
Scopus Author ID: 58066771800

**Мельникова Виктория Сергеевна**

Кемеровский государственный университет, Россия, Кемерово  
eLibrary Author SPIN: 9334-8632  
<https://orcid.org/0000-0002-2480-1967>

**Новгородова Елена Валерьевна**

Кемеровский государственный университет, Россия, Кемерово  
eLibrary Author SPIN: 9957-8866  
<https://orcid.org/0000-0002-4277-7358>

**Сатучина Татьяна Юрьевна**

Кемеровский государственный университет, Россия, Кемерово  
eLibrary Author SPIN: 2772-8450  
<https://orcid.org/0000-0002-7921-441X>

**Сологуб Ольга Павловна**

Новосибирский государственный педагогический университет, Россия, Новосибирск  
eLibrary Author SPIN: 4965-7579  
<https://orcid.org/0000-0002-7539-5831>

**Аннотация:** Статья посвящена научной и профессиональной деятельности Николая Даниловича Голева – известного российского ученого в области лингвистики и смежных наук, действительного члена Международной академии наук высшей школы, доктора филологических наук, профессора, Заслуженного работника высшей школы Российской Федерации, Почетного работника высшего профессионального образования Российской Федерации, руководителя научной школы «Социально-когнитивное функционирование русского языка». Представленный обзор охватывает результаты многолетней научной деятельности, направленной на развитие ономазиологии и деривационной лексикологии, текстодериватологии и лингвоперсонологии, лингвомаркетологии, юридической и интернет-лингвистики, лексикографии и лингводидактики, когнитивной, транслятивной, компьютерной и ИИ-лингвистики. Под руководством Н. Д. Голева защищены 41 кандидатская и 9 докторских диссертаций. Комплексный подход к решению проблем современной лингвистики, включающий развитие новых научных направлений и разработку инновационных методов лингвистических исследований, определяет профессиональную деятельность членов возглавляемой Н. Д. Голевым научной школы. Научные проекты, выполненные под руководством Н. Д. Голева, неоднократно становились победителями в конкурсах различных научных фондов. В настоящее время реализуется получивший поддержку Российского научного фонда проект «Разработка критериев и инструментов для оценки сложности, понятности и однозначности текстов российских законов с использованием цифровых технологий». Н. Д. Голев не только разработал имеющее практическую значимость интегративное направление «Юрислингвистика», но и основал школу лингвистов-экспертов в Сибири. Он также активно занимается рецензионно-редакционной деятельностью, результатом которой стало открытие двух научных журналов: «Юрислингвистика» и «Виртуальная коммуникация и социальные сети»; в последнем реализуется концепция ученого о специфике культурно-речевой, ментальной и социальной ситуации в виртуальном пространстве России и мира. Перспективность полученных Н. Д. Голевым и его научной школой результатов определяется их актуальностью для современной лингвистической парадигмы.

**Ключевые слова:** Николай Данилович Голев, научная школа, социально-когнитивное функционирование русского языка, юридическая лингвистика, лингвомаркетология, когнитивная лингвистика, лингвоперсонология, компьютерная лингвистика, транслятивная лингвистика, текстодериватология, лингвоконфликтология, ИИ-лингвистика

**Цитирование:** Ким Л. Г., Дударева Я. А., Мельникова В. С., Новгородова Е. В., Сатучина Т. Ю., Сологуб О. П. Служение науке: к 80-летию Николая Даниловича Голева. *Виртуальная коммуникация и социальные сети*. 2026. Т. 5. № 3. С. 215–246. <https://doi.org/10.21603/vcsn-2026-5-3-215-246>

Поступила в редакцию 09.07.2026. Принята после рецензирования 30.07.2026. Принята в печать 31.07.2026.

review article

## In Service of Linguistics: Honoring Professor Nikolay D. Golev on His 80th Anniversary

**Lidiya G. Kim**

Kemerovo State University, Russia, Kemerovo  
eLibrary Author SPIN: 5341-1762  
<https://orcid.org/0000-0003-1712-9663>  
Scopus Author ID: 56895620200  
[kimli09@mail.ru](mailto:kimli09@mail.ru)

**Yana A. Dudareva**

Kemerovo State University, Russia, Kemerovo  
eLibrary Author SPIN: 7934-3613  
<https://orcid.org/0000-0003-4326-3305>  
Scopus Author ID: 58066771800

**Viktoriya S. Melnikova**

Kemerovo State University, Russia, Kemerovo  
eLibrary Author SPIN: 9334-8632  
<https://orcid.org/0000-0002-2480-1967>

**Elena V. Novgorodova**

Kemerovo State University, Russia, Kemerovo  
eLibrary Author SPIN: 9957-8866  
<https://orcid.org/0000-0002-4277-7358>

**Tatyana Yu. Satuchina**

Kemerovo State University, Russia, Kemerovo  
eLibrary Author SPIN: 2772-8450  
<https://orcid.org/0000-0002-7921-441X>

**Olga P. Sologub**

Novosibirsk State Pedagogical University,  
Russia, Novosibirsk  
eLibrary Author SPIN: 4965-7579  
<https://orcid.org/0000-0002-7539-5831>

**Abstract:** Professor Nikolai D. Golev, PhD, is a renowned Russian scholar in a wide range of linguistic issues. Full member of the International Academy of Higher Education, Professor Golev is an Honored Worker of Higher and Professional Education of the Russian Federation. For many years, he has led the scientific school of Socio-Cognitive Functioning of the Russian Language at Kemerovo State University. This review outlines his extensive contributions to the field, ranging from more traditional areas like onomasiology, derivational lexicology, language pedagogy, and lexicography to such pioneering disciplines as cognitive and internet linguistics, linguistic personology, linguomarketology, legal linguistics, virtual communication, machine translation, and AI-driven linguistics. Over his career, Professor Golev has supervised forty-one Candidates of Sciences and nine Doctors of Sciences. His students continue to address cutting-edge linguistic problems, spearheading novel research directions and developing innovative methodologies. Under his leadership, the research team has secured prestigious grants from the Federal Target Program, the Russian Foundation for Basic Research, the Russian Humanitarian Scientific Foundation, and the Russian Science Foundation. Their latest project leverages digital technologies to evaluate the complexity, clarity, and unambiguous nature of Russian statutory texts. As the pioneer of Siberian legal linguistics, Professor Golev also founded a practical school of forensic expertise that services regional legal needs. Furthermore, his editorial experience has brought two major academic journals to life: *Legal Linguistics* addresses contemporary issues at the intersection of language and law while *Virtual Communication and Social Networks* explores the cultural, cognitive, and social dimensions of digital interaction. By addressing the challenges of the modern linguistic paradigm, Professor Golev and his school continue to open new horizons and shape the future of the discipline.

**Keywords:** Nikolai Danilovich Golev, academic school, socio-cognitive functioning of the Russian language, legal linguistics, linguomarketology, cognitive linguistics, linguistic personology, computational linguistics, translation studies, text derivation, conflict linguistics, AI-driven linguistics

**Citation:** Kim L. G., Dudareva Ya. A., Melnikova V. S., Novgorodova E. V., Satuchina T. Yu., Sologub O. P. In Service of Linguistics: Honoring Professor Nikolay D. Golev on His 80th Anniversary. *Virtual Communication and Social Networks*, 2026, 5(3): 215–246. (In Russ.) <https://doi.org/10.21603/vcsn-2026-5-3-215-246>

Received 9 Jul 2026. Accepted after review 30 Jul 2026. Accepted for publication 31 Jul 2026.

## Введение

22 августа 2026 г. исполняется 80 лет известному российскому ученому, доктору филологических наук, профессору, Заслуженному работнику высшей школы Российской Федерации, руководителю научной школы «Социально-когнитивное функционирование русского языка», профессору кафедры русского языка и литературы Кемеровского государственного университета (КемГУ) Н. Д. Голеву.

В 1971 г. он окончил Томский государственный университет (ТГУ) и продолжил свою научную и профессиональную деятельность сначала в Алтайском государственном университете (АлтГУ), а затем в КемГУ. Н. Д. Голев прошел все ступени научной и профессиональной карьеры: от аспиранта до действительного члена Международной академии наук высшей школы, от ассистента до профессора.

В 1974 г. Н. Д. Голев под руководством доктора филологических наук, профессора О. И. Блиновой защитил кандидатскую диссертацию по теме «Система номинации конкретных предметов в русском языке», в 1993 г. – докторскую диссертацию «Динамический аспект лексической мотивации», в которой предложена целостная модель лексической мотивации в русском языке, построенная на функционально-динамических принципах, а также разработана методика мотивологического анализа и представлено описание на ее основе всего корпуса лексико-мотивационного материала в русском языке. Новаторский характер концепции докторской диссертации обусловлен тем, что рассмотрение вопросов мотивированности слова, традиционно относимых в область диахронии языка, последовательно и системно переведено в область синхронного функционирования русской лексики.

Результаты научной деятельности ученого представлены в почти 600 научных работах, включая 62 публикации в журналах, входящих в «Белый список», а также индексируемых в международных базах научного цитирования Scopus и Web of Science. Показатели публикационной активности Н. Д. Голева: индекс Хирша по данным eLibrary.ru – 44, Scopus – 4, Web of Science Core Collection – 4. Он является автором 2 монографий, 9 учебных пособий, соавтором 14 коллективных монографий, научным редактором 15 коллективных и 7 авторских монографий, а также 17 межвузовских сборников научных трудов.

Научный авторитет Н. Д. Голева определяет его участие в рецензионно-редакционной

деятельности: он входит в состав редколлегии восьми журналов, включая такие журналы, как «Вестник Томского государственного университета. Филология», «Вестник Томского государственного университета. Вопросы лексикографии». Отдельно следует отметить два журнала, концептуально разработанных и официально открытых Н. Д. Голевым, главным редактором которых он является много лет: «Юрислингвистика» (2012–2018 гг.) и «Виртуальная

коммуникация и социальные сети» (учрежден в 2022 г.); в последнем реализуется концепция Н. Д. Голева о специфике культурно-речевой, ментальной и социальной ситуации в виртуальном пространстве России и мира. Этот журнал представляет собой уникальное издание, привлекающее исследователей в сфере электронной коммуникативистики.

Созданная Н. Д. Голевым научная школа «Социально-когнитивное функционирование русского языка» призвана не только развивать актуальные научные направления, но и возвращать ученых, способных отвечать на вызовы времени. Так, в рамках научной школы Н. Д. Голева под его руководством защищены 41 кандидатская и 9 докторских диссертаций [см. докторские диссертации: Бринев 2010; Дмитриева 2002; Ким 2010; Мельник 2011; Сологуб 2009; Тармаева 2012; Чернышова 2005; Шкуропацкая 2004; Шпильная 2016]. В настоящее время Н. Д. Голев является научным консультантом 3 докторантов и научным руководителем 5 аспирантов и соискателей, в том числе зарубежных.

Ученые, реализующие основные направления научной школы, активно участвуют в решении актуальных задач исследования языка, функционирования его единиц, а также методологии изучения разных типов дискурсов. Научные интересы Н. Д. Голева и его учеников охватывают фундаментальные и прикладные аспекты языкознания и смежных наук: русская морфология и ее антиномии, дискурс и его функционирование в коммуникативном поле, лингвоперсонологическая концепция языка, текст в аспекте языка и права, междискурсивное взаимодействие, категории переводимости



**Николай Данилович Голев**  
доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры русского языка и литературы Кемеровского государственного университета

и понятности как внутренние свойства языковых единиц и др. Проекты возглавляемого Н. Д. Голевым коллектива научной школы неоднократно становились победителями в конкурсах различных научных фондов: Федеральной целевой программы (ФЦП), Российского гуманитарного научного фонда (РГНФ), Российского фонда фундаментальных исследований (РФФИ). В настоящее время реализуется получивший поддержку Российского научного фонда (РНФ) проект «Разработка критериев и инструментов для оценки сложности, понятности и однозначности текстов российских законов с использованием цифровых технологий», который отвечает современным научным вызовам.

## Результаты

Сфера научных интересов Н. Д. Голева носит междисциплинарный характер и охватывает такие актуальные области, как ономазиология и деривационная лексикология, текстодериватология и лингвоперсонология, юридическая и интернет-лингвистика, лексикография и лингводидактика, орфография и пунктуация, когнитивная, транслятивная, компьютерная и ИИ-лингвистика.

### Современный русский язык:

**ономазиология, мотивология, словообразование, морфология, вариантология, текстодериватология**

Научный путь Н. Д. Голева начался с ономазиологических исследований. Изучение принципов номинации проводилось на материале диалектной лексики природы: наименований птиц [Голев 1971] и рыб [Голев 1978]. Собрав уникальный исследовательский материал, ученый выявил дифференциальные и интегрирующие признаки диалектной лексики, сравнил доминирующие принципы народной (обыденной) и научной номинации. Согласно концепции Н. Д. Голева, процесс номинации является двухфазным, включающим фазу окказиональной номинации и фазу узуализации [Там же]. В его работах получило уточнение и развитие понятие *принцип номинации*, было доказано, что «в каждой тематической группе названий образуется специфически ограниченный набор принципов номинации» [Голев 1972: 94]. Н. Д. Голевым предложена методика ономазиологического компонентного анализа лексических единиц на основе их дефиниций в толковых словарях русского языка [Голев 1973], проведены экспериментальные исследования по наименованию предметов, для которых отсутствуют специальные обозначения. Результатом научных



Н. Д. Голев  
в аудитории  
(АлтГУ, 1982)

изысканий в сфере ономазиологии стала диссертация по теме «Система номинации конкретных предметов в русском языке» на соискание ученой степени кандидата филологических наук, защищенная в 1974 г. в ТГУ.

Разработанное Н. Д. Голевым учение о языковой мотивации заключается в рассмотрении этого феномена как динамического, живого и непрерывного процесса, пронизывающего все уровни языковой системы. В его докторской диссертации по теме «Динамический аспект лексической мотивации», а также одноименной монографии [Голев 1989] получили развитие идеи В. фон Гумбольдта, А. А. Потебни, Ф. де Соссюра, Д. Н. Шмелева и других ученых о языке как о динамической системе, в которой действуют прямо противоположные, но находящиеся в состоянии равновесия тенденции к мотивированности и немотивированности языкового знака. Ученым описаны процессы утраты и обновления внутренней формы слова, мотивационно-ассоциативного функционирования слова в обыденном сознании носителей русского языка. Благодаря работам Н. Д. Голева в лингвистике осуществился переход от системоцентрического и статичного описания мотивационных отношений к их рассмотрению в антропоцентрическом и динамическом аспектах. Практическим воплощением нового, смелого исследовательского подхода стала серия лексикографических изданий описательного типа.

В теории словообразования главными новациями Н. Д. Голева являются выделение морфодеривационного языкового уровня и предложение объединить морфемику и словообразование

в общую науку, изучающую морфодеривационный строй языка, – морфодериватологию. Связи словообразования и лексикологии позволили Н. Д. Голеву и его ученице М. Г. Шкуропацкой выделить новое направление в изучении лексики – деривационную лексикологию [Голев, Шкуропацкая 2002: 13], базовыми понятиями которой являются *семантическая спецификация* и *деривационное слово*. Н. Д. Голев представляет взгляд на словообразование как на непрерывный эволютивный процесс. Словообразовательный акт – этап, после которого словообразовательные отношения преобразуются в лексико-мотивационные: слово включено в единый непрерывный деривационно-мотивационный процесс, ядерными формами которого служат деривация словоформ и деривация семантики. Исследователем представлен новый взгляд на центральную единицу словообразовательной системы – словообразовательный тип, который предложено изучать как функциональную единицу с использованием количественного метода [Там же]. В качестве источника привлекаются результаты поисковых запросов в Интернете. Основным выводом выступает функциональное расслоение производной лексики внутри одного словообразовательного типа [Голев 2022а].

Подход Н. Д. Голева к морфологии заключается в его тезисе: «Морфология должна быть морфологичной». Изучать морфологию с морфологоцентрических позиций – это значит изучать процесс перевода слов как единиц словаря в словоформы как единицы текста, оставаясь в рамках рассмотрения их собственно грамматических категорий и не подменяя морфологический анализ лексико-семантическим или синтаксическим. В научной статье «Морфологическая сущность существительных так называемого общего рода» ученый убедительно демонстрирует данную концепцию. В предложениях типа *врач пришла* существительное *врач* не меняет свой род на женский: род глагола в подобных контекстах

определяется контекстно-денотативной («наведенной») семой [Голев 2001]. Смешивать эти подходы – значит делать морфологию неморфологичной. Морфологическая система русского языка рассматривается ученым как антиномически организованная [Голев 2024а]. Противоречия между стремлением к удобству общения (коммуникативным) и стремлением к точному выражению мысли (когнитивным), а также между контекстным (синтагматическим) и словарным, системным (номинативным) позволяют увидеть морфологию как динамичную систему.

Одной из значительных теоретических новаций является разработка Н. Д. Голевым функциоцентрического подхода к единицам языка. Исследователь укрупняет понятие *функтив*, которое переносится «с уровня отдельных единиц на уровень классов единиц» [Голев 2026: 29]. Как функтивные единицы анализируются слова категории состояния, связки, модальные слова, глагольные междометия. Проявления функтивности также рассмотрены на примере «нулевых знаков», фразеологизмов, составных лексем и др. Новаторские идеи в области русского языка нашли воплощение в учебных пособиях Н. Д. Голева [Голев 1980; 2006b; 2021c; 2023b].

Ученый внес существенный вклад в развитие вариантологии. Согласно его теории, вариативность является фундаментальным механизмом существования и функционирования языка. В основе лингвистической вариантологии лежит фундаментальная антиномия *тождество – различие*, пронизывающая все уровни языковой системы. В связи с тем что единицы более высокого уровня, чем слово, редко рассматривались в вариантологическом аспекте, именно текст становится основным объектом научного изучения Н. Д. Голева. Вводится понятие *вариативно-интерпретационное функционирование текста* [Голев, Ким 2009], закрепившееся в докторской диссертации Л. Г. Ким [Ким 2010]. Вариативность понимается как результат активной интерпретационной деятельности реципиента [Ким 2009а]. Этот подход знаменует переход от классической вариантологии как изучения вариантов форм слова к антропоцентрической вариантологии, где в центре внимания оказывается человек, его когнитивные способности. В вариантологическую парадигму включаются разные виды текстов: тексты различных речевых жанров [Рабенко 2017], диалогические тексты [Шпильная 2021], переводы [Голев, Напреенко 2023], устные и письменные тексты [Голев, Напреенко 2025], мультимодальные тексты [Дударева 2025].

Н. Б. Лебедева,  
А. Г. Фомин,  
Л. Г. Ким,  
Н. Д. Голев  
(Варшава, 2016)



В работах последних лет «новым предметом функционирования текста в вариантологической парадигме становится его цифровой характер, факт создания не естественным, а искусственным интеллектом» [Голев и др. 2025: 205]. Развитие технологий искусственного интеллекта (ИИ) обусловило переход к техноцентрической вариантологии. С целью изучения вариативности текстов, созданных человеком и сгенерированных ИИ, Н. Д. Голевым предложено применение новаторского метода – обратного машинного перевода. Данный метод позволяет получить вторичный текст-вариант, который сопоставляется с оригиналом с помощью ИИ-технологий. Степень формально-смыслового сходства является показателем степени вариативности оригинального текста. В настоящее время различные виды инновационных техноцентрических экспериментов активно применяются работающим под руководством Н. Д. Голева научным коллективом для решения задач выявления сложности, понятности и доступности юридического текста для рядовых граждан.

В рамках общей дериватологии сформировалась новая отрасль лингвистического знания – текстодериватология. Предмет ее изучения – «текст, его особые отношения с другими текстами, с которыми он находится в отношениях первичности / вторичности, исходности / производности, простоты / сложности» [Мельник 2012: 69]. Движение реципиента от поверхностной языковой формы к смыслу текста изучается не как процесс декодирования, а как вторичное текстопорождение. Важнейшей особенностью текстодериватологического подхода выступает его антропоцентрический характер: порождение вторичных текстов рассматривается как речемыслительный процесс языковой личности. Два неразрывно связанных аспекта деривационного функционирования текста – лингвоцентрический и персоноцентрический – оформились в целостную концепцию в докторской диссертации ученицы Н. Д. Голева Н. В. Мельник [Мельник 2011]. В докторской диссертации Н. Н. Шпильной представлена концепция диалогического текстообразования; показано, как деривационная структура диалога, основанная на операциях свертывания, развертывания, трансформации, коммуникативных замен, обусловлена типами языковой личности коммуникантов, их интенциями и способностями к интерпретации исходного текста [Шпильная 2018]. Теория текстодериватологии выведена Н. Д. Голевым в прикладную сферу – область судебной лингвистической

экспертизы. Анализируя спорные тексты, ученый отмечает, что конфликтогенность текста порождается деривационными механизмами, и вводит понятие *деривационный люфт* – объективно существующий зазор между интенцией автора и смыслом, который извлекает реципиент. Именно этот «люфт» является причиной семантических искажений, приписывания скрытых смыслов и, как следствие, языковых конфликтов.

#### **Юрислингвистика:**

*история, теория и методы юрислингвистики, юридический язык, правовой дискурс, лингвоконфликтология, лингвоэкспертология, русский язык как государственный язык РФ*

Н. Д. Голев является основоположником юрислингвистики как междисциплинарного научного направления, находящегося в сфере пересечения языка и права. Историю становления этого направления ученый представляет как смену следующих этапов:

1. Подготовительный этап (1970 – середина 1990-х гг.). Основное внимание уделялось юридической технике; лингвистический анализ воспринимался как вспомогательный для толкования норм права; юридические термины изучались в составе лексической системы русского языка. Это был период накопления эмпирических данных, попыток осмысления природы конфликта интерпретаций юридического текста.

2. Этап становления юрислингвистики как науки (конец 1990-х – начало 2000-х гг.). Термин *юрислингвистика* был введен в статье «Юридический аспект языка в лингвистическом освещении», вышедшей в 1999 г. в журнале «Юрислингвистика». Автор определил объект юрислингвистики – «отношение языка к закону» [Голев 1999: 12] – и выделил два ключевых аспекта, в которых язык является объектом юридического рассмотрения: 1) *язык как объект правового регулирования*: за русским языком закреплён статус государственного языка, установлены правила его использования и различные меры ответственности за нарушения; 2) *язык как средство правовой деятельности*: русский язык используется в законотворчестве, толковании норм права, составлении различных юридических текстов. Сборники научных трудов «Юрислингвистика», формируемые под научной редакцией Н. Д. Голева, стали главной дискуссионной площадкой нового направления, на которой проводилось обсуждение теоретических основ и методологии экспертных исследований. Открылись первые лаборатории



Члены государственной комиссии (Н. Д. Голев, Н. Б. Лебедева, А. А. Бугаец, П. А. Катышев, Л. Г. Ким) и первые выпускники специализации «Юридическая лингвистика» (КемГУ, 2009)

по юрислингвистике и экспертные центры. В 2001 г. М. В. Горбаневским основана Гильдия лингвистов-экспертов по документационным и информационным спорам. В этом же году на филологическом факультете АлтГУ образована учебно-исследовательская лаборатория юрислингвистики и развития речи, которую возглавил Н. Д. Голев.

3. Этап методологического развития юридической лингвистики (начало 2000-х гг. – настоящее время). Происходит систематизация понятийного аппарата, обновляются и утверждаются методики проведения судебных лингвистических экспертиз Российского федерального центра судебной экспертизы имени профессора А. Р. Шляхова при Министерстве юстиции Российской Федерации (РФЦСЭ при Минюсте России) и иных государственных ведомств, выходят монографические исследования и учебные пособия А. Н. Баранова, М. Б. Ворошиловой, М. В. Горбаневского, К. И. Бринева, Е. И. Галяшиной, П. А. Катышева, М. А. Осадчего, А. М. Плотниковой, И. А. Стернина, Т. В. Чернышовой и др. С 2006 г. издается возглавляемый Н. Д. Голевым научно-практический журнал «Юрислингвистика», унаследовавший проблематику ранее издававшихся под этим же названием предшествующих сборников статей.

Основное теоретическое понятие юрислингвистики – *языко-правовой конфликт*. Естественный язык стремится к многозначности, а язык права и юридическое мышление требуют семантической определенности, однозначности. Вследствие неоднозначного соотношения формы и содержания языкового знака возникает конфликт интерпретаций, переходящий в правовую плоскость.

В начале профессионального пути как эксперта-лингвиста Н. Д. Голев заметил, что при установлении речевых правонарушений (например, при квалификации слов как оскорбительных) судьи, как и лингвисты-эксперты, были склонны опираться на субъективное восприятие семантики слова. Разрыв между «наивной» и «профессиональной» лингвистикой становился источником расхождений экспертов в выводах. Остро ощущалась необходимость в разработке методологического аппарата юридической лингвистики для проведения квалифицированного, объективного анализа текстов и единообразного разрешения спорных ситуаций. Под руководством Н. Д. Голева разрабатывается методология юридической лингвистики: метод интерпретационного анализа, заключающийся в формулировании смысла спорной фразы с учетом presuppositions, импликатур, используемых речевых стратегий; метод дистрибутивного и контекстуального анализа лексических единиц; метод прагматического анализа спорного текста и др.

**Лингвоэкспертология.** Теоретические положения в области юридической лингвистики нашли отражение в методиках и практических разработках по различным категориям дел. Н. Д. Голевым в соавторстве с учениками были разработаны методические рекомендации по производству судебных лингвистических экспертиз, содержащие определения ключевых понятий, описание пределов компетенции лингвиста-эксперта, формулировки вопросов эксперту по всем категориям дел. Существенный вклад в судебную лингвистику внесла Т. В. Чернышова [Чернышова 2016]. Исследователем обоснован комплексный лингвистический подход к анализу

спорного текста, ставший стандартом в экспертной практике. В исследовании К. И. Бринева на основе собственной обширной лингвоэкспертной практики представлены оригинальные методики анализа спорных текстов по делам об оскорблении, защите чести, достоинства и деловой репутации, угрозе и экстремизме [Бринев 2009].

Научная юрлингвистическая школа под руководством Н. Д. Голева известна своим инновационным подходом, связанным с внедрением в лингвоэкспертологию метода эксперимента (опроса, анкетирования и т. п.). Применение экспериментальных методов позволяет объективировать обыденное языковое сознание рядовых граждан, зафиксировать отличия «наивной» и «профессиональной» интерпретаций. Лингвистическое исследование рекламных текстов [Голев, Лебедева 2010], товарных знаков [Дударева 2014], идея создания словаря инвективной лексики с указанием степени оскорбительности [Голев 2003] – это примеры того, как антиномия *наивного – профессионального* переводится из теоретического плана в собственно практический, когда обыденное знание становится полноправным «голосом» для профессиональных выводов эксперта.

Научная школа Н. Д. Голева заложила основы лингвоконфликтологии как направления «коммуникативной лингвистики, где изучаются проблемы некооперативного, конфликтного общения» [Кара-Мурза 2010: 114]. Выход юрлингвистики в образовательную сферу привел к разработке магистерских программ в области судебной лингвистической экспертизы и учебных курсов по лингвоконфликтологии в ведущих вузах России: в Московском государственном университете им. М. В. Ломоносова (МГУ), Московском государственном юридическом университете им. О. Е. Кутафина (МГЮА), Нижегородском государственном университете (ННГУ), Волгоградском государственном университете (ВолГУ), АлтГУ, КемГУ и др. Широкая представленность курсов по лингвоконфликтологии обусловлена высокой социальной миссией дисциплины, заключающейся в формировании у обучающихся «профессионального лингвоэкспертного менталитета» [Там же: 115]. Необходимость в специалистах, способных профессионально анализировать текст с точки зрения его конфликтогенного потенциала, превращает лингвоконфликтологию в необходимый компонент подготовки юристов, филологов, журналистов, а также специалистов широкого гуманитарного профиля в сфере современных публичных коммуникаций. Знание причин

коммуникативных неудач, кроющихся в асимметрии языкового знака и действии человеческого фактора, позволяет на практике прогнозировать и предотвращать речевые конфликты.

Понятие *речевой конфликт* является центральным для лингвоконфликтологии: «Под языковым (речевым, коммуникативным) конфликтом чаще всего понимается противонаправленная интеракция, когда одна из сторон в ущерб другой сознательно и активно совершает речевые действия, которые могут выражаться в речевой агрессии» [Голев, Обелюнас 2014: 279]. Основные научные достижения в сфере лингвоконфликтологии – разработки моделей коммуникативных конфликтов и гармонизации речевого общения, классификации типов личностей на основе их конфликтного поведения (Н. Д. Голев, Е. С. Кара-Мурза, Л. Г. Ким, Н. В. Муравьева, В. С. Третьякова и др.), взгляд на конфликт интерпретаций как на когнитивное основание лингвоконфликтологии [Новгородова 2021].

**Юридический язык и русский язык как государственный язык РФ.** В сфере юридической лингвистики научные интересы Н. Д. Голева на данный момент связаны с изучением (не)понимания юридического текста рядовыми гражданами. Исследование «Разработка критериев и инструментов для оценки сложности, понятности и однозначности текстов российских законов с использованием цифровых технологий», выполняемое под руководством Н. Д. Голева, поддержано грантом РФФИ. Актуальность исследования обусловлена его включением в концепцию *государственный русский язык – понятный русский язык* [Кропачев, Кузнецов 2020]. Необходимость в экспериментальных исследованиях, направленных на установление критериев понятности текста, обусловлена тем, что «современный язык нормативных правовых актов избыточно сложен» [Кнутов и др. 2022: 399–400]. Н. Д. Голевым высказана крайне



Н. Д. Голев  
выступает  
с докладом  
на научной  
конференции  
(Кемерово, 2025)

перспективная идея о проведении еще на этапе разработки юридических текстов перлокутивной экспертизы «текста законопроекта, направленной на оценку его (текста) доступности» [Голев 2019а: 10]. С целью описания методики экспертизы законопроектов научным коллективом проводятся масштабные исследования, связанные с сопоставлением понимания юридического текста естественным и искусственным интеллектом.

**Виртуальная коммуникация и социальные сети:  
язык и речь в социальных сетях, цифровая  
медиакоммуникация, виртуальная педагогика**

XXI в. ознаменовался новым лингвистическим объектом – коммуникацией в социальных сетях, которая, по мнению Н. Д. Голева, определила вызов современному обществу. Исследованию этого феномена посвящена коллективная монография «Социальные сети», представленная в пяти томах и подготовленная под научной редакцией Н. Д. Голева [Социальные сети... 2021а; 2021б; 2022; 2023; 2024]. Актуальность исследования социальных сетей обусловлена их большой значимостью в общественной жизни страны, их влиянием на формирование политического и правового сознания, идеологических и культурных ценностей, коммуникативного поведения, культуры и мировоззрения россиян всех поколений, но прежде всего – молодого. «Социальные сети, с одной стороны, отражают ментальное состояние общества, а с другой стороны, являются инструментом их формирования, как стихийного, так и целенаправленного» [Голев 2021а: 5]. В монографии постулируется объективистский подход при изучении этого феномена. В гносеологическом плане социальные сети представляют собой новый объект, интересный для представителей разных научных дисциплин. Научная новизна данной идеи Н. Д. Голева заключается не только в объекте исследования, но и в методологии и методике его описания. Далее автор подчеркивает необходимость лингвистического подхода к феномену социальных сетей. Н. Д. Голев, обобщая представленные в коллективной монографии исследования, отмечает, что этот феномен выступает как целостный, системно организованный объект, рассматриваемый лингвистами с разных сторон:

- собственно лингвистическое изучение социальных сетей – их влияние на русскую речь и русский язык. Исследуется, как сетевая коммуникация формирует специфические дискурсивные практики;

- лингвоконфликтологическое изучение социальных сетей, часто выступающих источником или средством разного типа конфликтов, в том числе таких серьезных, как информационные войны;
- частной разновидностью конфликтов являются конфликты, регулируемые правом, что определяет необходимость лингвоюридического рассмотрения социальных сетей. Это включает выявление в социальных сетях текстов, содержащих признаки правонарушений, и проведение лингвистической экспертизы речевых произведений – продуктов сетевой коммуникации.

Исследование феномена *цифровой медиакоммуникации* представлено в статье [Голев, Ким 2023], выполненной на материале интернет-комментариев к новостной публикации. Н. Д. Голев и Л. Г. Ким рассматривают конфликт интерпретаций, который является движущей силой его протекания. Интернет-обсуждение имеет диалогическую основу, общую для диалогов многих функциональных разновидностей русской разговорной речи, но характеризующуюся специфическими чертами – усилением влияния модуса на диктум: не только на план его содержания, но и на план выражения – на структуру организации диалога. В интернет-обсуждении политических новостей обнаруживается усиление роли категорий ожидаемого и конфликта интерпретаций, переводящих модальную сторону диалога на глубинный – дотекстовый – уровень детерминации речевой деятельности. Участники дискуссий приходят на площадку Интернета с потенциальной готовностью проводить «свою» линию и противодействовать «чужой». По этой причине пространство обсуждения обнаруживает единство и борьбу (конфликт) противоположностей, определяющих принцип его устройства, его синергетику и функционирование. Выявлены две тенденции саморазвития виртуального диалога: центростремительная и центробежная. Центростремительность детерминирована объективным фактором диалога – наличием исходного обсуждаемого текста, центробежность – множеством субъективных центров ожидаемого. Анализ виртуального диалога выявил два типа организации текстового пространства: синтагматический и парадигматический; и две формы взаимодействия актантов обсуждения: параллельную и линейно-цепочечную.

Противопоставление указанных моделей обусловлено типом связующих единиц, используемых

при соединении реплик в развернутый полидиктумный и полимодусный диалог. Выявлены типы связей в синтагматических рядах: 1) переход от диктума к модусу; 2) переход от модуса (оценок) к диктуму, которые на диктумном уровне заключаются в использовании повторяющихся в соседних репликах лексических единиц или единиц, принадлежащих одному лексико-семантическому ряду. На уровне модуса сцепки проявляются в закономерностях комбинаторики реплик: вопрос – ответ; призыв – отклик; мнение – согласие; мнение – возражение; информация – оценка и т.д. Исследование показало эффективность примененной методики анализа текстового материала интернет-обсуждений: оппозиции диктума и модуса, парадигматики и синтагматики; продемонстрировало высокий объяснительный потенциал категорий *ожидаемое* и *конфликт интерпретаций*. Анализ языковых параметров обсуждения выводит на поверхность тот факт, что наличие дотекстового ожидания нацеливает авторов комментариев на квалификацию других участников диалога (в том числе автора обсуждаемой публикации) как «своих» или «чужих», и это обстоятельство существенным образом определяет модус высказываний комментаторов. Исследовательская реализация объяснительного потенциала названных категорий может быть спроецирована в область анализа и прогнозтики ментального состояния общества – сильное ожидание и готовность к конфликту интерпретаций являются отражением социального напряжения, ментальной расколотости или, напротив, когнитивного единства общества.

Выявлению содержательных и структурных особенностей виртуального диалога, организуемого в социальных сетях, на фоне живого (устного) диалога посвящена статья Н. Д. Голева и Н. Н. Шпильной [Голев, Шпильная 2024], в которой доказывается, что виртуальный диалог в социальных сетях находится в отношениях функционального параллелизма с реальным (живым) диалогом. Сопоставление текстов непринужденного диалога, опубликованных в сборнике «Живая речь уральского города: Тексты», а также текстов виртуального диалога, включающих посты и комментарии к ним, размещенные на персональных страницах носителей языка, позволило выявить инвариантные параметры опосредованного виртуального диалога: в открытом публичном виртуальном диалоге – массовый публичный адресат, в открытом персональном диалоге – прогнозируемый адресат, в открытом анонимном диалоге – анонимный

адресат, в непринужденном диалоге – персональный адресат. В виртуальном диалоге выделен дополнительный тип – имплицитный адресат, который актуализируется в сознании читателя текста комментариев. Установлено, что в виртуальном диалоге доминирует интенция *поделиться*, а в непринужденном диалоге – интенция *поддержания разговора*. Смена модели адресанто-адресатной коммуникации определяет структурные особенности реплик в непосредственном и виртуальном диалоге. В виртуальном диалоге реплики связаны радиально-цепочечной связью, а в непосредственном – цепочечной. Структура виртуального диалога является открытой, а живого диалога – закрытой. В результате анализа языкового материала зафиксировано, что в непринужденном диалоге преимущественно реализуется нарративный режим диалоговедения, а в виртуальном диалоге – реплицирующий. Таким образом, виртуальный диалог представляет собой самостоятельную сферу коммуникации с присущей ей моделью адресанто-адресатного взаимодействия, определяющей образ адресата, инициальные коммуникативные ходы, структурный принцип организации диалога и режим диалоговедения.

В работах Н. Д. Голева специальное внимание уделяется рассмотрению виртуальной педагогической коммуникации, которая является объектом изучения нового научного направления – виртуальной педагогики. Во всех сферах функционирования виртуальной дидактики существует потребность трансформации ее стихийных проявлений в позитивно-рациональные и, соответственно, необходимость активизации научно-исследовательского подхода к ней. Автором отстаивается тезис о конструктивности данного феномена. Конструктивная модальность по отношению к виртуальной педагогической коммуникации показывает, что она в значительной мере заключается в понимании сложившейся реальности как культурной сущности, которая подлежит не только радикальным преобразованиям, но и осторожному признанию и принятию как неизбежного и необходимого явления нашей материальной и духовной жизни. В коллективной монографии [Социальные сети... 2023] намечены основные пути конструктивного отношения к виртуальной педагогической коммуникации, одной из главных задач которой должно стать формирование у школьников культуры коммуникативного поведения в виртуальной среде. Все это предполагает разработку новых дидактических

принципов и методик для преобразования стилистических начал новой коммуникации в рациональные. Научным осмыслением накопленного опыта в сфере виртуальной педагогики – отрасли науки, образования и культуры, которая в настоящее время активно развивается и интенсивно ищет свое особое место в социальной жизни и интеллектуальной сфере, – являются подготовленные под научной редакцией профессора Н. Д. Голева два тома коллективной монографии [Социальные сети... 2023; 2024]. Обобщая содержание разделов коллективного труда, Н. Д. Голев выделяет два аспекта в практике развития виртуальной педагогики:

1) расширение виртуального инструментария, т.к. в сферу виртуального образования и воспитания вовлекается все больше виртуальных способов и средств и расширяется их разнообразие;

2) расширение объекта и предмета виртуальной дидактики как по возрастной (начиная с детского сада и завершая послевузовским повышением квалификации), так и по предметной линии (вряд ли можно найти сферу образования, где бы не использовался виртуальный формат).

Накопленный опыт виртуальной педагогики нуждается в его теоретическом осмыслении, которое постоянно осуществлялось параллельно практическому использованию средств виртуальной коммуникации. Структурирование монографии учитывает, что развитие виртуальной педагогики реально осуществляется как взаимодействие названных ее сторон.

#### **Лингвоперсонология:**

*персоно- и текстоцентрические аспекты, культурологические и аксиологические аспекты языковой личности, личностно-ориентированное обучение*

Значительное место в научной деятельности Н. Д. Голева занимают исследования в области лингвоперсонологии. В центре исследовательского интереса ученого находятся вопросы, связанные с типологией языковой личности, культурологический и аксиологический аспекты языковой личности, лингвоперсонология текста и идиостиль и др. [Голев 2005]. Под языковой личностью понимается «носитель языковой способности определенного качества, данного ей изначально и далее развиваемого в соответствии с заложенным в ней потенциалом» [Голев 2006а: 10]. В зависимости от разных оснований лингвистическая наука располагает множеством общих и частных типологий языковой

личности. Так, Н. Д. Голев выделяет следующие основания для типологизации:

1) уровневые и «отраслевые» параметры: в этом контексте выделяется синтаксическая или орфографическая языковая личность.

2) аспектуальные параметры: временные, локальные, профессиональные, гендерные (например, языковая личность студента / преподавателя / учителя и т.д.) [Там же].

На основе биологических и психофизиологических особенностей личности в психологии выделяют лево- и правополушарные типы. В работах Н. Д. Голева нашла отражение теория межполушарной асимметрии мозга, были рассмотрены соответствующие ей типы языковой личности: правополушарный – художественный, гуманитарный тип; левополушарный – логический, инженерный. Языковая личность находит свое воплощение в текстах, точнее персонотекстах, в которых проявляются ее индивидуальные черты: речевой опыт индивидуума, его ментальные и психологические характеристики, особенности текстопорождения и восприятия и др. Примерами персонотекстов, которые могут быть первичными и вторичными, выступают блоги, эссе, комментарии новостей и т.д. В том числе по особенностям речевого воплощения в тексте можно судить и о типе языковой личности. Следовательно, изучение языковой личности и ее проявления в текстах является задачей классической лингвоперсонологии, в решение которой Н. Д. Голев внес значительный вклад. Так, под его научным руководством А. В. Замилова в 2013 г. защитила диссертационное исследование, посвященное лингвосоциологическому моделированию русской языковой личности [Замилова 2013]. Развивая идеи и концепции теории языковой личности, ученый обратил внимание на то, что индивидуум располагает различными языковыми конструкциями, нормами, выбор которых обусловлен ситуацией общения и иными факторами.

Другие работы Н. Д. Голева по лингвоперсонологии посвящены проблемам диагностики языковых способностей учеников на основе анализа контрольных текстов их изложений, диктантов и сочинений, что позволяет дифференцировать разные типы языковых личностей школьников и существенно облегчает реализацию индивидуального подхода к процессу обучения [Голев, Мельник 2010]. В соответствии с этим для школьного преподавания необходимо учитывать и развивать языковой тип школьника, для вузовского – языковой тип студента [Голев 2009а].

Л. Г. Ким,  
Е. В. Новгородова,  
Н. Д. Голев,  
Н. Б. Лебедева,  
(Минск, 2015)



В научных трудах Н. Д. Голева по лингвоперсонологии выделяются следующие ключевые направления: типологизация языковой личности; персоно-тексты, лингвоперсонология текстов, идиостиль; личностно-ориентированное обучение с учетом типа языковой личности. Каждое из этих направлений получает дальнейшее развитие в работах его учеников и последователей.

#### **Лексикография:**

***теория лексикографии, инновационные словари и лексикографические проекты, этноконцептология и этноконцептография***

Лексикография занимает важное место в научных изысканиях Н. Д. Голева, которые охватывают достаточно широкую проблематику – от составления словарей до теоретических описаний научной и обыденной лексикографии. Н. Д. Голев руководит созданием словарей разных типов, в том числе активно участвует в лексикографических проектах, получивших грантовую поддержку. Таким первым опытом создания словаря, выполненного научным коллективом кафедры русского языка и литературы под руководством Н. Д. Голева, стал «Словарь обыденных толкований русских слов» [Басалаева и др. 2012]. Концепция словаря уникальна, поскольку отражает результаты массового эксперимента с участием рядовых носителей языка (около 4 тыс. испытуемых). Словарь фиксирует обыденную семантику слова-бионима в антропоцентрическом, лингвокогнитивном, лингвокультурологическом и других контекстах, что позволяет говорить о многоаспектности данного словаря. Идее создания словаря предшествовала кропотливая работа ученого, в результате которой была издана коллективная монография «Обыденное метаязыковое сознание: онтологические и гносеологические аспекты» в нескольких частях [Обыденное

метаязыковое сознание... 2009a; 2009b; 2010; 2012]. Этот лексикографический проект получил поддержку в рамках гранта «Обыденная семантика лексики русского языка: теоретическое и лексикографическое исследование» по ФЦП «Научные и научно-педагогические кадры инновационной России» (2009–2013 гг.).

Идея лексикографической фиксации ассоциативно-номинального потенциала слов-бионимов получила развитие в «Нейминговом словаре русского языка (слова-бионимы как фирменные наименования)» [Дударева и др. 2016]. Данный словарь является одним из вариантов практической реализации лингвомаркетологической концепции языка, представленной Н. Д. Голевым: когда языковой знак выполняет функцию по привлечению внимания потребителей товаров и услуг, то «традиционное представление о первичности информативного компонента ... уступает представлению о том, что именно информативный компонент подчинен суггестивному» [Голев, Яковлева 2008: 77].

Лексикографические изыскания автора в дальнейшем были реализованы в новом типе словаря – «Опыт разноязычного словаря бионимов (казахский, китайский, русский, сербский, французский языки)» [Абдуллаева и др. 2025]. Н. Д. Голев выступил не только идейным вдохновителем проекта, но и его непосредственным участником. Названный лексикографический проект приобрел международный характер (Кемерово, Новосибирск, Алматы, Тайбэй). Главная концепция словаря – фиксация обыденной семантики слова в контексте многоаспектности и всеохватности, многослойности семантики языкового знака. Данный проект представляет собой продолжение основных исследований, направленных на изучение обыденной семантики слова и ее лексикографическую представленность.

Семантизация политической лексики нашла отражение в серии словарей, концепцию которых разработал, а также которых осуществил научное редактирование Н. Д. Голев: «Словарь обыденных толкований политических терминов» [Словарь обыденных толкований политических терминов 2019], «Словарь интерпретаций правовых и политических терминов (на материале опросов жителей Кемеровской области – Кузбасса)» [Словарь интерпретаций правовых... 2022]. Словари подготовлены при поддержке грантов РФФИ. Кроме того, Н. Д. Голев имеет практический опыт реализации словаря концептуального содержания: «Словарь событийных концептов Кузбасса (2012–2022 гг.)» [Голев и др. 2022].

Небезынтересным представляется инновационный опыт создания интернет-словаря в рамках проекта «Народная лексикография». Словарь носит название – «Викилексия», его концепция заключается в следующем: авторами словарных дефиниций являются носители языка, которые описывают семантику слова по определенной схеме, отражают свое личное отношение к значениям слов, т.е. словарь фиксирует народное лексикографирование.

Помимо практической лексикографии, Н. Д. Голев занимается вопросами теории отечественной и современной лексикографии, о чем свидетельствуют его многочисленные публикации. Так, ученого волнуют вопросы, связанные с описанием семантики слова, проблематику которого он видит в вариативном подходе лексикографов, в отражении одних параметров описания значения слова и отсутствии других. В своей работе «Об описании значений слов-денотативов» Н. Д. Голев обратил внимание на лексикографическую тенденцию отражения в толковых словарях преимущественно внешних, описательных признаков названий птиц (цвет, размер и т.д.) [Голев 1973]. По мнению ученого, отечественные и современные толковые словари фиксируют те признаки, которые необходимы для обиходного, массового употребления орнитонимов. В других публикациях Н. Д. Голев, вслед за О. И. Блиновой, предлагает рассматривать лексикографию как метод описания лексики [Голев 2021b]. При таком понимании лексикография трактуется как своеобразный способ понимания языка, что существенно расширяет и несколько видоизменяет терминологические границы слова *лексикография*.

Ученый неизменно подчеркивает ценность изучения и обыденного лексикографирования; он предложил систему способов обыденной семантизации. Так, Н. Д. Голев выделяет следующие стратегии обыденной семантизации: дефиниционная, описательная, ассоциативная, контекстная, мотивационная и отсылочная. Дефиниционная стратегия семантизации – определение через указание более широкого класса и отличительных признаков слова. Описательная стратегия направлена на экспликацию дифференциальных признаков, не предполагает выделение денотата в лексическом значении слова. Ассоциативная стратегия направлена на соотнесение предмета с закрепленным за ним признаком, свойством, действием. Контекстная стратегия связана с указанием на контексты употребления толкуемого слова. Мотивационная стратегия ориентирована

на внутреннюю форму слова, на его мотивировочный признак. Отсылочная стратегия связана с отсылками на другие слова, на изображения. В дальнейшем данная система способов обыденной семантизации и теоретические разработки ученого будут положены в основу крупных диссертационных исследований (например, диссертационная работа Л. Х. Сарамотиной по обыденной семантизации незнакомых слов (научный руководитель Н. Д. Голев)), представлены в монографиях и сборниках научных статей. Н. Д. Голев не только систематизирует новую информацию об объекте лексикографического исследования, но и анализирует проблемные, открытые исследовательские зоны.

#### **Когнитивная лингвистика:**

***обыденное метаязыковое сознание, обыденная лингвополитология, интерпретационная лингвистика, медиатизация политического дискурса***

Одним из наиболее масштабных научных направлений, разрабатываемых научным коллективом под руководством Н. Д. Голева, является исследование важнейшего феномена языка и ментальной сферы человека – обыденного метаязыкового сознания (ОМЯС), являющегося совокупностью представлений обычных людей о языке в разных его проявлениях [Голев 2000a; 2000b]. Эти представления, по мысли ученого, формируют стихийное языковое развитие. Уходя корнями в начало научной деятельности Н. Д. Голева (так, уже в его кандидатской диссертации [Голев 1974] высказываются положения, касающиеся естественно-номинативной деятельности носителей языка) и обрастая новыми идеями в ходе расширения сферы научных интересов (в частности, обращение к естественно-речевой письменной практике), данное направление формируется в самостоятельную фундаментальную исследовательскую программу. Ключевые идеи нового направления изложены Н. Д. Голевым в его вводной теоретической главе «Обыденное метаязыковое сознание как онтолого-гносеологический феномен (в поисках лингвогносеологем)» коллективной монографии [Голев 2009b]. Обыденно метаязыковое сознание представляется ученым как онтолого-гносеологический феномен: онтологический аспект предполагает рассмотрение метаязыкового сознания как объективно существующей части народной психики, менталитета и повседневной речевой практики; гносеологический аспект изучает рефлексию языка обычными людьми

и ее соотношение с лингвистикой как наукой. Автором выявлены и описаны базовые ментальные единицы ОМЯС – лингвогносеологемы, понимаемые как стереотипы, установки и «наивные» законы, которыми руководствуется носитель языка при оценке речи. Их действие проявляется в процессах функционирования в речи и текстах: это процессы «наивного» толкования слов (обыденной семантизации), языковой рефлексии и пр. Обсуждение и развитие базовых идей состоялось в последующих разделах данной монографии [Обыденное метаязыковое сознание... 2009a; 2009b; 2010; 2012]. Авторы рассматривают ОМЯС с разных сторон, выявляя закономерности его «устройства» и функционирования, отмечая многообразные проявления в речевой деятельности и ментальной сфере индивидуума и языкового коллектива, в социальных сферах функционирования русского и других языков. В монографиях обозначены и социально-прикладные аспекты изучения данного феномена: школьное образование, наивная лексикография, языковое строительство. Таким образом, в изложенных идеях Н. Д. Голева и его последователей внутренняя структура языка связывается с его социальным функционированием; в работах раскрывается, как языковые законы преломляются в сознании рядовых носителей языка.

Отдельное место в рамках «обыденного» направления занимает «наивная» концептология, базирующаяся на изучении того, как концепты реально представлены в сознании носителей языка, каковы их рефлексии относительно слов и понятий. Эффективными способами исследования «наивных» концептов ученым признаются анализ обыденных толкований и ассоциаций / реакций с привлечением востребованных психолингвистических методов. Эти идеи были реализованы в многочисленных статьях и диссертационных исследованиях. Так, в рамках научной школы Н. Д. Голева У. Даваа защитила кандидатскую диссертацию на тему «Сопоставительное исследование обыденной семантики слов монгольского и русского языков: на материале слов, обозначающих домашних животных» (научный руководитель М. Г. Шкуропацкая) [Даваа 2018]; в 2026 г. состоялась защита кандидатской диссертации Ц. С.-Б. Нурзета (научный руководитель – Т. Г. Рабенко) [Нурзет 2026], посвященная тому, как в сознании носителей двух разных культур (русской и тувинской) преломляются и осмысливаются названия живых существ – бионимов (в частности, птиц и животных).

Следующей ступенью стало изучение «наивного» знания на материале обыденных политических текстов: от бытовых разговоров до интернет-комментирования политических реалий, что способствовало развитию обыденной лингвополитологии [Голев 2011b]. Выделение данного направления позволяет определить доминирующие признаки обыденного политического сознания и смоделировать обыденную политическую картину мира [Голев 2013a; 2015a]. Высокий уровень прикладной значимости исследований в данной области выразился в государственной поддержке грантов под научным руководством Н. Д. Голева. Проект «Лингвокогнитивный анализ конфликтов в сфере обыденной политической коммуникации» (РГНФ, 2015–2017 гг.) направлен на изучение когнитивных механизмов образования и протекания конфликтных ситуаций в сфере обыденной политической коммуникации [Лингвокогнитивный анализ конфликтов... 2015–2017]. Этот подход, с одной стороны, актуализирует ряд продуктивных направлений, связанных с изучением «наивного» знания, с другой стороны, представляет собой пересечение лингвокогнитивных и социолингвистических аспектов, направленных на исследование политического расслоения современного языкового коллектива. Проект «Лингвистический мониторинг социальной напряженности в Кузбассе» (РФФИ, 2020 г.) представляет собой лингвистическое описание факторов общественной нестабильности в одном из регионов Российской Федерации [Лингвистический мониторинг... 2020–2022]. Новизна данного исследования обусловливается разработкой методики выявления, лингвоэкспертной оценки и профилактики региональных социальных проблем.

Современная речевая практика отличается активным процессом, при котором политическая коммуникация является неотъемлемой частью медийного пространства. Стремительное развитие информационно-коммуникационных технологий способствует медиатизации политического дискурса – процессу, который также определяет сферу научных интересов Н. Д. Голева. Медиасфера становится площадкой политической активности, участниками которой являются не только профессиональные политики, но и широкая аудитория. Развитие цифровых технологий способствует расширению видов взаимодействия: политические события начинают активно обсуждаться в разных интернет-форматах (форумах, блогах, комментариях под постами и т. д.). Качественные изменения политического дискурса

способствуют трансформации контента, который под влиянием медиа должен быть более зрелищным и манипулятивным. Медиатизация сферы политики приводит к конструированию медиареальности, означающей формирование массовых политических представлений путем отбора и интерпретации конкретных событий. В исследованиях, выполненных в данном направлении представителями научной школы Н. Д. Голева, выявляются процессы, обуславливающие механизм интерпретации новостного события [Ким 2020]. Подобный подход способствует определению обыденной медиакommunikации с характерной для нее формой организации [Голев, Шпиляная 2021]. В изданном «Ассоциативном словаре медиасобытий начала XXI века» фиксируются «концептные значения различных медиасобытий, существующих в коллективном обыденном сознании» [Дударева и др. 2020: 1069].

Одним из активно исследуемых в рамках научной школы жанров интернет-коммуникации являются комментарии к текстам политического содержания, выступающие как вторичные интернет-тексты, репрезентирующие как собственно конфликтное начало интернет-пользователей, так и обусловленность множественности интерпретации одного события разными факторами [Голев, Ким 2014; 2017]. В таких высказываниях отражается восприятие и оценивание политических событий рядовым носителем языка, репрезентируются политические концепты и развенчиваются мифы [Кишина 2012]. В работах Н. Д. Голева определяются смысловые закономерности комментирования новостных текстов в социальных сетях, доказываются системность деривационной цепочки вторичных текстов, обусловленная лингвосинергетическими факторами [Голев, Сушкина 2022]. Медиатизация политического дискурса иллюстрирует процесс взаимопроникновения политики и медиа, при котором рядовой носитель языка становится активным участником политической жизни.

Описание активной языковой деятельности рядового участника политической коммуникации актуализирует ряд проблем, связанных с вариативно-интерпретационным функционированием текста. В исследованиях Н. Д. Голева рассматриваются вопросы лингвистической вариантологии как целенаправленной когнитивной деятельности, связанной с процессом истолкования смысла языкового знака; выявляется онтологическое устройство множественности и вариативности

интерпретации [Голев 1994], а также функциональной нагруженности интерпретационных моделей в разных типах дискурса [Голев 1998], конфликтов, порождаемых несоответствием интенциональных установок автора и адресата [Голев 2004]. Теория интерпретационной концепции текста, разработанная Н. Д. Голевым и активно развиваемая в работах Л. Г. Ким, базируется на когнитивных процессах осознания первичного дискурса и создания вторичного текста, основанного на выражении модуса адресата [Голев 2008; 2011a; 2012a; 2014a; Голев, Ким 2007a; 2014; Ким, Голев 2008; Ким 2009b]. Одним из главных теоретических постулатов лингвистического интерпретационизма является положение о том, что текст, с одной стороны, воплощает авторский замысел, а потому обладает значением как постоянной величиной, а с другой – содержание текста определяется предпочтениями интерпретатора, а потому текст имеет множество переменных величин – смыслов [Голев 2001; Голев, Ким 2007b]. В работах исследователей обосновывается положение о вариативности как о всеобщей сущности текста, отражающей естественные свойства языка и способности языковой личности. Авторы доказывают, что любой текст реализуется множественностью смысловых вариантов [Голев, Ким 2009].

Концепция смысловой вариативности текста, заложенная в работах Н. Д. Голева, развивается в монографических изданиях его учеников. Так, Л. Г. Ким решает вопросы, связанные с вариативно-интерпретационным функционированием текста и определением факторов, обуславливающих вариативность смыслового потенциала [Ким 2013]. Е. В. Новгородова реализует научную идею лингвокогнитивного исследования конфликта интерпретаций в сфере обыденной политической коммуникации [Новгородова 2021]. В работах Н. В. Мельник, выполненных в аспекте деривационного функционирования текста, выявляются системно-функциональные и лингвоперсонологические факторы, детерминирующие вариативность вторичных текстов [Мельник 2011].

Представляя обзорное освещение исследований в области вариативно-интерпретационного описания языка, Н. Д. Голев выделяет две основные тенденции – «укрупнение» предмета вариантологии (от фонемы до текста) и расширение «различных феноменов речевой деятельности: языкового сознания, языковой личности и форматов речевой деятельности» [Голев 2023a: 87], что позволяет сделать вывод о глобализации теории вариативности.

### Транслятивная лингвистика.

#### *Перевод как вторичный текст и интерпретация, обратный машинный перевод в лингвистике, ИИ-лингвистика*

Современная лингвистика переживает этап активного методологического обновления, связанного с внедрением цифровых технологий и обращением к когнитивным моделям анализа языка. Н. Д. Голев предложил оригинальную концепцию транслятивной лингвистики как особого научного направления в исследовании естественных языков [Голев 2022b: 717]. В онтологическом плане естественный язык и его единицы выступают как объект исследования; в гносеологическом – разрабатывается методология, позволяющая изучать язык через его трансляционное функционирование. Такое разведение аспектов позволяет рассматривать язык как часть глобального межъязыкового пространства, «где каждая единица обладает потенциалом вариативной межъязыковой репрезентации» [Голев, Мельникова 2025: 1585]. Методологическое ядро транслятивной лингвистики заключается в обращении к программам искусственного интеллекта – машинному переводу и обратному машинному переводу, что является оригинальным, новаторским способом описания функционирования естественных языков, их особенностей [Голев 2022b].

Эпоха ИИ ознаменовала для лингвистики переход к новой парадигме: движение от антропоцентризма к техноцентризму. Современная лингвистика получила новый объект изучения – большие языковые модели (LLM). С лингвистической точки зрения большие языковые модели представляют собой нейросетевые системы, которые, обучаясь на текстах естественного языка, эмерджентно формируют модель языковой системы. Они осваивают лексику и грамматику, дискурсивные закономерности и элементы прагматики в процессе собственной тренировки путем предсказания слова за словом. Это позволяет выделить *ИИ-лингвистику* (термин Н. Д. Голева) как самостоятельное научное направление, которое находится в сфере пересечения когнитивной и компьютерной лингвистики и изучает с помощью ИИ-инструментов устройство естественных языков. В ИИ-лингвистике язык моделируется как многомерное самоорганизующееся пространство, единицы которого от малых до самых крупных являются точками, соединенными векторами. Синтагматические и парадигматические отношения между ними отражаются

через направления и расстояния. Большие языковые модели дают лингвистам-исследователям экспериментальную платформу для изучения организации естественных языков, сравнения с данными психолингвистики о структуре ментального лексикона и грамматики, выявления языковых универсалий и обнаружения инвариантных когнитивных структур.

Когнитивный аспект использования ИИ в лингвистике связан с моделированием процессов понимания и интерпретации. Когнитивная революция объединила усилия представителей психологии, лингвистики, философии и ИИ, создав тем самым теоретическую основу для интерпретации человеческого мышления. Транслятивная лингвистика вносит в этот междисциплинарный диалог оригинальный вклад: машинный перевод выступает как экспериментальная модель, позволяющая «увидеть» язык в его трансформационной динамике. Центральное место в транслятивной лингвистике занимает понимание перевода как вторичного текста. Перевод трактуется Н. Д. Голевым как исследовательский метод, с помощью которого транслятивная лингвистика описывает и выявляет закономерности переводимого языка. Н. Д. Голев предлагает понятийно-терминологический аппарат транслятивной лингвистики; значительное внимание уделяется частным разновидностям перевода как метода: обратному переводу, машинному переводу, в особенности обратному машинному переводу. Н. Д. Голев, развивая идеи дериватологии, полагает, что порождение вторичных текстов подчиняется определенным деривационным механизмам: «вторичный же текст в таком понимании есть продолжение, развитие, функция исходного текста» [Голев, Сайкова 2001: 22]. Переводной текст, соответственно, рассматривается как вариант переводимого текста [Голев и др. 2025: 203]. Согласно устоявшемуся в транслятологии взгляду, текст перевода представляет собой вторичное образование, имеющее интертекстуальную природу: будучи включенным в лингвокультурный контекст читателя, он в то же время маркирован признаками определенной среды. Таким образом, перевод предстает как акт интерпретации; «особую значимость для лингвистики имеет выход на текстовое варьирование в аспекте смысловой интерпретации текста» [Голев, Напреенко 2023: 307]. С когнитивно-лингвистической точки зрения интерпретативная природа перевода обусловлена тем, что «процесс перевода, как и деривация,

не наблюдаем, он полностью протекает в сознании коммуникантов» [Широких 2006: 128]. Это сближает транслятивную лингвистику с когнитивной парадигмой, изучающей ментальные механизмы порождения и понимания речи. Примечательно, что в основе перевода лежит субъективный момент (деятельность переводчика), «придающий производным текстам не столько жестко детерминированный, сколько статистико-вероятностный характер» [Там же: 129].

Проблема переводимости – одна из ключевых в транслятивной лингвистике. Н. Д. Голев и В. С. Мельникова рассматривают переводимость «как внутреннее свойство языковых единиц» [Голев, Мельникова 2025: 1585]. Цель исследования в этой области заключается в «систематизированной организации современных теоретических концепций, изучающих онтологические аспекты переводимости и понятности, с акцентом на выявление их взаимосвязей с интерпретируемостью языковых единиц» [Там же]. Особый интерес представляет корреляция переводимости с понятностью текста: «переводимость коррелирует с понятностью текста и может служить ее маркером» [Там же]. Данное положение имеет важное когнитивное измерение: понимание текста и его принципиальная переводимость оказываются взаимосвязанными характеристиками, отражающими глубинные свойства языкового сознания. В рамках транслятивной лингвистики обосновывается положение о «транслятивном функционировании языка как особом формате речевой деятельности, порождающем транслятивные микрополя» [Там же]. Иными словами, каждый текст, будучи помещенным в межязыковое пространство, порождает вокруг себя множество потенциальных переводческих решений – «транслятивных микрополей», в которых переводимость проявляется как системное свойство языка.

Наиболее оригинальным элементом концепции Н. Д. Голева является метод обратного машинного перевода (ОМП). Под ОМП понимается «"трансляционный продукт", полученный в результате машинного (компьютерного) перевода текста или других единиц (слов, словосочетаний, предложений и т.д.) с языка R на язык N и обратного перевода полученного "продукта" с языка N на язык R» [Голев 2018: 36]. Обратный машинный перевод предоставляет исследователю материал – «трансляционные варианты», которые могут быть сопоставлены с исходным текстом и друг с другом; «с помощью машины можно отыскивать

в тексте помехи понимания для машинных программ и как следствие – прогнозировать появление таковых помех для рядового потребителя текста закона» [Голев, Мельникова 2020: 9]. Тем самым ИИ становится инструментом познания когнитивных механизмов, лежащих в основе языковой вариативности и переводимости [Голев, Мельникова 2025]. Н. Д. Голев выносит на обсуждение научную идею, предполагающую «возможность использования результатов ОМП для исследования различных теоретических вопросов языкознания и для решения разнообразных практических задач, возникающих, в частности, в сфере межязыковой коммуникации, перевода и лингводидактики (обучения иностранным языкам)» [Голев 2018: 36]. Обратный машинный перевод дает на выходе «вторичный вариант с разной степенью смысловой эквивалентности по отношению к первичному варианту» [Голев, Напреенко 2023: 299]. Этот метод позволяет исследовать транслятивное варьирование языковых единиц [Голев 2018: 36] и рассматривать текст обратного машинного перевода как транслятивный вариант первичного русскоязычного текста, «различные функциональные форматы, среди которых находится и транслятивный формат» [Голев, Напреенко 2023: 300]. Сопоставление вариантов, полученных через разные языки-посредники, подвергается анализу сходства, которое «предлагается проводить с использованием программ сравнения текста на схожесть» [Голев, Мельникова 2020: 8].

Таким образом, транслятивная лингвистика Н. Д. Голева представляет собой последовательную и оригинальную теоретическую концепцию, органично соединяющую когнитивный подход к языку с методологическим использованием ИИ. В рамках этой концепции перевод осмысливается как вторичный текст и интерпретация, переводимость – как внутреннее свойство языковых единиц, а обратный машинный перевод – как объективный метод исследования языковой вариативности.

Особую значимость транслятивной лингвистике придает то, что она открывает перспективы и возможности для дальнейших лингвистических изысканий. В эпоху стремительного развития генеративных языковых моделей и нейросетевых систем перевода методология, разработанная Н. Д. Голевым, приобретает новую актуальность: она позволяет не только анализировать результаты работы ИИ, но и использовать его как когнитивный инструмент, приближающий нас к пониманию глубинных закономерностей естественного языка.

### Письменная речь

Вопросы письменной речевой практики стали подниматься в работах ученого в 1990-х гг., когда его интересы сосредоточились на проблемах русской орфографии. В фундаментальном труде «Антиномии русской орфографии» [Голев 1997] одной из задач стало описание принципов устройства русской орфографии. Оценивая состояние современной орфографической теории и практики, Н. Д. Голев признает, что в русском метаязыковом сознании господствует орфографоцентризм, выражающийся в стремлении к единообразному правильному написанию, что осознается как самоцель пишущего. Это, по мнению ученого, отдаляет орфографию от научной грамматики, формирует искаженные представления об устройстве языка и существенным образом упрощает орфографическую деятельность. Ученый выявляет новые, функционально-прагматические возможности ее интерпретации, что позволяет говорить о коммуникативной орфографии. Идеи данного исследовательского направления развиваются далее в программной статье «Помехи письменной речи как проблема коммуникативной орфографии русского языка» [Голев 2000с], обосновывающей прагматический подход к изучению орфографических трудностей. В ней отклонения от норм трактуются как естественные процессы языка. Коммуникативные принципы провозглашаются им и при изучении, и при применении в письменной речевой практике русской пунктуации [Голев 2002b]. Инновационные идеи Н. Д. Голева в области орфографии и пунктуации развиваются в кандидатских диссертациях его учеников: О. А. Киселевой [Киселева 2002] и Е. Н. Татаринцевой [Татаринцева 2007].

Следующим этапом осмысления письменноречевой практики носителей языка стало формирование научного направления, объектом исследования которого является русская естественная письменная речь (ЕПР). В 2003 г. состоялась конференция «Теория и практика современной письменной речи», материалы которой опубликованы в одноименном сборнике под редакцией Н. Д. Голева [Теория и практика... 2003]. Это научное событие послужило началом формирования исследовательской программы нового направления под руководством Н. Д. Голева и Н. Б. Лебедевой, в центре которого находится общая теория ЕПР. Исследовательская программа обсуждалась на целом ряде конференций, результатом обсуждения стали сборники научных трудов под редакцией Н. Д. Голева [Естественная

письменная русская речь... 2002; 2003а; 2003b; 2011; 2016]. Идеи данного направления нашли свое развитие в докторских и кандидатских диссертациях. Так, в докторской диссертации О. П. Сологуб «Современный русский официально-деловой текст: функционально-генетический аспект» (научный консультант Н. Д. Голев), базирующейся на материале обращений рядовых граждан в официальные органы, было обозначено коммуникативное пространство естественной деловой письменной речи, где происходят процессы официализации / деофициализации письменного делового текста [Сологуб 2009]. Автор с детерминистских позиций выявляет глубинные механизмы генезиса и функционирования официально-делового текста, реконструируя тем самым его функционально-генетическую модель. Особое место в диссертации занимают положения о реальных процессах функционирования официально-делового текста, отражающихся в метаязыковом сознании рядовых носителей языка.

С течением времени внутри общего направления по изучению ЕПР сформировалось более частное направление, основным объектом исследования которого стали речевые жанры. Целый ряд кандидатских диссертаций посвящен таким жанрам ЕПР, как частные записки (Е. Г. Зырянова), граффити (Н. И. Тюкаева), книга жалоб и предложений (Т. В. Шуматова), маргинальные страницы тетради (Н. Ю. Плаксина), ежедневник (А. С. Юркевич), поздравление (Т. П. Сухотерина) и др. Некоторые из указанных исследователей выступили авторами коллективной монографии «Жанры естественной письменной речи» [Лебедева и др. 2021]. В центре внимания докторской диссертации Т. Г. Рабенко «Жанры естественной письменной русской речи



Н. Д. Голев  
и студентка  
О. П. Сологуб,  
ныне доктор  
филологических  
наук  
(Новосибирск,  
1991)

в вариантологическом аспекте» (научный консультант Н. Б. Лебедева) находится явление вариативности русской естественной письменной речи, автор решает задачу разработки модели вариативного функционирования письменного речевого жанра [Рабенко 2018]. Организация жанрового пространства ЕПР моделируется на основе таких жанров ЕПР, как личный дневник, личное письмо и личная записка. Используя вариантно-инвариантный подход, Т. Г. Рабенко изображает пространство ЕПР как единый, целостный континуум, образованный ядерными (в наибольшей степени включающими в себя инвариантные признаки) и периферийными (в большей степени обусловленными особенностями коммуникативной ситуации) жанрами.

Многoletние наблюдения за процессами, происходящими в русской письменной речи, позволили Н. Д. Голеву обратиться к анализу сущностных, глубинных процессов, происходящих в данной сфере коммуникации в современный период, характеризующийся глобальным влиянием виртуальной коммуникации на письменно-речевую деятельность носителей языка [Голев 2012b; 2013b]. Важнейшими векторами развития современного русского письма, по мнению автора, являются следующие: 1) усиление визуально-мануального канала передачи и восприятия информации и укрепление холистических, иероглифических, дискурсивных тенденций восприятия; 2) формирование новой гибридной функциональной подсистемы – письменной разговорной речи; 3) расширение вариативности и появление новых форм нормативности; 4) интерактивность и гипертекстуальность; 5) актуализация метаязыкового сознания.

Таким образом, исследования ученого показывают, как цифровые технологии и виртуальная среда определяют развитие языка в современный период.

### Лингводидактика

Многие инновационные идеи Н. Д. Голева получают выход в практику преподавания и там также приобретают инновационный характер. Теснейшим образом связана с практикой обучения теория орфографии, изложенная автором в книге «Антиномии русской орфографии» [Голев 1997], где он определяет стратегическое направление формирования грамотности, опирающееся на морфематический принцип как ведущий принцип русской орфографии. В связи с этим Н. Д. Голев считает, что нужно развивать чувство морфемы и тем самым развивать языковую интуицию. Эта идея носит программный

характер, и ей в свое время была посвящена конференция, по результатам которой опубликованы материалы в сборнике «Проблемы письменной речи и развития языкового чувства» под редакцией Н. Д. Голева [Проблемы письменной речи... 2002], включающем его программные статьи о методологии развития письменно-речевых способностей. Обозначив указанную выше лингводидактическую стратегию, Н. Д. Голев закономерно приходит к идее личностно-ориентированного обучения, предполагающего опору не только на интеллектуальные способности учащихся, но и на возможности их ассоциативного, интуитивного мышления. В рамках данной концепции им были разработаны методики индивидуального обучения языку. В качестве инструмента для развития языковой интуиции Н. Д. Голев предлагает использовать языковую игру [Голев 2012c], а именно такие конкретные приемы и методы, как:

1) *поиск «ошибок» (редактирование)*: учащимся предлагают найти и объяснить ошибки в шуточных текстах или текстах с «ловушками»;

2) *ассоциативные и словообразовательные загадки*: сочинение новых слов, окказионализмов, раскрытие их значения через игру с морфемами;

3) *работа с омофонами*: анализ слов, которые звучат одинаково, но пишутся по-разному (например, луг – лук), в рамках комических контекстов.

Играя со словами, учащиеся проникают во внутреннюю структуру слова, осмысливают правила его написания – таким образом они развивают более тонкое чувство языка.

Идеи интуитивной орфографии получают свое развитие в кандидатской диссертации Е. А. Аввакумовой «Морфематические основания интуитивной орфографии русского языка (на материале эксперимента с детьми 6–7 лет)» (научный руководитель Н. Д. Голев) [Аввакумова 2002]. Автор на практике наблюдает, как дети неосознанно опираются на структуру слова при его написании, на этом основании делается вывод о том, что в основе интуитивной орфографии лежит неосознанная ориентация ребенка на структурно-словообразовательные модели, по ним он определяет значение незнакомого слова и конструирует новые слова. Таким образом, в работе доказывается необходимость развития морфемного мышления детей. Широкое обсуждение вопросов интеграции теории и практики орфографии состоялось на заседании круглого стола «Теория и практика орфографии (материалы круглого стола)» [Теория и практика

орфографии... 2001], которое было организовано в рамках Всероссийской научно-практической конференции «Лингвистика и школа». Н. Д. Голев выступил научным руководителем этого проекта и модератором дискуссии. Участники заседания, с одной стороны, обсуждали теоретические вопросы: принципы русской орфографии, ее правила, проблемные зоны, а с другой – учителя делились опытом работы по орфографии: они анализировали наиболее частотные ошибки, допускаемые их учениками, предлагали свои наработки по формированию орфографических навыков.

Тестирование как новая форма проверки знаний широко обсуждается в научно-педагогическом сообществе, в том числе Н. Д. Голевым. Производя критический анализ этой формы, он расценивает ее, с одной стороны, как объективный инструмент, а с другой – признает ее ограниченность, т. к. она редуцирует глубокие знания до формальных алгоритмов. Ученый отмечает, что тесты не могут проверять способность учащихся самостоятельно порождать связный текст и мыслить творчески, поэтому тестирование, по его мнению, должно, во-первых, сочетаться с традиционными методами оценки (сочинения, устный ответ); во-вторых, сам тест должен быть организован иначе: более удачной формой проверки им признается комплексный филологический анализ текста, который предполагает понимание смысла и структуры. Данные взгляды отражены в научно-методическом пособии Н. Д. Голева «Тексты и тесты: комплексный анализ текста и тестирование в школе и вузе» [Голев 2000d], где он исследует соотношение между реальной речевой практикой и стандартизированными экзаменами.

Осмысление процесса анализа текста в современных условиях развития искусственного интеллекта позволило Н. Д. Голеву сформировать идеи трансмутационной методики, направленной на изучение текста с использованием возможностей нейросетей [Голев 2025]. Такой анализ предполагает трансформацию исходного текстового материала в визуальные или измененные текстовые форматы через составление заданий (промтов) для ИИ. Этот метод решает сразу несколько образовательных и когнитивных задач:

1) анализ смыслов: ученик глубоко погружается в произведение, структурируя и переосмысливая его для формулировки запроса;

2) авторская позиция: создавая промт, учащийся моделирует текст и выступает в роли автора-исследователя;

3) дидактика: творческий процесс формализуется, повышая вовлеченность и качество филологического анализа.

Особое место среди инновационных лингводидактических идей Н. Д. Голева занимает идея о ноотеке [Голев 2012a; 2019b]. Ученый предлагает в рамках компетентностного обучения современный интерактивный, проектно-ориентированный формат обучения, позволяющий реализовывать учебный процесс как синергетический, «самодвижущийся», когда учащиеся самостоятельно осваивают знания и продвигают их на учебных занятиях. Им сформулированы ключевые принципы «Ноотеки»:

1) *синтез балльно-рейтинговой системы (БРС) и проектирования*: накопление баллов предполагает осуществление реальной исследовательской и практической деятельности, что должно способствовать превращению количества работы в качество знаний;

2) *вовлеченность учащихся в учебный процесс (взаимное обучение)*: студенты самостоятельно готовят и проводят занятия, выступая в роли докладчиков, критиков, модераторов, экспертов и приобретая при этом реальный педагогический опыт;

3) *выступление учащихся соавторами учебных материалов* (так, под руководством Н. Д. Голева студенты-магистранты подготовили разделы коллективного учебника «Юрислингвистика» [Голев 2021d]);

4) *индивидуализация заданий*: учебные пособия, написанные Н. Д. Голевым в формате «Ноотека» (например, по морфологии [Голев 2006b]), структурированы так, чтобы каждый студент получал уникальный пакет практических задач; это исключает механическое списывание и стимулирует самостоятельное мышление.

Представленный дидактический проект претерпел определенные изменения в последнее время под влиянием цифровых технологий: концепция ноотеки трансформировалась в концепцию *электронной ноотеки*. Предполагается, что накопление учебной информации должно осуществляться на цифровой платформе.

Новый выход в сферу лингводидактики произошёл в процессе осмысления лингводидактического потенциала естественной письменной речи [Голев 2015b]. Н. Д. Голев считает эффективным инструментом лингводидактики естественное письменное-речевое общение в формате онлайн-переписки студентов-иностранцев с носителями языка, что позволяет первым активно осуществлять реальную речевую практику и тем

самым активно осваивать язык. Эффективность такого метода, по мнению ученого, заключается, во-первых, в том, что учащиеся погружаются в реальную речевую среду, усваивают язык в комплексе (самообучения); во-вторых, носители языка непреднамеренно задают образцы речевых моделей (реплик диалога), речевого поведения, усваиваемые студентами-иностранцами в ходе переписки (процесс взаимообучения); в-третьих, в ходе переписки, как правило, устанавливаются дружеские отношения, свободное речевое поведение, отсутствие контроля – все это повышает мотивацию к изучению иностранного языка. Идеи Н. Д. Голева явились базой для реализации лингводидактического проекта «Лингводидактический потенциал онлайн-переписки», осуществляемого О. П. Сологуб в Тайваньском Национальном университете с 2015 по 2023 г. Данный опыт был осмыслен в ряде статей (в том числе и в соавторстве). Также был организован выпуск коллективной монографии (в 2-х томах), посвященной широкому кругу вопросов виртуальной педагогики [Социальные сети... 2023; 2024].

## Заключение

Профессиональный путь доктора филологических наук, профессора Н. Д. Голева – это вдохновляющий пример многогранного таланта, трудолюбия и преданности делу. Это блестящий образец творчески мыслящего ученого, способного порождать оригинальные научные и лингводидактические идеи и реализовывать их на практике.

Юбилей руководителя научной школы «Социально-когнитивное функционирование русского языка» является достойным поводом признания заслуг Н. Д. Голева перед отечественной лингвистикой не только как выдающегося ученого, но и педагога,

который формирует новое поколение профессионалов, способных решать актуальные проблемы лингвистической науки и филологического образования. Он заложил прочные теоретические основы, открывшие новые перспективы для дальнейших научных изысканий – каждое направление его деятельности отличается глубиной исследований и практической значимостью. Н. Д. Голев – это ученый, заряжающий своих коллег и учеников плодотворными научными идеями, вдохновляющий их на профессиональное творчество.

Заслуги выдающегося ученого неоднократно отмечались государственными и ведомственными наградами: Н. Д. Голев награжден медалью Кемеровской области – Кузбасса «За служение Кузбассу», отмечен Нагрудным знаком «Почетный работник высшего профессионального образования Российской Федерации», имеет Почетное звание «Заслуженный работник высшей школы Российской Федерации». Эти знаки признания стали достойным подтверждением многолетнего вклада Н. Д. Голева в развитие отечественной лингвистики и высшей школы.

**Конфликт интересов:** Авторы заявили об отсутствии потенциальных конфликтов интересов в отношении исследования, авторства и / или публикации данной статьи.

**Conflict of interests:** The authors declared no potential conflict of interests regarding the research, authorship, and / or publication of this article.

**Критерии авторства:** Авторы в равной степени участвовали в подготовке и написании статьи.

**Contribution:** All the authors contributed equally to the study and bear equal responsibility for the information published in this article.

## Литература / References

- Абдуллаева Ф. Э., Голев Н. Д., Дебрэнн М., Жаналина Л. К., Ким Л. Г., Лебедева Н. Б., Сологуб О. П., Стеванович С. В. Опыт разноязычного словаря бионимов (казахский, китайский, русский, сербский, французский языки). Кемерово: КемГУ, 2025. 1204 с. [Abdullaeva F. E., Golev N. D., Debrenn M., Zhanalina L. K., Kim L. G., Lebedeva N. B., Sologub O. P., Stevanovich S. V. *Experience of a multilingual dictionary of bionyms in Kazakh, Chinese, Russian, Serbian, and French*. Kemerovo: KemSU, 2025, 1204. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/aifjhw>
- Аввакумова Е. А. Морфематические основания интуитивной орфографии русского языка (на материале эксперимента с детьми 6–7 лет): дис. ... канд. филол. наук. Кемерово, 2002. 171 с. [Avvakumova E. A. *Morphematic foundations of intuitive orthography of the Russian language: An experiment with 6–7-year-olds*. Cand. Philol. Sci. Diss. Kemerovo, 2002, 171. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/rwhmgz>

- Басалаева М. Ю., Воробьева М. Е., Голев Н. Д., Дударева Я. А., Замилова А. В., Ким Л. Г., Кишина Е. В., Кузнецова Т. Ю., Мельник Н. В. Словарь обыденных толкований русских слов: лексика природы. Кемерово: КемГУ, 2012. Т. 1. 536 с. [Basalaeva M. Yu., Vorobyeva M. E., Golev N. D., Dudareva Ya. A., Zamilova A. V., Kim L. G., Kishina E. V., Kuznetsova T. Yu., Melnik N. V. *Dictionary of ordinary interpretations of Russian words: Vocabulary of nature*. Kemerovo: KemSU, 2012, vol. 1, 536. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/rlotiz>
- Бринев К. И. Теоретическая лингвистика и судебная лингвистическая экспертиза. Барнаул: АлтГПУ, 2009. 252 с. [Brinev K. I. *Theoretical linguistics and forensic linguistic examination*. Barnaul: AltSPU, 2009, 252. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/qcodpj>
- Бринев К. И. Теоретическая лингвистика и судебная лингвистическая экспертиза: дис. ... д-ра филол. наук. Кемерово, 2010. 363 с. [Brinev K. I. *Theoretical linguistics and forensic linguistic expertise*. Dr. Philol. Sci. Diss. Kemerovo, 2010, 363. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/qfenct>
- Голев Н. Д. Антиномии русской морфологии: коммуникативное vs когнитивное; синтагматическое vs номинативное. *СибСкрипт*. 2024а. Т. 26. № 1. С. 94–107. [Golev N. D. Antinomies of Russian morphology: Communicative vs. cognitive; syntagmatic vs. nominative. *SibScript*, 2024a, 26(1): 94–107. (In Russ.)] <https://doi.org/10.21603/sibscript-2024-26-1-94-107>
- Голев Н. Д. Антиномии русской орфографии. Барнаул: АлтГУ, 1997. 145 с. [Golev N. D. *Antinomies of Russian orthography*. Barnaul: ASU, 1997, 145. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/rldcsx>
- Голев Н. Д. Варьирование деривативных контекстов как способ выявления и изучения потенциала деривационного функционирования слова. *Явление вариативности в языке*, отв. ред. Л. А. Араева. Кемерово: Кузбассвузиздат, 1994. С. 82–84. [Golev N. D. Variation of derivational contexts as a method of revealing and studying the potential of derivational functioning of a word. *The phenomenon of variability in language: Abstracts of the conference*, ed. Araeva L. A. Kemerovo: Kuzbassvuzizdat, 1994, 82–84. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/teydk>
- Голев Н. Д. Введение в теорию и практику морфемно-словообразовательного анализа. Барнаул: АлтГУ, 1980. 125 с. [Golev N. D. *Introduction to the theory and practice of morphemic and word-formation analysis*. Barnaul: AltSU, 1980, 125. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/qzflnt>
- Голев Н. Д. Введение. Социальные сети как актуальный объект междисциплинарного научного изучения. *Социальные сети: комплексный лингвистический анализ*, науч. ред. Н. Д. Голев. Кемерово: КемГУ, 2021. Т. 2. С. 5–9. [Golev N. D. Introduction. Social networks as an actual object of interdisciplinary scientific study. *Social networks: Comprehensive linguistic analysis*, ed. Golev N. D. Kemerovo: KemSU, 2021, vol. 2, 5–9. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/uteqtj>
- Голев Н. Д. Выявление и описание сигналов напряженности плана содержания и плана выражения текстов законопроекта: экспериментальный проект (к постановке проблемы). *Актуальные вопросы науки и техники: проблемы, прогнозы, перспективы*: Национ. конф. (Кемерово, 15 октября 2019 г.) Кемерово: КемГУ, 2019а. С. 8–14. [Golev N. D. Identification and description of tension signals of the content plan and the expression plan of the texts of a bill: An experimental project and problem statement. *Current issues of science and technology: Problems, forecasts, and prospects*: Proc. Nation. Conf., Kemerovo, 15 Oct 2019. Kemerovo: KemSU, 2019a, 8–14. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/qkfxkf>
- Голев Н. Д. Динамический аспект лексической мотивации. Томск: ТГУ, 1989. 252 с. [Golev N. D. *Dynamic aspect of lexical motivation*. Tomsk: TSU, 1989, 252. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/qzaxzz>
- Голев Н. Д. Исследование русской пунктуации в коммуникативном аспекте: постановка проблемы и программа экспериментального исследования. *Языковая ситуация в России начала XXI века*: Междунар. науч. конф. (Кемерово, 18–20 октября 2002 г.) Кемерово: Кузбассвузиздат, 2002b. Т. 1. С. 146–160. [Golev N. D. Study of Russian punctuation in the communicative aspect: Statement of the problem and program of experimental research. *Language situation in Russia at the beginning of the 21st century*: Proc. Intern. Sci. Conf., Kemerovo, 18–20 Oct 2002. Kemerovo: Kuzbassvuzizdat, 2002b, vol. 1, 146–160. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/rdxtjn>
- Голев Н. Д. Источниковый потенциал обратного машинного перевода. *Вестник Кыргызско-Российского славянского университета*. 2018. Т. 24. № 1. С. 36–45. [Golev N. D. Source potential of the back machine translation. *Vestnik Kyrgyz-Russian Slavic University*, 2018, 24(1): 36–45. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/yspbud>

- Голев Н. Д. К проблеме качества чтения как дидактической задачи. *Естественная письменная русская речь: исследовательский и образовательный аспекты. Ч. IV. Дискурсы и жанры письменной речи*, ред. Н. Б. Лебедева. Кемерово: КемГУ, 2011а. С. 253–263. [Golev N. D. Reading quality as a didactic task. *Natural written Russian speech: Research and educational aspects. Pt. IV. Discourses and genres of written speech*, ed. Lebedeva N. B. Kemerovo: KemSU, 2011a, 253–263. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/vhwhrz>
- Голев Н. Д. Лексикографирование как метод описания лексики. К теоретическому наследию О. И. Блиновой. *Вопросы лексикографии*. 2021b. № 21. С. 5–32. [Golev N. D. Lexicographizing as a method of describing vocabulary: Revisiting the theoretical legacy of Olga Blinova. *Russian Journal of Lexicography*, 2021b, (21): 5–32. (In Russ.)] <https://doi.org/10.17223/22274200/21/1>
- Голев Н. Д. Лингвистическое метарепрезентирование обыденного политического сознания. *Когнитивные исследования языка*. 2015а. № 22. С. 256–258. [Golev N. D. Linguistic metarepresentation of ordinary political consciousness. *Cognitive Studies of Language*, 2015a, (22): 256–258. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/uyhpbw>
- Голев Н. Д. Лингвоперсонология, антропотекст, типы языковой личности (лингвоперсономы). *Университетская филология – образованию: человек в мире коммуникаций: Междунар. науч.-практ. конф.* (Барнаул, 12–16 апреля 2005 г.) Барнаул: АлтГУ, 2005. С. 81–86. [Golev N. D. Linguistic personology, anthropotext, and types of linguistic personality: Linguopersonemes. *University philology for education: Man in the world of communications: Proc. Intern. Sci.-Prac. Conf.*, Barnaul, 12–16 Apr 2005. Barnaul: AltSU, 2005, 81–86. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/sewvtf>
- Голев Н. Д. Лингвоперсонологические основания личностно-ориентированного обучения. In: Попова О. А., Денисова Э. С., Оленев С. В. и др. *Лингвоперсонология и личностно-ориентированное обучение языку*. Кемерово: КемГУ, 2009а. С. 8–16. [Golev N. D. Linguapersonological foundations of personality-oriented language teaching. In: Popova O. A., Denisova E. S., Olenov S. V. et al. *Linguistic personology and personality-oriented language teaching*. Kemerovo: KemSU, 2009a, 8–16. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/zstezn>
- Голев Н. Д. Лингвотеоретические основания типологии языковой личности. In: Хомич Э. П., Лебедева Н. Б., Татаринцева Е. Н. и др. *Лингвоперсонология: типы языковых личностей и личностно-ориентированное обучение*. Барнаул-Кемерово: БГПУ, 2006а. С. 7–28. [Golev N. D. Linguistic and theoretical foundations of language personality typology. In: Khomich E. P., Lebedeva N. B., Tatarintseva E. N. et al. *Linguistic personology: Types of language personalities and person centered learning*. Barnaul-Kemerovo: BSPU, 2006a, 7–28. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/sncddp>
- Голев Н. Д. Макромоделирование языковой вариативности: к расширению границ лингвистической вариатологии (аспектуализированный обзор работ российских лингвистов). *Научный диалог*. 2023а. Т. 12. № 8. С. 86–125. [Golev N. D. Macromodeling linguistic variability: Expanding the boundaries of linguistic variation studies (a comprehensive review of Russian linguists works). *Scientific Dialogue*, 2023a, 12(8): 86–125. (In Russ.)] <https://doi.org/10.24224/2227-1295-2023-12-8-86-125>
- Голев Н. Д. Множественность интерпретации речевых произведений как фактор коммуникативного конфликта между их автором и адресатом. *Житниковские чтения VII. Диалог языков и культур в гуманистической парадигме: Междунар. науч. конф.* (Челябинск, 5–6 октября 2004 г.) Челябинск: ЧелГУ, 2004. С. 114–116. [Golev N. D. Multiplicity of interpretation of speech works as a factor of communicative conflict between their author and addressee. *Zhitnikov Readings VII. Dialogue of languages and cultures in the humanistic paradigm: Proc. Intern. Sci. Conf.*, Chelyabinsk, 5–6 Oct 2004. Chelyabinsk: ChelSU, 2004, 114–116. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/tkmxhx>
- Голев Н. Д. Морфология современного русского языка. Кемерово: КемГУ, 2006b. 208 с. [Golev N. D. *Morphology of the modern Russian language*. Kemerovo: KemSU, 2006b, 208. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/rlsqkr>
- Голев Н. Д. Морфология современного русского языка. Кемерово: КемГУ, 2023b. 272 с. [Golev N. D. *Morphology of the modern Russian language*. Kemerovo: KemSU, 2023b, 272. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/uygmnd>
- Голев Н. Д. Морфологическая сущность существительных так называемого общего рода. *Виноградовские чтения: Межвуз. науч. конф.* (Тобольск, 20–23 ноября 2001 г.) Тобольск: ТГПУ им. Д. И. Менделеева, 2001. С. 107–108. [Golev N. D. Morphological essence of nouns of the so called common gender. *Vinogradov Readings: Proc. Interuniv. Sci. Conf.*, Tobolsk, 20–23 Nov 2001. Tobolsk: TSPU named after D. I. Mendeleev, 2001, 107–108. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/vphwrh>

- Голев Н. Д. Ноотека: балльно-рейтинговая система + проектирование, или к вопросу о переходе количественных измерений ЗУН в качественные. *Вестник Кемеровского государственного университета. Серия: Гуманитарные и общественные науки*. 2019b. Т. 3. № 3. С. 199–213. [Golev N. D. Nooteka: Point-rating system + design, or revisiting the issue of transition from quantitative to qualitative measurements of knowledge, skills, and abilities. *Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Gumanitarnye i obshchestvennye nauki*, 2019b, 3(3): 199–213. (In Russ.)] <https://doi.org/10.21603/2542-1840-2019-3-3-199-213>
- Голев Н. Д. Ноотека как форма дидактической коммуникации: компетентностно-деятельностный подход в свете требований программ третьего поколения в высшем филологическом образовании. *Коммуникативистика в современном мире: эффективность и оптимизация речевого взаимодействия в социуме: 3-я Междунар. науч. конф.* (Барнаул, 24–29 апреля 2012 г.) Барнаул: АлтГУ, 2012a. С. 283–286. [Golev N. D. Nooteka as a form of didactic communication: Competence-activity approach and requirements of third-generation programs in higher philological education. *Communication studies in the modern world: Efficiency and optimization of speech interaction in society: Proc. 3rd Intern. Sci. Conf.*, Barnaul, 24–29 Apr 2012. Barnaul: AltSU, 2012a, 283–286. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/sxpupd>
- Голев Н. Д. О метаязыковом компоненте обыденного языкового сознания носителей русского языка. *Языковое бытие человека и этноса: психолингвистический и когнитивный аспекты*, отв. ред. В. А. Пищальникова. Барнаул: АлтГУ, 2000a. Вып. 2. С. 36–44. [Golev N. D. Metalinguistics of ordinary linguistic consciousness of Russian speakers. *Linguistic being of man and ethnos: Psycholinguistic and cognitive aspects*, ed. Pischalnikova V. A. Barnaul: AltSU, 2000a, iss. 2, 36–44. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/tanqab>
- Голев Н. Д. О некоторых ономаσιологических особенностях диалектных наименований одной тематической группы (на материале народных названий рыб). *Вопросы исследования лексики и фразеологии сибирских говоров*. Красноярск: КГПУ им. В. П. Астафьева, 1978. С. 59–69. [Golev N. D. *Onomasiology of dialectal names of one thematic group (based on folk names of fish)*. *Research issues in the vocabulary and phraseology of Siberian dialects*. Krasnoyarsk: KSPU named after V. P. Astafiev, 1978, 59–69. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/srrcir>
- Голев Н. Д. О принципах номинации и методе их исследования. *Материалы межвузовской научной конференции, посвященной 50-летию образования СССР. Вып. 5: Лингвистика: конф.* (Томск, 15–16 мая 1972 г.) Томск: ТГУ, 1972. С. 94–99. [Golev N. D. On the principles of nomination and the method of their study. *Proceedings of the Interuniversity Scientific Conference dedicated to the 50th anniversary of the USSR. Issue 5: Linguistics: Proc. Conf.*, Tomsk, 15–16 May 1972. Tomsk: TSU, 1972, 94–99. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/rvynln>
- Голев Н. Д. Об интерпретационной функции русской орфографии. *Языковая картина мира: лингвистический и культурологический аспекты: Междунар. науч.-практ. конф.* (Бийск, 3–5 декабря 1998 г.) Бийск: БГПУ, 1998. Т. 1. С. 119–123. [Golev N. D. Interpretive function of Russian orthography. *Linguistic worldview: Linguistic and cultural aspects: Proc. Intern. Sci.-Prac. Conf.*, Biysk, 3–5 Dec 1998. Biysk: BSPU, 1998, vol. 1, 119–123. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/vphwil>
- Голев Н. Д. Об описании значений слов-денотативов. *Актуальные проблемы лексикологии и словообразования*, ред. Н. А. Лукьянова. Новосибирск: НГУ, 1973. С. 26–34. [Golev N. D. Describing denotative word meanings. *Current issues in lexicology and word formation*, ed. Lukyanova N. A. Novosibirsk: NSU, 1973, 26–34. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/rmmdfz>
- Голев Н. Д. Образование класса номинативных единиц. *Сборник докладов XXIV научной студенческой конференции, посвященной столетнему юбилею В. И. Ленина: конф.* (Томск, 21–23 апреля 1971 г.) Томск: ТГУ, 1971. С. 12–14. [Golev N. D. Formation of a class of nominative units. *Proceedings of the 24th scientific student conference dedicated to the centenary of V. I. Lenin: Proc. Conf.*, Tomsk, 21–23 Apr 1971. Tomsk: TSU, 1971, 12–14. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/rmarsq>
- Голев Н. Д. Обыденная лингвополитология: проблемы и перспективы. *Современная политическая лингвистика: Междунар. науч. конф.* (Екатеринбург, 29 сентября – 6 октября 2011 г.) Екатеринбург: УрГПУ, 2011b. С. 66–69. [Golev N. D. Political linguistics of everyday communication: Problems and prospects. *Modern political linguistics: Proc. Intern. Sci. Conf.*, Ekaterinburg, 29 Sep – 6 Oct 2011. Ekaterinburg: USPU, 2011b, 66–69. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/rxjwdz>
- Голев Н. Д. Обыденное метаязыковое сознание и школьный курс русского языка. In: Ширяева Е. Н., Матвеева Т. В., Крысин Л. П. и др. *Культурно-речевая ситуация в современной России*. Екатеринбург: УрФУ, 2000b. С. 338–348. [Golev N. D. Ordinary metalinguistic consciousness and the school course of the Russian

- language. In: Shiryaeva E. N., Matveeva T. V., Krysin L. P. et al. *Cultural and speech situation in modern Russia*. Ekaterinburg: UrFU, 2000b, 338–348. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/rripiyx>
- Голев Н. Д. Обыденное метаязыковое сознание как онтолого-гносеологический феномен (в поисках лингво-гносеологем). *Обыденное метаязыковое сознание: онтологические и гносеологические аспекты*, отв. ред. Н. Д. Голев. Кемерово-Барнаул: АлтГУ, 2009. Ч. 1. С. 7–41. [Golev N. D. Ordinary metalinguistic consciousness as an ontological and epistemological phenomenon: In search of linguagnoseologems. *Ordinary metalinguistic consciousness: Ontological and epistemological aspects*, ed. Golev N. D. Кемерово-Барнаул: AltSU, 2009, pt. 1, 7–41. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/rdnyox>
- Голев Н. Д. Обыденное филологическое толкование текста закона как компонент правовой коммуникации: взгляд лингвиста. *Вопросы когнитивной лингвистики*. 2014а. № 2. С. 5–15. [Golev N. D. Ordinary philological interpretation of the text of the law as a component of legal communication: A linguist's view. *Issues of Cognitive Linguistics*, 2014а, (2): 5–15. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/ryxvtp>
- Голев Н. Д. Обыденный политический дискурс: метаязыковой и металингвистический аспекты. *Политическая лингвистика*. 2013а. № 4. С. 30–37. [Golev N. D. Ordinary political discourse: Metalingual and metalinguistic aspects. *Political Linguistics*, 2013а, (4): 30–37. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/rsotdd>
- Голев Н. Д. Особенности современного обыденного метаязыкового сознания в зеркале обсуждения вопросов языкового строительства. *Вестник Томского государственного университета. Филология*. 2008. № 3. С. 5–17. [Golev N. D. Peculiarities of modern metalinguistic consciousness reflected in discussions about language construction issues. *Tomsk State University Journal of Philology*, 2008, (3): 5–17. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/kgcsux>
- Голев Н. Д. Письменная коммуникация новейшего времени: основные векторы развития. *Вестник Томского государственного университета. Филология*. 2012b. № 2. С. 5–17. [Golev N. D. Written communication of modern time: Main vectors of development. *Tomsk State University Journal of Philology*, 2012b, (2): 5–17. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/oxvkyh>
- Голев Н. Д. Помехи письменной речи как проблема коммуникативной орфографии русского языка. *Методология современной лингвистики: проблемы, поиски, перспективы*, ред. Л. М. Босова. Барнаул: АлтГУ, 2000с. С. 58–65. [Golev N. D. Interference of written speech as a problem of communicative orthography of the Russian language. *Methodology of modern linguistics: Problems, searches, and prospects*, ed. Bosova L. M. Барнаул: AltSU, 2000с, 58–65. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/udbncz>
- Голев Н. Д. Русская письменная разговорная речь и ее отражение в обыденном метаязыковом сознании участников виртуальной коммуникации. *Вестник Томского государственного университета. Филология*. 2013b. № 5. С. 12–30. [Golev N. D. Russian colloquial written speech and the reflection of its modern state in the ordinary metalanguage consciousness of virtual communication participants. *Tomsk State University Journal of Philology*, 2013b, (5): 12–30. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/rejvcv>
- Голев Н. Д. Система номинации конкретных предметов в русском языке: дис. ... канд. филол. наук. Томск, 1974. 188 с. [Golev N. D. *The system of nomination of concrete objects in the Russian language*. Cand. Philol. Sci. Diss. Tomsk, 1974, 188. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/rtwksx>
- Голев Н. Д. Словообразование и морфемика современного русского языка. Кемерово: КемГУ, 2021с. 240 с. [Golev N. D. *Word formation and morphemics of the modern Russian language*. Кемерово: KemSU, 2021с, 240. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/hkndcx>
- Голев Н. Д. Словообразовательный тип как функциональная единица лексической системы русского языка (в аспекте количественной дериватологии). *Вестник Кемеровского государственного университета*. 2022а. Т. 24. № 2. С. 153–164. [Golev N. D. Word-building type as a functional unit of the lexical system of the Russian language in the aspect of quantitative derivatology. *Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta*, 2022а, 24(2): 153–164. (In Russ.)] <https://doi.org/10.21603/2078-8975-2022-24-2-153-164>
- Голев Н. Д. Тексты и тесты: комплексный анализ текста и тестирование в школе и вузе. Барнаул: АлтГУ, 2000d. 191 с. [Golev N. D. *Texts and tests: Comprehensive text analysis and testing at school and university*. Барнаул: AltSU, 2000d, 191. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/rmmcqz>
- Голев Н. Д. Транслятивная лингвистика (аспектуализированный обзор исходных положений). Ч. 1. Гносеология перевода. *Вестник Кемеровского государственного университета*. 2022b. Т. 24. № 6. С. 717–734. [Golev N. D. Translative linguistics: An aspectualized review of initial provisions. Pt. 1. Gnoseology

- of translation. *Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta*, 2022b, 24(6): 717–734. (In Russ.)] <https://doi.org/10.21603/2078-8975-2022-24-6-717-734>
- Голев Н. Д. Трансмутационная методика + нейросети: филолого-дидактический проект. *Виртуальная коммуникация и социальные сети*. 2025. Т. 4. № 3. С. 221–241. [Golev N. D. Transmutation methodology + neural networks: A philological and didactic project. *Virtual Communication and Social Networks*, 2025, 4(3): 221–241. (In Russ.)] <https://doi.org/10.21603/2782-4799-2025-4-3-221-241>
- Голев Н. Д. Функцив: расширение понятия (на материале переходных лексем, словоформ и их квалификаций в теоретической морфологии русского языка). *Научный диалог*. 2026. Т. 15. № 2. С. 28–48. [Golev N. D. Functional: Expanding concept (on basis on transitional lexemes, word forms, and their classifications in Russian theoretical morphology). *Scientific Dialogue*, 2026, 15(2): 28–48. (In Russ.)] <https://doi.org/10.24224/2227-1295-2026-15-2-28-48>
- Голев Н. Д. Электронная переписка как стратегия и тактика обучения иностранным языкам (лингводидактический проект). *Язык и культура*. 2015b. № 2. С. 105–116. [Golev N. D. E-mail correspondence as strategy and tactics of teaching foreign languages (linguodidactic project). *Language and Culture*, 2015b, (2): 105–116. (In Russ.)] <https://doi.org/10.17223/19996195/30/12>
- Голев Н. Д. Юридический аспект языка в лингвистическом освещении. *Юрислингвистика*. 1999. № 1. С. 12–59. [Golev N. D. Legal aspect of language in linguistic interpretation. *Legal Linguistics*, 1999, (1): 12–59. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/wdnoxip>
- Голев Н. Д. Юрислингвистика. Кемерово: КемГУ, 2021d. 214 с. [Golev N. D. *Legal linguistics*. Kemerovo: KemSU, 2021d, 214. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/wyenjn>
- Голев Н. Д. Юрислингвистический словарь инвективной лексики русского языка (к постановке проблемы). Актуальные проблемы русистики: Междунар. науч. конф. (Томск, 21–23 октября 2003 г.) Томск: ТГУ, 2003. Вып. 2. Ч. 1. С. 92–98. [Golev N. D. Legal linguistic dictionary of invective vocabulary of the Russian language: Problem statement. Current issues of Russian studies: Proc. Intern. Sci. Conf., Tomsk, 21–23 Oct 2003. Tomsk: TSU, 2003, iss. 2, pt. 1, 92–98. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/rdwggf>
- Голев Н. Д. Языковая игра как лингводидактический принцип. *Вестник Кемеровского государственного университета*. 2012c. № 5. С. 27–33. [Golev N. D. Language game as a linguodidactic principle. *Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta*, 2012c, (5): 27–33. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/pbjblh>
- Голев Н. Д., Дударева Я. А., Иркова А. В., Ким Л. Г., Новгородова Е. В., Фаломкина И. П. Словарь событийных концептов Кузбасса (2012–2022 гг.). Кемерово: ООО «Фирма ПОЛИГРАФ», 2022. 157 с. [Golev N. D., Dudareva Ya. A., Irkova A. V., Kim L. G., Novgorodova E. V., Falomkina I. P. *Dictionary of event concepts of Kuzbass (2012–2022)*. Kemerovo: LLC "Firma POLIGRAF", 2022, 157. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/qclvgu>
- Голев Н. Д., Ким Л. Г. Амфиболическое (вариативно-интерпретационное) функционирование текста. *Филологические науки*. 2007a. № 4. С. 80–88. [Golev N. D., Kim L. G. Amphibolic (variational-interpretative) functioning of the text. *Philological Sciences*, 2007a, (4): 80–88. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/iatsln>
- Голев Н. Д., Ким Л. Г. Вариативно-интерпретационное функционирование текста (к вопросу о расширении границ лингвистической вариантологии). *Вестник Челябинского государственного университета*. 2009. № 27. С. 12–20. [Golev N. D., Kim L. G. Variational and interpretative functioning of the text: Expanding the boundaries of linguistic variantology. *Bulletin of Chelyabinsk State University*, 2009, (27): 12–20. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/kwctdx>
- 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 N. D., Kim L. G. Dictum modus pluralism of virtual dialogic discourse (based on Internet comments). *Medialinguistics*, 2023, 10(1): 4–26. (In Russ.)] <https://doi.org/10.21638/spbu22.2023.101>
- Голев Н. Д., Ким Л. Г. Общие и специальные проблемы интерпретации юридических текстов. *Проблемы выбора и интерпретации языкового знака говорящим и слушающим*, ред. Т. А. Трипольская. Новосибирск: НГПУ, 2007b. С. 43–51. [Golev N. D., Kim L. G. General and specific problems of interpretation of legal texts. *Problems of choice and interpretation of linguistic sign by speaker and listener*, ed. Tripolskaya T. A. Novosibirsk: NSPU, 2007b, 43–51. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/uimunb>

- Голев Н. Д., Ким Л. Г. Обыденные политические интернет-комментарии в зеркале конфликта интерпретаций. In: Антипов А. Г., Базылев В. Н., Венгранович М. А. и др. *Социально-когнитивное функционирование языка*. Кемерово: КемГУ, 2017. С. 19–34. [Golev N. D., Kim L. G. Ordinary political Internet comments in the mirror of interpretation conflict. In: Antipov A. G., Bazylev V. N., Vengranovich M. A. et al. *Social-cognitive functioning of language*. Kemerovo: KemSU, 2017, 19–34. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/xusiot>
- Голев Н. Д., Ким Л. Г. Обыденные политические интернет-комментарии как проявление вариативности интерпретации (оппозиции «эксплицитное – имплицитное», «проявленное – ожидаемое»). *Имплицитные и эксплицитные стратегии в восточноевропейском политическом дискурсе*: Междунар. конф. (Екатеринбург – Цюрих, 19–22 октября 2013 г.) Екатеринбург: УрГПУ, 2014. С. 47–71. [Golev N. D., Kim L. G. Ordinary political Internet comments as a manifestation of interpretation variability: Oppositions explicit – implicit, expressed – expected. *Implicit and explicit strategies in Eastern European political discourse*: Proc. Intern. Conf., Ekaterinburg – Zurich, 19–22 Oct 2013. Ekaterinburg: USPU, 2014, 47–71. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/ubgdgd>
- Голев Н. Д., Ким Л. Г., Алексеева О. В. и др. Социальные сети. Т. V. Педагогический аспект виртуальной коммуникации. Кемерово: КемГУ, 2024. 356 с. [Golev N. D., Kim L. G., Alekseeva O. S. et al. *Social networks. Vol. V. Pedagogical aspect of virtual communication*. Kemerovo: KemSU, 2024, 356. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/nbmgrpj>
- Голев Н. Д., Лебедева Н. Б. Является ли некорректным сравнение в слогане «TELE2 – всегда дешевле!»? *Юрислингвистика*. 2010. № 10. С. 370–381. [Golev N. D., Lebedeva N. B. Is the comparison in the slogan "TELE2 – always cheaper!" incorrect? *Legal Linguistics*, 2010, (10): 370–381. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/wclsbf>
- Голев Н. Д., Мельник Н. В. Текстовое представление языковой личности ученика: лингвоперсонологический аспект. *Русский язык в школе*. 2010. № 9. С. 29–34. [Golev N. D., Melnik N. V. Textual representation of a student's linguistic personality: A linguapersonological aspect. *Russian Language at School*, 2010, (9): 29–34. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/mvkkub>
- Голев Н. Д., Мельникова В. С. Обратный машинный перевод на службе юридической лингвистики. *Инновационные, информационные и коммуникационные технологии: XVII Междунар. науч.-практ. конф. (Сочи, 1–10 окт. 2020 г.)* М.: Ассоциация выпускников и сотрудников ВВИА им. проф. Н. Е. Жуковского, 2020. С. 8–11. [Golev N. D., Melnikova V. S. Reverse engineering translation at the service of legal linguistics. *Innovative, information, and communication technologies*: Proc. XVII Intern. Sci.-Prac. Conf., Sochi, 1–10 Oct 2020. Moscow: Association of Graduates and Employees of AFEA named after prof. Zhukovsky, 2020, 8–11. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/vpemlg>
- Голев Н. Д., Мельникова В. С. Переводимость и понятность как внутренние свойства языковых единиц (онтологические аспекты транслятивной лингвистики). *Филологические науки. Вопросы теории и практики*. 2025. Т. 18. № 4. С. 1585–1596. [Golev N. D., Melnikova V. S. Translatability and understandability as intrinsic properties of linguistic units (ontological aspects of translation linguistics). *Philology. Theory & Practice*, 2025, 18(4): 1585–1596. (In Russ.)] <https://doi.org/10.30853/phil20250225>
- Голев Н. Д., Мельникова В. С., Напреенко Г. В. Русский юридический текст в парадигме «новой вариантологии». *Сибирский филологический журнал*. 2025. № 4. С. 201–215. [Golev N. D., Melnikova V. S., Napreenko G. V. The Russian legal text within the "new variantology" paradigm. *Siberian Philological Journal*, 2025, (4): 201–215. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/nhflou>
- Голев Н. Д., Напреенко Г. В. Звучащая речь и распознанный текст в вариантологической парадигме (на материале научного доклада в устном и письменном форматах). *Журнал Сибирского федерального университета. Гуманитарные науки*. 2025. Т. 18. № 1. С. 96–105. [Golev N. D., Napreenko G. V. Sound speech and recognized text in the variantological paradigm (based on a scientific report in oral and written formats). *Journal of Siberian Federal University. Humanities*, 2025, 18(1): 96–105. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/bspbgk>
- Голев Н. Д., Напреенко Г. В. Переводимость и вариативность текста в аспекте антиномии «тождество – различие». *Сибирский филологический журнал*. 2023. № 4. С. 299–311. [Golev N. D., Napreenko G. V. Translatability and variability of a text from the perspective of the antinomy of "identity and difference". *Siberian Philological Journal*, 2023, (4): 299–311. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/kaphpv>

- Голев Н. Д., Обелюнас Н. В. Лингвоконфликтология, или лингвистическая конфликтология. *Эффективное речевое общение (базовые компетенции)*, ред. А. П. Сковородников. 2-е изд., перераб. и доп. Красноярск: СФУ, 2014. С. 279–280. [Golev N. D., Obelunas N. V. Linguistic conflictology. *Effective speech communication: Basic competencies*, ed. Skovorodnikov A. P. 2nd ed. Krasnoyarsk: SibFU, 2014, 279–280. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/uqafpn>
- Голев Н. Д., Сайкова Н. В. Изложение, пародия, перевод... К основаниям деривационной интерпретации вторичных текстов. *Языковое бытие человека и этноса: психолингвистический и когнитивный аспекты*, ред. В. А. Пищальникова. Барнаул: ААЭП, 2001. Вып. 3. С. 20–27. [Golev N. D., Saykova N. V. Narration, parody, translation... To the foundations of derivational interpretation of secondary texts. *Linguistic being of man and ethnos: Psycholinguistic and cognitive aspects*, ed. Pishchalnikova V. A. Barnaul: AAEL, 2001, iss. 3, 20–27. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/rlsmjr>
- Голев Н. Д., Сушкина М. А. О центристической тенденции в комментировании новостей в социальных сетях. *Виртуальная коммуникация и социальные сети*. 2022. Т. 1. № 4. С. 185–190. [Golev N. D., Sushkina M. A. Centripetal trend in comments to news in social networks. *Virtual Communication and Social Networks*, 2022, 1(4): 185–190. (In Russ.)] <https://doi.org/10.21603/2782-4799-2022-1-4-185-190>
- Голев Н. Д., Шкуропацкая М. Г. Спецификация и деривационное слово в системе понятий деривационной лексикологии. *Вестник Барнаульского государственного педагогического университета*. 2002. № 2-2. С. 13–17. [Golev N. D., Shkuropatskaya M. G. Specification and derivational word in the system of concepts of derivational lexicology. *Vestnik Barnaulskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta*, 2002, (2-2): 13–17. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/pyvpzt>
- Голев Н. Д., Шпильная Н. Н. Обыденная медиакommunikация как социоречевая сфера: постановка проблемы и границы проявления. *Медиалингвистика*. 2021. Т. 8. № 1. С. 23–34. [Golev N. D., Shpilnaya N. N. Ordinary media communication as a socio speech sphere: The problem statement and the boundaries of manifestation. *Medialinguistics*, 2021, 8(1): 23–34. (In Russ.)] <https://doi.org/10.21638/spbu22.2021.102>
- Голев Н. Д., Шпильная Н. Н. Посредованный виртуальный диалог в социальных сетях на фоне непосредственного (живого) диалога: функциональные и структурные особенности (на материале общения в социальной сети ВКонтакте). *Виртуальная коммуникация и социальные сети*. 2024. Т. 3. № 4. С. 361–373. [Golev N. D., Shpilnaya N. N. Mediated virtual dialogue in social networks vs. immediate live dialogue: Functions and structure. *Virtual Communication and Social Networks*, 2024, 3(4): 361–373. (In Russ.)] <https://doi.org/10.21603/2782-4799-2024-3-4-361-373>
- Голев Н. Д., Яковлева О. Е. Имя собственное как товар. К основаниям лингвомаркетологической концепции языка. *Концепт и культура: III Междунар. науч. конф. (Кемерово, 27–28 марта 2008 г.)* Кемерово: Кузбассвуиздат, 2008. С. 760–769. [Golev N. D., Yakovleva O. E. Proper name as a commodity. Towards the foundations of the linguamarketing concept of language. *Concept and culture: Proc. III Intern. Sci. Conf., Kemerovo, 27–28 Mar 2008*. Kemerovo: Kuzbassvuzizdat, 2008, 760–769. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/ajccme>
- Даваа У. Сопоставительное исследование обыденной семантики слов монгольского и русского языков (на материале слов, обозначающих домашних животных): дис. ... канд. филол. наук. Кемерово, 2018. 254 с. [Davaa U. *Comparative study of ordinary semantics of Mongolian and Russian words: Words denoting domestic animals*. Cand. Philol. Sci. Diss. Kemerovo, 2018, 254. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/efdbcr>
- Дмитриева Л. Д. Онтологическое и ментальное бытие топонимической системы (на материале русской топонимии Алтая): дис. ... д-ра филол. наук. Барнаул, 2002. 367 с. [Dmitrieva L. D. *Ontological and mental existence of the toponymic system (based on the Russian toponymy of Altai)*. Dr. Philol. Sci. Diss. Barnaul, 2002, 367. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/nmqyqx>
- Дударева Я. А. Лингвистическая экспертиза товарных знаков. Кемерово: КемГУ, 2014. 204 с. [Dudareva Ya. A. *Linguistic examination of trademarks*. Kemerovo: KemSU, 2014, 204. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/cmkiat>
- Дударева Я. А. Синонимия и копионимия текстов в аспекте категорий *тождество – сходство – различие*. *СибСкрипт*. 2025. Т. 27. № 1. С. 73–84. [Dudareva Ya. A. Textual synonymy and copyonymy from the perspective of identity – similarity – difference. *SibScript*, 2025, 27(1): 73–84. (In Russ.)] <https://doi.org/10.21603/sibscript-2025-27-1-73-84>

- Дударева Я. А., Замилова А. В., Сатучина Т. Ю. Нейминговый словарь русского языка (слова-бионимы как фирменные наименования). Кемерово: КемГУ, 2016. 304 с. [Dudareva Ya. A., Zamilova A. V., Satuchina T. Yu. *Naming dictionary of the Russian Language (bionimous words as brand names)*. Kemerovo: KemSU, 2016, 304. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/xgzryj>
- Дударева Я. А., Шпильная Н. Н., Москвитина Т. В. «Ассоциативный словарь медиасобытий начала XXI века»: концепция лексикографического издания нового типа. *Вестник Кемеровского государственного университета*. 2020. Т. 22. № 4. С. 1069–1078. [Dudareva Ya. A., Shpilnaya N. N., Moskvitina T. V. The associative dictionary of media events of the early XXI century: A new lexicographic concept. *Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta*, 2020, 22(4): 1069–1078. (In Russ.)] <https://doi.org/10.21603/2078-8975-2020-22-4-1069-1078>
- Естественная письменная русская речь: исследовательский и образовательный аспекты. Т. 1: Проблемы письменной речи и развития языкового чувства, ред. Н. Д. Голев. Барнаул: АлтГУ, 2002. 348 с. [*Natural written Russian speech: Research and educational aspects. Vol. 1: Problems of written speech and development of linguistic sense*, ed. Golev N. D. Barnaul: AltSU, 2002, 348. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/rogveh>
- Естественная письменная русская речь: исследовательский и образовательный аспекты. Ч. 2: Теория и практика современной письменной речи, ред. Н. Д. Голев. Барнаул: АлтГУ, 2003а. 280 с. [*Natural written Russian speech: Research and educational aspects. Pt. 2: Theory and practice of modern written speech*, ed. Golev N. D. Barnaul: AltSU, 2003a, 280. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/ojwdie>
- Естественная письменная русская речь: исследовательский и образовательный аспекты. Ч. 3: Письменная речь в психолингвистическом, лингводидактическом и орфографическом аспектах, ред. Н. Д. Голев. Барнаул: АлтГУ, 2003б. 278 с. [*Natural written Russian speech: Research and educational aspects. Pt. 3: Written speech in psycholinguistic, linguadidactic, and orthographic aspects*, ed. Golev N. D. Barnaul: AltSU, 2003b, 278. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/sdevlr>
- Естественная письменная русская речь: исследовательский и образовательный аспекты. Ч. 4: Дискурсы и жанры письменной речи, ред. Н. Б. Лебедева. Кемерово: КемГУ, 2011. 649 с. [*Natural written Russian speech: Research and educational aspects. Pt. 4: Discourses and genres of written speech*, ed. Lebedeva N. B. Kemerovo: KemSU, 2011, 649. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/qxklrh>
- Естественная письменная русская речь: исследовательский и образовательный аспекты. Ч. 5: Новое в теории письменной речи и инновационная лингводидактика, ред. Н. Б. Лебедева, Т. Г. Рабенко. Кемерово: КемГУ, 2016. 302 с. [*Natural written Russian speech: Research and educational aspects. Pt. 5: New developments in the theory of written speech and innovative linguadidactics*, eds. Lebedeva N. B., Rabenko T. G. Kemerovo: KemSU, 2016, 302. (In Russ.)]
- Замилова А. В. Лингвосоционическое моделирование русской языковой личности (на материале интернет-блога): дис. ... канд. филол. наук. Кемерово, 2013. 203 с. [Zamilova A. V. *Linguistic and socionic modeling of the Russian language personality (based on the material of the Internet blog)*. Cand. Philol. Sci. Diss. Kemerovo, 2013, 203. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/sddvib>
- Кара-Мурза Е. С. Лингвоправовой конфликт как объект исследования в лингвоконфликтологии. *Юрислингвистика*. 2010. № 10. С. 114–123. [Kara-Murza E. S. Linguo legal conflict as an object of research in linguistic conflictology. *Legal Linguistics*, 2010, (10): 114–123. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/wclron>
- Ким Л. Г. Вариативно-интерпретационное функционирование текста. Томск: ТГПУ, 2009а. 311 с. [Kim L. G. *Variational and interpretative functioning of the text*. Tomsk: TSPU, 2009a, 311. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/qvajoj>
- Ким Л. Г. Вариативно-интерпретационное функционирование текста. 2-е изд., доп. и испр. М.: Ленанд, 2013. 280 с. [Kim L. G. *Variability-operation interpretive text*. 2nd ed. Moscow: Lenand, 2013, 280. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/tlfmtd>
- Ким Л. Г. Вариативно-интерпретационное функционирование текста: теоритико-экспериментальное исследование: дис. ... д-ра филол. наук. Кемерово, 2010. 405 с. [Kim L. G. *Variable-interpretative functioning of the text: A theoretical and experimental study*. Dr. Philol. Sci. Diss. Kemerovo, 2010, 405. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/sdebqr>

- Ким Л. Г. Модель интерпретационного процесса и факторы, детерминирующие вариативность интерпретационного результата. *Вестник Томского государственного университета*. 2009b. № 318. С. 29–36. [Kim L. G. Interpretation process model and factors determining the variability of the interpretation result. *Tomsk State University Journal*, 2009b, (318): 29–36. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/lhqmdf>
- Ким Л. Г. Обыденные политические интернет-комментарии: конфликт интерпретаций новостного текста. *Инновационные, информационные и коммуникационные технологии: XVII Междунар. науч.-практ. конф. (Сочи, 1–10 октября 2020 г.)*. М.: Ассоциация выпускников и сотрудников ВВИА им. проф. Н. Е. Жуковского, 2020. С. 160–164. [Kim L. G. Ordinary political Internet comments: Conflict between interpretations of the news text. *Innovative, information, and communication technologies: Proc. XVII Intern. Sci.-Prac. Conf., Sochi, 1–10 Oct 2020*. Moscow: Association of graduates and employees of AFEA named after prof. Zhukovsky, 2020, 160–164. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/fsjlxn>
- Ким Л. Г., Голев Н. Д. Об отношениях адресата, автора и текста в парадигме лингвистического интерпретационизма. *Сибирский филологический журнал*. 2008. № 1. С. 144–153. [Kim L. G., Golev N. D. On the relationship of an addressee, author and text in the paradigm of linguistic interpretationism. *Siberian Philological Journal*, 2008, (1): 144–153. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/jvhuux>
- Киселева О. А. Русская орфография в коммуникативном аспекте (экспериментальное исследование): дис. ... канд. филол. наук. Барнаул, 2002. 138 с. [Kiseleva O. A. *Russian orthography in the communicative aspect: A case study*. Cand. Philol. Sci. Diss. Barnaul, 2002, 138. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/uiafdx>
- Кишина Е. В. Интернет-комментарии к политическим текстам как объект описания обыденной лингвополитологии. *Człowiek Świadomość Komunikacja Internet*, ред. Л. Шипелевич. Варшава, 2012. С. 692–702. [Kishina E. V. Internet comments on political texts as an object of description of ordinary linguistic politology. *Człowiek Świadomość Komunikacja Internet*, ed. Szypielewicz L. Warsaw, 2012, 692–702. (In Russ.)]
- Кнутов А. В., Чаплинский А. В., Алимпеев Д. Р. Язык нормативных правовых актов: пора ли бить тревогу? *Вестник Пермского университета. Юридические науки*. 2022. № 57. С. 399–426. [Knutov A. V., Chaplinsky A. V., Alimpeev D. R. The language of regulatory legal acts: Is it time to sound the alarm? *Perm University Herald. Juridical Sciences*, 2022, (57): 399–426. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/nqffoa>
- Кропачев М. Н., Кузнецов С. А. Государственный язык Российской Федерации – понятный русский язык. *Мир русского слова*. 2020. № 2. С. 7–13. [Kropachev M. N., Kuznetsov S. A. The state language of the Russian Federation is understandable Russian. *The World of the Russian Word*, 2020, (2): 7–13. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/jotdvy>
- Лебедева Н. Б., Зырянова Е. Г., Максимова Н. Ю., Тюкаева Н. И. Жанры естественной письменной речи. М.: КРАСАНД, 2021. 256 с. [Lebedeva N. B., Zyryanova E. G., Maksimova N. Yu., Tyukaeva N. I. *Genres of natural written speech*. Moscow: KRASAND, 2021, 256. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/zxzjmb>
- Лингвистический мониторинг социальной напряжённости в Кузбассе, рук. Н. Д. Голев. Грант РФФИ № 20-412-420004, 2020–2022. [Linguistic monitoring of social tension in Kuzbass, super. Golev N. D. Grant of the Russian Foundation for Basic Research No. 20-412-420004, 2020–2022. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/konwne>
- Лингвокогнитивный анализ конфликтов в сфере обыденной политической коммуникации, рук. Н. Д. Голев. Грант РГНФ № 15-04-00311, 2015–2017. [Linguocognitive analysis of conflicts in the sphere of ordinary political communication, super. Golev N. D. Grant of the Russian Humanitarian Science Foundation No. 15-04-00311, 2015–2017. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/wwhwjo>
- Мельник Н. В. Деривационное функционирование текста: лингвоцентрический и персонцентрический аспекты. Кемерово: КемГУ, 2010. 211 с. [Melnik N. V. *Derivational functioning of the text: Linguacentric and person-centric aspects*. Kemerovo: KemSU, 2010, 211. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/qwdxir>
- Мельник Н. В. Дериватологическая интерпретация вторичных текстов разных типов. *Вестник Челябинского государственного университета*. 2012. № 13. С. 69–73. [Melnik N. V. Derivational interpretation of the different types of secondary texts. *Bulletin of Chelyabinsk State University*, 2012, (13): 69–73. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/pcwfhn>
- Мельник Н. В. Деривационное функционирование русского текста: лингвоцентрический и персонцентрический аспекты: дис. ... д-ра филол. наук. Кемерово, 2011. 403 с. [Melnik N. V. *Derivational functioning of the Russian text: Linguocentric and personocentric aspects*. Dr. Philol. Sci. Diss. Kemerovo, 2011, 403. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/qflgfl>

- Новгородова Е. В. Конфликт интерпретаций как когнитивное основание лингвоконфликтологии (на материале обыденных политических комментариев). Кемерово: КемГУ, 2021. 197 с. [Novgorodova E. V. *Conflict of interpretations as a cognitive basis for linguistic conflictology: Common political commentary*. Kemerovo: KemSU, 2021, 197. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/twxbtp>
- Нурзет Ц. С.-Б. Принципы концептуализации лексики природы (на материале бионимов русского и тувинского языков): дис. ... канд. филол. наук. Барнаул, 2026. 453 с. [Nurzet Ts. S.-B. *Principles of conceptualization of nature vocabulary: Bionyms of the Russian and Tuvan languages*. Cand. Philol. Sci. Diss. Barnaul, 2026, 453. (In Russ.)]
- Обыденное метаязыковое сознание: онтологические и гносеологические аспекты, отв. ред. Н. Д. Голев. Кемерово-Барнаул: АлтГУ, 2009а. Ч. 1. 532 с. [Ordinary metalinguistic consciousness: Ontological and epistemological aspects, ed. Golev N. D. Kemerovo-Barnaul: AltSU, 2009a, pt. 1, 532. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/qmmqdp>
- Обыденное метаязыковое сознание: онтологические и гносеологические аспекты, отв. ред. Н. Д. Голев. Томск: ТГПУ, 2009b. Ч. 2. 456 с. [Ordinary metalinguistic consciousness: Ontological and epistemological aspects, ed. Golev N. D. Tomsk: TSPU, 2009b, pt. 2, 456. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/quvvkl>
- Обыденное метаязыковое сознание: онтологические и гносеологические аспекты, отв. ред. Н. Д. Голев. Кемерово: КемГУ, 2010. Ч. 3. 350 с. [Ordinary metalinguistic consciousness: Ontological and epistemological aspects, ed. Golev N. D. Kemerovo: KemSU, 2010, pt. 3, 350. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/vgukhz>
- Обыденное метаязыковое сознание: онтологические и гносеологические аспекты, отв. ред. Н. Д. Голев. Кемерово: КемГУ, 2012. Ч. 4. 482 с. [Ordinary metalinguistic consciousness: Ontological and epistemological aspects, ed. Golev N. D. Kemerovo: KemSU, 2012, pt. 4, 482. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/rndnjt>
- Проблемы письменной речи и развития языкового чувства, ред. Н. Д. Голев. Барнаул, 2002. 350 с. [Problems of written speech and development of linguistic sense, ed. Golev N. D. Barnaul, 2002, 350. (In Russ.)]
- Рабенко Т. Г. Речевой жанр с позиций лингвистической вариантологии (на материале речевого жанра «Личное письмо»). *Научный диалог*. 2017. № 12. С. 189–199. [Rabenko T. G. Speech genre in linguistic variantology (on material of speech genre "Personal letter"). *Scientific Dialogue*, 2017, (12): 189–199. (In Russ.)] <https://doi.org/10.24224/2227-1295-2017-12-189-199>
- Рабенко Т. Г. Жанры естественной письменной русской речи в вариантологическом аспекте: дис. ... д-ра филол. наук. Кемерово, 2018. 356 с. [Rabenko T. G. *Genres of natural written Russian speech in the variantological aspect*. Dr. Philol. Sci. Diss. Kemerovo, 2018, 356. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/vnauhg>
- Словарь интерпретаций правовых и политических терминов (на материале опросов жителей Кемеровской области – Кузбасса), ред. Н. Д. Голев. Кемерово: ООО «Фирма ПОЛИГРАФ», 2022. 163 с. [Dictionary of interpretations of legal and political terms: Surveys of residents of Kemerovo region, ed. Golev N. D. Kemerovo: LLC "Firma POLIGRAF", 2022, 163. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/manhsr>
- Словарь обыденных толкований политических терминов, ред. Н. Д. Голев. Кемерово: КемГУ, 2019. 142 с. [Dictionary of ordinary interpretations of political terms, ed. Golev N. D. Kemerovo: KemSU, 2019, 142. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/diygvx>
- Сологуб О. П. Современный русский официально-деловой текст: функционально-генетический аспект: дис. ... д-ра филол. наук. Кемерово, 2009. 400 с. [Sologub O. P. *Modern Russian official-business text: Functional-genetic aspect*. Dr. Philol. Sci. Diss. Kemerovo, 2009, 400. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/qeapat>
- Сологуб О. П., Авдеева И. Б., Акишина А. А. и др. Социальные сети. Т. IV: Лингводидактические аспекты цифровизации и сетевой коммуникации. Кемерово: КемГУ, 2023. 309 с. [Sologub O. P., Avdeeva I. B., Akishina A. A. et al. *Social networks. Vol. IV: Linguadidactic aspects of digitalization and network communication*. Kemerovo: KemSU, 2023, 309. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/ydnzjw>
- Социальные сети: комплексный лингвистический анализ, науч. ред. Н. Д. Голев. Кемерово: КемГУ, 2021а. Т. 1. 430 с. [Social networks: Comprehensive linguistic analysis, ed. Golev N. D. Kemerovo: KemSU, 2021a, vol. 1, 430. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/kegpiu>
- Социальные сети: комплексный лингвистический анализ, науч. ред. Н. Д. Голев. Кемерово: КемГУ, 2021б. Т. 2. 300 с. [Social networks: Comprehensive linguistic analysis, ed. Golev N. D. Kemerovo: KemSU, 2021b, vol. 2, 300. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/nqbyei>

- Социальные сети: комплексный лингвистический анализ. Т. III. Лингво-конфликтологический аспект, науч. ред. Н. Д. Голев. Кемерово: КемГУ, 2022. 384 с. [*Social networks: Comprehensive linguistic analysis. Vol. III. Linguo conflictological aspect*, ed. Golev N. D. Kemerovo: KemSU, 2022, 384. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/pkdfrr>
- Социальные сети. Т. IV: Лингводидактические аспекты цифровизации и сетевой коммуникации, науч. ред. Н. Д. Голев. Кемерово: КемГУ, 2023. 309 с. [*Social networks. Vol. IV: Linguadidactic aspects of digitalization and network communication*, ed. Golev N. D. Kemerovo: KemSU, 2023, 309. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/ydnzjw>
- Социальные сети. Т. V. Педагогический аспект виртуальной коммуникации, науч. ред. Н. Д. Голев. Кемерово: КемГУ, 2024. 356 с. [*Social networks. Vol. V. Pedagogical aspect of virtual communication*, ed. Golev N. D. Kemerovo: KemSU, 2024, 356. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/nbmgpj>
- Тармаева В. И. Когнитивная гармония как механизм интерпретации текста: дис. ... д-ра филол. наук. Кемерово, 2012. 372 с. [Tarmaeva V. I. *Cognitive harmony as a mechanism of text interpretation*. Dr. Philol. Sci. Diss. Kemerovo, 2012, 372. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/suobuv>
- Татаринцева Е. Н. Лингвоперсонологическое функционирование принципов русской орфографии: дис. ... канд. филол. наук. Барнаул, 2007. 216 с. [Tatarintseva E. N. *Linguapersonological functioning of the principles of Russian orthography*. Cand. Philol. Sci. Diss. Barnaul, 2007, 216. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/noxafj>
- Теория и практика орфографии (материалы круглого стола), ред. Л. Б. Парубченко. Барнаул: АлтГУ, 2001. 242 с. [*Theory and practice of orthography: Round table materials*, ed. Parubchenko L. B. Barnaul: AltSU, 2001, 242. (In Russ.)]
- Теория и практика современной письменной речи, ред. Н. Д. Голев. Барнаул: АлтГУ, 2003. 211 с. [*Theory and practice of modern written speech*, ed. Golev N. D. Barnaul: AltSU, 2003, 211. (In Russ.)]
- Чернышова Т. В. Тексты СМИ в ментально-языковом пространстве современной России. М.: URSS, 2016. 294 с. [Chernyshova T. V. *Media texts in the mental-linguistic space of modern Russia*. Moscow: URSS, 2016, 294. (In Russ.)]
- Чернышова Т. В. Тексты СМИ в ментально-языковом пространстве современной России: дис. ... д-ра филол. наук. Барнаул, 2005. 577 с. [Chernyshova T. V. *Media texts in the mental and linguistic space of modern Russia*. Dr. Philol. Sci. Diss. Barnaul, 2005, 577. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/nolswb>
- Широких И. А. Переводной текст в аспекте учения о первичности / вторичности текста. *Известия Алтайского государственного университета*. 2006. № 4. С. 128–129. [Shirokih I. A. Translated text as it regarded in the theory of primary / secondary texts. *Izvestiya of Altai State University*, 2006, (4): 128–129. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/kuvixh>
- Шкуропацкая М. Г. Деривационная системность лексики: дис. ... д-ра филол. наук. Кемерово, 2004. 442 с. [Shkuropatskaya M. G. *Derivational consistency of vocabulary*. Dr. Philol. Sci. Diss. Kemerovo, 2004, 442. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/nmylxb>
- Шпильная Н. Н. Диалогический текст: деривационная концепция. М.: ЛЕНАНД, 2018. 384 с. [Shpilnaya N. N. *Dialogical text: Derivational concept*. Moscow: LENAND, 2018, 384. (In Russ.)]
- Шпильная Н. Н. Прагматические варианты диалогического текста как языковой единицы. *Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2: Языкознание*. 2021. Т. 20. № 2. С. 47–56. [Shpilnaya N. N. Pragmatic options of the dialogical text as a language unit. *Science Journal of Volgograd State University. Linguistics*, 2021, 20(2): 47–56. (In Russ.)] <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2021.2.5>
- Шпильная Н. Н. Русский диалогический текст: деривационный аспект: дис. ... д-ра филол. наук. Кемерово, 2016. 623 с. [Shpilnaya N. N. *Russian dialogical text: A derivational aspect*. Dr. Philol. Sci. Diss. Kemerovo, 2016, 623. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/gltxbh>

оригинальная статья

eLibrary EDN: TUENCH

## Использование инструментов искусственного интеллекта при работе с городским текстом на занятиях по РКИ

**Колосова Елена Ивановна**Второй Пекинский университет иностранных языков, Китай, Пекин  
Казанский (Приволжский) федеральный университет, Россия, Казань

eLibrary Author SPIN: 2364-2788

<http://orcid.org/0000-0002-3813-9978>

Scopus Author ID: 57216806078

[hkolosova@yandex.ru](mailto:hkolosova@yandex.ru)**Ибрагимова Елена Шевкетовна**

Казанский (Приволжский) федеральный университет, Россия, Казань

eLibrary SPIN: 3411-7601

**Аннотация:** Статья посвящена проблеме применения искусственного интеллекта в практике преподавания русского языка как иностранного при работе с городским текстом – специфическим видом художественного текста, актуализирующим систему городских знаков и образов, обладающим методическим потенциалом как средство освоения языка и знакомства с культурой страны, чей язык изучается. Предмет исследования – педагогический потенциал ИИ-инструментов в формировании у обучающихся коммуникативной компетенции на материале городского текста. Цель – обосновать целесообразность применения инструментов искусственного интеллекта в обучении русского языка как иностранного в контексте изучения городского текста. Актуальность исследования обусловлена двумя факторами: значимостью городского текста как аутентичного лингвокультурного ресурса и необходимостью модернизации методик преподавания русского языка как иностранного учетом цифровизации образования и возможностей нейросетей. Новизна исследования заключается в разработке алгоритма использования искусственного интеллекта в работе с городским текстом на занятиях преподавания русского языка как иностранного. Методология опирается на теоретико-аналитический метод, проблемно-ориентированный анализ и описательный метод. Сделан вывод о том, что интеграция ИИ-инструментов в работе с городским текстом на занятиях позволяет: сделать сложные тексты доступными для иностранных обучающихся; углубить понимание культурно-исторического контекста; разнообразить формы работы на занятиях; повысить мотивацию через интерактивность и визуализацию. В результате исследования установлено, что городской текст в сочетании с ИИ-инструментами превращается в многофункциональный ресурс, который одновременно обучает языку, погружает в культуру страны, язык которой изучается, и развивает критическое мышление.

**Ключевые слова:** искусственный интеллект, ИИ-инструменты, нейросеть, русский как иностранный, методика преподавания, городской текст

**Цитирование:** Колосова Е. И., Ибрагимова Е. Ш. Использование инструментов искусственного интеллекта при работе с городским текстом на занятиях по РКИ. *Виртуальная коммуникация и социальные сети*. 2026. Т. 5. № 3. С. 247–255. <https://doi.org/10.21603/vcsn-2026-5-3-247-255>

Поступила в редакцию 28.02.2026. Принята после рецензирования 26.04.2026. Принята в печать 27.04.2026.

original article

## Artificial Intelligence in Teaching Russian as a Foreign Language through Urban Texts

Elena I. Kolosova

Beijing International Studies University, China, Beijing

Kazan (Volga region) Federal University, Russia, Kazan

eLibrary Author SPIN: 2364-2788

<http://orcid.org/0000-0002-3813-9978>

Scopus Author ID: 57216806078

[hkolosova@yandex.ru](mailto:hkolosova@yandex.ru)

Elena S. Ibragimova

Kazan (Volga region) Federal University, Russia, Kazan

eLibrary SPIN: 3411-7601

**Abstract:** An urban text is a type of literary text that foregrounds a system of urban signs and images. In this regard, it possesses a strong methodological potential as a tool for language and culture acquisition. This article addresses the use of artificial intelligence in teaching Russian as a foreign language (RFL) to develop communicative skills through urban texts. To be utilized as an authentic cultural resource, the urban text requires new RFL teaching methodologies in the era of digitalization and neural networks. The authors developed an algorithm for using AI when working with urban texts in RFL classes. The methodology includes theoretical analysis, problem-oriented analysis, and the descriptive method. Integrating AI tools into RFL teaching makes complex urban texts more accessible to international learners, who acquire a deeper understanding of the cultural and historical context and get access to diverse interactive and visual classroom activities, which increases their motivation. Ultimately, the tandem of AI tools and urban text becomes a multifunctional resource that supports language learning, facilitates cultural immersion, and develops critical thinking.

**Keywords:** artificial intelligence, AI tools, neural network, Russian as a foreign language, teaching methods, urban text

**Citation:** Kolosova E. I., Ibragimova E. S. Artificial Intelligence in Teaching Russian as a Foreign Language through Urban Texts. *Virtual Communication and Social Networks*, 2026, 5(3): 247–255. (In Russ.) <https://doi.org/10.21603/vcsn-2026-5-3-247-255>

Received 28 Feb 2026. Accepted after review 26 Apr 2026. Accepted for publication 27 Apr 2026.

### Введение

В современной методике преподавания русского языка как иностранного (РКИ) все большее значение приобретает работа с художественными текстами, в которых отражены городские реалии. Такие тексты являются важнейшим лингвокультурным ресурсом, благодаря которому иностранные студенты могут не только осваивать языковые конструкции, но и погружаться в культурно-исторический контекст русскоязычного пространства.

Цель работы – обосновать целесообразность применения инструментов искусственного интеллекта (ИИ) в обучении РКИ в контексте изучения городского текста.

Актуальность исследования обусловлена двумя факторами: значимостью городского текста как аутентичного лингвокультурного ресурса

и необходимостью модернизации методик РКИ с учетом цифровизации образования и возможностей нейросетей.

Новизна исследования заключается в разработке алгоритма использования ИИ в работе над городским текстом на занятиях РКИ.

Актуальной проблемой современного общества становится использование ИИ в разных сферах человеческой деятельности, в том числе в образовательной системе. Этот вопрос остается дискуссионным, поскольку далеко не все ученые считают целесообразным использование ИИ в практике преподавания той или иной дисциплины. По словам С. П. Фурс, уже сейчас искусственный интеллект «занимает определенную нишу в образовательном процессе» [Фурс 2023: 41], что делает необходимым

исследование его функций сегодня и в дальнейшем, а также анализ перспектив его развития в методической науке.

Обучение школьников и студентов иностранным языкам с помощью нейросетей интересует многих исследователей, которые указывают как на положительные стороны их применения, так и на потенциальные риски. Так, О. Бичер обращает внимание на позитивные моменты использования ИИ: ученый отмечает, что «ИИ помогает улучшать навыки в области грамматики, лексики, аудирования и говорения, а также способствует более глубокому и осознанному изучению русской литературы. Студенты могут взаимодействовать с персонажами произведений и их авторами, что усиливает их погружение в культурный контекст и развивает творческое мышление» [Бичер 2025: 148].

Н. В. Писарь, проведя практическое исследование, приходит к выводу, что «потенциал применения нейросетей в обучении РКИ огромен: нейросеть можно использовать не только в качестве средства создания того или иного контента, но и как инструмент, посредством взаимодействия с которым сами обучающиеся решают различные учебные задачи» [Писарь 2024: 64].

Исследователями рассмотрены различные вопросы применения ИИ в образовании. Так, П. М. Лукичев и О. П. Чекмарев обращаются к проблеме внедрения ИИ в практику создания обучающих курсов и образовательных платформ [Лукичев, Чекмарев 2023]. Н. Н. Прохоров отмечает, что при помощи нейросетей педагоги имеют возможность формировать учебные модули и создавать планы-конспекты занятий [Прохоров 2023]. На формирование иного учебного контента (учебных текстов, упражнений, заданий для контроля) указывают А. А. Кузнецова и коллеги [Кузнецова и др. 2022]. Применение ИИ в проектной деятельности студентов рассматривает Е. Л. Елькина [Елькина 2023]. Таким образом, ученые убедительно демонстрируют возможности нейросетей в качестве помощника в работе преподавателя.

Рассматриваются в научно-методической литературе и возможности применения искусственного интеллекта в практике преподавания иностранных языков, в том числе русского как иностранного. И. В. Тоцкая и Л. А. Недоспасова характеризуют образовательный потенциал чат-ботов в изучении иностранных языков в трех аспектах: социолингвистическом, дидактическом и коммуникативном [Тоцкая, Недоспасова 2023]. К применению чат-ботов (в частности, ChatGPT) обращаются также

многие методисты [Авраменко 2022; Кравцова 2023; Прохоров 2023]. Н. А. Козловцева указывает на перспективы использования ИИ в обучении иностранных студентов стилистике русского языка на продвинутом уровне, а также характеризует голосовое распознавание текста как средство выработки навыков аудирования и коррекции произношения [Козловцева 2023]. С. И. Ельникова рассматривает возможности применения ИИ при оценке уровня владения русским языком иностранных студентов [Ельникова 2020]. С. Фань, обращаясь к преподаванию русского языка в Китае, указывает на то, что с целью повышения эффективности образовательного процесса имеет смысл сочетать сильные стороны педагогов и технологий искусственного интеллекта [Фань 2025]. Е. В. Рублёва и А. М. К. Наргес характеризуют развитие речевых умений обучающихся при помощи ИИ и использование его в качестве коммуникативного тренажера [Наргес 2023; Рублёва 2023]. Н. Д. Игнатьева и Е. Ю. Сидорова указывают на возможность применения ИИ для визуализации учебного контента [Игнатьева, Сидорова 2023]. А. Н. Аль-Кайси и коллеги рассматривают роль голосового помощника Алисы в выполнении коммуникативных заданий на уроках РКИ [Аль-Кайси и др. 2019]. Н. В. Писарь, охарактеризовав ряд методических подходов, предложила продуктивную технологическую структуру занятия с применением ИИ [Писарь 2024].

Кроме этого, стоит отметить труд М. В. Гавриловой и А. Л. Дроновой, которые предлагают применять в работе с художественным текстом на занятиях по РКИ следующие виды деятельности и использованием ИИ:

- визуализация персонажей художественного произведения;
- визуализация города, интерьера / экстерьера;
- составление диалогов / монологов на основе художественного произведения;
- создание сценария на основе прочитанного текста [Гаврилова, Дронова 2024].

Они несомненно, не только помогут в освоении художественных текстов и их языковых особенностей, но и заинтересуют студентов своим нестандартным подходом.

Несмотря на ряд позитивных аспектов в использовании искусственного интеллекта в образовании, в этой сфере существуют и недостатки. Так, Х. Пэй, обращаясь к использованию чат-бота Алиса AI в практике преподавания русского языка китайским обучающимся, отмечает не только

положительные стороны данного вида работы, но и отрицательные, среди которых недостаточная точность распознавания речи ИИ-инструментами, а также устаревшее оборудование в некоторых учебных заведениях. Среди конкретных примеров ученый отмечает следующие: Алиса не всегда может исправить ошибку студента, она может по своему усмотрению усложнять текст, не учитывая уровень владения языком того или иного студента; она не может пояснить те или иные правила; не зная, что с ней общается студент-китаец, Алиса не может интерпретировать вопросы через призму мышления носителя китайского менталитета; наконец, по мнению Х. Пэя, у студентов может сформироваться зависимость от ИИ, и в дальнейшем им всегда будет требоваться помощь преподавателей [Пэй 2025].

Н. Л. Федотова и Х. Го также говорят о недостатках работы с искусственным интеллектом и выделяют такие типы проблем, как этические, технические и педагогические [Федотова, Го 2025: 100]. Исследователи отмечают следующие недостатки:

- студенты, «общаясь с искусственным интеллектом, ощущают изолированность, повышенную тревожность, депрессию и эмоциональную неустойчивость» [Там же: 98];
- «искусственный интеллект может вести диалог с людьми, но это в какой-то мере псевдообщение, которое не ориентировано на совместную деятельность коммуникантов» [Там же: 98–99];
- «если студенты привыкли использовать ИИ для коммуникации на иностранном языке, то у них, скорее всего, возникнут сложности во взаимодействии с русскоязычными однокурсниками, преподавателями и окружающими в реальных ситуациях общения, что препятствует социализации студентов, затрудняет развитие критического мышления и освоение инокультуры, негативно сказывается на эмоциональном состоянии обучающихся» [Там же: 99];
- «пока возможности ИИ ограничены: например, он не может понимать оттенки человеческих эмоций» [Там же].

Нельзя не согласиться с вышеприведенными мнениями исследователей относительно недостатков работы с искусственным интеллектом, однако не стоит пренебрегать его возможностями, тем более что и сами ученые указывают, что эти проблемы могут быть разрешены при определенных условиях. К тому же искусственный интеллект

сегодня развивается настолько быстро, что выделенные проблемы могут быть устранены в довольно короткие сроки.

## Методы и материалы

В исследовании были использованы следующие методы:

1. Теоретико-аналитический метод: анализ научных трудов по смежным темам, выявление точек соприкосновения между теорией обучения РКИ и возможностями ИИ-инструментов.
2. Проблемно-ориентированный анализ: выявление возможных ошибок ИИ в практике преподавания.
3. Описательный метод: описание алгоритма использования ИИ в работе над городским текстом на занятиях РКИ.

## Результаты

На основании рассмотренных выше научно-методических трудов установлено, что наблюдается рост интереса к применению искусственного интеллекта в преподавании иностранных языков, включая русский как иностранный. В то же время вопрос о соотношении практик городского текста и ИИ в преподавании РКИ пока не становился предметом внимания исследователей. Интеграция инструментов искусственного интеллекта в работу над городским текстом в практике преподавания РКИ открывает новые методические перспективы.

Прежде чем обратиться к рассмотрению этой интеграции, отметим особенности городского текста и его сущность в методике преподавания русского как иностранного. Под городским текстом в филологии и лингводидактике понимается совокупность художественных произведений, в которых город выступает не просто фоном, а полноценным смыслообразующим элементом. В русской литературе создано значительное количество произведений, которые можно трактовать как городской текст: Петербург Ф. М. Достоевского («Преступление и наказание»), Москва М. А. Булгакова («Мастер и Маргарита»), провинциальные города Н. В. Гоголя («Мертвые души»), урбанистические зарисовки И. А. Бродского и т. д.

Обращаясь к теории городского текста, В. Н. Топоров в 1973 г. сформулировал само понятие, трактуя городской текст как специфическое явление, целостную систему знаков и образов, отражающую облик города. Рассматривая генезис и структуру городского текста, ученый пришел к выводу, что город говорит своими улицами,

площадями, садами, зданиями, улицами, памятниками, людьми, историей, идеями, и это может пониматься как гетерогенный текст, которому приписывается общий смысл и на основании которого может быть реконструирована определенная система знаков, реализуемая в тексте [Топоров 2003: 276].

В методике преподавания РКИ городской текст, как и художественный текст в целом, имеет весомый образовательный, развивающий и воспитательный потенциал, поскольку с его помощью обучающиеся не только осваивают новый для себя язык, но и знакомятся с культурой той страны, чей язык изучают.

Специфика городского текста в практике русского как иностранного заключается в том, что он способствует изучению аутентичной лексики (названия улиц, зданий, городских объектов), демонстрирует речевые модели горожан разных эпох и социальных групп, раскрывает культурные коды (символика архитектуры, топонимы, городские ритуалы), показывает эволюцию городского пространства через язык.

Для иностранного учащегося такой текст может служить одновременно языковым материалом (отработка лексики, грамматики, стилистики) и своего рода культурным навигатором (понимание менталитета, изучение исторических реалий).

В то же время практика показывает, что при работе с художественными описаниями города иностранные студенты сталкиваются с рядом трудностей, среди которых: **лексические** (архаизмы и историзмы: *будочник*, *конка*; топонимы и микро-топонимы, требующие пояснений: *Сенная площадь*, *Арбат*; культурно специфичные реалии: *коммунальная квартира*, *пятиэтажка*); **смысловые** (аллюзии на исторические события: *блокадный Ленинград*; символические образы: Петербург как «город-призрак» у Н. В. Гоголя; ирония и сарказм в урбанистических описаниях); **стилистические** (сложная синтаксическая организация у классиков; авторская пунктуация и графика; разговорные элементы, не зафиксированные в учебниках). Без адекватных пояснений такой текст остается для иностранца непонятым, а его образовательный потенциал не реализуется. В таком случае на помощь преподавателю может прийти искусственный интеллект. Современные ИИ-решения позволяют преодолеть указанные трудности, предлагая гибкие способы работы с городским текстом. Ниже нами предложены возможности для такого взаимодействия:

1. **Автоматизированный лингвистический анализ.** Нейросети (например, на базе моделей типа BERT или YaLM) способны выполнять следующее: выделять и классифицировать топонимы (Невский проспект – это проспект в Санкт-Петербурге); маркировать культурные реалии с краткими пояснениями; создавать семантические сети (например, связать понятие *дворы-колодцы* с описанием петербургской архитектуры); выявлять стилистические приемы (метафоры, эпитеты, повторы), важные для понимания городского образа. Применяя подобный инструмент, преподаватель получает готовую разметку текста с потенциальными сложностями.

2. **Генерация пояснительных материалов.** Искусственный интеллект может создать следующие вспомогательные материалы: словарики к тексту (с транскрипцией и переводами); контекстные комментарии (например: Гостинный двор – исторический торговый комплекс в центре Санкт-Петербурга); исторические и этнографические справки (описания быта, транспорта, одежды эпохи); визуальные ассоциации (подбор изображений зданий, улиц, предметов быта). Это сокращает время на подготовку занятий и делает пояснения более наглядными.

3. **Адаптация текста под уровень учащегося.** Искусственный интеллект может осуществить следующие действия: упрощать синтаксис, не теряя смысла; заменять непонятные иностранным студентам слова на синонимичные из активного словаря; дробить длинные предложения; добавлять подзаголовки и маркеры логики повествования.

4. **Создание интерактивных заданий.** Искусственный интеллект может на основе городского текста сгенерировать к нему ряд заданий: вопросы на понимание (*Почему герой чувствует себя потерянным в этом городе?*); задания на сопоставление (*Найдите в тексте описания, которые подходят к этим фотографиям*); ролевые диалоги (*Представьте, что вы – житель Петербурга XIX в., вам необходимо объяснить туристу, как дойти до Сенатской площади*); творческие упражнения (*Напишите письмо другу от лица героя, описывая город, в котором вы сейчас живете*). Такие задания активизируют лексику и стимулируют речевую практику.

5. **Визуализация городского пространства.** Этот аспект может быть построен на основе интеграции с картографическими сервисами (Яндекс Карты, Google Maps) и генераторами изображений (Kandinsky, Image Creator, GoGPT). Данное взаимодействие позволяет: наносить на карту маршруты

героев произведений; воссоздавать облик утраченных зданий; сравнивать исторические и современные виды одних и тех же мест. Это превращает текст в «живой» маршрут, который студент может «пройти» виртуально.

На основе указанных выше вариантов применения искусственного интеллекта в практике работы с городским текстом предложим обобщенный алгоритм использования ИИ в практике преподавания РКИ:

1. **Выбор текста.** Преподаватель отбирает отрывок, соответствующий уровню и интересам группы (например, описание Невского проспекта у Н. В. Гоголя для уровня В1).

2. **Автоматизированный анализ.** Через ИИ-платформу выделяются топонимы, реалии, сложные конструкции, формируется глоссарий.

3. **Адаптация и визуализация.** Текст упрощается (при необходимости), к нему добавляются карты и изображения.

4. **Разработка заданий.** Искусственный интеллект генерирует вопросы, упражнения, ролевые сценарии. Преподаватель отбирает и дорабатывает их.

5. **Работа на занятии:**

- чтение и обсуждение текста;
- работа с глоссарием и картами;
- выполнение интерактивных заданий;
- творческая рефлексия (например, *Нарисуйте город героя*).

6. **Обратная связь.** Студенты делятся впечатлениями, отмечают непонятные моменты, а преподаватель корректирует материалы.

Приведем фрагмент занятия по РКИ, на котором анализировался отрывок рассказа О. Р. Трифионовой «Миуссы». Задания для студентов на определенных

этапах занятия были созданы с помощью Алисы AI<sup>1</sup>. Так, Алиса AI помогла составить глоссарий по данному тексту (рис. 1). Это является вторым этапом предложенного алгоритма.

Из предложенного ИИ-глоссария слова *арестовать* и *липа* при подготовке к занятию нами были исключены, поскольку общеизвестные слова не нуждаются в комментариях.

Четвертый этап алгоритма также был реализован с помощью Алисы AI. Она генерировала задания на трех уровнях: предтекстовом, притекстовом и послетекстовом (рис. 2).

Из предложенных заданий мы удалили задание № 2. Алиса не учла, что занятие проводится с иностранными студентами, которые вряд ли в детстве сдавали бутылки, и далеко не все из них играли во дворах в привычном для нас понимании этого занятия. Также было изменено задание № 3 на следующий вариант: *На основе прочитанного текста напишите 6–8 предложений о вымышленном детстве в старом московском дворе*. Причина замены состоит в том, что иностранные студенты не могли проводить детство в московских дворах.

Несмотря на явный потенциал, использование ИИ в этой сфере имеет ограничения, среди которых: неточность интерпретаций (нейросети могут ошибаться в толковании символических образов или исторических деталей); формализация анализа (искусственный интеллект не может заменить глубину анализа произведения, сделанного человеком); этические вопросы (использование генеративных изображений требует проверки на соответствие историческим и этнографическим реалиям); технологическая зависимость

## 2. Глоссарий

- **Миуссы** – исторический район Москвы у Белорусского вокзала.
- **Белорусский вокзал** – один из главных вокзалов Москвы.
- **ЦНИДИ** – Центральный научно-исследовательский дезинфекционный институт.
- **виварий** – помещение для содержания лабораторных животных.
- **«проходняшки»** (разг.) – проходные дворы, короткие пути через арки и туннели.
- **пункт приёма стеклопосуды** – место, куда сдавали бутылки и банки за деньги.
- **эркеры** – выступающие части здания, часто с окнами.
- **кнопочки слоновой кости** – декоративны кнопки в лифтах (из материала, имитирующего слоновую кость).
- **липа** – лиственное дерево с сердцевидными листьями.
- **киоск** – небольшая торговая точка.
- **газировка с сиропом** – газированная вода с фруктовым сиропом (советский напиток).
- **арестовать** – взять под стажу по решению органов власти.

Рис. 1. Глоссарий по городскому тексту, предложенный Алисой AI  
Fig. 1. Urban text glossary generated by Alice AI

<sup>1</sup> Алиса AI. URL: <https://alice.yandex.ru/> (дата обращения: 10.02.2026).

## В. Послетекстовые задания (анализ и практика)

### 1. Работа с картой:

- Найдите на карте улицы: Александра Невского, Лесная, 1-я Тверская, Новослободская. Обозначьте примерный контур района Миусс.
- Предложите 2–3 точки маршрута «проходняшками» от дома героини до Белорусского вокзала.

### 2. Ролевая игра «Воспоминания о детстве»:

- Разделитесь на пары: интервьюер и рассказчик.
- Интервьюер задает 3–4 вопроса о детстве в старом районе (например: «Что вы покупали на деньги от сдачи бутылок?», «Какие деревья росли возле вашего дома?», «Как вы проводили время во дворах?»).
- Рассказчик отвечает, опираясь на свой текст и опыт.

### 3. Творческая рефлексия:

- Нарисуйте «киоск под липой» или «проходной двор». Подпишите 3–4 детали рисунка словами из текста.
- Либо создайте коллаж из изображений (на бумаге или в цифровом сервисе), иллюстрирующий атмосферу района Миусс.

Рис. 2. Примеры  
послетекстовых заданий  
по городскому тексту,  
предложенных Алисой AI  
Fig. 2. Post-urban-text tasks  
generated by Alice AI

(не все учебные заведения имеют доступ к продвинутым ИИ-инструментам).

Исходя из этого, отметим, что роль преподавателя в таком взаимодействии остается ключевой, т.к. он выступает своего рода куратором для ИИ-контента, отбирая, корректируя и дополняя материалы.

## Заключение

Интеграция ИИ-инструментов в работу с городским текстом на занятиях РКИ позволяет сделать сложные тексты доступными для иностранных обучающихся, углубить понимание культурно-исторического контекста, разнообразить формы работы на занятиях, повысить мотивацию через интерактивность и визуализацию.

Однако эффективность такого подхода зависит от осмысленного сочетания технологий и методической экспертизы. Искусственный интеллект не заменяет преподавателя, но становится мощным помощником в раскрытии богатства русского литературного наследия для изучающих РКИ.

Исходя из этого, сформулируем рекомендации по использованию ИИ в практике работы над городским текстом:

1. Использовать искусственный интеллект как дополнение к традиционному анализу, а не как его замену.
2. Проверять достоверность пояснений, сгенерированных искусственным интеллектом.
3. Сочетать текстовые, визуальные и интерактивные форматы.
4. Учитывать языковой уровень и культурный фон студентов.

5. Включать в работу рефлексивные практики (обсуждение, творческие задания).

Таким образом, городской текст в сочетании с ИИ-инструментами превращается в многофункциональный ресурс, который одновременно обучает языку, погружает в культуру страны, чей язык изучается, и развивает критическое мышление.

Развитие нейросетей открывает новые возможности для работы с городским текстом в практике РКИ. В этом контексте стоит обратить внимание на потенциальные направления развития: мультимодальные платформы, объединяющие текст, карты и прочие изображения, аудио и видео; персональные ассистенты для студентов, отвечающие на вопросы по прочитанному тексту; виртуальные экскурсии по литературным местам с ИИ-гидом; корпусные базы городских текстов с разметкой по уровням владения языком.

**Конфликт интересов:** Авторы заявили об отсутствии потенциальных конфликтов интересов в отношении исследования, авторства и / или публикации данной статьи.

**Conflict of interests:** The authors declared no potential conflict of interests regarding the research, authorship, and / or publication of this article.

**Критерии авторства:** Авторы в равной степени участвовали в подготовке и написании статьи.

**Contribution:** All the authors contributed equally to the study and bear equal responsibility for the information published in this article.

## Литература / References

- Авраменко А. П. Лингводидактический потенциал чат ботов и виртуальных помощников как средств распознавания речи технологиями искусственного интеллекта. *Мир науки, культуры, образования*. 2022. № 3. С. 9–12. [Avramenko A. P. Linguodidactic potential of virtual assistants and chat-bots as speech recognition tools based of artificial intelligence. *The world of science, culture, and education*, 2022, (3): 9–12. (In Russ.)] <https://doi.org/10.24412/1991-5497-2022-394-9-12>
- Аль Кайси А. Н., Архангельская А. Л., Руденко Моргун О. И. Интеллектуальный голосовой помощник Алиса на уроках русского языка как иностранного (уровень А1). *Филологические науки. Вопросы теории и практики*. 2019. Т. 12. № 2. С. 239–244. [Al-Kaisi A. N., Arkhangelskaya A. L., Rudenko-Morgun O. I. Intelligent voice assistant Alisa in classes of Russian as a foreign language (Level A1)]. *Philology. Theory & Practice*, 2019, 12(2): 239–244. (In Russ.)] <https://doi.org/10.30853/filnauki.2019.2.52>
- Бичер О. Применение искусственного интеллекта при обучении студентов РКИ. *Международный журнал лингвистических, литературоведческих и культурологических исследований*. 2025. Т. 8. № 1. С. 135–153. [Bicher O. Application of artificial intelligence in teaching Russian as a foreign language to students. *International Journal of Language, Literature and Culture Researches*, 2025, 8(1): 135–153. (In Russ.)] <https://doi.org/10.37999/udekad.1613910>
- Гаврилова М. В., Дронова А. Л. Творческие виды заданий с использованием искусственного интеллекта при работе с художественным текстом на занятиях по русскому языку как иностранному. *Известия Волгоградского государственного педагогического университета*. 2024. № 6. С. 102–109. [Gavrilova M. V., Dronova A. L. The creative kids of tasks with the use of artificial intelligence during the work with the fictional text at the classes of the Russian language as a foreign language. *Izvestiya Volgogradskogo Gosudarstvennogo Pedagogicheskogo Universiteta*, 2024, (6): 102–109. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/ledhod>
- Елькина Е. Л. Нейросети. ИИ в обучении композиции студентов дизайнеров. *Вестник педагогических наук*. 2023. № 3. С. 101–106. [Elkina E. L. Neural networks. AI in teaching composition to design students. *Bulletin of Pedagogical Sciences*, 2023, (3): 101–106. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/fmgjda>
- Ельникова С. И. Искусственный интеллект в системе обучения РКИ и оценке уровня владения русским языком как иностранным. *Русский язык за рубежом*. 2020. № 2. С. 20–26. [Elnikova S. I. Artificial Intelligence in RFL learning and evaluation system. *Russian Language Abroad*, 2020, (2): 20–26. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/jixcoe>
- Игнатьева Н. Д., Сидорова Е. Ю. Возможности нейросети для реализации принципа наглядности в обучении русскому языку как иностранному. *Современный взгляд на обучение РКИ: нейроаспекты*: Междунар. науч.-практ. конф. (Москва, 1–2 июня 2023 г.). М.: МПГУ, 2023. С. 182–188. [Ignatieva N. D., Sidorova E. Y. Artificial intelligence ART generator in the implementation of the visible learning principles in teaching Russian as a foreign language. *Modern view on teaching Russian as a foreign language: Neuroaspects*: Proc. Intern. Sci.-Prac. Conf., Moscow, 1–2 Jun 2023. Moscow: MPSU, 2023, 182–188. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/drxbwm>
- Козловцева Н. А. Искусственный интеллект в обучении русскому языку как иностранному: опыт финансового университета. *Мир науки, культуры, образования*. 2023. № 6. С. 28–31. [Kozlovitseva N. A. Artificial intelligence in teaching the Russian as a foreign language: The experience of the financial university. *The world of science, culture, and education*, 2023, (6): 28–31. (In Russ.)] <https://doi.org/10.24412/1991-5497-2023-6103-28-31>
- Кравцова А. Г. CHATGPT 3: перспективы использования в обучении иностранному языку. *Мир науки, культуры, образования*. 2023. № 3. С. 33–35. [Kravtsova A. G. CHATGPT 3: Perspectives of application to foreign language teaching. *The world of science, culture, and education*, 2023, (3): 33–35. (In Russ.)] <https://doi.org/10.24412/1991-5497-2023-3100-33-35>
- Кузнецова А. А., Аксенова Е. Д., Михайлова Н. Д., Ткачева Р. А., Толкачева Н. Н. Искусственный интеллект в обучении русскому языку как иностранному в медицинском вузе: реальность и перспективы. *Тверской медицинский журнал*. 2022. № 4. С. 112–115. [Kuznetsova A. A., Aksenova E. D., Mikhailova N. D., Tkacheva R. A., Tolkacheva N. N. Artificial intelligence in teaching Russian as a foreign language in medical universities: Status and prospects. *Tver Medical Journal*, 2022, (4): 112–115. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/utvxpt>
- Лукичев П. М., Чекмарев О. П. Применение искусственного интеллекта в системе высшего образования. *Вопросы инновационной экономики*. 2023. Т. 13. № 1. С. 485–502. [Lukichev P. M., Chekmarev O. P. Artificial intelligence in higher education. *Russian Journal of Innovation Economics*, 2023, 13(1): 485–502. (In Russ.)] <https://doi.org/10.18334/vinec.13.1.117223>

- Наргес А. М. К. Использование искусственного интеллекта в обучении РКИ (с учетом преимуществ и недостатков). *Векторы развития русистики и лингводидактики в контексте современного филологического образования*: III Междунар. науч.-практ. конф. (Астрахань, 12–13 октября 2023 г.) Астрахань: АГУ им. В. Н. Татищева, 2023. С. 129–131. [Narges A. M. K. The use of artificial intelligence in RCT teaching (taking into account the advantages and disadvantages). *Vectors of development of Russian studies and linguistic didactics in the context of modern philological education*: Proc. III Intern. Sci.-Prac. Conf., Astrakhan, 12–13 Oct 2023. Astrakhan: ASU, 2023, 129–131. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/gzpyux>
- Писарь Н. В. Потенциал использования нейросетей как инновационного инструмента создания учебного контента и средства организации интерактивной образовательной среды на занятиях по русскому языку как иностранному. *Филологические науки. Вопросы теории и практики*. 2024. Т. 17. № 1. С. 58–65. [Pisar N. V. Potential of using neural networks as an innovative tool for creating educational content and a means of organizing an interactive educational environment in Russian as a foreign language classes. *Philology. Theory & Practice*, 2024, 17(1): 58–65. (In Russ.)] <https://doi.org/10.30853/phil20240009>
- Прохоров Н. Н. Использование нейросетей на занятиях иностранного языка на примере чата GPT. *Наука и образование в современном вузе: вектор развития*: науч.-практ. конф. (Шуя, 18 мая 2023 г.) Шуя: Шуйский филиал ИвГУ, 2023. С. 165–167. [Prokhorov N. N. Neural networks in foreign language classes: The case of chat GPT. *Science and education in the modern university: Development vector*: Proc. Sci.-Prac. Conf., Shuya, 18 May 2023. Shuya: Shuya Branch of IvSU, 2023, 165–167. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/ksbubo>
- Пэй Х. Особенности применения искусственного интеллекта в преподавании студентам бакалавриата русского как иностранного в Институте русского языка Хэйлунцзянского университета (на примере предмета «Основы русского языка»). *Педагогика и просвещение*. 2025. № 2. С. 157–175. [Pei H. Features of the use of artificial intelligence in teaching undergraduate students Russian as a foreign language at the institute of Russian language of Heilongjiang university (based on the example of the subject "Fundamentals of the Russian language"). *Pedagogy and Education*, 2025, (2): 157–175. (In Russ.)] <https://doi.org/10.7256/2454-0676.2025.2.74372>
- Рублёва Е. В. Искусственный интеллект в практике преподавания РКИ. *РКИ: лингвометодическая образовательная платформа*: Междунар. науч.-практ. конф. (Белгород, 26 мая 2023 г.) Белгород: БелГУ, 2023. С. 188–190. [Rubleva E. V. Artificial intelligence in the practice of teaching Russian as a foreign language. *Russian as a foreign language: Linguistic and methodological educational platform*: Proc. Intern. Sci.-Prac. Conf., Belgorod, 26 May 2023. Belgorod: BSU, 2023, 188–190. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/itrelr>
- Топоров В. Н. Петербургский текст русской литературы. СПб.: Искусство, 2003. 616 с. [Toporov V. N. *The Petersburg text of Russian literature*. St. Petersburg: Iskustvo, 2003, 616. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/vnjoij>
- Тощая И. В., Недоспасова Л. А. Образовательный потенциал чат ботов в изучении иностранных языков: социолингвистический, дидактический и коммуникативный аспекты. *Концепт*. 2023. № 6. С. 14–27. [Totskaya I. V., Nedospasova L. A. The educational potential of chatbots in foreign languages learning: Sociolinguistic, didactic and communicative aspects. *Concept*, 2023, (6): 14–27. (In Russ.)] <https://doi.org/10.24412/2304-120X-2023-11045>
- Фань С. Исследование по применению технологии ИИ в преподавании русского языка как иностранного в Китае. *Молодой ученый*. 2025. № 10. С. 200–203. [Fan X. AI technology in teaching Russian as a foreign language in China. *Molodoi uchenyi*, 2025, (10): 200–203. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/zjnedg>
- Федотова Н. Л., Го Х. Возможности использования инструментов искусственного интеллекта в преподавании русского языка как иностранного. *Вестник Костромского государственного университета. Серия: Педагогика. Психология. Социокинетика*. 2025. Т. 31. № 4. С. 95–103. [Fedotova N. L., Guo H. Possibilities of using artificial intelligence instruments in teaching Russian as a foreign language. *Vestnik of Kostroma State University. Series: Pedagogy. Psychology. Sociokinetics*, 2025, 31(4): 95–103. (In Russ.)] <https://doi.org/10.34216/2073-1426-2025-31-4-95-103>
- Фурс С. П. Искусственный интеллект в сфере образования – помощник педагога или «подрывная» технология? *Преподаватель XXI век*. 2023. № 1-1. С. 40–49. [Furs S. P. Artificial intelligence in education – A teacher's assistant or disruptive technology? *Prepodavatel XXI vek*, 2023, (1-1): 40–49. (In Russ.)] <https://doi.org/10.31862/2073-9613-2023-1-40-49>

оригинальная статья

eLibrary EDN: YRKCMV

## Продакшн видеопоззии: режиссер vs искусственный интеллект

Печёнкина Екатерина Андреевна

Российский государственный институт сценических искусств, Россия, Кемерово

eLibrary Author SPIN: 9324-9232

<https://orcid.org/0009-0005-0220-8555>

[e.a.pechenkina@mail.ru](mailto:e.a.pechenkina@mail.ru)

**Аннотация:** Актуальность и новизна исследования заключаются в сравнении классического и инновационного методов продакшна видеопоззии, что позволит выработать оптимальные подходы к созданию визуально-эстетического продукта, способствующего сохранению культурного наследия и развитию креативных индустрий. Цель – выявить различия и сходства подходов к производству видеопоззии традиционным способом и с использованием современных инструментов искусственного интеллекта. Основной метод исследования – сравнительный анализ. Материалом исследования послужили видеопоззический ролик режиссера В. Кисленко на стихотворение «Филологов не понимает физтех...» Р. Рождественского и видеоролик, созданный автором статьи на то же стихотворение с использованием нейросети Fliki. В результате установлено, что если у режиссера получилось преобразовать поэтический текст в многослойное видеопроизведение с помощью символизма и кинематографических приемов, передавая эмоциональную мощь поэзии и открывая зрителю новые грани творчества Р. Рождественского, то нейросеть Fliki смогла воссоздать только разрозненные образы без выстраивания целостного сюжета, передачи атмосферы и глубинного смысла стихотворения, отражения связи художественных форм с культурным контекстом эпохи. Перспектива исследования заключается в поиске инструментов в рамках использования искусственного интеллекта для создания видеопоззии, обладающих способностью интерпретировать текст, подбирать визуальные образы и звуки с учетом культурного контекста произведения.

**Ключевые слова:** искусственный интеллект, нейросети, видеопоззия, цифровое творчество, медиапоззия, гибридное искусство, виртуальный продакшн

**Цитирование:** Печёнкина Е. А. Продакшн видеопоззии: режиссер vs искусственный интеллект. *Виртуальная коммуникация и социальные сети*. 2026. Т. 5. № 3. С. 256–266. <https://doi.org/10.21603/vcsn-2026-5-3-256-266>

Поступила в редакцию 26.06.2026. Принята после рецензирования 20.07.2026. Принята в печать 31.07.2026.

original article

## Video Poetry Production: Film Director vs. Artificial Intelligence

Ekaterina A. Pechenkina

Russian State Institute of Performing Arts, Russia, Kemerovo

eLibrary Author SPIN: 9324-9232

<https://orcid.org/0009-0005-0220-8555>

[e.a.pechenkina@mail.ru](mailto:e.a.pechenkina@mail.ru)

**Abstract:** Video poetry contributes to the preservation of cultural heritage and fosters the development of creative industries. Modern video poetry often involves artificial intelligence (AI) tools. This article compares classical and innovative methods of video poetry production to reveal optimal approaches to the recording process. The author used the Fliki neural network to create a video based on Robert Rozhdestvensky's poem *Scientists Don't Understand Poets* and compared it with a traditional poetry video directed by Vladislav Kislenko. The traditional video transformed the poem into a multi-layered work filled with symbolism and cinematic techniques. It conveyed the original emotional power while revealing new facets of Rozhdestvensky's poetic world. Fliki, on the contrary, only managed to recreate fragmented images without a coherent plot, failing to convey the atmosphere and deep meaning of the poem. It proved unable to reflect the links between the artistic form and the cultural context

of the epoch. The research perspective is to find AI tools that are able to interpret texts, as well as select visual images and sounds based on the cultural context.

**Keywords:** artificial intelligence (AI), neural networks, video poetry, digital creativity, media poetry, hybrid art, virtual production

**Citation:** Pechenkina E. A. Video Poetry Production: Film Director vs. Artificial Intelligence. *Virtual Communication and Social Networks*, 2026, 5(3): 256–266. (In Russ.) <https://doi.org/10.21603/vcsn-2026-5-3-256-266>

Received 26 Jun 2026. Accepted after review 20 Jul 2026. Accepted for publication 31 Jul 2026.

## Введение

В последнее десятилетие видеопоззии становится все более популярным направлением современного искусства, привлекающим внимание как профессиональных режиссеров [Коновалов 2022; Семьян, Смышляев 2017], так и сторонников экспериментальной культуры [Галимова 2021; Пермьяков 2005; Тарасов 2024]. Создание качественного видеоконтента требует сочетания творческих идей, технического мастерства и глубокого понимания эстетики литературного текста.

Традиционно процесс производства видеопоззии включает в себя работу режиссера, оператора, монтажера и художника-постановщика: каждый из них играет важную роль в формировании конечного продукта. Однако с развитием цифровых технологий и внедрением искусственного интеллекта (ИИ) возникают новые подходы к созданию видеопроизведений. Д. В. Мамедов называет XXI в. веком «трансмедиального искусства, когда "чистые" традиционные формы не вызывают интереса не только у потребителей, но и у творцов» [Мамедов 2021: 164]. Изменение природы поэтического текста и внедрение инновационных способов его репрезентации (проникновение поэзии в цифровую среду) привели к возникновению новых форм (форматов) поэзии. Современные алгоритмы способны анализировать текстовые материалы, создавать визуализации, подбирать музыку и редактировать готовый материал, существенно сокращая временные затраты и финансовые расходы. Вопрос заключается в том, насколько эффективно ИИ может заменить творческие усилия режиссера, сохранить эмоциональную глубину и художественное качество произведений?

Цель исследования – выявить различия и сходства подходов к производству видеопоззии традиционным способом и с использованием современных инструментов искусственного интеллекта.

Гипотеза нашего исследования заключается в том, что для ИИ процесс создания видеопозетического

клипа сопряжен с рядом трудностей, обусловленных особенностями человеческого сознания и творческой интуиции, такими как интерпретация поэтического текста, выбор визуальных образов и звукового сопровождения (их синхронизация), выбор средств для монтажа, понимание контекста и культурного значения произведения.

Современное искусство постоянно ищет новые формы выражения, стремясь объединить разные виды творчества и создать уникальный опыт восприятия. Одним из ярких примеров такого синтеза искусств является видеопоззии – жанр, объединяющий литературу и визуальные искусства в динамичном и выразительном формате.

Литература традиционно ассоциируется с текстом, языком и воображением читателя. Однако с развитием технологий и появлением новых медиа возможности художественного самовыражения значительно расширились. Видеопоззии позволяет преодолеть границы традиционного чтения: появляются мультимедийные произведения, в которых поэзия сочетается с изображением, звуком и движением. Эта форма искусства возникла относительно недавно, но быстро завоевала популярность среди поэтов, художников, режиссеров и зрителей благодаря своей способности передавать эмоции и идеи посредством визуально-звуковых образов. Видеопоззии открывает перед зрителем новый мир ассоциаций, метафор и символов, обогащая восприятие поэзии и делая ее доступной широкому кругу аудитории.

Ученые, исследующие особенности видеопоззии как синтетического жанра, дают следующие трактовки термина *видеопоззии*:

- «художественная форма репрезентации поэтического опыта в условиях современной художественной культуры. <...> сплав визуального, вербального и аудиального. <...> объединяет в одно целое *устную поэзию, визуальные образы, текст и звук* (прим. – здесь и далее

выделено автором статьи). Синтезированные в определенном соотношении, они *вызывают у зрителя более сильное переживание поэтического опыта* [Пога 2020: 209];

- «метод создания произведений: ...поэты берут ключевой образ стихотворения и визуализируют его» [Галимова 2021: 200];
- направление медиапоэзии, которое представляет «собой взаимодействие непосредственно поэтического текста с любым медиа-пространством: визуальным, аудиальным, тактильным и т.д. в том, что цельным произведением стихотворение становится только при условии реализации этого взаимодействия. <...> в медиапоэзии достигается единство поэтического текста <...> с самыми разнообразными медиапространствами: визуальными, текстовыми, звуковыми, виртуальными, многомерными, интерактивными и т.д. И потому *средства авторской выразительности медиапоэтического произведения способны воздействовать практически на все чувственные аспекты читателя / слушателя / зрителя*» [Мамедов 2021: 164–165];
- «наглядный пример синтетического искусства. <...> симбиоз поэтического, визуального, звукового и музыкального. Притом визуальная составляющая находится в подчинении у поэтического текста» [Коновалов 2022: 83]; жанр, оформившийся «в результате длительного развития ...искусства графического стиха» [Там же: 86]; жанр, способный «популяризировать поэтическое искусство в эпоху клипового мышления. <...> видеопоезия способна в весьма неожиданном свете представить реципиенту поэтический текст» [Там же];
- «"видеопоема" – гибридная поэтическая форма, объединяющая текст, изображение и звук для создания поэтического впечатления»<sup>1</sup> [Chorier-Fryd 2017]. «Видеопоезия – это жанр поэзии, представленный на экране, для которого характерно поэтическое сочетание изображений с текстом и звуком, основанное на времени» [Ibid.]. «Основная функция видеопоемы – продемонстрировать процесс мышления и одновременность переживаний, выраженных в словах, ...значение которых сочетается с образами и звуковым сопровождением, но не иллюстрируется ими» [Ibid.];

- видеопоезия обладает генетическим родством с кинематографом; режиссер здесь выступает интерпретатором (равно идеальным читателем, «который вступает с автором в творческий диалог» [Семьян, Смышляев 2017: 187]). «В результате режиссерской рефлексии над образностью поэтического текста получается ролик, в котором видеоряд и текст связаны не буквально, а ассоциативно» [Там же].

В России ежегодно проводится большое количество фестивалей аудиовизуального искусства. Так, И. В. Пермяков описывает один фестиваль: «фестиваль с таким названием (*прим. автора – «Видеология»*) сконцентрировался на аудиовизуальном искусстве, т.е. на интегративных формах творчества, на комплексных образах, синтезирующих изображение и звучание, а потому *обладающих наибольшей силой аффективного воздействия*» [Пермяков 2005: 115]. Д. В. Мамедов и Л. Н. Пога также отмечают способность синтетических форм творчества воздействовать на чувства и эмоции субъекта, воспринимающего произведение искусства [Мамедов 2021; Пога 2020].

Л. Н. Пога в статье, посвященной исследованию процесса изменения классических методов художественного образования сквозь призму цифровых культурных ценностей, обращает внимание на методический прием визуализации текста, который можно использовать на занятиях у студентов-актеров (занятия по сценической речи и мастерству). Данный прием, помимо развития у студентов творческого мышления, позволяет обучающимся «размышлять о произведении, думать о герое, представлять его жизненное пространство, облик, пластику, цветовую гамму костюма и т.д. Очень важно использовать визуальные средства, чтобы активировать видения, пробудить фантазию и овладеть навыком анализа текста, умением схватывать событийно-действенную структуру» [Пога 2020: 209].

Описанию навыков ИИ в реализации творческих идей посвящено большое количество исследований [Аракелян 2017: 30; Воронцов, Ловецкий 2017: 185; Тарасов 2024: 35, 41]. Как отмечалось ранее, в современном мире все чаще фиксируются случаи использования ИИ в производстве видеопоезии. Приведем актуальные работы, посвященные исследованию ИИ как средства производства видеопоезии.

<sup>1</sup> Здесь и далее по тексту перевод выполнен автором статьи.

А. А. Хохлова относит экспериментальную видеопоззию к одному из видов цифровой поэзии, которая в свою очередь является формой электронной литературы, демонстрирующей «широкий спектр подходов к поэзии, с выдающимся и решающим использованием искусственного интеллекта» [Хохлова 2020: 69].

Исследователь digital-поэзии Д. В. Мамедов считает ИИ самостоятельной творящей единицей в процессе производства электронной поэзии. Нейросети, по мнению ученого, позволяют поэтическому тексту обрастать бесконечно новыми смыслами [Мамедов 2021: 164].

В условиях развития цифровых технологий прием визуализации текста, о котором мы писали выше, обозначил необходимость видоизменений: «идея состояла в адаптации интермедиального способа репрезентации поэтического образа... в процесс обучения» [Пога 2020: 210]. В этой связи Л. Н. Пога предлагает использовать разработанное исследователем упражнение «Видеопоззия», где цифровые технологии являются инструментами визуализации. Кроме того, Л. Н. Пога формулирует новую компетенцию – «готовность к использованию цифровых технологий для создания виртуальных образов, которые связаны с ценностью цифрового формата художественных образов» [Там же]. Сравнивая традиционный и новый подходы к обучению, исследователь делает вывод, что «трансформация в обучающем подходе проявилась ...в смене методологического акцента, он переместился с интеллектуально-чувственных практик обучающегося на его практику применения цифровых технологий» [Там же]. Иначе говоря, на занятиях оцениваются не профессиональные навыки, которые стремятся развить педагоги (например, навыки актерского мастерства и техники речи), а навыки владения цифровыми технологиями.

Перспективам и проблемам использования ИИ в производстве российских кинофильмов посвящено исследование А. М. Аракеляна. Возможность ИИ решать творческие задачи в сфере кинопроизводства имеет как положительные, так и негативные последствия, в том числе для развития социальной сферы России и мира [Аракелян 2017: 30]. Таким образом, ученые подчеркивают способность ИИ создавать новые смыслы и обогащать поэтический текст визуально. Нейросети позволяют трансформировать традиционные методы художественного творчества, смещая фокус с интеллектуально-чувственного опыта творца (режиссера)

на использование цифровых технологий. Применение ИИ открывает перспективы для изменения образовательного процесса: владение цифровыми технологиями становится значимой компетенцией. Однако развитие ИИ в сфере искусства, в том числе относительно применения нейросетей в продакшне видеопоззии, также связано с рядом проблем и рисков, влияющих на социальную сферу и культурное пространство.

Перейдем к ключевому разделу нашей работы – сопоставительному исследованию роли ИИ и режиссера в производстве видеопоззии. Сегодня среди ученых и экспертов в сфере видеопроизводства нет единства во взглядах: одни исследователи считают применение ИИ перспективным направлением в продакшне видеопоззии, другие видят недостатки использования нейросетей в творческом процессе и отмечают риски и угрозы сотворчества ИИ и человека.

М. А. Коновалов, исследующий развитие видеопоззии в контексте становления современной информационной эпохи, выделяет две ключевые фигуры данного жанра, подчеркивая их сопричастность творческому началу, – это читатель-зритель и режиссер [Коновалов 2022: 83–84, 86–87]. За последним он закрепляет роль интерпретатора текста, имеющего свой накопленный опыт и свое (отличное от всех) мироощущение, трактующего текст посредством визуальных средств [Там же: 83–84]. По мнению ученого, режиссер способен качественно визуализировать текст стихотворения: режиссер может «на фоне строк из поэмы создать целый короткометражный фильм со своей небольшой историей, вводя дополнительные... образы» [Там же: 86]. Параллельное развитие видеотворчества и цифровой среды, как пишет М. А. Коновалов, содействует формированию нового типа читателя и нового типа мышления – клипового [Там же: 83], что, на наш взгляд, представляет проблему для современного общества.

Е. Е. Галимова, в целом положительно описывающая спецпроект С. Тетерина «Кибер-Пушкин», акцентирует внимание на существенном недостатке в работе ИИ при генерации стихотворений: «результат оставлял желать лучшего (машина "написала" бессвязные тексты, с грамматическими и орфографическими ошибками)» [Галимова 2021: 201].

И. Е. Тарасов, исследующий опыт использования ИИ в современных российских и зарубежных документальных фильмах, не исключает факта, что «в обозримом будущем нейросеть сможет

достигнуть такого уровня, при котором она станет не только помощником, но и полноценным соавтором произведений искусства» [Тарасов 2024: 42]. Ключевыми тезисами работы И. Е. Тарасова становятся следующие: осознание потенциала нейротехнологий в искусстве, признание важности человеческого участия и постановка вопроса о том, какое влияние окажет использование ИИ на саму природу творческого процесса и взаимодействия аудитории с произведениями искусства.

Так, с опорой на точки зрения коллег и экспертов в сфере нейротехнологий (создателя нейрокреативного агентства, режиссера, отечественных и зарубежных ученых) И. Е. Тарасов констатирует двойственность ситуации: нейросети способны качественно визуализировать будущие сценарии, однако способность к творческой интерпретации, чувственному восприятию и формированию оригинальных идей остается прерогативой человека. Искусственный интеллект пока не может полноценно заменить лиц, участвующих в создании контента (оператора или режиссера), поскольку фиксация уникальных моментов требует человеческого взгляда и интуиции. Дискуссии вокруг контента, созданного с помощью ИИ, поднимают вопросы юридической, этической и эстетической природы: каким должно быть регулирование ИИ-творчества, какие границы его использования приемлемы и как восприятие искусственно созданных произведений повлияет на зрителя? Кроме того, И. Е. Тарасов пишет о рисках зависимости от нейросетей, приводящей к снижению творческих и когнитивных способностей человека [Тарасов 2024].

Позиции И. Е. Тарасова близка позиция Е. Д. Ледовской, которая также рассматривает процессы внедрения ИИ в творческую деятельность, процессы воздействия нейросетей на креативные индустрии, отмечая преимущества и недостатки такого внедрения, и справедливо полагает, что «в ближайшем будущем нейросети не смогут полностью заменить человека как творческую сущность, но прогресс может непременно привести некоторые видоизменения в рабочие процессы человека» [Ледовская 2024: 246].

М. А. Мейн также считает, что нейросети не способны целиком заменить творчество человека, однако они открывают новые горизонты для понимания креативности и искусства, и «их способность генерировать оригинальный контент ставит перед нами важные вопросы о природе искусства и роли технологий в нашем обществе» [Мейн 2025: 57].

Д. А. Мельникова и коллеги справедливо отмечают: «Несмотря на то что нейросети могут выполнять множество задач, в творческих процессах, где важны индивидуальность, оригинальность и креативность, человек все еще не заменим» [Мельникова и др. 2023: 47].

Н. В. Солдатов и П. П. Танчинец выразили обеспокоенность по поводу влияния ИИ на индустрию кино. По словам ученых, стремительное развитие технологий может сделать актеров и сценаристов ненужными [Солдатов, Танчинец 2024: 156].

Ч. Лю, анализирующий влияние ИИ на медиа и киноиндустрию, считает, что «ИИ не может заменить людей в вопросах обеспечения эмоциональной поддержки, получения реального жизненного опыта и предотвращения обмана» [Liu 2024: 219]. Автор подчеркивает, что «ИИ скорее дополняет, чем вытесняет человеческую изобретательность» [Ibid.: 220].

Исследуя вопрос применения искусственного интеллекта в киноиндустрии, индийские ученые отмечают, что «чрезмерная зависимость от стратегий ИИ без участия человека может привести к созданию скучных произведений, лишенных человеческих тонкостей, которые делают фильмы изобретательными / креативными / инновационными» [Sunte et al. 2024: 139].

Возможную замену человеческой креативности механизмами ИИ прогнозирует коллектив румынских исследователей [Magurean et al. 2024: 16]. Тем не менее авторы считают, что «роль ИИ в творческих усилиях будет стимулировать, поскольку он предлагает множество преимуществ, выступая в качестве изобретательного и эффективного помощника» [Ibid.]. Ученые полагают, что «последние разработки в области информационных технологий указывают на взаимодействие между людьми и машинами: когда творческий потенциал человека сочетается с мощью технологий ИИ» [Ibid.: 17].

А. Дайнис отмечает актуализацию прогнозов о том, что ИИ заменит творчество человека. Однако «хотя ИИ может самостоятельно обучаться и выполнять творческие задачи, он работает строго по запрограммированным алгоритмам. В отличие от него, человеческое творчество безгранично. <...> ...творческий акт человека... нельзя свести к деятельности ИИ» [Dainys 2024: 3].

Э. Чжоу и Д. Ли пишут о возникновении так называемой *генеративной синестезии* – «гармоничного сочетания человеческого потенциала и использования ИИ для поиска новых творческих подходов» [Zhou, Lee 2024].

## Методы и материалы

Материалом для сравнительного анализа стали два видеоролика:

1) видеоролик режиссера В. Кисленко<sup>2</sup>, созданный в рамках участия в конкурсе-фестивале видеопоззии «Видеостихия 2023», на стихотворение «Филологов не понимает физтех...» Р. Рождественского<sup>3</sup>;

2) видеоролик, созданный нами<sup>4</sup> с использованием нейросети Fliki<sup>5</sup>, на то же стихотворение.

## Результаты

### Анализ видеоролика «Филологов не понимает физтех...», созданного В. Кисленко

Предварим анализ видеоролика на стихотворение «Филологов не понимает физтех...» Р. Рождественского, созданного режиссером В. Кисленко в рамках участия в конкурсе-фестивале видеопоззии «Видеостихия 2023», кратким анализом самого стихотворения.

Погружение в культурный контекст исследуемого текста, а именно факт, что творчество Р. Рождественского относится к периоду, когда молодежь поделилась на «физиков» и «лириков», определяет выбор режиссером видеоролика «лирика» в качестве главного действующего героя (мы видим главного героя на сцене, а также рисуящим с карандашом в руке у мольберта), тем самым демонстрируя и подтверждая победу «лириков» над «физиками».

Главная мысль стихотворения Р. Рождественского «Филологов не понимает физтех...» – это универсальная проблема взаимного непонимания между людьми, даже самыми близкими, из-за различий в мировоззрении, поколениях, профессиях, способе мышления и т. д. В. Кисленко удалось, на наш взгляд, отразить посредством аудиовизуальных средств глубинный смысл произведения.

Для точности анализа мы разделили видеоклип на сцены, которые в свою очередь разделены на кадры. Под сценой, вслед за Е. А. Поляковой, мы понимаем «фрагмент текста литературного (недраматического) произведения, построенный по драматургическому принципу, т. е. представляющий собой действие, происходящее на ограниченном

пространстве в ограниченный промежуток времени» [Полякова 2008: 35]. Уточним приведенное определение трактовкой понятия Д. Харрисом: «Сцена – это фундаментальная единица повествования, содержащая определенный момент времени, который передает действие, эмоции или информацию. Она устанавливает местоположение, набор персонажей и часто включает конфликт или изменение, которые двигают историю вперед»<sup>6</sup>. Под кадром мы понимаем монтажный кадр – «отрезок киноплёнки или часть записи между двумя монтажными склейками» [Мёрч 2024: 214].

Видеоролик «Филологов не понимает физтех...» представляет собой символическое произведение, наполненное глубокими образами и метафорами. Проведем анализ каждой сцены с опорой на текст стихотворения.

**Сцена 1. Кадры: 1, 2. Текст:** *Филологов не понимает физтех, – / Молчит в темноте. Описание сцены:* в полной темноте подсвечиваемый ярким лучом света по сцене идет мальчик с листом бумаги в руке, затем он превращается в мужчину, который также держит лист бумаги. Мужчина смотрит на лист, роняет его и на языке жестов говорит слово «мама», при этом на экране по двум сторонам от мужчины располагаются слог «ма» – «ма». Далее все исчезает, на экране вновь появляется надпись «мама» целиком.

Появление в новом кадре мужчины вместо мальчика символизирует жизненный путь героя, переход от детства к взрослой жизни. Лист бумаги может олицетворять воспоминания о прошлом, которые теряются со временем: роняя лист бумаги, мужчина как бы теряет связь с детством. Появление надписи *мама* на экране подчеркивает важность материнской фигуры в жизни человека, особенно в период взросления. Произнесение мужчиной слова *мама* на языке жестов, во-первых, определяет тему стихотворения – тему непонимания между родителями и детьми и стремления обрести понимание

<sup>2</sup> Кисленко В. «Филологов не понимает физтех». *VK Видео*. 30.12.2022. URL: [https://vk.com/video301493866\\_456239269](https://vk.com/video301493866_456239269) (дата обращения: 02.06.2026).

<sup>3</sup> Рождественский Р. Филологов не понимает физтех... *Культура.РФ*. URL: <https://www.culture.ru/poems/42739/filologov-ne-ponimaet-fiztekh> (дата обращения: 02.06.2026).

<sup>4</sup> Печёнкина Е. «Филологов не понимает физтех...» (Р. Рождественский), нейросеть «Fliki». *VK Видео*. 28.10.2025. URL: [https://vkvideo.ru/clip-233556010\\_456239019](https://vkvideo.ru/clip-233556010_456239019) (дата обращения: 02.06.2026).

<sup>5</sup> Fliki. URL: <https://fliki.ai/> (accessed 2 Jun 2026).

<sup>6</sup> Харрис Д. Определение сцены в литературе: создание ярких повествований. *Adazing*. URL: <https://www.adazing.com/ru/definition-of-scene-in-literature/> (дата обращения: 02.06.2026).

близких, во-вторых, отсылает нас к последней строке стихотворения *Для разговора глухонемых* нужен свет и символизирует трудности в передаче чувств и эмоций словами, а также бесплодность попыток простого вербального взаимодействия, требующих иных способов установления контакта.

**Сцена 2. Кадры:** 3–14. **Текст:** Эти / не понимают тех. / А этих – / те. / Не понимает дочка своей / нервная мать. / Не знает, как и ответить ей / и что понимать. **Описание сцены:** коридор музея изобразительного искусства или картинной галереи. Мужчина бешено рисует линии на мольберте, представляя себя в детстве (видим глаза и руки маленького мальчика, так же рисующего). На рисунке как взрослого мужчины, так и маленького мальчика изображены мама и сын (надписи «мама» и «Я»). Далее мужчина кладет карандаш и падает.

Кадры, в которых мужчина быстро, с сильным нажимом на карандаш рисует линии на мольберте, вспоминая свое детство (кадр, в котором мы видим мужчину, плавно сменяется кадром, в котором мы видим глаза и руки ребенка – проекция взрослого мужчины в детстве), показывают творческий процесс (творческие усилия героя в попытке выразить чувства) и одновременно ностальгию по прошлому. Процесс рисования можно интерпретировать как попытки запечатлеть воспоминания и выразить внутренние переживания через искусство. Воспоминание о себе-ребенке создает эффект двойственности: взрослый герой стремится вернуться в детство, к моменту близости с матерью (изображения мамы с ребенком, надписи *мама* и *Я*), он осознает тоску по утраченному детству и важность отношений с матерью, но не находит способа достучаться до нее, что отражается в падении карандаша и потере равновесия мужчиной. Падение мужчины может означать потерю связи с корнями и, возможно, эмоциональное истощение героя.

**Сцена 3. Кадры:** 15. **Текст:** –. **Описание сцены:** мужчина падает сверху (из пространства музея / галереи), оказываясь в пространстве, в котором он находился в первой сцене. Мужчину показывают лежащим на сцене под светом.

Возвращение героя в пространство начальной сцены мы интерпретируем как замкнутый круг существования и отсутствие выхода из ситуации внутреннего одиночества. Свет, направленный на персонажа,

выделяет его чувство изоляции и отчуждения и опять отсылает нас к последней строке стихотворения *Для разговора глухонемых* нужен свет.

**Сцена 4. Кадры:** 16–34. **Текст:** Отец считает, что сыну к лицу / вовсе не то. / А сын не может сказать отцу: / «Выкинь пальто!..» / Не понимает внуков своих / заслуженный дед... / Для разговора глухонемых / нужен свет. **Описание сцены:** мужчина идет по пустынной местности. Он падает на колени и хватается за голову. На холме показывают девушку с ребенком (ребенок – это мужчина в детстве), вероятно, что мужчина их видит. Мужчина идет дальше по пустыне, практически на четвереньках взбирается на холм, на котором стояли девушка с ребенком, в растерянности смотрит по сторонам, т.к. тех, к кому он следовал, уже нет. Девушка с ребенком спускаются к берегу водоема (вероятно, мужчина их видит). Мужчина также спускается к водоему, смотрит на место, где видел девушку с ребенком, хватается за голову, поскольку их уже нет.

Пустыня здесь выступает символом одиночества и поиска смысла. Встреча с девушкой (проекцией на мать героя) и ребенком (проекцией на героя в детстве) – это воспоминание о потерянном времени и упущенных возможностях, образы матери с сыном – символы утраченного детства и невозможности оказаться в прошлом. Герой пытается вернуться к своим истокам, стремясь «настигнуть» воспоминания, миражами предстающие перед ним в безлюдной пустыне – своего рода выжженном поле между взрослым человеком и теплыми мыслями о матери, о том беззаботном времени, которое герой не ценил раньше. Возможно, разорвав связь с матерью, он потерял ее, не успев попрощаться и попросить прощения. Однако эти воспоминания-иллюзии постоянно исчезают (подобно девушке с ребенком), что усиливает чувство утраты, пустоты и потерянности героя.

**Сцена 5. Кадры:** 35–37. **Текст:** –. **Описание сцены:** на сцене попеременно (под свет включенной лампы) предстают все действующие лица видеоролика: 1) маленький мальчик (мужчина в детстве); 2) мужчина; 3) мальчик, мужчина и девушка вместе.

Последовательное появление под светом лампы маленького мальчика и затем повзрослевшего героя символизирует разные этапы жизни человека, подчеркивая неразрывную связь между прошлым

и настоящим. Кадр, в котором все три персонажа освещены одновременно, воплощает попытку собрать разорванную ткань семейных связей, однако миг освещения каждого из героев отдельно показывает, насколько сложно достичь настоящего единства, гармонии и взаимопонимания. Тем не менее данный кадр демонстрирует, что попытка объединить членов семьи (мамы и сына) преодолена, причем (что символично) это происходит благодаря работе режиссера и оператора со светом. Символичным также является то, что данная сцена происходит в тишине, ведь Для **разговора глухонемых** нужен свет.

Проинтерпретируем ключевые моменты стихотворения:

1) невозможность взаимопонимания между героями выражена в строках *Филологов не понимает физтех* (главного героя ролика как творца можно отнести к «филологам», который не может найти взаимопонимания с «физтехом»), *дочки своей нервная мать и сын не может сказать отцу*, демонстрирующих семейные конфликты и проблемы коммуникации между поколениями;

2) свет и темнота как средства связи: световые решения, применяемые автором ролика преимущественно в сценах нахождения героя (героев) на сцене (3 и 5 сцены), символизируют, во-первых, стремление главного героя наполниться внутренним светом, чтобы лучше понимать близких, во-вторых, наполнение всех героев финальной сцены светом, чтобы преодолеть «разговор глухонемых» – найти взаимопонимание;

3) архетипы одиночества и поисков: образы пустыни, странствия и безуспешных усилий достигнуть цели («погоня» взрослого мужчины за матерью и ребенком в сцене 4) представляют собой путешествие героя, пытающегося воссоединиться с семьей и обрести личное счастье.

Видеоролик затрагивает темы взросления, потери связи с детскими воспоминаниями и поиска себя. Использование символов, таких как пустыня, рисунок матери и ребенка, а также смена образов персонажей помогает режиссеру транслировать сложные эмоции и размышления о смысле жизни.

#### Анализ видеоролика «Филологов не понимает физтех...», сгенерированного нейросетью Fliki

Проанализируем видеоролик на стихотворение «Филологов не понимает физтех...» Р. Рождественского, созданный нами с помощью нейросети Fliki. Отметим, что в данном случае нами была произведена только раскадровка видеоролика

без деления его на сцены, поскольку нейросеть не справилась с построением сюжета стихотворения, создав визуальные образы на каждую отдельную поэтическую строку: так, 18 строк стихотворения равны 18 кадрам видео. Представим описание каждого кадра:

1) *Филологов не понимает физтех*: рука (вероятнее всего, мужская) пишет мелом на доске (вероятно, формулы из физики);

2) *Молчит в темноте*: балкон комнаты, видим свет за окном, колыхание занавески, отделяющей комнату от балкона, и полутьму внутри самой комнаты;

3) *Эти*: мужчина в очках на фоне доски, где написаны формулы из физики, делает записи в тетради;

4) *не понимают тех*: девушка прикрывает лицо руками, как будто плачет, поправляет волосы;

5) *А этих*: вращающаяся галактика;

6) *те*: светящийся и излучающий импульсы ромб;

7) *Не понимает дочки своей*: две девушки (одна – старше, другая – младше) идут и разговаривают (при этом вероятность того, что это мать и дочь, небольшая, поскольку девушки разной национальности);

8) *нервная мать*: женщина сидит и крутит в руках телефон, она нервничает, переживает;

9) *Не знает, как и ответить ей*: девушка печатает на телефоне (крупным планом – телефон в руках, лица девушки мы не видим);

10) *и что понимать*: две девушки обнимаются (вероятность того, что это мать и дочь, снова небольшая, т.к. девушки разной национальности);

11) *Отец считает, что сыну к лицу*: картинка отца, который держит на плечах сына; они повернуты к нам спиной, на их футболках надписи: у сына – ту (мой), у отца – hero (герой); они смотрят на звездное небо;

12) *вовсе не то*: розово-голубой импульс, похожий на всплеск волны;

13) *А сын не может сказать отцу*: сначала на размытом фоне мы видим три пары желтых сапог, далее в кадре появляется детский рисунок семьи в этих сапогах; семья стоит под зонтом, т.к. на рисунке изображен дождь;

14) *«Выкинь пальто!..»*: человек в черном пальто (вероятнее всего, мужчина) открывает дверь, намереваясь выйти;

15) *Не понимает внуков своих*: пожилые мужчина и женщина (дедушка и бабушка) сидят за столом, рядом между ними стоят мальчик и девочка (внук и внучка); дедушка и бабушка показывают что-то внукам на листе бумаги; на столе стоят шахматы и кружки;

16) *заслуженный дед...*: пожилые мужчина и женщина (дедушка и бабушка) смотрят на водную гладь и яхты; они стоят спиной к зрителю, видно, что мужчина обнимает женщину за плечо, а женщина обнимает мужчину за талию;

17) *Для разговора глухонемых*: девушка улыбается и делает / показывает жест «палец вверх» (вероятно, она – сурдопереводчик);

18) *нужен свет*: разноцветные мерцающие шарики движутся вверх на темном фоне.

Таким образом, нейросеть прямолинейно отражает содержание стихотворения, не учитывая символического значения лирических образов.

### Сравнительный анализ видеороликов

Видеоклип режиссера В. Кисленко представляет собой визуально мощный рассказ о конфликте поколений, ощущении одиночества и стремлении к пониманию. Его сюжет поддерживает центральную тему стихотворения о невозможности полноценного общения между близкими людьми и трагическом характере человеческих взаимоотношений. Использование зрительных образов помогает подчеркнуть сложность эмоциональных состояний и коммуникативных проблем, делая историю близкой каждому зрителю.

В. Кисленко столкнулся с непростой задачей – необходимостью проникнуть в тонкости индивидуального художественного восприятия поэта, раскрывая скрытые глубины смыслов и образов. Этот процесс требует не только глубокого анализа поэзии, но и осознания собственных творческих импульсов и эмоциональных реакций.

Создавая визуальные интерпретации на стихотворение в жанре видеопэзии, режиссер переходит границы традиционных форм выражения искусства. Он превращает стихи в многослойные произведения, наполненные символизмом и метафорами, используя кинематографический язык для передачи эмоциональной и эстетической мощи поэзии. Перевод стихотворных строк в экранные образы предполагает глубокую рефлексия режиссера, его соприкосновение с подсознанием и воплощение им универсальных символов, что усиливает эмоциональное воздействие произведения на зрителя. Этот процесс является актом самовыражения, отражающим внутренний мир творца-режиссера, позволяя зрителю увидеть знакомое произведение новым взглядом. Таким образом, режиссер становится проводником для зрителя в мир поэзии Р. Рождественского, открывая новые

горизонты понимания и переживания литературного наследия классика русской литературы XX в.

Если режиссер смог воспроизвести целостный сюжет произведения, рассказать всю историю переживаний лирического героя, то у нейросети Fliki получилось воссоздать отдельные разрозненные образы, но она не смогла сконструировать целостный «фильм» по мотивам стихотворения. Нейросети не удалось передать дух и атмосферу исходного текста, наполнить его дополнительным смысловым слоем, выявить глубинные связи между художественными формами и культурными кодами эпохи.

### Заключение

Видеопэзия представляет собой яркий пример интеграции литературы и визуального искусства, позволяющий достигать нового уровня эмоционального воздействия на аудиторию. Этот синтетический жанр объединяет поэтический текст, изображение, звук и движение, создавая богатую палитру ассоциаций и символов.

Несмотря на свое недавнее появление, видеопэзия стала популярной формой самовыражения среди авторов и привлекла интерес ученых. Они отмечают важность взаимосвязи визуальной, звуковой и литературной составляющих, подчеркивая уникальность метода интерпретации поэтического материала. Использование цифровых технологий в продакшне видеопэзии способствует развитию креативного мышления и умения анализировать художественный текст. Вместе с тем создание видеопэзических роликов требует решения ряда сложных задач, включая интерпретацию текста, подбор визуальных образов и звука, монтаж и учет культурного контекста произведения, с чем на данный момент пока не может справиться ИИ.

Перспектива исследования заключается в поиске инструментов в рамках использования искусственного интеллекта для создания видеопэзии, обладающих способностью интерпретировать текст, подбирать визуальные образы и звуки с учетом культурного контекста произведения.

**Конфликт интересов:** Автор заявил об отсутствии потенциальных конфликтов интересов в отношении исследования, авторства и / или публикации данной статьи.

**Conflict of interests:** The author declared no potential conflict of interests regarding the research, authorship, and / or publication of this article.

## Литература / References

- Аракелян А. М. Искусственный интеллект в отечественном кинопроизводстве: проблемы и перспективы. *Шаг в будущее: искусственный интеллект и цифровая экономика: 1-я Междунар. науч.-практ. конф.* (Москва, 4–5 декабря 2017 г.) М.: ГУУ, 2017. Вып. 1. С. 29–34. [Arakelyan A. M. Artificial intelligence in domestic film production: Problems and prospects. *A step into the future: Artificial intelligence and the digital economy: Proc. 1st Intern. Sci.-Prac. Conf.*, Moscow, 4–5 Dec 2017. Moscow: SUM, 2017, iss. 1, 29–34. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/yvvspxb>
- Воронцов А. Н., Ловецкий Г. И. Искусственный интеллект и проблема человека как свободного существа. *Электронный журнал: наука, техника и образование*. 2017. № S2. С. 184–188. [Vorontsov A. N., Lovetsky G. I. Artificial intelligence and human problem as a free creature. *Elektronnyy zhurnal: nauka, tekhnika i obrazovanie*, 2017, (S2): 184–188. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/zclqcl>
- Галимова Е. Е. Медиапоезия в современном культурном пространстве. *Вестник Башкирского государственного педагогического университета им. М. Акмуллы*. 2021. № 2. С. 198–205. [Galimova E. E. Media poetry in the modern cultural space. *Bulletin of Bashkir State Pedagogical University named after M. Akmulla*, 2021, (2): 198–205. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/vyaadt>
- Коновалов М. А. Специфика видеопоезии. Возможности художественной рецепции. *Libri Magistri*. 2022. № 4. С. 78–90. [Konovalov M. A. Video poetry specifics: Artistic reseption possibilities. *Libri Magistri*, 2022, (4): 78–90. (In Russ.)] [https://doi.org/10.52172/2587-6945\\_2022\\_22\\_4\\_78](https://doi.org/10.52172/2587-6945_2022_22_4_78)
- Ледовская Е. Д. Искусственный интеллект против автоматизации: способны ли нейросети заменить человека в креативных индустриях. *Международный журнал гуманитарных и естественных наук*. 2024. № 5-1. С. 246–248. [Ledovskaya E. D. Artificial intelligence versus automation: Can neural networks replace human in creative industries. *International Journal of Humanities and Natural Sciences*, 2024, (5-1): 246–248. (In Russ.)] <https://doi.org/10.24412/2500-1000-2024-5-1-246-248>
- Мамедов Д. В. Что такое digital-поезия, и где она обитает? *Современные тренды развития регионов: управление, право, экономика, социум: XIX Всерос. студенч. науч.-практ. конф.* (Челябинск, 21–22 апреля 2021 г.) Челябинск: Челябинский филиал РАНХиГС, 2021. Ч. 1. С. 163–165. [Mamedov D. V. What is digital poetry and where does it live? *Modern trends in regional development: Management, law, economics, and society: Proc. XIX All-Russian Student Sci.-Prac. Conf.*, Chelyabinsk, 21–22 Apr 2021. Chelyabinsk: Chelyabinsk branch of the RANEPa, 2021, pt. 1, 163–165. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/pkbvvi>
- Мейн М. А. Нейросети и креативность: трансформация искусства и творчества с помощью искусственного интеллекта. *Актуальные исследования*. 2025. № 34-1. С. 56–57. [Mein M. A. Neural networks and creativity: The transformation of art and creativity through artificial intelligence. *Current Research*, 2025, (34-1): 56–57. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/fxizfl>
- Мельникова Д. А., Лопаткин Д. С., Кожева А. А. Искусственный интеллект как способ создания нового контента. *Успехи в химии и химической технологии*. 2023. Т. 37. № 1. С. 43–47. [Melnikova D. A., Lopatkin D. S., Kozheva A. A. The impact of artificial intelligence on the labor market. *Uspekhi v khimii i khimicheskoi tekhnologii*, 2023, 37(1): 43–47. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/kjrckg>
- Мёрч У. Искусство монтажа: путь фильма от первого кадра до кинотеатра. М.: Эксмо, 2024. 224 с. [Murch W. *In the blink of an eye: A perspective on film editing*. Moscow: Eksmo, 2024, 224. (In Russ.)]
- Пермяков И. В. Первый Международный фестиваль аудиовизуальных искусств «Видеология-2004». *Известия Волгоградского государственного педагогического университета*. 2005. № 2. С. 115–120. [Permyakov I. V. The first International festival of audiovisual arts Videology 2004. *Izvestia of the Volgograd State Pedagogical University*, 2005, (2): 115–120. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/hsmmhd>
- Пога Л. Н. Трансформация обучающих подходов в фокусе ценностей цифровой культуры (на примере визуальной активации образного мышления и воображения). *Вестник Кемеровского государственного университета культуры и искусств*. 2020. № 53. С. 201–212. [Poga L. N. The transformation of educational approaches to digital culture values in focus (using the visual activation in case of imaginary thinking and imagination). *Bulletin of Kemerovo State University of Culture and Arts*, 2020, (53): 201–212. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/wmnseu>

- Полякова Е. А. Сцена в произведении. *Новый филологический вестник*. 2008. № 2. С. 35–36. [Polyakova E. A. A scene in a work of literature. *The New Philological Bulletin*, 2008, (2): 35–36. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/mtasrx>
- Семьян Т. Ф., Смышляев Е. А. Видеопоэзия в формировании нового читателя. *Вестник Челябинского государственного педагогического университета*. 2017. № 10. С. 184–188. [Semyan T. F., Smyshlyaev E. A. Video poetry in developing a new type of reader. *Herald of Chelyabinsk State Pedagogical University*, 2017, (10): 184–188. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/ylqmxm>
- Солдатова Н. В., Танчинец П. П. Влияние искусственного интеллекта на творческий процесс и роль человека в кинопроизводстве. *Экранные искусства в ракурсе современной культуры: V Всерос. с Междунар. уч. науч. конф. (Ростов-на-Дону, 4 апреля 2024 г.)* Ростов н/Д: ИП Беспамятнов С. В., 2024. С. 155–158. [Soldatova N. V., Tanchinets P. P. The impact of artificial intelligence on the creative process and the role of human in film production. *Screen arts in the context of contemporary culture: Proc. V All-Russian with Intern. Participation Sci. Conf., Rostov-on-Don, 4 Apr 2024*. Rostov-on-Don: IP Bespamyatnov S. V., 2024, 155–158. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/nmwope>
- Тарасов И. Е. Нейросети в документальном телефильме: тенденции и перспективы. *Известия Уральского федерального университета. Серия 1: Проблемы образования, науки и культуры*. 2024. Т. 30. № 2. С. 34–45. [Tarasov I. E. Neural networks in documentary television films: Trends and prospects. *Izvestia Ural Federal University Journal. Series 1: Issues in Education, Science and Culture*, 2024, 30(2): 34–45. (In Russ.)] <https://doi.org/10.15826/izv1.2024.30.2.024>
- Хохлова А. А. Реалии современной русской поэзии. *Семантика. Функционирование. Текст*, отв. ред. Л. В. Калинина. Киров: ООО «Радуга-ПРЕСС», 2020. С. 65–71. [Khokhlova A. A. The realities of modern Russian poetry. *Semantics. Functioning. Text*, ed. Kalinina L. V. Kirov: LLC "Raduga-PRESS", 2020, 65–71. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/ipnzlo>
- Chorier-Fryd B. Sound as environment in Tom Konyves' urban pastorals. *E-rea*, 2017. <https://doi.org/10.4000/erea.5717>
- Dainys A. Human creativity versus machine creativity: Will humans be surpassed by AI? *Contemporaneous issues about creativity*, ed. Barlach L. IntechOpen, 2024, 3–22. <https://doi.org/10.5772/INTECHOPEN.1007369>
- Liu Z. Analysis of the impact of artificial intelligence on the media and film industries. *Lecture Notes in Education Psychology and Public Media*, 2024, 35: 219–223. <https://doi.org/10.54254/2753-7048/35/20232112>
- Magurean I. D., Brata A. M., Ismaiel A., Barsan M., Czako Z., Pop C., Muresan L., Jurje A. I., Dumitrascu D. I., Brata V. D., Leucuta D. C., Fadgyas Stanculete M., Popa S. L. Artificial intelligence as a substitute for human creativity. *Journal of Research in Philosophy and History*, 2024, 7(1): 7–21. <https://doi.org/10.22158/jrph.v7n1p7>
- Sunte J., Wallure V., Naaz S. Artificial intelligence in film industry as current and future scenario. *International Journal of Scientific Research in Computer Science, Engineering and Information Technology*, 2024, 10(1): 138–140.
- Zhou E., Lee D. Generative artificial intelligence, human creativity, and art. *PNAS Nexus*, 2024, 3(3). <https://doi.org/10.1093/pnasnexus/pgae052>

оригинальная статья

eLibrary EDN: YVDLLI

## Субъектность коммуникации: структура и функциональная специфика современной репрезентации

Баркович Александр Аркадьевич

Белорусский государственный университет, Беларусь, Минск

eLibrary Author SPIN: 5171-1479

<https://orcid.org/0000-0001-8469-8431>

Scopus Author ID: 57208124708

barkovichaa@gmail.com

**Аннотация:** Цель статьи – охарактеризовать лингвистическую специфику субъектности коммуникации. В условиях цифровой трансформации общества привычный понятийный феномен *языковая личность* также претерпевает существенные изменения, приобретая новые формы репрезентации – от предельно индивидуализированной до сверхличностной субъектности. Динамикой данного процесса и его тесной взаимосвязью с важнейшими процессами социокультурной активности человека предопределена актуальность научно-обоснованной интерпретации его структуры и функциональности. Лингвокогнитивное рассмотрение обозначенной проблематики и моделирование ее важнейших репрезентантов релевантно в контексте перспектив развития информационных технологий и обладает научной новизной в аспектах русскоязычной коммуникации и междисциплинарной парадигматики. Русскоязычный контент доминирующей в современных условиях компьютерно-опосредованной коммуникации является одним из наиболее массовых в глобальном масштабе массивов речевой практики. Для уточнения методологического фундамента исследования была проанализирована эволюция субъектности коммуникации в рамках междисциплинарного синтеза лингвистики, психологии, философии и когнитивистики. Задействован комплекс методов концептуального анализа, когнитивного моделирования и дискурсивной реконструкции. Систематизированы данные о развитии, функционировании и трансформации языковой личности в коммуникационном континууме современного социума и верифицирована научная репрезентация субъектности посредством метаязыкового инструментария. Установлено, что современный субъект коммуникации – это динамичный и многомерный феномен, идентичность которого конституируется через языковую практику. Охарактеризованы когнитивно значимые проявления субъектности в среде компьютерно-опосредованной коммуникации. Выявлена адаптивность субъектно-ориентированной семантики в речевой практике. Проведенный анализ основывался на формате лингвокогнитивного моделирования. Научно-аргументированная имплементация субъектных репрезентаций современной коммуникации позволила охарактеризовать такие шаблоны ее реализации, как коммуникационная, онлайн-, информационная, гиперперсональная личность и др. Представлена предиктивная аргументация принципиального разнообразия форм актуализации субъектности коммуникации как категории. Идентифицированы разнонаправленные тенденции развития коммуникационной субъектности: идиолектизация и узуализация. Отмечена перспективность системного мониторинга личностных особенностей субъектов коммуникации, что будет способствовать приближению лингвистической теории к реалиям речевого функционирования.

**Ключевые слова:** субъектность коммуникации, репрезентация, идентичность, компьютерно-опосредованная коммуникация, лингвокогнитивное моделирование, языковая личность, искусственный интеллект

**Цитирование:** Баркович А. А. Субъектность коммуникации: структура и функциональная специфика современной репрезентации. *Виртуальная коммуникация и социальные сети*. 2026. Т. 5. № 3. С. 267–275. <https://doi.org/10.21603/vcsn-2026-5-3-267-275>

Поступила в редакцию 24.11.2025. Принята после рецензирования 23.06.2026. Принята в печать 29.06.2026.

original article

## Communicative Agency: Structure and Function of Modern Representation

Alexander A. Barkovich

Belarusian State University, Belarus, Minsk

eLibrary Author SPIN: 5171-1479

<https://orcid.org/0000-0001-8469-8431>

Scopus Author ID: 57208124708

[barkovichaa@gmail.com](mailto:barkovichaa@gmail.com)

**Abstract:** Modern communicative agency demonstrates highly specific linguistic features as global digital transformation changes the very concept of linguistic personality. Communicative agency acquires a wide range of new forms of representation, from highly individualized to suprapersonal ones. This process is intertwined with other important aspects of socio-cultural activity. As a result, modern communicative agency requires a new scientific interpretation of its structure and functions. This article introduces a cognitive linguistic approach to this phenomenon within the interdisciplinary paradigm of IT development and communication studies. The Russian-language content of computer-mediated communication constitutes a major array of speech practice on a global scale. Its communicative agency was analyzed through an interdisciplinary synthesis of linguistics, psychology, philosophy, and cognitive science. The synergy of conceptual analysis, cognitive modeling, and discursive reconstruction allowed the authors to systematize the prospects, functions, and changes of the modern linguistic personality in the communication continuum, as well as to verify the scientific representation of communicative agency using metalinguistic tools. The agent of modern computer-mediated communication proved to be a dynamic and multidimensional phenomenon whose identity is constituted through language practice. The cognitive linguistic approach revealed the cognitively significant manifestations of communicative agency and the adaptability of subject-oriented semantics in a computer-mediated communication environment. The list of representations included such patterns as communicative, online, informational, and hyperpersonal agency. Ultimately, communicative agency, with its wide range of representations, is a category with divergent trends toward both the idiolect and the *usus*. A systemic profiling of its agents may bring linguistic theory closer to speech reality.

**Keywords:** communicative agency, representation, identity, computer-mediated communication, cognitive linguistic modeling, linguistic personality, artificial intelligence

**Citation:** Barkovich A. A. Communicative Agency: Structure and Function of Modern Representation. *Virtual Communication and Social Networks*, 2026, 5(3): 267–275. (In Russ.) <https://doi.org/10.21603/vcsn-2026-5-3-267-275>

Received 26 Nov 2025. Accepted after review 23 Jun 2026. Accepted for publication 29 Jun 2026.

### Введение

Термин *языковая личность*, возникший на пересечении философии, психологии и языкознания, стал ключевым научным ориентиром в рамках пост-структуралистской рефлексии субъектности коммуникации. Если классическая лингвистика стремилась абстрагироваться от личности говорящего, фокусируясь на структурных закономерностях языковой системы, то современная парадигма языкознания существенно трансформировала этот подход: язык больше не рассматривается как автономная система, а понимается как среда многоаспектной деятельности человека, где каждый эпизод использования языка – этап формирования

коммуникационного опыта, ментальных моделей и мировосприятия в целом. Основы этого подхода были заложены в работах [Вайсгербер 2004; Виноградов 1980; Караулов 2010]. Данные исследования показали, что язык – не только инструмент коммуникации, но и механизм конституирования сознания. Это положение стало отправной точкой для развития целого ряда практико-ориентированных междисциплинарных направлений – социолингвистики, психолингвистики, нейролингвистики, философии языка и др. На этой общей основе они тесно коррелируют с когнитивной лингвистикой.

Под субъектом коммуникации в лингвистической парадигме понимается некая универсальная модель презентации человеческой личности посредством языка. С учетом уникальности ментальной организации каждого человека как личности тотальная интерпретация коммуникационной субъектности пока представляется выполнимой лишь гипотетически. Более того, в контексте компьютеризации коммуникации семантика субъектности значительно расширяется (см., например, [Brown 2019; Hall 2004; McNamara 2019]). Сегодня в коммуникационной субъектности отчетливо идентифицируется не только значимость владения языком, но и *сема способности человека с помощью языка формировать, выражать и изменять свою личностную идентичность* [Баркович 2015].

Необходимо отметить, что развитие компьютерно-опосредованной коммуникации существенно изменило саму природу человеческого взаимодействия, сместив фокус репрезентации содержания высказывания с неких интуитивных стереотипов на формализованные конструкты, учитывающие механизмы порождения, интерпретации и модификации субъектности в цифровом пространстве. Современная коммуникация становится все более дискретно-обусловленной: «Субъектность может пониматься по-разному в зависимости от академического бэкграунда, но такие термины, как "самореферентный" и "поведение", способные обозначать что угодно, требуют детализации»<sup>1</sup> [Lundberg et al. 2023: 4526]. Этим обусловлена целесообразность предметного рассмотрения в данном исследовании структуры и функциональной специфики современной репрезентации субъектности коммуникации. Цель статьи – охарактеризовать лингвистическую специфику субъектности коммуникации.

## Методы и материалы

Научная рефлексия динамики коммуникационной субъектности предполагает методологический консенсус нескольких областей гуманитарного знания. В связи с этим в статье произведен системный учет положений нейролингвистики, психолингвистики, философии языка и других смежных с когнитивистикой областей знаний. Подобный междисциплинарный подход обоснован многоаспектностью самой коммуникационной проблематики, которая не может быть полностью охвачена средствами одного научного направления.

Такого рода усложненность существовала всегда, однако глубокое погружение человеческой ментальности в реалии компьютерно-опосредованной коммуникации существенно актуализировало широкий круг ее субъектно-ориентированной проблематики и, соответственно, обусловило методологическую фокусировку посвященных ей исследований на происходящих в современной коммуникации тектонических сдвигах. Соответствующие изменения лишь на первый взгляд прямо не соотносятся с необходимостью их лингвистической интерпретации. На самом же деле они полностью от нее зависимы – точно так же, как сама коммуникационная субъектность во многом является продуктом инструмента коммуникации – языка. Таким образом, исследование коммуникационной субъектности в приоритетном порядке предполагает задействование лингвистической парадигматики, акцентированной на когнитивной специфике метаописания речевой практики.

Еще одним важным методологическим маркером изучения очерченной проблематики является его ориентация на методику моделирования, позволяющую эксплицировать наиболее существенную специфику анализируемого объекта в рамках компактного метаописания. Лингвокогнитивное моделирование коммуникационной деятельности в субъектном аспекте позволило систематизировать и организовать знания о функциональных особенностях субъектности коммуникации в ее различных проявлениях в условиях современного формата межличностного взаимодействия. Интерпретация субъектных репрезентаций, рассматриваемая через процедуру анализа речевой практики, обеспечила сопоставление и верификацию модельных структур, выработанных через прямое развитие доступных посредством интернет-поиска эмпирических языковых данных. Непосредственную аналитическую базу исследования составили три взаимодополняющих метода: компонентный анализ ментальных репрезентаций, когнитивное моделирование коммуникационной субъектности и дискурсивная реконструкция интернет-контента.

В качестве эмпирического материала привлекалась языковая практика различной жанровой и стилистической принадлежности: научно-исследовательские, научно-популярные, художественные и публицистические тексты. Для изучения специфики современной коммуникации рассмотрен

<sup>1</sup> Здесь и далее по тексту перевод выполнен автором статьи.

контент интернет-дискурса, ориентированный на разговорную практику: посты и комментарии в социальных сетях, блоги, онлайн-форумы и иные формы медиасообщений.

## Результаты

### Компьютеризация как когнитивный челлендж коммуникационной среды

На протяжении последних десятилетий компьютеризация коммуникации привела к радикальной трансформации языковой практики. Эта трансформация не ограничилась адаптацией к техническим новшествам, а потребовала тотальной перестройки когнитивной деятельности, повлекла глубинные изменения в ментальных механизмах репрезентации внеязыковой реальности. В частности, новый формат коммуникации вывел участников диалога за пределы традиционных рамок времени и пространства, создав новую экзистенциальную среду – *виртуальный хронотоп*, в котором языковая личность реализуется иначе, чем в реальности. В том числе «компьютерные технологии, начиная с середины XX в., все глубже проникают в социокультурное пространство, вытесняя культурное содержание *языковой личности* в пользу информационного» [Баркович 2020: 65]. Если раньше субъектность коммуникации понималась как носитель культурной памяти, ценностей и смыслов, то теперь ее идентичность все чаще ассоциируется с виртуализацией общения, метаданными и алгоритмически формируемыми моделями речи и ее атрибутов.

### Коммуникационная личность: феноменологическая проекция субъектности

В феноменологической проекции коммуникационная личность является наиболее обобщенной репрезентацией семантики субъектности в языковой практике. Она может рассматриваться как универсальная субъектность коммуникации, позволяя моделировать ее сущность с учетом меняющихся обстоятельств функционирования среды. Это важно, т. к. именно в диалоге, в контексте, в реальных обстоятельствах коммуникации наполняется содержанием ее абстрактная матрица – языковая личность. Коммуникационная личность сегодня – не просто носитель некоего умозрительного языкового содержания, а идентичность, уникальность которой определяется рамками реального взаимодействия.

Через призму современных технологических реалий стали хорошо заметны структурные особенности субъектности коммуникации, ранее завуалированные в практически некодифицированной образности. Новые категории репрезентации субъектности не возникли ниоткуда, но в современных условиях они успешно актуализировались: «участие коммуникационных личностей как неких абстрактных реализаций реальных людей в нестабильных сообществах социальных сетей все меньше обусловлено традиционными социальными связями людей» [Баркович 2017: 193]. Это свидетельствует о наметившемся в метаописаниях переходе от стереотипных, основанных на родстве, профессии или территориальности форм идентичности к представительским, ситуативным и ролевым реализациям субъектности.

Так, с учетом реалий современной коммуникации появились основания для углубленной репрезентации представлявшейся ранее феноменологически единообразной коммуникационной личности и выделения в ее модели нескольких субъектно-ролевых страт, таких как:

- *персоналии* – устойчивые модели субъектности, опирающиеся на реально существующих людей (например, блогеры или эксперты);
- *персонажи* – модели субъектности, реализующие определенный сюжет или выполняющие роль «маски» (например, аватары в игровых чатах или модераторы форумов);
- *фигуранты* – эпизодические, окказиональные, несистемные, контекстуально ограниченные модели субъектности (например, авторы комментариев или пользователи программы).

Не в последнюю очередь научная визуализация дифференцированных субкатегорий коммуникационной субъектности обеспечена упрощением ее трансформационной логики и функциональной простотой процедур ее репрезентаций. Наиболее иллюстративными в этом плане являются зачастую многочисленные и хаотично изменяемые репрезентации коммуникационной личности. Примером подобной трансформационной пластичности субъектности коммуникации является такой «легендарный» и меметизированный персонаж Рунета как *Крымчанка, дочь офицера* (фигурант), вещающий под ником *Дмитрий Какеготам* (персонаж) и продуцируемый неким *Мишей Филиповым*, заходившим в Интернет в г. Сан-Франциско (персона)<sup>2</sup>. Своеобразная флюидность субъектной

<sup>2</sup> Крымчанка, дочь офицера. *Викиреальность*. URL: [https://wikireality.ru/wiki/Крымчанка,\\_дочь\\_офицера](https://wikireality.ru/wiki/Крымчанка,_дочь_офицера) (дата обращения: 01.10.2025).

идентичности в онлайн-формате становится скорее нормой, чем исключением [Turkle 2011]. Структура данной метаязыковой идентичности коммуникационной личности онтологична, что подтверждает ее метаязыковую сформированность и функциональность. Таким образом, сущностная специфика коммуникационной субъектности по-прежнему прямо обусловлена форматом языкового взаимодействия людей, однако ее проявления в современных условиях стали более многообразными.

### Модели, отражающие тенденцию к идиолектизации субъектности

Качественное преобразование коммуникационной среды обусловило появление новых форм субъектности, которые можно рассматривать как индивидуализированные «реинкарнации» классической языковой личности: например, онлайн-, виртуальная, информационная, цифровая личность и др. Характерной чертой их идентичности является акцентированность на «личностной» составляющей. В свою очередь, их субъектность основательно базируется на индивидуализации репрезентации и, соответственно, «материализуется» посредством идиолектичности их коммуникационного репертуара. В данной связи может быть уверенно идентифицирована тенденция к идиолектизации субъектности коммуникации.

Тем не менее все эти формы не являются взаимоисключающими – они гармонично сосуществуют, пересекаются и динамически взаимодействуют в зависимости от контекста коммуникации. В частности, индивидуальной проекцией является *виртуальная личность*, малозависимая от субъектности индивида в реальном мире, что позволяет опыту виртуального мира приобретать значимость в свете проективного существования индивида [Vella, Gualeni 2019]. Виртуальная личность – ментальная проекция субъектности, обусловленная искусственно созданной посредством компьютерной системы среды коммуникационного взаимодействия. Автономность таких субъектных репрезентаций позволяет эксплицировать виртуальные проявления как вполне объективные метаданные о вариативной специфике реальной коммуникации [Al-Hoorie et al. 2023]. Примером подобной функциональности лингвокогнитивного моделирования коммуникационной субъектности является исследование [Kosinski et al. 2013], посвященное идентификации субъектности по цифровому следу, оставленному в социальной сети: на материале

изучения лайков 58000 пользователей были успешно декодированы такие личностные атрибуты, как пол, возраст, интеллект, этническая принадлежность, сексуальная ориентация, черты личности, а также религиозные и политические взгляды.

Необходимо отметить, что вышеупомянутые модели репрезентации личности не исчерпывают всего разнообразия субъектности коммуникации. Они функционируют как элементы уже достаточно насыщенной системы. Например, в качестве тесно коррелирующей с виртуальной личностью как пространственным компонентом хронотопа коммуникационной субъектности выступает репрезентация *онлайн-личности*.

### Онлайн-личность: темпоральная проекция субъектности

Лексемы *коммуникационная личность* и *онлайн-личность* семантически близки, однако между ними есть принципиальное различие. Онлайн-личность – это реализация субъектности в режиме реально-временной коммуникации, где время и пространство становятся динамичными и многомерными. Такого рода темпоральный формат смогла обеспечить компьютерно-опосредованная коммуникация: «Интернет-общение часто происходит в онлайн-социальных сообществах, которые отделены от реальной жизни» [Valkenburg 2008: 208]. В онлайн-режиме современная коммуникация все реже бывает строго синхронной или диахронной – она нередко асинхронна, в ней реализуется все более совершенная компьютерная симуляция действительности в виде временных проекций. Сообщение, отправленное сегодня, может быть прочитано завтра, а через год оказаться не менее актуальным, что возможно благодаря реалистичной компьютерной реконструкции аутентичной коммуникационной среды. На текущий момент коммуникация, не изменяя времени и пространства, обеспечивает такой коммуникационный хронотоп, который позволяет речевой продукции быть функциональной вне линейного временного потока и привычных измерений пространства.

При этом онлайн-личности, появившиеся благодаря компьютерным сетям одномоментно и в огромном количестве, пока используют доступный им ресурс субъектности избирательно. Так, несмотря на очевидные риски злоупотреблений с намного более открытой в компьютерно-опосредованной среде субъектностью, большинство посетителей виртуальных коммуникационных

форумов недооценивают появившиеся в данном контексте риски: «Большинство из нас входит в виртуальное пространство <...> очень мало задумываясь о себе как об онлайн-личности – какое впечатление мы произведем на людей, с которыми собираемся контактировать в режиме реального времени» [Wallace 1999: 14].

Оппозиция онлайн-личности в системном аспекте активно используется как репрезентация офлайн-личности, обозначающая функциональность субъекта коммуникации вне онлайн-формата.

#### **Информационная личность: идентичность как данные**

На рубеже XX–XXI вв. коммуникация освоила новое измерение – информационное. Лексема *информация*, выполняя дискурсивную функцию универсального заместителя широкого круга понятийной семантики, «в последнее время превратилась в некое подобие дискурсивного слова, будучи массово и часто немотивированно используемой для обозначения неких смысловых лакун коммуникации, не поддающихся спонтанной идентификации и словесной актуализации» [Баркович 2019: 4]. Однако, несмотря на некоторую метафоричность, терминологическая значимость информационной личности имеет вполне идентифицируемые рамки: это не просто человек, который «потребляет» данные того или иного типа, а субъект, коммуникационно зависимый от алгоритмических паттернов их обработки и живущий в среде информационно значимых аспектов коммуникации. Его идентичность формируется и воспринимается через информационно-обеспеченные реализации коммуникационной активности – посты, лайки, просмотры, метаданные и т.д.

Хотя корни этого понятия уходят в античность (лексема *informatio* в латыни имела значение *оформленности*), но именно компьютерно-опосредованная коммуникация сделала его по-настоящему доминирующим в новых условиях. Благодаря этому потенциал семантического развития информационной личности может быть оценен как высокий.

Как практически полный аналог информационной личности функционирует модель цифровой личности, которая наиболее частотна в интернет-дискурсе. Не менее востребованной, чем информационная личность, является модель интерактивной личности. Кроме того, отмечается формирующаяся в контексте компьютерно-опосредованной коммуникации системная гиперонимичность модели

интернет-личности. В 2025 г. популярность самого композита *интернет-личность* оказалась сравнительно невысока, составив всего 26400 упоминаний в поисковом запросе Google. И это, действительно, в среднем в два раза ниже, чем у фактически гипонимичных ей репрезентаций, таких как *онлайн-личность* (52600), *цифровая личность* (60000) и *виртуальная личность* (56100).

#### **Модели, отражающие тенденцию к узуализации субъектности**

##### **Гиперперсональность как проекция сверхличности: выход субъектности за пределы индивидуального**

Противонаправленной тенденции идиолектизации субъектности коммуникации является тенденция ее узуализации. Узуализация моделей «личностных» репрезентаций позволяет реализовать потенциал коллективной идентичности субъекта в коммуникации. Узус – общеупотребительный вариант языка – олицетворяет представления типичного коммуниканта о языке, что, несомненно, является основой его субъектности. Своеобразной моделью собирательного образа коллективного субъекта коммуникации является *гиперперсональная личность*. В данной связи прослеживается генезис формирования гиперперсональной идентичности как развития сверхличности.

Термин *сверхличность*, введенный П. Тейяром де Шарденом в 1940 г. как философская концепция коллективного сознания [Teilhard de Chardin 1959], в цифровую эпоху приобрел новый семантический объем. Очевидным его развитием и трансформацией является гиперперсональная личность – форма идентичности, которая преодолевает границы индивидуума, объединяя множество участников в единый коммуникационный субъект. Модель гиперперсональной личности совершенно определенным образом репрезентирует субъектность, расширяя традиционные рамки межличностного индивидуализированного общения за счет коллективного формата коммуникации.

Как отмечает Дж. Б. Уолтер, «медийная среда нередко создает условия для коммуникации, которая преодолевает обычный межличностный уровень» [Walther 1996: 3]. Это подтверждается практикой: в онлайн-группах, на тематических форумах, в чатах пользователи часто достигают уровня доверия, близости и эмпатии, недоступного в общении лицом к лицу. Для больших объемов речевой продукции, которыми коммуниканты оперируют в Интернете, характерны соответствующие форматы, такие как,

например, гипертекст, гиперадресация. В этом ряду *гипер*- как атрибуция субъектности, или персональности, также вполне естественна.

#### **Когнитивный потенциал искусственного интеллекта**

Очевидный когнитивный диссонанс вызывает стилизованная включенность в языковой картине мира в категорию *коллективной субъектности* так называемого искусственного интеллекта (ИИ). С научной точки зрения ИИ представляет собой совокупность алгоритмов, обученных на массивах языковых данных. Внешне такая совокупность воспринимается как некое наивное воплощение субъектности, способное генерировать речь, имитировать стиль и даже выражать эмоции [Dennett 2017]. Однако даже самый умный бот не знает, какое содержание он транслирует, т.к. он лишь выдает ответы о соответствии / несоответствии какому-либо запросу доступных компьютеру в его памяти или по Сети данных [Searle 1997]. Фактически ИИ не обладает сознанием, намерениями или биографией – ключевыми характеристиками «дееспособного» субъекта коммуникации. Речь ИИ – не продукт мышления, а результат вероятностного комбинирования формализованных языковых данных.

Фактором влияния в данной связи является тот факт, что в качестве образца для создания ИИ разработчики традиционно продолжают использовать ментальность человека. Однако «в эпоху совершенства методов и неясности целей» [Einstein 1942: 109] эффективность предложенного пути вызывает сомнения. Очевидным препятствием для признания целесообразности такой эвфемизации выступает необходимость учета неразрывной связи языка и мышления. Язык не просто выражает мысль – он ее формирует: «Мы могли бы быть склонны приписывать акту мышления полную независимость от языка, если бы индивидуум образовывал или был бы в состоянии образовывать свои представления, не пользуясь словами из своего окружения. Но умственный образ индивидуума и формирование его представлений в большой степени зависят от языка» [Ibid.]. И для ИИ эта зависимость не работает – он оперирует символами без глубинного ассоциирования их семантики и не способен к саморефлексии. Следовательно, говорить о личности применительно к ИИ можно лишь метафорически, в контексте некоей гипотетической антропоморфизации технологий.

Стоит отметить, что претендовать на репрезентацию некоей коммуникационной субъектности данная модель может, будучи очень широко представленной в языковой практике. При этом востребованность ИИ весьма высока: в 2025 г. число его упоминаний в поисковом запросе Google составило 37200000 раз. Однако, не отражая личностной сущности даже одного индивидуума, феноменологически ИИ не является воплощением субъектности.

#### **Заключение**

Многоаспектная методологическая и процедурная архитектура исследования позволила осуществить системное описание механизмов структурирования, функционирования и трансформирования субъектности коммуникации как комплексного когнитивно-языкового конструкта современной высокотехнологичной среды коммуникационного взаимодействия. Метаязыковые инструменты экспликации научно значимой специфики материала включали применение техник семантико-функционального и структурно-прагматического выявления и описания субъектности. Субъектность коммуникации рассмотрена как метаязыковой артефакт, посредством которого проецируется аутентичная идентичность личности в различных контекстах взаимодействия. Сравнительный анализ субъектной специфики коммуникации, выявленной на материале различных дискурсивных срезов, позволил как реконструировать генезис трансформации субъектности коммуникации, так и детализировать типологические различия форм ее актуализации в современной среде языковой практики. Полученные метаданные обеспечили, в свою очередь, комплексную синтетическую интерпретацию объекта исследования. Его феноменологическая проекция обладает структурированной категориальностью и может быть представлена рядом моделей.

Процедура лингвокогнитивного описания различных моделей субъектности коммуникации обеспечила возможность научно-обоснованной верификации результатов исследования. Так, гиперперсонализация личности, равно как и ее эвфемизация моделью ИИ, пока не подтвердила статус его самодостаточной когнитивной идентичности, хоть и оба подхода функциональны как метаязыковые модели. Применительно к языковой практике важным системообразующим потенциалом обладает фактическая проекция языковой личности –

коммуникационная личность. В современном контексте ее логичным развитием является интернет-личность. Несмотря на то что модели коммуникационной и интернет-личности когнитивно прозрачны, в метаописаниях современной языковой практики они зачастую носят латентный характер.

Отдельного внимания заслуживает экспозиция принципиального разнообразия форм ее перспективной актуализации. Идентифицированы разнонаправленные тенденции развития коммуникационной субъектности: идиолектизация и узуализация. Первый процесс позволяет реализовать индивидуальную идентичность субъекта в коммуникации. Второй же, напротив, кристаллизует коллективную идентичность групп субъектов вплоть до их собирательного образа. Сложно прогнозировать, какая из форм – интеактивная, онлайн-, информационная, гиперперсональная или какая-либо иная – станет доминирующей моделью репрезентации коммуникационной субъектности. Но очевидно одно: современная субъектность коммуникации – это не застывший шаблон, а динамичная репрезентация, конституируемая в условиях цифровой коммуникации через язык.

Единой модели субъектности пока нет – и, возможно, нет особой предиктивной целесообразности

в ее формировании как сверхзадачи, по крайней мере, для коммуникационной парадигмы языкознания. Пока именно многообразие вариантов личностной идентификации обеспечивает продуктивность научной рефлексии коммуникации и открывает новые горизонты для исследования ее субъектности. В свою очередь, выявление ее метаязыкового потенциала позволяет аргументированно приблизить теоретические представления о языке к реальному речевому функционированию. Язык остается единственным ключом к коммуникационной идентификации субъектности. Несомненно, пока люди говорят, пишут и читают с помощью языка, лингвистика будет иметь дело не с машинами, а с людьми, представленными личностями. А значит, лингвистическая работа по моделированию субъектности коммуникации будет продолжаться.

**Конфликт интересов:** Автор заявил об отсутствии потенциальных конфликтов интересов в отношении исследования, авторства и / или публикации данной статьи.

**Conflict of interests:** The author declared no potential conflict of interests regarding the research, authorship, and / or publication of this article.

## Литература / References

- Баркович А. А. Интернет-дискурс: компьютерно-опосредованная коммуникация. 5-е изд. М.: Флинта, 2020. 288 с. [Barkovich A. A. *Internet discourse: Computer-mediated communication*. 5th ed. Moscow: Flinta, 2020, 288. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/tqktmq>
- Баркович А. А. Информационная лингвистика и лингвоинформационность в аспекте методологии. *Лингвистика, лингводидактика, лингвокультурология: актуальные вопросы и перспективы исследования*: III Междунар. науч.-практ. конф. (Минск, 14–15 марта 2019 г.) Минск: БГУ, 2019. С. 3–8. [Barkovich A. A. Informational linguistics and lingua informationality in methodological aspect. *Linguistics, didactic linguistics, and cultural linguistics: Current issues and research prospects*: Proc. III Intern. Sci.-Prac. Conf., Minsk, 14–15 Mar 2019. Minsk: BSU, 2019, 3–8. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/zaxmqh>
- Баркович А. А. Информационная лингвистика: метаописания современной коммуникации. М.: Флинта; Наука, 2017. 360 с. [Barkovich A. A. *Informational linguistics: Meta-descriptions of modern communication*. Moscow: Flinta; Nauka, 2017, 360. (In Russ.)]
- Баркович А. А. Феноменологическая характеристика коммуникационной личности компьютерно-опосредованного дискурса. *Вестник Брянского государственного университета*. 2015. № 2. С. 276–280. [Barkovich A. A. Phenomenology of communication personality in computer-mediated discourse. *The Bryansk State University Herald*, 2015 (2): 276–280. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/uynmb>
- Вайсгербер Й. Л. Родной язык и формирование духа. М.: УРСС, 2004. 229 с. [Weisgerber J. L. *Native language and spirit formation*. Moscow: URSS, 2004, 229. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/qwhamr>
- Виноградов В. В. О языке художественной прозы. М.: Наука, 1980. 360 с. [Vinogradov V. V. *The language of fiction*. Moscow: Nauka, 1980, 360. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/vwttjy>
- Караулов Ю. Н. Русский язык и языковая личность. М.: Издательство ЛКИ, 2010. 264 с. [Karaulov Yu. N. *Russian language and language personality*. Moscow: Izdatelstvo LKI, 2010, 264. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/rtdqlx>

- Al-Hoorie A. H., Hiver P., Larsen-Freeman D., Lowie W. From replication to substantiation: A complexity theory perspective. *Language Teaching*, 2023, 56(2): 276–291. <https://doi.org/10.1017/S0261444821000409>
- Brown S. R. Subjectivity in the human sciences. *The Psychological Record*, 2019, 69: 565–579. <https://doi.org/10.1007/s40732-019-00354-5>
- Dennett D. C. *From bacteria to Bach and back: The evolution of minds*. New York: W. W. Norton & Company, 2017, 496.
- Einstein A. The common language of science. *Advancement of Science*, 1942, 2(5): 109–110.
- Hall D. *Subjectivity*. London: Routledge, 2004, 160. <https://doi.org/10.4324/9780203644072>
- Kosinski M., Stillwell D., Graepel T. Private traits and attributes are predictable from digital records of human behavior. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 2013, 110(15): 5802–5805. <https://doi.org/10.1073/pnas.1218772110>
- Lundberg A., Fraschini N., Aliani R. What is subjectivity? Scholarly perspectives on the elephant in the room. *Quality & Quantity*, 2023, 57: 4509–4529. <https://doi.org/10.1007/s11135-022-01565-9>
- McNamara T. *Language and subjectivity*. Cambridge: Cambridge University Press, 2019, 264.
- Searle J. R. Minds, brains, and programs. *Reprinted. Mind design II: Philosophy, psychology, and artificial intelligence*, ed. Haugeland J. Cambridge: The MIT Press, 1997, chapt. 7, 183–204. <https://doi.org/10.7551/mitpress/4626.003.0007>
- Teilhard de Chardin P. *The phenomenon of man*. New York: Harper & Brothers, 1959, 320.
- Turkle S. *Alone together: Why we expect more from technology and less from each other*. New York: Basic Books, 2011. 360.
- Valkenburg P. M., Peter J. Adolescents' identity experiments on the Internet. Consequences for social competence and self-concept unity. *Communication Research*, 2008, 35(2): 208–231. <https://elibrary.ru/jsbzbz>
- Vella D., Gualeni S. Virtual subjectivity: Existence and projectuality in virtual worlds. *Techné: Research in Philosophy and Technology*, 2019, 23(2): 115–136. <https://doi.org/10.5840/techne201951499>
- Wallace P. *The psychology of the Internet*. Cambridge: Cambridge University Press, 1999, 264.
- Walther J. B. Computer-mediated communication: Impersonal, interpersonal, and hyperpersonal interaction. *Communication Research*, 1996, 23(1): 3–43. <https://doi.org/10.1177/009365096023001001>

оригинальная статья

eLibrary EDN: PDSHZO

## Тип коммуникативной личности ученика *Активный партнер* в виртуальном педагогическом дискурсе

Чардынцева Алена Дмитриевна

Кемеровский государственный университет, Россия, Кемерово

eLibrary Author SPIN: 7301-2190

<https://orcid.org/0009-0000-7798-6742>

Scopus Author ID: 58870486800

[alyonachardyntseva@gmail.com](mailto:alyonachardyntseva@gmail.com)

**Аннотация:** Цель статьи – представить развернутую типологическую характеристику такой коммуникативной личности ученика в виртуальном педагогическом дискурсе, как *Активный партнер*, описав ее стратегические, семиотические, мотивационные и когнитивные параметры. Эмпирическая база – тексты интернет-переписок в школьных чатах на платформах Telegram и «Сферум» в 2022–2025 гг. Общий объем проанализированного материала составил 949 диалогических единств с участием *Активного партнера*, участниками которых являлись учащиеся 5–11 классов школ г. Кемерово и г. Ленинска-Кузнецкого. Применены дискурс-анализ, контекстуальный и семантико-прагматический анализ, а также использованы элементы количественного анализа. Идентификация типа коммуникативной личности осуществлена по параметрам коммуникативной инициативности и направленности коммуникативного поведения. Установлено, что для *Активного партнера* характерны стратегии запроса информации, получения желаемого, избегания наказания и кооперации. Семиотические предпочтения характеризуются активным использованием глаголов совместного действия, модальных операторов вежливой просьбы, мелиоративной лексики и позитивных эмодзи. *Активный партнер* выполняет функцию «держателя речи» в ученическом коллективе, обеспечивая связность педагогического диалога. Данный тип отличается ориентацией на кооперацию, рефлексией собственного знания и доминированием эпистемической модальности. Полученные результаты подтверждают необходимость учета типов коммуникативных личностей учеников для оптимизации взаимодействия в цифровой образовательной среде.

**Ключевые слова:** коммуникативная личность, тип коммуникативной личности ученика, коммуникативные стратегии, коммуникативные тактики, виртуальный педагогический дискурс, школьный чат

**Цитирование:** Чардынцева А. Д. Тип коммуникативной личности ученика *Активный партнер* в виртуальном педагогическом дискурсе. *Виртуальная коммуникация и социальные сети*. 2026. Т. 5. № 3. С. 276–283. <https://doi.org/10.21603/vcsn-2026-5-3-276-283>

Поступила в редакцию 23.06.2026. Принята после рецензирования 14.07.2026. Принята в печать 20.07.2026.

original article

## *Active Partner* as a Student's Communicative Personality in Online Pedagogical Discourse

Alyona D. Chardyntseva

Kemerovo State University, Russia, Kemerovo

eLibrary Author SPIN: 7301-2190

<https://orcid.org/0009-0000-7798-6742>

Scopus Author ID: 58870486800

[alyonachardyntseva@gmail.com](mailto:alyonachardyntseva@gmail.com)

**Abstract:** An Active Partner is a productive communicative personality type among students in virtual pedagogical discourse. The article provides an expanded typological description of this type, encompassing its strategic, semiotic, motivational, and cognitive parameters. The empirical database comprises 949

Telegram and Sferum dialogues involving 5th–11th graders from Kemerovo and Leninsk-Kuznetsky collected between 2022 and 2025. Discursive, contextual, semantic-pragmatic, and quantitative analyses made it possible to identify this communicative personality type based on the parameters of communicative initiative and the focus of communicative behavior. Active Partners demonstrated strategies of requesting information, persistence, avoiding punishment, and cooperating. Regarding semiotic preferences, they predominantly used cooperative verbs, polite request modal operators, ameliorative vocabulary, and positive emojis. An Active Partner acted as a floor holder for the entire student group, ensuring the coherence of academic dialogue. They focused on cooperation, reflection on their own knowledge, and a dominant epistemic modality. Understanding student communicative types may help teachers optimize interaction in the digital environment.

**Keywords:** communicative personality, student communicative personality, communicative strategies, communicative tactics, virtual pedagogical discourse, school chat

**Citation:** Chardyntseva A. D. *Active Partner as a Student's Communicative Personality in Online Pedagogical Discourse. Virtual Communication and Social Networks*, 2026, 5(3): 276–283. (In Russ.) <https://doi.org/10.21603/vcsn-2026-5-3-276-283>

Received 23 Jun 2026. Accepted after review 14 Jul 2026. Accepted for publication 20 Jul 2026.

## Введение

Смена научной парадигмы в языкознании на рубеже XX–XXI вв. ознаменовалась переходом от имманентного изучения языка к антропоцентрической лингвистике, где «научные объекты изучаются прежде всего по их роли для человека» [Кубрякова 1995: 212]. В центре внимания исследователей оказалась фигура человека говорящего (*homo loquens*), что привело к разработке комплекса взаимосвязанных понятий. Утверждение принципа антропоцентризма обуславливает переключение исследовательского интереса с объекта познания (языка) на субъект (человека – носителя языка) как центрального, организующего звена в дискурсе, что подтверждает мысль Э. Бенвениста о «заключенности» языка в самой природе человека [Бенвенист 1974: 293].

Одним из ключевых понятий для анализа диалогического взаимодействия становится коммуникативная личность. Вслед за В. Б. Кашкиным мы понимаем ее как «совокупность индивидуальных коммуникативных стратегий и тактик, когнитивных, семиотических, мотивационных предпочтений, сформировавшихся в процессах коммуникации как коммуникативная компетенция индивида, его "коммуникативный паспорт", "визитная карточка"» [Кашкин 2000: 127]. Тип коммуникативной личности определяется нами как устойчивая модель коммуникативного поведения, представляющая собой комбинацию индивидуальных коммуникативных стратегий и тактик, семиотических, мотивационных и когнитивных

предпочтений личности, проявляющихся в определенных коммуникативных ситуациях.

Современная образовательная среда активно развивается в цифровом пространстве, где традиционные формы общения учителя и ученика трансформируются, создавая особый вид институционального дискурса – виртуальный педагогический дискурс [Голев 2015]. Как отмечает В. И. Карасик, «в реальном общении личностно-индивидуальное и статусно-представительское в человеке неразрывно слиты: пассажир, покупатель, пациент, клиент, прихожанин, прохожий на улице реализуют себя в названных ролях, помимо воли проявляя как личностные, так и статусно-ролевые качества, в которых им приходится выступать в общении с другими людьми» [Карасик 2025: 15]. В условиях виртуальной среды это слияние приобретает особую значимость. Специфика канала коммуникации (асинхронность, редукция невербальных средств, гибридность устной и письменной речи) выводит на первый план индивидуально-личностный фактор, делая тип коммуникативной личности участника критическим условием успешности педагогического взаимодействия [Рабенко и др. 2023; 2024].

С коммуникативной точки зрения виртуальная образовательная среда рассматривается как «сложная самонастраивающаяся (подразумевает корректировку поведения, действий участников процесса коммуникации применительно к изменяющейся ситуации) и самосовершенствующаяся

(подразумевает постепенное установление эффективной взаимосвязи, её совершенствование по мере усвоения более сложных типов взаимосвязей) коммуникативная система, обеспечивающая прямую и обратную связь между обучающим, обучающимся и другими участниками учебного процесса» [Вайндорф-Сысоева 2010: 6]. Ключевым отличием виртуального педагогического дискурса от традиционного является то, что при сохранении институциональной цели и статусно-ролевой асимметрии средства ее достижения и сам характер взаимодействия между учителем и учеником претерпевают существенные изменения, влияющие на их речевое поведение и актуализирующие проблему типологии их коммуникативных личностей.

Несмотря на значительный корпус исследований, посвященных языковой личности, проявленной в различных дискурсах, а также классификации ее типов [Голев 2005; Назарова 2023; Седов 1996; 2008], целостная типология коммуникативных личностей ученика в условиях виртуального педагогического дискурса отсутствует. Цель – представить развернутую типологическую характеристику такой коммуникативной личности ученика в виртуальном педагогическом дискурсе, как *Активный партнер*, описав ее стратегические, семиотические, мотивационные и когнитивные параметры.

## Методы и материалы

Эмпирическая база – тексты интернет-переписок в школьных чатах на платформах Telegram и «Сферум» в 2022–2025 гг. Общий объем проанализированного материала – 949 диалогических единств<sup>1</sup> (далее – ДЕ) с участием *Активного партнера* (47 % от общего числа ДЕ), участниками которых являлись учащиеся 5–11 классов школ г. Кемерово и г. Ленинска-Кузнецкого. Теоретико-методологическая основа включает работы по теории языковой и коммуникативной личности [Караулов 2010; Кашкин 2000], концепции педагогического и виртуального дискурса [Карасик 2002; Олешков 2006], а также типологические классификации коммуникативного поведения [Назарова 2023; Седов 1996; 2008].

Для первичной обработки эмпирического материала и систематизации выделенных типов коммуникативных личностей применены общенаучные

методы (наблюдение, описание, классификация, обобщение); для подсчета частотности реализации коммуникативных стратегий в сообщениях каждого ученика и выявления процентного соотношения инициальных и реактивных реплик учеников – элементы количественного анализа; для исследования речевого поведения учителя и ученика с учетом экстралингвистических факторов (коммуникативной ситуации, статусно-ролевых отношений, канала коммуникации) – общелингвистические методы, такие как дискурс-анализ; для интерпретации высказываний в единстве их содержательных и формальных характеристик – контекстуальный анализ; для выявления интенциональной структуры речевых действий участников диалога – семантико-прагматический анализ; для выделения и систематизации типов коммуникативных личностей учителя и ученика на основе синтеза эмпирических данных – описательно-типологический метод.

Методика исследования основывается на понимании коммуникативной личности как совокупности индивидуальных коммуникативных стратегий и тактик, когнитивных, семиотических и мотивационных предпочтений, формирующихся в процессе коммуникации и определяющих специфику речевого поведения индивида. Следовательно, тип коммуникативной личности рассматривается как устойчивая модель коммуникативного поведения, воспроизводимая в различных коммуникативных ситуациях и характеризующаяся специфической конфигурацией указанных параметров.

Для выделения типов коммуникативных личностей учеников разработана типологическая матрица, основанная на двух базовых параметрах: степени коммуникативной инициативности и направленности коммуникативного поведения. Коммуникативная инициативность определялась посредством количественного анализа распределения инициальных и реактивных реплик в структуре ДЕ. Направленность коммуникативного поведения устанавливалась на основании преобладающих коммуникативных стратегий и тактик, реализуемых участником общения.

Высокая инициативность фиксировалась в случаях, когда доля инициальных реплик ученика превышала средние показатели по всему собранному материалу и составляла более половины всех его

<sup>1</sup> Под *диалогическим единством* мы понимаем минимальную структурную единицу диалога, представляющую собой сочетание реплики-стимула и реплики-реакции, объединенных ситуативно и тематически [Шведова 1960].

высказываний. Кооперативная направленность диагностировалась при систематическом использовании стратегий, ориентированных на поддержание взаимодействия, снижение коммуникативной неопределенности, информирование участников общения и совместное решение учебных задач. Конфликтная направленность определялась посредством выявления инвективных стратегий, демонстрации несогласия, критики и коммуникативного противодействия.

Пересечение указанных параметров позволило выделить четыре базовых типа коммуникативной личности ученика в виртуальном педагогическом дискурсе: *Активный партнер*, *Дисциплинированный исполнитель*, *Критик* и *Молчаливый наблюдатель*. В рамках данной статьи внимание автора обращено на тип личности *Активный партнер*.

Представленная таблица отражает систему координат, в рамках которой осуществляется типологизация коммуникативных личностей ученика. *Активный партнер* занимает позицию высокой инициативности и кооперативной направленности речевого поведения. Именно сочетание данных параметров определяет его место в структуре виртуального педагогического дискурса и отличается от других типов коммуникативной личности ученика.

Табл. Характеристики типов коммуникативной личности ученика

Tab. Student communicative personalities

| Характеристика         | Кооперативная направленность   | Конфликтная направленность |
|------------------------|--------------------------------|----------------------------|
| Высокая инициативность | Активный партнер               | Критик                     |
| Низкая инициативность  | Дисциплинированный исполнитель | Молчаливый наблюдатель     |

## Результаты

Представители типа личности *Активный партнер* демонстрируют высокую частотность реплик: 60 % из них являются инициальными, что существенно превышает аналогичные показатели у других выделенных типов учеников.

### Коммуникативные стратегии и тактики

Вслед за О. С. Иссерс под коммуникативной стратегией понимается «комплекс речевых действий, направленных на достижение коммуникативной

цели» [Иссерс 2008: 54]. В свою очередь коммуникативная тактика – это «одно или несколько действий, которые способствуют реализации стратегии» [Гулова 2012: 168]. Такое действие определяется как коммуникативный ход, или «инструмент реализации той или иной речевой тактики» [Иссерс 2008: 117].

Доминирующей коммуникативной стратегией в анализируемых материалах является стратегия запроса информации (58 % всех интернет-переписок), реализуемая через тактику эксплицитного вопроса, которая направлена на снижение коммуникативной неопределенности: *Друзья, на каких локациях мы хотим фотосессию в воскресенье? Это важно!*<sup>2</sup> В ситуациях, требующих удовлетворения потребностей, *Активный партнер* использует стратегию получения желаемого через тактику уговаривания с опорой на этикетные формулы: *напишите, пожалуйста, Татьяна Александровне, что мы уходим на последнем уроке*. В конфликтных ситуациях он прибегает к стратегии избегания наказания: *Добрый день! Нам сказали, что у нас есть освобождение, о котором знают все преподаватели. Мы были уверены, что вы тоже в курсе*. Ключевой тактикой в данном случае становится тактика извинения с использованием местоимения 1 лица множественного числа *мы*, которая подчеркивает коллективную ответственность [Чардынцева 2025].

Наиболее яркой чертой рассматриваемого типа коммуникативной личности ученика в виртуальном педагогическом дискурсе является реализация кооперативной стратегии и реализующих ее тактик: тактики информирования группы, когда ученик временно принимает на себя функцию «держателя речи» [Олешков 2007], и тактики поддержания контакта (с помощью этикетных формул и эмодзи) (рис. 1).

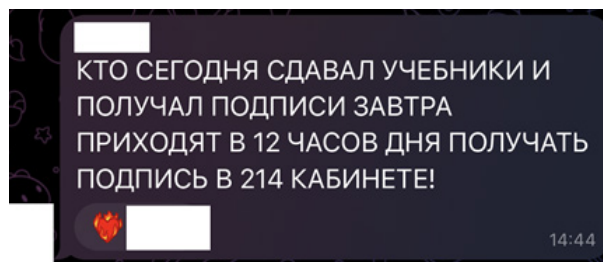


Рис. 1. Пример применения кооперативной стратегии  
Fig. 1. Cooperative strategy example

<sup>2</sup> Здесь и далее в примерах сохранены авторские орфография и пунктуация.

### Семиотические предпочтения

Лексический репертуар исследуемого типа коммуникативной личности включает глаголы, маркирующие совместное действие (*Сходим, Давайте*), модальные операторы вежливой просьбы (*Можете, Подскажите*), а также мелиоративную лексику (рис. 2) и элементы подросткового сленга (*Кринж*). Обращение к учителю в 88 % случаев производится с использованием имени и отчества, что отражает институциональную норму, принятую в педагогическом дискурсе. Эмодзи выполняют компенсаторную и контактоустанавливающую функции. Синтаксис отличается развернутостью и применением сложных вопросительных конструкций.

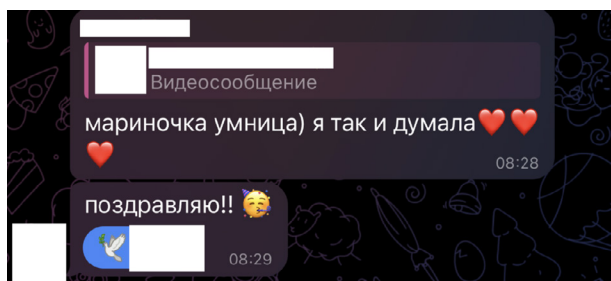


Рис. 2. Пример использования мелиоративной лексики и эмодзи

Fig. 2. Meliorative vocabulary and emoji

### Мотивационные и когнитивные параметры

Мотивационное ядро *Активного партнера* составляет доминирующая интенция кооперативного участия в педагогическом дискурсе. Коммуникативная активность мотивирована не только решением собственных учебных задач, но и стремлением к снижению общей неопределенности в диалоге (помощь одноклассникам и поддержание контакта). В когнитивной сфере *Активный партнер* демонстрирует ориентацию на процесс, а не только на результат. Он стремится получить готовый ответ, понять логику, восстановить последовательность событий, синхронизировать свои действия с действиями других. Это выражается в вопросах, направленных на прояснение причинно-следственных связей, и в использовании вводных конструкций, отражающих ход мысли (*насколько я помню; как я поняла; мне казалось... но может я не права*). Такая когнитивная стратегия делает его важным связующим звеном, которое соединяет разрозненные элементы информации в общую картину и обеспечивает последовательную коммуникацию между учителем и ученическим коллективом.

### Обсуждение

Тип коммуникативной личности *Активный партнер* представляет собой один из наиболее функционально значимых типов в ученическом сегменте виртуального педагогического дискурса: он не только поддерживает диалог с учителем, но и участвует в решении вопросов организации, помогает другим учащимся получить достоверную информацию, а также создает ощущение общности среди обучающихся.

Поведение *Активного партнера*, который ориентирован как на партнера, так и на успешное течение диалога в целом, коррелирует с кооперативно-актуализаторским подтипом в типологии К. Ф. Седова. Кооперативный же тип, напротив, всецело ориентирован на партнера, а его кооперативно-конформный вариант склонен соглашаться с мнением собеседника из-за боязни конфликта, тогда как кооперативно-актуализаторский подтип, с которым мы и можем соотнести *Активного партнера*, реализует установку не только на партнера, но и на себя [Седов 2008: 16]. Однако в условиях виртуального педагогического дискурса данная характеристика дополняется функцией горизонтальной координации ученического коллектива. *Активный партнер* не только инициирует взаимодействие с учителем, но и выступает посредником в распространении значимой информации среди одноклассников.

В типологии Т. Б. Назаровой *Активного партнера*, который не только сам активно запрашивает информацию, но и транслирует ее другим участникам группы, выполняя функцию горизонтальной координации, можно соотнести с такими типами, как *Стихийный приверженец открытой коммуникации* и *Посредник* [Назарова 2023].

Вместе с тем результаты исследования позволяют рассматривать *Активного партнера* не как отдельную коммуникативную роль или ситуативную модель поведения, а как самостоятельный тип коммуникативной личности. Устойчивость данного типа обеспечивается регулярным воспроизведением комплекса взаимосвязанных признаков – высокой коммуникативной инициативностью, кооперативной направленностью речевого поведения, преобладанием стратегий запроса информации и кооперации, специфических семиотических предпочтений, а также мотивационной установкой на снижение коллективной информационной неопределенности. Совокупность указанных характеристик соответствует пониманию коммуникативной личности как системы стратегических,

когнитивных, семиотических и мотивационных предпочтений, предложенному В. Б. Кашкиным [Кашкин 2000]. Таким образом, *Активный партнер* представляет собой устойчивую модель коммуникативного поведения, обладающую собственным набором стратегических, семиотических, мотивационных и когнитивных предпочтений, что позволяет рассматривать его как самостоятельный тип коммуникативной личности ученика в виртуальном педагогическом дискурсе.

Важно уточнить, что существующие типологии лишь частично соотносятся с результатами проведенного исследования, поскольку они разработаны для описания устного синхронного общения с непосредственным контактом коммуникантов. Их результатов недостаточно для полного и адекватного описания коммуникативного поведения ученика в виртуальном педагогическом дискурсе, т.к. они не учитывают ключевые факторы цифровой среды: опосредованный характер коммуникации, асинхронность, редукцию невербальных средств, гибридность устной и письменной речи, а также специфику электронного субстрата (мессенджера), которая накладывает ограничения на выбор языковых средств и стратегий. Выявленные особенности *Активного партнера* (высокая инициативность, кооперативная направленность, функция «держателя речи») актуализируются именно в условиях виртуального педагогического дискурса и не могут быть полностью объяснены в рамках классических типологий, ориентированных на офлайн-коммуникацию.

## Заключение

Установлено, что тип коммуникативной личности ученика *Активный партнер* локализуется на пересечении высокой коммуникативной инициативности и кооперативной направленности. Его речевое поведение отличается стратегическим разнообразием (при общем доминировании стратегий запроса информации и кооперации); семиотической многогранностью (от официальных обращений до сленга и позитивных эмодзи); особой мотивационной

структурой (интенция кооперативного участия, направленность на снижение коллективной информационной неопределенности); когнитивной ориентацией на процесс (рефлексия собственного знания, эпистемическая модальность).

Выявленные характеристики позволяют рассматривать *Активного партнера* как необходимое звено ученического коллектива в виртуальном педагогическом дискурсе. Учитель может использовать активность данного типа личности как ресурс для повышения эффективности коммуникации, делегируя функции информационного посредника, что особенно актуально в условиях асинхронного общения.

Особый интерес представляет такая функция *Активного партнера*, как «держатель речи». В отличие от традиционного педагогического общения, где распределение коммуникативных ролей жестко определяется статусом участников, в школьных чатах отдельные ученики получают возможность временно брать на себя функцию организации информационного обмена. Анализ материала показывает, что именно представители типа личности *Активный партнер* наиболее последовательно реализуют данную функцию.

Итак, специфика данного типа коммуникативной личности ученика обусловлена не только индивидуальными характеристиками личности, но и особенностями цифровой образовательной среды. Асинхронность общения, отсутствие непосредственного контакта коммуникантов, необходимость постоянного уточнения информации и коллективного решения организационных вопросов создают условия для формирования особого коммуникативного типа, востребованного именно в виртуальном педагогическом дискурсе.

**Конфликт интересов:** Автор заявил об отсутствии потенциальных конфликтов интересов в отношении исследования, авторства и / или публикации данной статьи.

**Conflict of interests:** The author declared no potential conflict of interests regarding the research, authorship, and / or publication of this article.

## Литература / References

- Бенвенист Э. Общая лингвистика. М.: Прогресс, 1974. 448 с. [Benveniste E. *Problems in general linguistics*. Moscow: Progress, 1974, 448. (In Russ.)]
- Вайндорф-Сысоева М. Е. Виртуальная образовательная среда: категории, характеристики, схемы, таблицы, глоссарии. М.: МГОУ, 2010. 102 с. [Vaindorf-Sysoeva M. E. *Virtual academic environment: Categories, characteristics, diagrams, tables, and glossaries*. Moscow: MSRU, 2010, 102. (In Russ.)]

- Голев Н. Д. Лингвоперсонология, антропотекст, типы языковой личности (лингвоперсономы). *Университетская филология – образованию: человек в мире коммуникаций*: Междунар. науч.-практ. конф. (Барнаул, 12–16 апреля 2005 г.) Барнаул: АлтГУ, 2005. С. 81–86. [Golev N. D. Linguistic personology, anthropotext, and linguistic personalities (linguapersonemes). *University philology for education: Man in the world of communications*: Proc. Intern. Sci.-Prac. Conf., Barnaul, 12–16 May 2005. Barnaul: ASU, 2005, 81–86. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/sewvtf>
- Голев Н. Д. Электронная переписка как стратегия и тактика обучения иностранным языкам (лингводидактический проект). *Язык и культура*. 2015. № 2. С. 105–116. [Golev N. D. E-mail correspondence as strategy and tactics of teaching foreign languages (linguodidactic project). *Language and Culture*, 2015, (2): 105–116. (In Russ.)] <https://doi.org/10.17223/19996195/30/12>
- Гулова Е. К. Коммуникативные тактики эмоционального воздействия при формировании навыков аргументированной иноязычной речи. *Сибирский педагогический журнал*. 2012. № 6. С. 167–170. [Gulova E. K. Communicative tactics of emotional influence in the formation of skills in argumentative foreign language speech. *Siberian pedagogical journal*, 2012, (6): 167–170. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/pdttjj>
- Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. М.: ЛКИ, 2008. 288 с. [Issers O. S. *Communicative strategies and tactics of Russian speech*. Moscow: LKI, 2008, 288. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/ufgtfj>
- Карасик В. И. Перспективы развития лингвоперсонологии. *Проблемы концептуализации действительности и моделирования языковой картины мира*, отв. ред. Т. В. Симашко. Киров: Межрегиональный центр инновационных технологий в образовании, 2025. С. 12–21. [Karasik V. I. Perspectives of the development of linguistic personology. *Problems of conceptualization reality and modeling linguistic picture of the world*, ed. Simashko T. V. Kirov: Mezhhregionalnyi centr innovatsionnyh tekhnologii v obrazovanii, 2025, 12–21. (In Russ.)] <https://doi.org/10.24412/cl-37449-2025-12-12-21>
- Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Волгоград: Перемена, 2002. 477 с. [Karasik V. I. *Language circle: Personality, concepts, discourse*. Volgograd: Peremena, 2002, 477. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/ugqamp>
- Караулов Ю. Н. Русский язык и языковая личность. М.: ЛКИ, 2010. 264 с. [Karaulov Yu. N. *The Russian language and the linguistic personality*. Moscow: LKI, 2010, 264. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/rtdqlx>
- Кашкин В. Б. Введение в теорию коммуникации. Воронеж: ВГУ, 2000. 175 с. [Kashkin V. B. *Introduction into communication theory*. Voronezh: VSU, 2000, 175. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/qcwhph>
- Кубрякова Е. С. Эволюция лингвистических идей во второй половине XX века (опыт парадигмального анализа). *Язык и наука конца XX века*, ред. Ю. С. Степанов. М.: ИЯ РАН, 1995. С. 144–238. [Kubryakova E. S. The evolution of linguistic ideas in the second half of the 20th century: An essay in paradigmatic analysis. *Language and science at the end of the 20th century*, ed. Stepanov Yu. S. Moscow: IL RAS 1995, 144–238. (In Russ.)]
- Назарова Т. Б. От типологии видов общения к типологии коммуникантов: динамика коммуникативного поведения и коммуникативной личности. *Вестник Самарского университета. История, педагогика, филология*. 2023. Т. 29. № 2. С. 107–115. [Nazarova T. B. From typology of communication to typology of communicators: Communicative behavior and communicative identity. *Vestnik of Samara University. History, Pedagogics, Philology*, 2023, 29(2): 107–115. (In Russ.)] <https://doi.org/10.18287/2542-0445-2023-29-2-107-115>
- Олешков М. Ю. Моделирование коммуникативного процесса. Нижний Тагил: Нижнетагильская государственная социально-педагогическая академия, 2006. 336 с. [Oleshkov M. Yu. *Modeling the communicative process*. Nizhny Tagil: Nizhny Tagil State Socio-Pedagogical Institute, 2006, 336. (In Russ.)]
- Олешков М. Ю. Системное моделирование институционального дискурса (на материале устных дидактических текстов): дис. ... д-ра филол. наук. Нижний Тагил, 2007. 423 с. [Oleshkov M. Yu. *Systemic modeling of institutional discourse in oral didactic texts*. Dr. Philol. Sci. Diss. Nizhny Tagil, 2007, 423. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/qdzson>
- Рабенко Т. Г., Денисова Э. С., Чардынцева А. Д. Коммуникативно-прагматические свойства обращения в виртуальном педагогическом дискурсе (на материале школьных чатов). *Научный диалог*. 2024. Т. 13. № 9. С. 149–168. [Rabenko T. G., Denisova E. S., Chardyntseva A. D. Communicative-pragmatic properties of addressing in virtual pedagogical discourse: Insights from school chats. *Nauchnyi Dialog*, 2024, 13(9): 149–168. (In Russ.)] <https://doi.org/10.24224/2227-1295-2024-13-9-149-168>

- Рабенко Т. Г., Денисова Э. С., Чардынцева А. Д. Речевой жанр «напоминание» в аспекте дискурсивной обусловленности его признаков (на материале виртуального педагогического дискурса). *Научный диалог*. 2023. Т. 12. № 5. С. 114–134. [Rabenko T. G., Denisova E. S., Chardyntseva A. D. Speech genre of reminder and discursive conditioning of its features in virtual pedagogical discourse. *Nauchnyi Dialog*, 2023, 12(5): 114–134. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/hzmkpu>
- Седов К. Ф. Теоретическая модель психолингвоперсонологии. *Вопросы психолингвистики*. 2008. № 7. С. 12–23. [Sedov K. F. A theoretical model of psycholinguistic personology. *Journal of Psycholinguistics*, 2008, (7): 12–23. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/lgklsn>
- Седов К. Ф. Типы языковых личностей и стратегии речевого поведения (о риторике бытового конфликта). *Вопросы стилистики*. 1996. № 26. С. 8–14. [Sedov K. F. Types of linguistic personalities and strategies of speech behavior: Rhetoric of everyday conflict. *Voprosy stilistiki*, 1996, (26): 8–14. (In Russ.)]
- Сухих С. А. Прагматическое измерение коммуникативного процесса: дис. ... д-ра филол. наук. Краснодар, 1998. 257 с. [Sukhikh S. A. *Pragmatic linguistic dimension of communication*. Dr. Philol. Sci. Diss. Krasnodar, 1998, 257. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/nllxal>
- Чардынцева А. Д. Стратегии и тактики речевого поведения учеников в педагогической онлайн-коммуникации. *Педагогический дискурс: вызовы цифровизации и трансформация образовательных практик*: IV Всерос. конф. (Москва, 3–5 марта 2025 г.). М.: Языки народов мира, 2025. С. 253–258. [Chardyntseva A. D. Strategies and tactics of students' speech behavior in pedagogical online communication. *Pedagogical discourse: Challenges of digitalization and transformation of academic practices*: Proc. IV All-Russian Conf., Moscow, 3–5 Mar 2025. Moscow: Yazyki narodov mira, 2025, 253–258. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/tcchsn>
- Шведова Н. Ю. Очерки по синтаксису русской разговорной речи. М.: АН СССР, 1960. 377 с. [Shvedova N. Yu. *Essays on the syntax of Russian colloquial speech*. Moscow: AS USSR, 1960, 377. (In Russ.)]

оригинальная статья

eLibrary EDN: LBBCFP

## Видеоурок шорского языка как тип виртуального педагогического дискурса

Константинова Нина Анатольевна

Институт развития образования Кузбасса, Россия, Кемерово

eLibrary Author SPIN: 9455-8690

<https://orcid.org/0000-0003-0239-5854>

[konst-nina@yandex.ru](mailto:konst-nina@yandex.ru)

**Аннотация:** Специфика видеоурока как особой речевой ситуации взаимодействия между преподавателем и обучающимися в символической виртуальной реальности определяется свойствами пространственно-временной информационно-цифровой реальности. Усиление роли цифровых технологий в образовании, интерес коммуникативной лингвистики к дискурсивному поведению личности в опосредованном образовательном процессе, необходимость сохранения языков коренных малочисленных народов Российской Федерации, в том числе шорского языка (относится к хакасской подгруппе северо-восточной группы тюркских языков), обуславливают актуальность данного исследования. Цель – провести комплексный анализ конститутивных признаков видеоуроков шорского языка, выявить их дидактический потенциал, направленный на эффективное усвоение языкового и речевого материала. Задачи: описать конститутивные признаки видеоурока как типа виртуального педагогического дискурса; охарактеризовать мультимодальную составляющую видеоуроков (речь, видеоряд, графика и др.); проанализировать речевые стратегии видеоуроков шорского языка; выявить способы репрезентации шорской этнокультурной специфики на видеоуроках и ее влияние на формирование мотивации к изучению языка. Методологической основой исследования стали положения дискурсивного, мультимодального, коммуникативного и этнолингвистического подходов. Использованы контент-анализ видеоматериалов, методы сравнения и описания, необходимые для интерпретации и систематизации полученных данных. Материал – десять видеоуроков шорского языка, размещенных на сайте Кемеровской региональной общественной организации «Ассоциация шорского народа "Шория"». В результате установлено, что видеоформат значительно меняет педагогический дискурс урока благодаря доступности и наглядности объяснения, регламентированности по времени, возможности пересматривать видео несколько раз. Эффективная модель взаимодействия между преподавателем и обучающимися, создание позитивного эмоционального контакта и формального канала обратной связи способствуют достижению образовательных результатов. Выявленные особенности мультимодальной организации видеоурока шорского языка могут быть использованы при разработке видеоуроков телеутского языка.

**Ключевые слова:** виртуальный педагогический дискурс, видеоурок, обучение языку, сохранение языка, коренные народы, шорский язык

**Цитирование:** Константинова Н. А. Видеоурок шорского языка как тип виртуального педагогического дискурса. *Виртуальная коммуникация и социальные сети*. 2026. Т. 5. № 3. С. 284–293. <https://doi.org/10.21603/vcsn-2026-5-3-284-293>

Поступила в редакцию 16.03.2026. Принята после рецензирования 22.04.2026. Принята в печать 27.04.2026.

original article

## Video Tutorials of the Shor Language as a Type of Virtual Pedagogical Discourse

Nina A. Konstantinova

Institute for Education Development of Kuzbass, Russia, Kemerovo

eLibrary Author SPIN: 9455-8690

<https://orcid.org/0000-0003-0239-5854>

[konst-nina@yandex.ru](mailto:konst-nina@yandex.ru)

**Abstract:** The Shor language belongs to the North-Eastern branch of Turkic languages. It is spoken by the indigenous population of the Kemerovo Region. This article describes the constitutive features of Shor language video tutorials, their didactic potential, and their effectiveness. A video lesson is viewed as a situation of speech interaction between the teacher and students, which is determined by the spatial-temporal and information-digital reality of a symbolic virtual environment. As the role of digital technologies in education continues to grow, communicative linguistics turns to analyzing speech behavior in computer-mediated education. The way video lessons represent Shor ethno-cultural specificity influences the motivation for language learning. The author studied the contextual features of Shor language video tutorials as a type of virtual pedagogical discourse in order to characterize its multimodal components (speech, video, graphics, etc.) and analyze its speech strategies. Ten video tutorials from the website of the Kemerovo Regional Association of the Shor People were subjected to discursive, multimodal, communicative, and ethno-linguistic analysis, combined with content analysis of the video materials. The video format proved to make the explanatory discourse more accessible, visual, compact, and easy to display. As an effective model of interaction between the teacher and students, it provided positive emotional contact, formal feedback, and good progress. The same video format can be used to develop video lessons for the Teleut language, spoken by another minority population group in the Kemerovo Region.

**Keywords:** virtual pedagogical discourse, learning tool, language teaching, language preservation, indigenous peoples, Shor language

**Citation:** Konstantinova N. A. Video Tutorials of the Shor Language as a Type of Virtual Pedagogical Discourse. *Virtual Communication and Social Networks*, 2026, 5(3): 284–293. (In Russ.) <https://doi.org/10.21603/vcsn-2026-5-3-284-293>

Received 16 Mar 2026. Accepted after review 22 Apr 2026. Accepted for publication 27 Apr 2026.

### Введение

Современные информационные технологии создали технологическую базу для проектирования видеоуроков как особой формы организации образовательного процесса. В связи с этим традиционные методы обучения претерпели определенные трансформации, касающиеся формата взаимодействия между субъектами учебной деятельности: преподаватель выполняет роль модератора, учащиеся становятся активными участниками, урок сочетает в себе наглядность, интерактивность и персонализацию обучения [Социальные сети 2024].

Виртуальный педагогический дискурс, в отличие от традиционного, представляет собой специфическое коммуникативное пространство взаимодействия между педагогом и обучающимися. К особенностям данного дискурса относятся

гетерогенный состав, текст, созданный с помощью интернет-технологий, и виртуальное образовательное пространство [Ахренова 2000; Галичкина 2012; Горошко 2009]. На видеоуроке учебный материал демонстрируется в цифровом формате, сопровождается объяснением преподавателя, который находится в виртуальном пространстве относительно обучающихся [Ардышева 2021; Ваганова и др. 2016; Щипицина 2019; 2023]. Иными словами, видеоурок – это запись синхронного урока, который реализуется в асинхронном формате, что обеспечивает его функциональность за счет многократного просмотра учебного контента. Асинхронный формат предполагает также выбор удобного времени для просмотра, собственный темп и ритм обучения, реализацию самоконтроля.

Видеоурок является эффективным дидактическим средством благодаря наглядности и мультисенсорности. Использование сразу двух каналов восприятия – зрительного и слухового – значительно улучшает усвоение учебного материала. Смена кадров, музыкальные и визуальные спецэффекты, эмоциональная подача информации преподавателем вызывают интерес к изучаемой теме, удерживают внимание учащихся, делают урок менее монотонным. Видеоурок как часть интернет-дискурса выполняет интеллектуальную, воспитательную и мотивационную функции.

Следует отметить, что изучение виртуального педагогического дискурса является одним из активно развивающихся направлений современной лингвистики. Усиление роли цифровых технологий в образовании, интерес коммуникативной лингвистики к дискурсивному поведению личности в опосредованном образовательном процессе, необходимость сохранения языков коренных малочисленных народов РФ, в том числе шорского языка (относится к хакасской подгруппе северо-восточной группы тюркских языков), обуславливают актуальность данного исследования. Методика обучения миноритарным языкам находится сегодня в фокусе профессионального внимания педагогов, которые ищут и апробируют максимально эффективные форматы обучения языку. Объектом исследования в статье является виртуальный педагогический дискурс, который находится на стыке интернет- и образовательного дискурса.

Под *виртуальным педагогическим дискурсом* мы понимаем речевую ситуацию взаимодействия между преподавателем и обучающимися в виртуальной реальности интернет-пространства, где коммуникативным лидером является педагог, обладающий профессиональными коммуникативными компетенциями, и на первый план наряду с текстом выходят экстралингвистические факторы [Глущенко 2015; Тленкопачева 2019].

Цель – провести комплексный анализ конститутивных признаков видеоуроков шорского языка, выявить их дидактический потенциал, направленный на эффективное усвоение языкового и речевого материала. Задачи: описать конститутивные признаки видеоурока как типа виртуального педагогического дискурса; охарактеризовать мультимодальную составляющую видеоуроков

(речь, видеоряд, графика и др.); проанализировать речевые стратегии видеоуроков шорского языка; выявить способы репрезентации шорской этнокультурной специфики на видеоуроках и ее влияние на формирование мотивации к изучению языка. В основу исследования положена гипотеза о том, что видеоурок шорского языка является особым типом виртуального педагогического дискурса, сочетающим мультимедийные, дидактические и коммуникативные характеристики, что повышает эффективность усвоения языка в цифровой среде.

## Методы и материалы

В 2021 г. численность шорцев в Кемеровской области – Кузбассе составляла 10507 человек, при этом лишь 20 % из них владели родным языком<sup>1</sup>, что свидетельствует о низкой витальности (жизнеспособности) языка. Данная статистика указывает на прерывание межпоколенной передачи языка, когда число говорящих на родном языке неуклонно уменьшается с каждым поколением. Обычно язык передается от родителей к детям в естественной среде общения. Межпоколенный языковой сдвиг приводит к тому, что в семье либо не говорят на родном языке, либо говорят ограниченно, в результате чего дети не осваивают язык.

Важно уточнить, что межпоколенный языковой сдвиг происходит в пределах трех поколений. Первое поколение (бабушки и дедушки) – монолингвы; говорят на родном языке дома и за его пределами. Второе поколение (мама и папа) – билингвы; активно используют доминирующий язык во всех сферах жизни и редко говорят на родном языке. Третье поколение (дети) не говорит на родном языке, но пассивно его понимает. В настоящее время внутрисемейное общение на шорском языке сохранилось только у людей первого и частично второго поколения в местах компактного проживания в городах и поселках Горной Шории. Однако своевременные меры и осознанные действия со стороны семьи, школы и государства могут замедлить или даже обратить вспять процесс исчезновения шорского языка.

В преддверии Международного десятилетия языков коренных народов (2022–2032 гг.) 27 апреля 2021 г. в информационно-досуговом центре «Ассоциации шорского народа "Шория"» состоялась презентация видеоуроков шорского языка,

<sup>1</sup> Итоги ВПН-2020. Том 5 Национальный состав и владение языками. *Росстат*. URL: [https://rosstat.gov.ru/vpn/2020/Tom5\\_Nacionalnyj\\_sostav\\_i\\_vladenie\\_yazykami](https://rosstat.gov.ru/vpn/2020/Tom5_Nacionalnyj_sostav_i_vladenie_yazykami) (дата обращения: 25.12.2024).

которые были разработаны с целью сохранения и возрождения шорского языка для всех желающих. Данный инновационный проект представила его автор – А. Е. Башева, носитель шорского языка, разработчик учебных программ по шорскому языку, языковой активист. Материал статьи – десять видеоуроков шорского языка общей продолжительностью 80 минут, размещенных на сайте Кемеровской региональной общественной организации Ассоциации<sup>2</sup> (табл.). Хронометраж видеороликов составляет в среднем от 7 до 9 минут, что представляет собой «золотую середину» для видеоконтента, т.к. сочетает достаточную глубину раскрытия темы урока, приемлемую досматриваемость контента, не перегружает зрителя и поддерживает концентрацию внимания у обучающихся на достаточном уровне. Видеоконтент уроков включает дидактические, лингвистические и экстралингвистические компоненты, необходимые для изучения языка в цифровой среде.

Использованы контент-анализ видеоматериалов, методы сравнения и описания, необходимые для интерпретации и систематизации полученных данных. Методологической основой стала интеграция четырех подходов:

- дискурсивного: видеоурок – жанр виртуального педагогического дискурса, который обладает определенным набором конститутивных признаков;

- мультимодального (поликодового): видеоурок – комплекс взаимодействующих семиотических кодов – визуального (видеоряд, графика, анимация), аудиального (речь, музыка, звуковые эффекты), текстового (субтитры, подписи);
- коммуникативного: видеоурок – тип монологического взаимодействия преподавателя с обучающимися в рамках учебных ситуаций;
- этнолингвистического: акцент на инструменты презентации этнокультурной информации на видеоуроке.

Рассматриваемые видеоуроки можно смотреть в любое время, в любом месте, где есть интернет-связь. Хронотоп видеоуроков амбивалентен: обучающиеся находятся одновременно в двух локально-временных точках – виртуальной (интернет-сеть) и реальной (разные локации участников). Рабочими языками видеоуроков являются шорский и русский. Четкое произношение слов и фраз на шорском языке и дальнейший краткий комментарий на русском позволяют обучающимся безошибочно распознавать звуки и слова, снижают вероятность искажений и недопонимания.

По мнению Н. И. Чепсараковой, различия между шорским и русским языками проявляются в первую очередь в фонетической системе [Чепсаракова 2025]. Например, для шорского языка характерны уникальные фонемы, отсутствующие в русском

Табл. Темы видеоуроков шорского языка  
Tab. Topics of Shor language video tutorials

| Видеоурок | Тема                                | Обучающий контент                                                                                                                                              |
|-----------|-------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1         | Эзеноктар (приветствие)             | Шорский алфавит; формулы приветствия / прощания                                                                                                                |
| 2         | По кем? (Кто?), По ноо небе? (Что?) | Названия людей и предметов; вопросительные предложения <i>Кто это?</i> и <i>Что это?</i>                                                                       |
| 3         | Мен (Я), Сен (Ты), Кайда? (Где?)    | Моя родная земля; личные местоимения; спряжение глаголов в единственном числе                                                                                  |
| 4         | Аң, Куш (животное, птица)           | Животные и птицы; вопрос <i>Что ты делаешь?</i>                                                                                                                |
| 5         | Пайрам (праздник)                   | Названия праздников; глаголы <i>петь, танцевать</i>                                                                                                            |
| 6         | Эмде (дома)                         | Название членов семьи                                                                                                                                          |
| 7         | Кадынапчабыс (повторяем)            | Глаголы                                                                                                                                                        |
| 8         | Көп (много)                         | Существительные во множественном числе, отвечающие на вопросы <i>Кто?</i> и <i>Что?</i>                                                                        |
| 9         | –тар, –тер, –нар, –нер (окончания)  | Образование существительных во множественном числе с окончаниями <i>–тар / –тер; –нар / –нер</i> ; природные объекты; прилагательные, характеризующие человека |
| 10        | –нар, –нер (окончания)              | Существительные во множественном числе с окончаниями <i>–нар / –нер</i> ; символика шорского народа                                                            |

<sup>2</sup> Виртуальная школа. Кемеровская региональная общественная организация «Ассоциация шорского народа "Шория"». URL: <https://xn--h1alg4a1b.xn--p1acf/publ/4> (дата обращения: 25.12.2024).

(*ʃ*, *q* с гортанным оттенком; заднеязычный носовой согласный *ŋ*), слоги с удвоенной гласной (*кыы-рыш*, *наа-ла*), ударение в слове на последний слог. Демонстрация педагогом правильного произношения шорских звуков с темпом речи чуть выше среднего, многократное повторение с паузами для тренировки, наличие субтитров особенно важны на начальном этапе обучения. Так через речь преподавателя обучающиеся знакомятся с особенностями произношения, с новой лексикой, грамматическими конструкциями, с интонационным построением предложений [Калачникова 2022].

Изучение языка строится на базе линейной прогрессии: начинается с шорского алфавита, далее предъявляются личные местоимения, существительные в единственном и во множественном числе, прилагательные, бытовые глаголы, простые повествовательные и вопросительные предложения. Тематический контент видеоуроков характеризуется ситуативностью. Это прежде всего ситуации из повседневной жизни:

- 1) приветствие: *Эзеноқтар!* / Здравствуйте!;
- 2) вопрос: *Кезең калай?* / Как дела?;
- 3) выражение благодарности за угощение: *Пайрам, аш-суға!*;
- 4) поздравление: *Пайрамның пайрам болзың!*;
- 5) описание природы: *Дағлар узуннар* / Высокие горы.

Ситуативность позволяет отрабатывать лексику (названия людей, предметов, членов семьи, животных, птиц, праздников), реагировать на реплики собеседника в естественной последовательности. Агглютинативная структура шорского языка (присоединение аффиксов к корню) лучше усваивается через ситуации. Ученик видит, как меняется форма слова в зависимости от роли в предложении (*ачам* – мой отец, *ачаға* – отцу). В ситуации *Знакомство*, например, отрабатываются личные местоимения (*мен, сен, ол*):

- *Мен шор кижі* / Я шорский человек;
- *Пайрам таштағолда полар* / Праздник будет в Таштаголе.

## Результаты

Каждый видеоурок шорского языка анализируется по схеме: коммуникативные стратегии для каждого этапа урока (начало урока, содержательная часть, завершение урока); лингвистический план организации речи преподавателя; паралингвистические средства создания мотивации у обучающихся. В начале каждого видеоурока преподаватель

Анастасия Тудегешева приветствует участников на шорском языке, используя нейтральную формулу *Эзеноқтар* / Здравствуйте. Ведущей коммуникативной стратегией начала видеоурока является название темы, для которой характерно использование лексических маркеров: *Наш урок посвящен...*; *Сегодня мы узнаем о...*; *Сегодня мы научимся...* Преподаватель предъявляет тему урока нейтрально, не маркирует ее как сложную, важную либо интересную. Анастасия Тудегешева выстраивает видеоурок с учетом клипового мышления обучающихся, когда информация воспринимается через яркие образы и короткие форматы, а внимание быстро переключается с одной темы на другую. Ученик запоминает набор слов, фраз или чисел в определенной последовательности на основе изображений, которые зеркально отражают информацию для запоминания [Купчинская, Юдалевич 2019]. Такой метод обучения подходит для изучения иностранных языков, где иностранному слову соответствует образ из родного языка [Чжан и др. 2023].

Содержательная часть видеоуроков представляет собой разговорный монолог преподавателя. Речевое поведение Анастасии Тудегешевой можно охарактеризовать, с одной стороны, как осознанное сближение с обучающимися, с другой – как интуитивное, что создает атмосферу непринужденного и экспрессивного речевого общения. На этапе актуализации знаний преподаватель использует побудительные конструкции *Давайте повторим...*; *Давайте вспомним...*, подкрепляемые слайдами презентации. Риторические вопросы, задания (*Повторите за мной...*; *Переведите фразу...*), повторение через отсылку к материалу прошлых уроков способствуют закреплению учебного материала. Раскрывая тему урока, Анастасия Тудегешева использует тактику облегченной словарной дефиниции, т.е. сокращает объем сообщения, многократно повторяет на шорском языке слова и фразы, например *апшақ* / медведь, *тұлғу* / лиса, *қозан* / заяц, *Ноо небе иштепчан?* / Что ты делаешь? По мнению Н. Е. Ардышевой, видеолекция либо предлагает дефиницию в разговорном стиле, либо вовсе ее избегает, замещая ее перечислением конкретных ситуаций употребления, что обусловлено важностью для адресата практико-ориентированной информации [Ардышева 2021].

На этапе закрепления материала преподаватель прибегает к нескольким стратегиям: *методический лайфхак* помогает упростить запоминание новых лексических единиц и употребление

грамматических структур; *отгадывание* приглашает обучающихся к взаимодействию и удерживает внимание. На видеоуроке преподаватель использует преимущественно разговорный стиль, местоимения во множественном числе (*мы, вы, наш, ваши*), что создает иллюзию совместной деятельности.

Отсутствие непосредственного контакта с обучающимися на видеоуроке является проблемой как для преподавателя, так и для самих обучающихся. Преподаватель, находясь в одной аудитории с учениками, легче считывает их настроение и готовность работать. На видеоуроке же ему приходится быть эмоциональнее, прибегать к использованию паралингвистических средств: фонационных (темп, громкость, мелодика речи) и кинесических (поза, мимика, жесты).

Одним из способов создания связи *учитель – ученик* является акцент преподавателя на естественный характер ошибок при выполнении заданий. Оценку успеваемости Анастасия Тудегешева реализует с опорой на мотивацию, поскольку отсутствует непосредственный контакт с обучающимися. Мотивирующие речевые конструкции (*Не бойтесь ошибок! На ошибках учатся!*), фразы одобрения (*Вы все молодцы! Вы отлично справились с домашним заданием! Сегодня Вы отлично поработали!*) стимулируют в условиях дистанционного обучения желание продолжить работу. Видеоурок может казаться «холодным» из-за отсутствия живого общения, однако одобрение создает атмосферу поддержки.

Завершение урока является важным этапом из-за его рефлексивного потенциала, который помогает учащимся связать новые знания с уже имеющимися, повысить интерес за счет осознания достижений, подготовиться к следующему уроку. Стандартный сценарий завершения видеоуроков шорского языка выглядит следующим образом:

1. Преподаватель предлагает обучающимся посмотреть видеосюжет традиционного шорского быта (*Давайте посмотрим видеосюжет и поймем, о чем говорят его герои!*).

2. Учащиеся должны понять смысл функциональных фраз и повторить их для закрепления речевого умения. Пример:

– Алло, Рома! Эзен! Сен кайда(е)? / Алло, Рома! Привет! Ты где?

– Мен эмде / Я дома.

– Алина ноо небе иштепча? Что делает Алина?

– Алина аттыпча / Алина прыгает.

3. Преподаватель дает подробные рекомендации для выполнения домашней работы.

4. В завершение урока преподаватель благодарит обучающихся за работу, озвучивает тему следующего видеоурока, прощается на шорском языке (*Кудайба! / До свидания!*).

Спецификой видеоуроков шорского языка является богатый этнолингвистический контент, который предьявляется через включение в урок фольклорных текстов (пословиц), демонстрацию традиционных шорских праздников, использование этнографических материалов (фото и видео быта), объяснение культурно-специфичных понятий и реалий. Благодаря этнической атрибутике учащиеся не просто осваивают лексику и грамматику, они ощущают связь языка с шорской культурой. Так, Анастасия Тудегешева одета в шорский национальный костюм-рубашу (*кунёк*), украшенную вышивкой, с поясом (*кур*), который является обязательным элементом костюма. На голове – женская шапочка, околыш которой украшен этноорнаментом. Обязательным атрибутом женской одежды является ожерелье. Волосы заплетены в одну косу, украшенную бусами, которые подчеркивают красоту прически и выполняют роль оберега.

Этнокостюм на видеоуроке, во-первых, погружает обучающихся в контекст шорской культуры, а во-вторых, является средством наглядности. Например, описывая элементы костюма, ученики тренируют лексику и грамматику, развивают речевое умение. На заднем плане экрана динамично сменяются изображения наскальных рисунков древних людей – изображения лосей, сцены охоты, антропоморфные фигуры. Указанное подчеркивает культурно-исторический контекст изучаемого языка и его связь с Горной Шорией. На видеоуроке фоном звучит шорская этномызыка, которая дополняет визуальный ряд, делая урок менее формальным.

Цветовая гамма экрана также влияет на восприятие информации и эмоциональное состояние зрителя. На экране видеоуроков доминируют серо-голубые тона, которые способствуют концентрации внимания, создают атмосферу спокойствия. В сочетании с четким шрифтом, наличием подписей на русском языке текст на экране воспринимается легко и не утомляет глаза. По мнению Ю. А. Евграфовой, любой видеоурок – это синкретическое единство движущегося изображения (картинка), фонетического звука (речь), шумов, музыкального сопровождения и письма (субтитры, подписи) [Евграфова 2019].

На видеоуроках слова и фразы, связанные с природными объектами Горной Шории (названия гор,

рек, растений, животных), предъявляются с помощью объясняющего сопроводительного видео. Таким образом учащиеся видят, что шорский язык – не «музейный экспонат», а средство описания родного края.

Видеофрагменты шорских праздников демонстрируют живую речь и интонацию носителей языка, расширяют словарный запас по теме. Например, на видеоуроке № 5 перечисляются шорские праздники (Мылтык-Пайрам, Албаа-Пайрам, Чыл-Пажи), национальные блюда (шорские пельмени), спортивные состязания, элементы костюмов, звучат шорские песни, что делает обучение культурно насыщенным, живым и мотивирующим. О. Б. Константинова считает, что педагоги используют видеоматериалы с целью эмоционального вовлечения учащихся. Ученик более комфортно чувствует себя в роли объекта учительского воздействия, дольше удерживая внимание на движущейся картинке, чем на статичной [Константинова 2023].

## Обсуждение

В последнее время ведутся дискуссии по поводу эффективности видеоуроков в сравнении с традиционными уроками. Следует отметить, что каждый видеоурок содержит тщательно структурированный учебный материал, представленный в виде последовательности интерактивных кадров, которые содержат не только видео- и аудиоконтент, но и словесное сопровождение. Согласно теории мультимедийного обучения Ричарда Майера информация воспринимается легче, когда у зрителя одновременно задействованы два канала восприятия информации – зрительный и слуховой [Mayer 2009]. Комбинация визуального и аудиовизуального каналов подачи информации, динамика в объяснении, эмоциональные акценты являются «встраиванием нового знания» в картину мира обучающихся [Дедов 2021].

Видеоурок с его спецэффектами (музыка, субтитры, анимация) дает стимул обучающимся к изучению шорского языка. Короткие видеоролики не имеют ограничений по формату использования: их можно смотреть многократно, а фрагменты, которые представляют трудность, могут быть самостоятельно разобраны после занятий. По мнению А. С. Смирновой, структура видеоурока позволяет каждому ученику определить оптимальную траекторию изучения материала, выбрать удобный темп работы и способ восприятия, т.е. работать по индивидуальной образовательной траектории [Смирнова 2020]. Самоконтроль способен

значительно повысить мотивацию, развить автономность и самодисциплину.

Наряду с плюсами формат видеоурока имеет и минусы: отсутствие обратной связи и возможности учитывать уровень и опыт обучающихся [Таланина 2018], зависимость от самодисциплины, возможные технические проблемы. Привыкание к виртуальному миру и проецирование его законов на мир реальный может привести к формированию упрощенного мышления и потере способности к системному мышлению [Путина 2022].

Вопрос определения видеоурока как особого типа виртуального педагогического дискурса и его обусловленности коммуникативной ситуацией виртуального общения заложен в гипотезе исследования. Она нашла подтверждение в ходе анализа структурных, коммуникативных, манипулятивных особенностей, знание которых позволяет выстроить эффективную стратегию обучения шорскому языку в виртуальном учебном пространстве. Речь преподавателя, содержащая профессионально ориентированную лексику, а также этикетные формулы общения (приветствия, прощания, поощрения) направлены на сохранение институционального характера общения. Наличие общеупотребительных и разговорных лексических единиц облегчает восприятие и понимание учебной информации гетерогенной аудиторией обучающихся. Выбор коммуникативных стратегий (*называние темы, облегченная словарная дефиниция, методический лайфхак*) органично адаптирует педагогический дискурс к интернет-пространству. Вышеперечисленные факты можно рассматривать как стимул для дальнейшего исследования видеоурока как явления интердискурсивного характера.

## Заключение

Виртуальный дискурс обладает набором целей, присущих реальному дискурсу (коммуникативные, учебные, манипулятивные). Ценностями виртуального дискурса являются демократичность общения, скорость получения информации, размывание расстояний и стирание роли временного фактора [Лутовинова 2006]. К структурным признакам виртуального педагогического дискурса относятся опосредованность и креолизованность, т.е. использование таких паралингвистических средств, как рисунок, фотография, шрифт, цвет, звук, графические символы и др. Семантико-прагматические признаки дискурса видеоурока проявляются в информативности, в эпистемической

модальности (*Предположим, что...*), в деонтической модальности (*Запомните это правило; Я советую вам повторить эти слова*), в волюнтаривной модальности (*Как вы думаете, почему?*), в интонации заинтересованности. Информативность и модальность работают в комплексе: первое обеспечивает содержательную полноту и научную корректность, а второе придает видеоуроку интерактивность, эмоциональную вовлеченность и практическую направленность.

Использование видеоуроков в обучении шорскому языку закладывает основы инновационной модели обучения миноритарным языкам. Структурные, коммуникативные и манипулятивные особенности виртуального педагогического дискурса видеоурока, рассмотренные в статье, демонстрируют объединение традиционных педагогических принципов с инновационными возможностями цифровой среды, что создает динамичную и адаптивную дидактическую реальность.

Теоретическая значимость статьи состоит в том, что на примере видеоуроков шорского языка дополняется теоретическое представление о специфике виртуального педагогического дискурса, дается понимание природы педагогического дискурса

как поликодового явления, когда смысл конструируется на основе взаимодействия вербальных, визуальных и аудиокomпонентов. Практическая значимость – в том, что выявленные особенности мультимодальной организации видеоурока шорского языка (речь, видеоряд, графика) могут быть использованы при разработке видеоуроков телеутского языка (технологическая карта видеоурока с учетом оптимальной длительности фрагментов, соотношение вербального и визуального компонентов, примеры включения в урок интерактивных элементов и этнокультурного контента). Примеры из практики видеообучения шорскому языку могут быть интегрированы в программы повышения квалификации учителей родных языков, помогая им адаптировать традиционные методики преподавания к условиям дистанционного обучения.

**Конфликт интересов:** Автор заявил об отсутствии потенциальных конфликтов интересов в отношении исследования, авторства и / или публикации данной статьи.

**Conflict of interests:** The author declared no potential conflict of interests regarding the research, authorship, and / or publication of this article.

## Литература / References

- Ардышева Н. Е. Объясняющая стратегия педагогического дискурса: особенности реализации в видеолекции. *Актуальные проблемы лингвистики и литературоведения: VIII (XXII) Междунар. науч.-практ. конф.* (Томск, 15–17 апреля 2021 г.) Томск: ТГУ, 2021. Вып. 22. С. 79–81. [Ardysheva N. E. The explanatory strategy of pedagogic discourse: Specifics of implementation in a video lecture. *Relevant issues of linguistics and literary studies: Proc. VIII (XXII) Intern. Sci.-Prac. Conf.*, Tomsk, 15–17 Apr 2021. Tomsk: TSU, 2021, iss. 22, 79–81. (In Russ.)] <https://doi.org/10.17223/978-5-907442-02-3-2021-21>
- Ахренова Н. А. Интернет-дискурс как глобальное межкультурное явление и его языковое оформление: автореф. дис. ... д-ра филол. наук. М., 2000. 35 с. [Akhrenova N. A. *Internet discourse as a global intercultural phenomenon and its linguistic design*. Dr. Philol. Sci. Diss. Abstr. Moscow, 2000, 35. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/sllwah>
- Ваганова О. И., Гладкова М. Н., Гладков А. В., Сундеева М. О., Татаренко М. А. Вебинар как средство организации самостоятельной работы студентов в условиях дистанционного обучения. *Азимут научных исследований: педагогика и психология*. 2016. Т. 5. № 2. С. 31–34. [Vaganova O. I., Gladkova M. N., Gladkov A. V., Sundeeva M. O., Tatarenko M. A. Webinars as a means of independent work of students in the distance learning. *Azimuth nauchnyh issledovaniy: pedagogika i psihologiya*, 2016, 5(2): 31–34. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/wfipof>
- Галичкина Е. Н. Общая характеристика компьютерно-опосредованного дискурса. *Интернет-коммуникация как новая речевая формация*, ред. Т. Н. Колокольцева, О. В. Лутовинова. М.: Флинта, 2012. С. 53–72. [Galichkina E. N. General characteristics of computer-mediated discourse. *Internet communication as a new speech formation*, eds. Kolokoltseva T. N., Lutovinova O. V. Moscow: Flinta, 2012, 53–72. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/vnlmcd>
- Глущенко А. Н. Интернет-дискурс, его статус во Всемирной паутине и влияние на повседневную жизнь. *Молодой ученый*. 2015. № 8. С. 1107–1109. [Glushchenko A. N. Internet discourse, its status on the World Wide Web, and its impact on everyday life. *Molodoi uchenyi*, 2015, (8): 1107–1109. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/tpujgp>

- Горошко Е. И. К уточнению понятия «компьютерно-опосредованная коммуникация»: проблемы терминоведения. *Образовательные технологии и общество*. 2009. Т. 12. № 2. С. 445–454. [Goroshko E. I. To clarify the concept of computer-mediated communication: Problems of terminology. *Educational technology & society*, 2009, 12(2): 445–454. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/kjvcjd>
- Дедов С. Г. Обучающие видеоролики в системе современного образования. *Актуальные исследования*. 2021. № 42. С. 74–76. [Dedov S. G. Educational videos in the system of modern education. *Aktualnye issledovaniya*, 2021, (42): 74–76. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/mbdjmk>
- Евграфова Ю. А. «Язык» экранности и экранная «речь» в статике гетерогенных текстов: дискретные единицы континуума движения. *Вестник Московского государственного областного университета*. 2019. № 2. С. 156–170. [Evgrafova Yu. A. Screen "language" and screen "speech" in the static scope of the heterogeneous texts: Discrete units of the movement continuum. *Bulletin of Moscow Region State University*, 2019, (2): 156–170. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/aysnim>
- Калачникова Р. С. Виды иноязычных видеоматериалов и специфика их влияния на обучение говорению на английском языке. *Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки*. 2022. Т. 27. № 2. С. 432–442. [Kalachnikova R. S. Types of foreign language video materials and the specifics of their influence on teaching English speaking. *Tambov University Review. Series: Humanities*, 2022, 27(2): 432–442. (In Russ.)] <https://doi.org/10.20310/1810-0201-2022-27-2-432-442>
- Константинова О. Б. Возможности использования видео в образовательном процессе с точки зрения педагогов и подростков. *Психолого-педагогические исследования*. 2023. Т. 15. № 2. С. 106–130. [Konstantinova O. B. The possibilities of using video in the educational process from the point of view of teachers and adolescents. *Psychological-Educational Studies*, 2023, 15(2): 106–130. (In Russ.)] <https://doi.org/10.17759/psyedu.2023150207>
- Купчинская М. А., Юдалевич Н. В. Клиповое мышление как феномен современного общества. *Бизнес-образование в экономике знаний*. 2019. № 3. С. 66–71. [Kupchinskaya M. A., Iudalevich N. V. Clip thinking as a phenomenon of modern society. *Biznes-obrazovanie v ekonomike znanii*, 2019, (3): 66–71. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/tnijlr>
- Лутовинова О. В. К проблеме категорий виртуального дискурса. *Известия Волгоградского государственного педагогического университета*. 2006. № 3. С. 20–25. [Lutovinova O. V. Categories of virtual discourse. *Izvestia of the Volgograd State Pedagogical University*, 2006, (3): 20–25. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/htmlkz>
- Путина О. Н. Виртуальный дискурс как современная образовательная среда: достоинства и недостатки. *Евразийский гуманитарный журнал*. 2022. № 3. С. 4–9. [Putina O. N. Virtual discourse as modern educational environment: Pros and cons. *Eurasian Humanitarian Journal*, 2022, (3): 4–9. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/vgtrjv>
- Смирнова А. С. Видеоуроки в школе. *Вестник Приамурского государственного университета им. Шолом-Алейхема*. 2020. № 1. С. 106–111. [Smirnova A. S. Video lessons at school. *Bulletin of the Amur State University named after Sholom Aleichem*, 2020, (1): 106–111. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/ycblzt>
- Социальные сети. Том V. Педагогический аспект виртуальной коммуникации, отв. ред. Л. Г. Ким, О. П. Сологуб. Кемерово: КеМГУ, 2024. 356 с. [Social networks. Vol. V. Pedagogical aspect of virtual communication, eds. Kim L. G., Sologub O. P. Kemerovo: KemSU, 2024, 356. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/nbmgrpj>
- Таланина А. А. Онлайн-лекция как жанр интернет-дискурса. *Мир русского слова*. 2018. № 2. С. 17–22. [Talanina A. A. Online lecture as a genre of Internet discourse. *The World of the Russian Word*, 2018, (2): 17–22. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/upflxl>
- Тленкопачева М. Н. Виртуальный педагогический субдискурс в пространстве современного педагогического дискурса. *Электронное обучение: состояние, проблемы, перспективы: Междунар. науч.-метод. конф.* (Тула, 9–10 октября 2018 г.) Тула: ТулГУ, 2019. С. 39–41. [Tlenkopacheva M. N. Virtual pedagogical subdiscourse in modern pedagogical discourse. *E-learning: Status, problems, and prospects: Proc. Intern. Sci.-Method. Conf.*, Tula, 9–10 Oct 2018. Tula: TulSU, 2019, 39–41. (In Russ.)]
- Чепсаракова Н. И. Потенциал сравнительно-сопоставительного анализа систем родного (шорского) и русского языков при формировании лингвистической компетенции в школьной практике. *Филология и культура*. 2025. № 2. С. 251–258. [Chepsarakova N. I. Comparative analysis potential of the systems of the native (Shor) and Russian languages in developing linguistic competence in school practice. *Philology and Culture*, 2025, (2): 251–258. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/nrfvjg>

- Чжан Ю., Цзян М., Шэнь И., Лю Я., Чжан Ц. Применение видеороликов в процессе изучения русского языка как иностранного. *Актуальные исследования*. 2023. № 14-2. С. 68–74. [Zhang Yu., Jiang M., Shen Y., Liu Ya., Zhang Q. The usage of videos in the process of learning Russian as a foreign language. *Aktualnye issledovaniya*, 2023, (14-2): 68–74. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/utnybj>
- Щипицина Л. Ю. Веб-лекция как устный жанр интернет-коммуникации. *Жанры речи*. 2019. № 3. С. 215–226. [Shchipitsina L. Yu. Web lecture as an oral Internet genre. *Speech Genres*, 2019, (3): 215–226. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/aitrai>
- Щипицина Л. Ю. Жанры учебного онлайн-дискурса: от учебного сайта до синхронного онлайн-урока. *Жанры речи*. 2023. Т. 18. № 2. С. 175–185. [Shchipitsina L. Yu. Genres of online learning discourse: From learning website to e-lesson. *Speech Genres*, 2023, 18(2): 175–185. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/itlmfs>
- Mayer R. E. *Multimedia learning*. 2nd ed. Cambridge: Cambridge University, 2009. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511811678>

оригинальная статья

eLibrary EDN: IMCAHH

## Онлайн-читательский клуб как лаборатория развития эмоционального интеллекта

Прохорова Лариса Петровна

Кемеровский государственный университет, Россия, Кемерово

eLibrary Author SPIN: 9610-6394

<https://orcid.org/0000-0002-2311-2385>

[larpro888@gmail.com](mailto:larpro888@gmail.com)

**Аннотация:** Статья посвящена рассмотрению и анализу интеграции формата онлайн-читательского клуба в академическую среду для организации самостоятельной работы студентов вуза. Предмет анализа – изучение, формирование и развитие составляющих компонентов понятия *эмоциональный интеллект*, трактуемого как способность распознавать, понимать свои собственные эмоции и эмоции других людей и управлять ими. Проблема развития эмоционального интеллекта через онлайн-читательский клуб имеет междисциплинарный характер и рассматривается через призму психологии, лингвокультурологии, когнитивного литературоведения и педагогики. Цель – теоретически обосновать и практически апробировать модель онлайн-читательского клуба, в рамках которой чтение и коллективное обсуждение художественных текстов рассматриваются как способ фасилитации групповой рефлексии в дистанционном формате. Данный способ основан на принципах чтения как эмпатического моделирования и на лингвокультурологических механизмах эмотивности текста. В исследовании приняли участие магистранты Кемеровского государственного университета, обучающиеся по программе «Иностранные языки в профессиональной коммуникации». Первый читательский марафон онлайн-читательского клуба проводился с 1 октября 2023 г. по 1 мая 2024 г., второй – с 1 октября 2025 г. до конца мая 2026 г. В результате определено, что в контексте образования онлайн-читательские клубы становятся важным инструментом, сочетая традиционные методы интерпретации текста с цифровыми технологиями. Выявлено, что студенты, которые участвуют в онлайн-читательском клубе, гораздо активнее работают с текстами самостоятельно, причем далеко за пределами учебной программы.

**Ключевые слова:** онлайн-читательский клуб, эмоциональный интеллект, образовательный ресурс, цифровая среда, социальная сеть, цифровая читательская практика

**Цитирование:** Прохорова Л. П. Онлайн-читательский клуб как лаборатория развития эмоционального интеллекта. *Виртуальная коммуникация и социальные сети*. 2026. Т. 5. № 3. С. 294–302. <https://doi.org/10.21603/vcsn-2026-5-3-294-302>

Поступила в редакцию 06.07.2026. Принята после рецензирования 28.07.2026. Принята в печать 31.07.2026.

original article

## Online Reading Club as a Laboratory for the Development of Emotional Intelligence

Larisa P. Prokhorova

Kemerovo State University, Russia, Kemerovo

eLibrary Author SPIN: 9610-6394

<https://orcid.org/0000-0002-2311-2385>

[larpro888@gmail.com](mailto:larpro888@gmail.com)

**Abstract:** Online reading clubs can be integrated into the university environment as a means of organizing students' independent work. Emotional intelligence is the ability to recognize and understand one's own emotions and those of others. Online reading clubs can serve as a means of developing emotional intelligence in university students. In this research, this issue is treated as interdisciplinary and studied from the perspectives

of psychology, cultural linguistics, cognitive literary studies, and pedagogy. A model of an online reading club was theoretically substantiated and practically tested as an academic environment where reading and group discussion facilitate group reflection in a remote format. The approach was based on the principles of reading as empathic modeling, as well as on the linguistic and cultural mechanisms of text emotivity. The study involved Master's Degree students majoring in Foreign Languages in Professional Communication from Kemerovo State University. The first online reading club marathon was held from October 1, 2023, to May 1, 2024, and the second one lasted from October 1, 2025, to the end of May 2026. The online reading club proved to be an important tool since it combined traditional methods of text interpretation with digital technologies. Its members became much more active readers, expanding their reading experience far beyond the curriculum.

**Keywords:** online reading club, emotional intelligence, educational resource, digital environment, social media, digital reading practice

**Citation:** Prokhorova L. P. Online Reading Club as a Laboratory for the Development of Emotional Intelligence. *Virtual Communication and Social Networks*, 2026, 5(3): 294–302. (In Russ.) <https://doi.org/10.21603/vcsn-2026-5-3-294-302>

Received 6 Jul 2026. Accepted after review 28 Jul 2026. Accepted for publication 31 Jul 2026.

## Введение

В докладе Всемирного экономического форума (World Economic Forum – WEF) 2020 г. названы 10 самых востребованных профессиональных навыков ближайшего будущего. Преимущественно к их числу относятся те навыки, которые в основном зависят от высокого уровня эмоциональной зрелости: аналитическое и критическое мышление, оригинальность, жизнестойкость, креативность, гибкость и идейность<sup>1</sup>. Именно они лежат в основе понятия *эмоциональный интеллект*, который стал предметом исследования целого ряда гуманитарных наук.

Эмоциональный интеллект (EQ) является залогом личного и профессионального успеха. Он поднимает уверенность в себе, развивает лидерские качества и способность к сотрудничеству, а также повышает эффективность межличностных отношений в различных областях.

Концепция EQ сформировалась в 1990-е гг., но приобрела популярность только в 1995 г., после того как американский психолог Дэниел Гоулман опубликовал свою книгу «Эмоциональный интеллект. Почему он может значить больше, чем IQ». В ней он представил модель эмоционального интеллекта, состоящую из 5 компонентов: самопознание, саморегуляция, социальные навыки, эмпатия, мотивация. Эволюция концепции EQ прошла путь от научных истоков в психологии до повсеместного внедрения в теорию управления

и лидерства. Фундамент данного процесса заложили исследования, которые раскрывают особенности эмпирических моделей когнитивных способностей [Mayer, Salovey 2004; Petrides et al. 2007]. Впоследствии более поздние работы адаптировали эти теоретические конструкты для развития практических компетенций в повседневной и профессиональной деятельности.

Объектом исследования выступает онлайн-читательский клуб (далее – ОЧК) как культурный феномен и педагогический инструмент для организации самостоятельной работы студентов вуза. Цель – теоретически обосновать и практически апробировать модель онлайн-читательского клуба, в рамках которой чтение и коллективное обсуждение художественных текстов рассматриваются как способ фасилитации групповой рефлексии в дистанционном формате. Проблема развития EQ через ОЧК имеет междисциплинарный характер и рассматривается через призму:

1. *Психологии*. Онлайн-читательский клуб – лаборатория социально-эмоционального научения: художественный текст предлагает «безопасную» среду для проживания аффектов, а обсуждение этого опыта в клубе тренирует способность к децентрации – умению видеть ситуацию не только со своей, но и с других точек зрения.

2. *Лингвокультурологии*. ОЧК – новая ритуальная практика и пространство смыслопорождения.

<sup>1</sup> The Future of Jobs Report 2020. *World Economic Forum*. 20 Oct 2020. URL: <https://www.weforum.org/publications/the-future-of-jobs-report-2020/> (accessed 14 Mar 2026).

3. *Когнитивного литературоведения.* Лингвистические и филологические механизмы развития EQ в формате ОЧК включают формирование нарративной компетенции как основы эмоциональной зрелости. Атмосфера клуба учит использовать Я-высказывания вместо оценочных суждений, развивая *лингвистическую эмпатию*, т.е. умение слышать подтекст.

4. *Педагогики.* ОЧК – инструмент неформального образования, основанный на андрагогических принципах, который позволяет развивать мягкие навыки.

Студенты с высоким уровнем EQ работают в команде эффективнее, коммуникативные навыки у них выше, они лучше справляются со стрессом, а также растут их академическая успеваемость и удовлетворенность образовательным процессом. Помимо прочего, EQ является основой формирования лидерских качеств, что в современном мире актуально для достижения профессионального успеха [Гильфанова 2024]. Процесс формирования и развития EQ может быть встроен в образовательную программу через различные подходы [Волкодав 2016; Голев 2015; Куличенко, Королевская 2022; Рагихманова и др. 2025; Романова 2025; Седых 2025].

Чтение художественной литературы тесно связано с повышением уровня EQ, включая эмпатию, понимание других людей и глубокое мышление. Так, в книге Сюзанны Кин «Эмпатия и роман», признанной основополагающей работой в области когнитивного литературоведения, исследуется взаимосвязь между чтением художественной литературы, чувствами к персонажам и альтруистическим поведением в реальной жизни [Keen 2007]. В исследовании [Kidd, Castano 2013] отмечено, что чтение художественной литературы временно улучшает психологическую способность понимать психические состояния, убеждения и эмоции других людей. В настоящее время преобладает взгляд, согласно которому художественная литература может быть связана с механизмами теории психического, и в особенности с теми из них, которые задействованы в понимании или моделировании эмоционально-аффективных характеристик субъектов.

## Результаты

### Онлайн-читательский клуб как культурный феномен и образовательный ресурс: история вопроса

Однозначного ответа, где и когда появился первый читательский (книжный) клуб в Интернете, не существует, поскольку его зарождение было постепенным процессом. Считается, что переломный момент наступил в 1996 г., когда Опра Уинфри запустила свой книжный клуб в рамках ток-шоу «Шоу Опры Уинфри». Хотя все начиналось как телевизионная рубрика, ее влияние на книжный мир было колоссальным. Вокруг книжного клуба Опры Уинфри стремительно сформировалось огромное онлайн-сообщество, насчитывавшее миллионы участников. Это событие, называемое *эффект Опры*, популяризировало саму идею книжного клуба, показало, как медиа и Интернет могут объединять читателей в глобальном масштабе и уже в начале 2000-х гг. привело к созданию самостоятельных онлайн-платформ и к дальнейшему появлению различных форматов читательских клубов.

В 2025 г. среди книжных клубов США насчитывалось 60 % сообществ, которые проводили встречи в традиционном формате, а также 25 % полностью виртуальных и 15 % имеющих гибридный (онлайн и офлайн) формат встреч<sup>2</sup>. В то время как личные встречи остаются популярными, виртуальные и гибридные клубы становятся все более распространенной тенденцией<sup>3</sup>. Сегодня достаточно набрать в строке поиска Google Play или App Store *Reading Club* и можно получить самые разнообразные варианты приложений. Вот, например, как позиционируют свой продукт в App Store создатели приложения Reading Club:

- *The Reading Club was conceived as a new kind of private social club. An attempt to engineer a culture and community around conversation, reason, and humanity. It isn't about wealth, status, or affiliation. The Reading Club has a hand-selected membership of curious, articulate, interesting people who value conversation and are driven to learn.*

По сути, ОЧК становится площадкой для формирования живого, диалогического сообщества, где совместное обсуждение текста обретает характер глубинной рефлексии. Такая трансформация чтения

<sup>2</sup> Nawotka E. Word-of-Mouth Recs Best AI at Everand, Fable. *Publishers Weekly*. 11 Dec 2025. URL: <https://www.publishersweekly.com/pw/by-topic/industry-news/publisher-news/article/99270-word-of-mouth-recs-best-ai-at-everand-fable.html> (accessed 14 Mar 2026).

<sup>3</sup> The 2026 State of Reading Report: Human Recommendations Surpass Algorithms in the AI Era. *Yahoo Finance*. 10 Dec 2025. URL: <https://finance.yahoo.com/news/2026-state-reading-report-human-141500730.html?guccounter=1> (accessed 14 Mar 2026).

закономерно отражает общие процессы цифровизации, смещая акцент с индивидуального поглощения информации на коллективное осмысление и интерпретацию. Более того, сегодняшние читательские клубы в Сети не только отвечают нарастающей потребности в содержательном диалоге вокруг литературы, но и выполняют важную социальную функцию – противостоят поверхностному потреблению контента, сохраняя и развивая традиции вдумчивого отношения к слову в эпоху информационной избыточности.

В контексте образования онлайн-читательские клубы становятся важным инструментом, сочетая традиционные методы интерпретации текста с цифровыми технологиями. Современный студент находится в парадоксальной ситуации информационной перегруженности при дефиците глубинного общения. Читательский клуб создает *третье место* [Ольденбург 2014] – среду, отличную от дома и работы / учебы, которая служит пространством для со-бытийной общности. ОЧК используется для повышения мотивации к чтению. Кроме того, работа с текстом художественной литературы помогает сформировать дополнительные компетенции: способность к анализу эмоции, эмоциональный интеллект [Юрасов, Юрасова 2014].

В современную цифровую эпоху читательский книжный клуб может принимать различные форматы: в сети Интернет он становится либо сайтом, либо блогом, либо группой в социальной сети [Воронина 2016]. В статье Е. М. Зориной, например, предлагается методика использования читательского книжного клуба как инновационного инструмента развития правовой культуры студентов, основанного на коллективном чтении и обсуждении произведений русской художественной литературы. Автор подчеркивает, что подобная практика является высокоэффективным инструментом, работающим «не через сухое заучивание законов, а через погружение, эмпатию (сопереживание) и критический анализ произведений русской художественной литературы» [Зорина 2025: 184].

В организации ОЧК важную роль играет выбор формата, который понимается двояко: формат выбора книги и формат организации обсуждения выбранной литературы. В первом случае речь идет о двух разновидностях ОЧК, которые отличаются по наименованию как в англоязычной, так и в русскоязычной традиции: если для чтения и обсуждения выбирается одна книга для всех – это формат книжного клуба / book club, если участники клуба

читают разные книги и обмениваются своими мыслями, эмоциями, впечатлениями о прочитанном – это формат читательского клуба / reading or readers' club. Второй случай подразумевает характер самой коммуникативной среды. Здесь могут быть три формата: синхронный – видеоконференции с применением соответствующих платформ (Яндекс Телемост, Zoom, Google Meet и т. п.); асинхронный – использование многофункциональных мессенджеров для общения (Telegram, Max); гибридный – сочетание онлайн- и оффлайн-коммуникации.

### Опыт организации онлайн-читательского клуба

Чтение и обсуждение аутентичных текстов художественной литературы на изучаемых иностранных языках всегда было частью учебной программы по лингвистике и филологическим специальностям и воспитывало студентов как критически мыслящих людей, толерантных к особенностям других культур, их традициям и правилам межличностной коммуникации. Магистерская программа «Иностранные языки в профессиональной коммуникации», специализирующаяся на зарубежной филологии и освоении методики одновременного изучения трех романских языков при продолжении совершенствования английского языка как первого иностранного предназначена для студентов, которые проявляют большой интерес к иностранным языкам, культурам и литературам стран изучаемых языков и хотят углубить свои знания и понимание этих предметов.

Для более эффективной организации самостоятельной работы студентов по дисциплине «Практический курс английского языка» было решено организовать чтение и обсуждение аутентичной художественной литературы в формате ОЧК на платформе Телеграм. В качестве основного формата был выбран асинхронный с элементами гибридного (одна оффлайн-встреча – заключительное обсуждение, подведение итогов семестрового марафона). Особенно интересно было узнать, какие оригинальные произведения англоязычных авторов, каких временных периодов и жанров магистранты выберут для чтения и обсуждения на этом уровне обучения, какие идеи они смогут почерпнуть из книг по своему выбору, какие аспекты прочитанного вынесут на обсуждение в онлайн-пространстве и как будут выражать свои мысли и эмоции на языке оригинала в ходе читательского марафона.

На эту идею нас вдохновило исследование Марианны Вулф, нейробиолога, изучающей работу

читающего мозга. В своей книге «Читающий мозг в цифровом мире» Марианна Вулф описывает качество нашего чтения как показатель качества нашего мышления. По мнению исследователя, если углубленное чтение прокладывает сложные пути, способствующие глубокому размышлению, то поверхностное чтение может привести к тому, что люди станут думать поверхностно. Марианна Вулф вводит и популяризирует концепт *Matthew-Emerson effect for background knowledge* (явление, при котором люди, уже обладающие широким кругозором, получают еще больше знаний из каждого нового текста, в то время как читающие мало отстают все сильнее), отсылая читателя к Библии и к трудам философа Р. У. Эмерсона, подчеркивавшего важность глубокого, самостоятельного (или трансцендентального) осмысления прочитанного. Марианна Вулф отмечает, что, хотя люди, возможно, читают так же много, как и раньше (человек вполне может читать больше, чем когда-либо), качество нашего чтения стало поверхностным. В книге Марианна Вулф подробно описывает и свое личное осознание того, как скорость и отвлекающие факторы цифровой эры негативно повлияли на ее собственную способность погружаться в глубокое чтение: "I still bought many books, but more and more I read in them, rather than being whisked away by them. At some time impossible to pinpoint, I had begun to read more to be informed than to be immersed, much less to be transported" [Wolf 2018: 145].

Первый читательский марафон ОЧК проводился с 1 октября 2023 г. по 1 мая 2024 г., второй – с 1 октября 2025 г. до конца мая 2026 г. В мессенджере Телеграм был создан чат и установлены основные правила коммуникации в виртуальном пространстве. Формулируя правила взаимодействия участников клуба, мы постарались учесть основные аспекты, формирующие понятие *эмоциональный интеллект*, понимаемый как способность распознавать, понимать, управлять своими эмоциями и эмоциями других, использовать эту информацию для управления мышлением и действиями. Указанное напрямую соотносится с положениями Марианны Вулф о том, что процесс чтения – это особое поле, в котором люди освобождаются от самих себя, чтобы переключиться на других и таким образом узнают, что значит быть другим человеком с устремлениями, сомнениями и эмоциями, о которых они иначе никогда бы не узнали [Wolf 2018: 43]. Свод правил коммуникации в ОЧК был сформулирован следующим образом:

*The rules of the Online Reading Club:*

*On the opening day we upload the book covers and introduce the books of our choice.*

*1. Remember, tastes differ – no grim comments on the other members' choices.*

*2. We read at least 15 pages a week (you may do more, if it's sooo gripping).*

*3. We report at the end of every week (Saturday or Sunday) on the pages done and share quotes, expressions, impressions, etc. in short comments (whatever you'd like to share, if you have nothing to share, just report "15 pages done").*

*4. Be honest! Life happens, and sometimes we don't get to do as much reading as we'd love to, if you fail to read one week, make sure you don't give it all up. We are here to support and motivate each other. If you get disappointed with the book of your choice, just change it.*

*5. Have fun! Contribute to the chat! Reading club works best when everyone participates.*

Студентам была предоставлена свобода выбора книги для чтения и обсуждения того, что их больше всего интересует. Чтение длилось в течение недели; в групповом чате магистранты публиковали анализ прочитанного, цитаты, выражения, впечатления. Учащимся давалась полная свобода интерпретации, возможность отхода от традиционной лингвостилистической модели анализа оригинального текста.

При анализе художественного произведения в центре стоял анализ мотиваций, переживаний, внутренних конфликтов персонажей. Указанное позволяло студентам «примерять на себя» чужие эмоциональные состояния, развивая способность к распознаванию сложных чувств. Также обсуждению подвергался контекст эмоций героев, предполагающий ответы на следующие вопросы:

- Почему герой испытывает ту или иную эмоцию / чувство?
- Какие социальные, культурные, личностные факторы к этому привели?
- Как эмоциональное состояние влияет на решения и отношения?

Когда человек начинает задумываться над этими вопросами и разбирать их, то неизбежно погружается в текст и напрямую тренирует эмоциональный интеллект – учится видеть сложные причинно-следственные связи между поступками и эмоциями, понимать, что на самом деле стоит за теми или иными реакциями, выстраивая связь между тем, что он знает, читает, чувствует, думает и затем проживает в мире, где все взаимосвязано [Wolf 2018: 163]. Формирование доверительной

среды, где участники чувствуют себя безопасно, выражая свои (иногда сложные) эмоции по поводу текста, и получают обратную связь, способствует развитию навыков построения отношений.

Стоит отметить, что коммуникация в общем групповом чате не всегда проходила стабильно насыщенно (все регулярно читают и выкладывают посты в обозначенные правилами сроки), так что, когда общение «затихало», модератор клуба использовал мемы (рис.), чтобы оживить коммуникацию. Как правило, это срабатывало, и студенты активизировались.

Выявлено, что студенты, которые участвуют в ОЧК, гораздо активнее работают с текстами самостоятельно, причем далеко за пределами учебной программы. Такой формат внеаудиторных дискуссий как раз и создает пространство для чтения, которое не воспринимается большинством студентов как «обязаловка». Активная заинтересованность магистрантов проявилась и в том, что они сами стали предлагать сочетать асинхронный формат клуба с гибридным (живая заключительная встреча как итог обсуждения читательского опыта), относясь к нему как к личному интеллектуальному вызову. Асинхронный формат помогает научиться грамотно распоряжаться временем: ведь здесь нет жесткого

контроля, нужно самому выстраивать баланс между учебной, работой и участием в клубе.

В качестве подтверждения приведем отзывы участников клуба, опубликованные ими в общем групповом чате по завершении читательского марафона:

- *I'm fond of this idea because it has so many advantages. As for me, it's motivating, entertaining and helpful. Also, I believe that thanks to the marathon we managed to enlarge our vocabulary, find out new exciting books, and develop our writing skills. Of course, it wasn't perfect but I'm sure that everyone did their best and had fun. Thank you all!*<sup>4</sup> (первый читательский марафон, 2023–2024 гг.);
- *I adore this activity!! Sharing with you every single detail of a book is like having a lovely dialogue. Your company is so sweet! I don't feel ashamed or embarrassed while telling you my deepest thoughts (my emotions just speak faster than my mind, oops). The level of my writing in English became way better! Wow, I'm so proud of myself!! I feel like I can read literally anything! And I've gotten this result within less than a year. You see, in July, I couldn't understand 60% of the Harry Potter book series, And now I'm able to read Tolkien's masterpieces!! I started to read more, and during the period in the Reading Club, I've read two books, and I'm on my way to finish the third one. Thank you all!!* (первый читательский марафон, 2023–2024 гг.);
- *That's perfect time to make mini recap for our community and share my opinion!! I really love our English reading club! It's such a cool way to keep practicing and growing together. Even if we don't always write about the 15 pages, it's totally doable just 2 pages a day feels easy and fun! Reading books in the original English is amazing now that we've unlocked that skill after so much hard work. It makes everything feel more real and exciting, like we're pros haha. We've come a long way! I like how we pick up new vocabulary and get to know cool phrases from everyone. Plus we discover new books and even peek into what others read it's like a bonus in our literature adventure! Thanks so much for this awesome experience it's helped my English a ton!* (второй читательский марафон, 2025–2026 гг.);
- *It was a very interesting first round. I found it fascinating how diverse everyone's book choices were, we had everything from zombies and pirates to science and murder mysteries. The marathon*

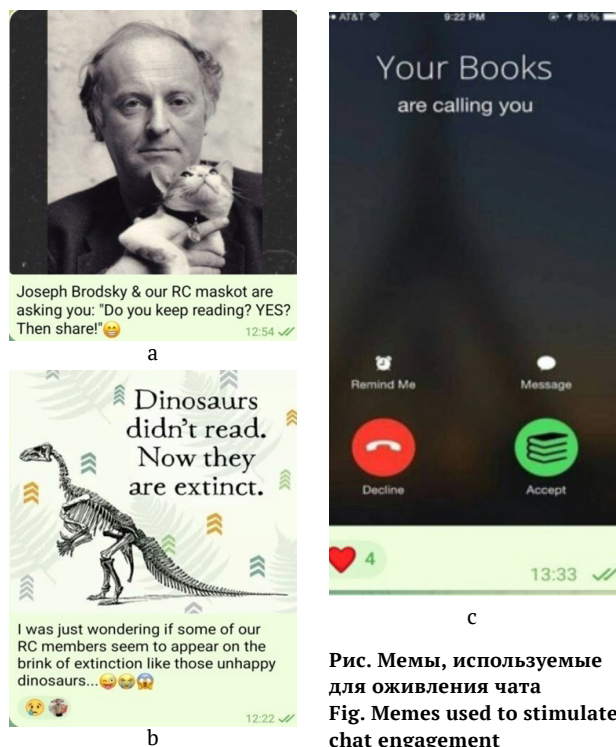


Рис. Мемы, используемые для оживления чата  
Fig. Memes used to stimulate chat engagement

<sup>4</sup> Здесь и далее в примерах сохранены авторские орфография и пунктуация.

*itself was quite engaging. It was curiously rewarding to remember on the weekends that I urgently needed to write about what I'd read during the week and recall the emotions it evoked. It pushed me to process the books more deeply. But that's what a challenge is for, right? It was meaningful, useful, and, despite the occasional pressure, ultimately fulfilling. Thank you for organizing this! I'm looking forward to the next round* (второй читательский марафон, 2025–2026 гг.).

Анализ постов и реакций, в которых студенты активно задействовали разнообразные формы визуализации (мемы, картинки, эмодзи, стикеры, GIF-анимацию) наглядно подтверждает тезис о том, что письменная речь в чатах занимает промежуточное положение между устной и письменной формами коммуникации. Этот процесс, обозначаемый как новый тип письменной разговорности, наряду с лингвокреативностью, все чаще становится предметом анализа, формируя актуальное направление исследования развития языка на современном этапе [Дускаева, Иванова 2023; Ефремов 2020; Иванова и др. 2024; Клушина 2023].

В настоящее время анализ различных форм лингвистической креативности в сетевом пространстве представляет собой одну из фундаментальных проблем лингвистики в целом [Лингвокреативность 2021: 109]. Эмодзи, GIF-анимация и стикеры в этом контексте – не деградация, а компенсаторный механизм, попытка передать просодику и мимику. Умение точно подобрать GIF для выражения своей реакции – это тоже акт распознавания и называния эмоции, т.е. работа по развитию эмоционального интеллекта. Так, Дэниел Гоулман пишет по этому поводу: "...people's emotions are rarely put into words, far more often they are expressed through other cues. The key to intuiting another's feelings is in the ability to read nonverbal channels, tone of voice, gesture, facial expression and the like" [Goleman 2005: 160].

## Литература / References

- Волкодав Т. В. Формирование эмоционального интеллекта будущих педагогов-психологов. *Историческая и социально-образовательная мысль*. 2016. Т. 8. № 5-3. С. 51–53. [Volkodav T. V. Formation of future educational psychologists' emotional intelligence. *Historical and Social Educational Ideas*, 2016, 8(5-3): 51–53. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/xhcwcn>
- Воронина Л. А. Виртуальный книжный клуб «Город книг» как средство формирования читательской грамотности. *Дидактика сетевого урока*: Междунар. онлайн-конф. (Минск, 17–18 ноября 2016 г.) Минск: БГПУ, 2016. С. 127–129. [Voronina L. A. Virtual book club "City of Books" as a tool of formation of reader's literacy. *The didactics of the online lesson*: Proc. Intern. Online Conf., Minsk, 17–18 Nov 2016. Minsk: BSPU, 2016, 127–129. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/wswvru>

## Заключение

Вопрос изучения развития EQ через онлайн-читательский клуб – это пример того, как классическая гуманитарная практика (медленное, вдумчивое чтение) находит новую жизнь и неожиданный потенциал в цифровой среде. Онлайн-читательский клуб представляет собой не только значимый культурный феномен, который утвердился как новая модель цифровой читательской практики, но и доказал свою состоятельность, зарекомендовав себя как полноценный обучающий ресурс, в котором заложен большой, но не гарантированный потенциал. ОЧК сам по себе не развивает EQ, он создает для этого уникальные условия-вызовы, включающие вызов отстраненности – умение быть эмпатичным, не видя глаз собеседника (актуальный навык будущего); вызов многозадачности – умение удерживать фокус на тексте, своей эмоции и высказываниях других; вызов языка – умение переводить смутные ощущения в точный нарратив, доступный Другому.

Благодаря вариативности форматов, онлайн-читательский клуб легко подстроить под конкретные учебные цели. Наиболее перспективным представляется гибридный формат с элементами игротехники и проектной работы. Именно такой системный подход, где встреча с искусством слова становится поводом для сложной психологической и коммуникативной работы, превращает читательский клуб в мощный инструмент формирования эмоционально зрелой, рефлексивной и устойчивой личности студента.

**Конфликт интересов:** Автор заявил об отсутствии потенциальных конфликтов интересов в отношении исследования, авторства и / или публикации данной статьи.

**Conflict of interests:** The author declared no potential conflict of interests regarding the research, authorship, and / or publication of this article.

- Гильфанова И. С. Изучение эмоционального интеллекта: понятие «эмоциональный интеллект» в отечественной и зарубежной психологии. *Концепции, теория и методика фундаментальных и прикладных научных исследований*: Междунар. науч.-практ. конф. (Воронеж, 10 января 2024 г.) Уфа: Аэтерна, 2024. С. 151–155. [Gilfanova I. S. The study of emotional intelligence: The concept of "emotional intelligence" in Russian and foreign psychology. *Concepts, theory and methodology of fundamental and applied scientific research*: Proc. Intern. Sci.-Prac. Conf., Voronezh, 10 Jan 2024. Ufa: Aeterna, 2024, 151–155. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/mmpnif>
- Голев Н. Д. Электронная переписка как стратегия и тактика обучения иностранным языкам (лингводидактический проект). *Язык и культура*. 2015. № 2. С. 105–116. [Golev N. D. E-mail correspondence as strategy and tactics of teaching foreign languages (linguodidactic project). *Language and Culture*, 2015, (2): 105–116. (In Russ.)] <https://doi.org/10.17223/19996195/30/12>
- Дускаева Л. Р., Иванова Л. Ю. Лингвокреативность в создании паратекста телеграм-канала. *Вестник Санкт-Петербургского университета. Язык и литература*. 2023. Т. 20. № 1. С. 40–60. [Duskaeva L. R., Ivanova L. Yu. Linguocreativity in composing a Telegram channel paratext. *Vestnik of Saint Petersburg University. Language and Literature*, 2023, 20(1): 40–60. (In Russ.)] <https://doi.org/10.21638/spbu09.2023.103>
- Ефремов В. А. Луркояз как хейтерский язык. *Сетевая коммуникация: новые форматы для науки, образования и продвигающих коммуникаций*: Междунар. науч. форум. (Санкт-Петербург, 27–28 ноября 2020 г.) СПб.: СПбПУ, 2020. С. 58–60. [Efremov V. A. Lurkoyaz as a hater language. *Network communication: New formats for science, education, and promotional communications*: Proc. Intern. Sci. Forum, St. Petersburg, 27–28 Nov 2020. St. Petersburg: SPbPU, 2020, 58–60. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/wifhzc>
- Зорина Е. М. Методика использования читательского книжного клуба как инструмента развития правовой культуры студента. *Современное педагогическое образование*. 2025. № 8. С. 184–191. [Zorina E. M. The methodology of using the reader's book club as a tool for developing the student's legal culture. *Sovremennoe pedagogicheskoe obrazovanie*, 2025, (8): 184–191. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/rgwjlp>
- Иванова М. В., Клушина Н. И., Смирнова Н. В. Лингвокреативность современного интернет-пространства (на материале Рунета). *Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского*. 2024. № 5. С. 216–222. [Ivanova M. V., Klushina N. I., Smirnova N. V. Linguocreativity of modern Internet space (on Runet). *Vestnik of Lobachevsky University of Nizhni Novgorod*, 2024, (5): 216–222. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/whygwr>
- Клушина Н. И. Тенденции развития лексики русского языка в коммуникативном пространстве Интернета. *Terra Linguistica*. 2023. Т. 14. № 3. С. 52–60. [Klushina N. I. Trends in development of Russian language lexicon in Internet communicative space. *Terra Linguistica*, 2023, 14(3): 52–60. (In Russ.)] <https://doi.org/10.18721/JHSS.14305>
- Куличенко Ю. Н., Королевская Е. М. Развитие эмоционального интеллекта студентов-психологов при обучении иностранному языку. *Artium Magister*. 2022. Т. 22. № 2. С. 39–44. [Kulichenko Yu. N., Korolevskaya E. M. The development of emotional intelligence of psychology students while teaching a foreign language. *Artium Magister*, 2022, 22(2): 39–44. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/nhlpmmm>
- Лингвокреативность в дискурсах разных типов: пределы и возможности, отв. ред. И. В. Зыкова. М.: Р.Валент, 2021. 564 с. [*Linguistic creativity in different types of discourses: Limits and possibilities*, ed. Zyкова I. V. Moscow: R.Valent, 2021, 564. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/tjgjzq>
- Ольденбург Р. Третье место: кафе, кофейни, книжные магазины, бары, салоны красоты и другие места «тусовок» как фундамент сообщества. М.: Новое литературное обозрение, 2014. 456 с. [Oldenburg R. *The great good place: Cafes, coffee shops, bookstores, bars, hair salons, and other hangouts at the heart of a community*. Moscow: Novoe literaturnoe obozrenie, 2014. 456. (In Russ.)]
- Рагимханова Л. К., Гасанова Ш. С., Алибулатова Н. Э. Роль дисциплины «Иностранный язык» в процессе развития у студентов педагогических вузов эмоционального интеллекта. *Мир науки, культуры, образования*. 2025. № 1. С. 292–295. [Ragimkhanova L. K., Gasanova Sh. S., Alibulatova N. E. The role of the discipline "foreign language" in development of emotional intelligence in students of pedagogical universities. *The world of science, culture and education*, 2025, (1): 292–295. (In Russ.)] <https://doi.org/10.24412/1991-5497-2025-1110-292-295>
- Романова Л. Л. Развитие эмоционального интеллекта у студентов вуза. *Вестник Амурского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки*. 2025. № 110. С. 82–85. [Romanova L. L. Development of emotional

- intelligence in university students. *Vestnik Amurskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Gumanitarnye nauki*, 2025, (110): 82–85. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/buldhc>
- Седых Д. В. От эмоции к творчеству: лингводидактические механизмы стимуляции эмоционально-творческого развития студентов в процессе обучения иностранным языкам. *Профессиональное образование в России и за рубежом*. 2025. № 2. С. 112–120. [Sedykh D. V. From emotion to creative motion: Linguodidactic mechanisms for stimulating the students emotional and creative development in teaching foreign languages. *Professional Education in Russia and Abroad*, 2025, (2): 112–120. (In Russ.)] [https://doi.org/10.54509/22203036\\_2025\\_2\\_112](https://doi.org/10.54509/22203036_2025_2_112)
- Юрасов И. А., Юрасова О. Н. Развитие профессиональных компетенций студентов языковых вузов. *XXI век: итоги прошлого и проблемы настоящего плюс*. 2014. Т. 2. № 2. С. 88–92. [Yurasov I. A., Yurasova O. N. Development of professional competences of students of language higher education institutions. *XXI vek: itogi proshlogo i problemy nastoyashchego plus*, 2014, 2(2): 88–92. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/scjkel>
- Goleman D. *Emotional intelligence: Why it can matter more than IQ*. New York: Bantam Books, 2005, 352.
- Keen S. *Empathy and the Novel*. Oxford: Oxford University, 2007, 242.
- Kidd D. C., Castano E. Reading literary fiction improves theory of mind. *Science*, 2013, 342(6156): 377–380. <https://doi.org/10.1126/science.1239918>
- Mayer J. D., Salovey P. What is emotional intelligence? *Emotional intelligence: Key readings on the Mayer and Salovey model*, eds. Salovey P., Brackett M. A., Mayer J. D. Port Chester, New York: Dude Publishing, 2004, 29–59.
- Petrides K. V., Furnham A., Mavroveli S. Trait emotional intelligence: Moving forward in the field of EI. *The Science of Emotional Intelligence: Knowns and Unknowns*, eds. Matthews G., Zeidner M., Roberts R. D. New York: Oxford University, 2007, chapt. 6, 151–166. <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780195181890.003.0006>
- Wolf M. *Reader, come home: The reading brain in a digital world*. New York: Harper, 2018, 288.

оригинальная статья

eLibrary EDN: CJZPVL

## Эволюция интервью как сетевого диалогического медиаформата

**Соломин Валентин Евгеньевич**

Кемеровский государственный университет, Россия, Кемерово

eLibrary Author SPIN: 7057-1424

<https://orcid.org/0000-0001-5631-2394>

[solominve@yandex.ru](mailto:solominve@yandex.ru)

**Пикулина Анастасия Михайловна**

Кемеровский государственный университет, Россия, Кемерово

**Аннотация:** Цель – выявить особенности эволюции интервью как сетевого диалогического медиаформата. На примере канала «Осторожно: Собчак» на платформе YouTube анализируются ключевые этапы трансформации жанра интервью с 2018 по 2024 г. Актуальность исследования обусловлена стремительным ростом популярности сетевых интервью, которые благодаря своей гибкости и мультимедийности стали одним из ведущих форматов видеоблогинга в русскоязычном сегменте. В работе проводится различие между понятиями *жанр* и *формат*, где жанр определяется устойчивыми содержательными и композиционными признаками, а формат – динамичным способом репрезентации контента, адаптирующимся под задачи коммуникации и особенности платформы. Исследование базируется на контент-анализе 85 выпусков интервью, охватывающих различные тематические и хронологические периоды: становление жанра (2018–2019 гг.), его расцвет (2020–2021 гг.) и адаптация к «новой реальности» (2022–2024 гг.). Выделены формообразующие элементы: насыщенный видеоряд с яркими цитатами, закадровые съемки, использование нескольких локаций, игровые рекламные интеграции, а также структурные особенности (приветствие, рассказ о герое). Доказано, что на начальном этапе интервью тяготело к телевизионным стандартам, отличаясь сдержанностью и ограниченным хронометражем. В период расцвета формат стал перенасыщаться мультимедийными элементами, частой сменой локаций и высокотехнологичной рекламой. В последние годы наблюдается переход к более сдержанному, акцентному использованию формообразующих приемов, где редакторский контроль и авторский стиль становятся определяющими. Практическая значимость работы заключается в выявлении специфики редакторской работы и технологий подготовки интервью как сложного медиапродукта, что позволяет прогнозировать дальнейшие тенденции развития диалогических форматов в цифровой среде.

**Ключевые слова:** интервью, диалогический медиаформат, сетевое интервью, мультимедийность, жанр, формат, трансформация медиа

**Цитирование:** Соломин В. Е., Пикулина А. М. Эволюция интервью как сетевого диалогического медиаформата. *Виртуальная коммуникация и социальные сети*. 2026. Т. 5. № 3. С. 303–314. <https://doi.org/10.21603/vcsn-2026-5-3-303-314>

Поступила в редакцию 21.06.2026. Принята после рецензирования 14.07.2026. Принята в печать 20.07.2026.

original article

## Evolution of the Interview as a Online Dialogical Media Format

Valentin E. Solomin

Kemerovo State University, Russia, Kemerovo

eLibrary Author SPIN: 7057-1424

<https://orcid.org/0000-0001-5631-2394>

[solominve@yandex.ru](mailto:solominve@yandex.ru)

Anastasia M. Pikulina

Kemerovo State University, Russia, Kemerovo

**Abstract:** The interview is a online dialogic media format that evolves by adjusting to the modern media environment. Today, online interviews are a leading format for video blogging in the Russian-speaking segment due to their flexibility and multimedia capabilities. Focusing on the *Ostorozhno: Sobchak* YouTube channel, the author analyzes the key stages of the interview between 2018 and 2024 as a genre and a format. The genre exhibits stable content and compositional features, while the format represents a dynamic presentation of content that adapts to communication tasks and platform features. The study covered 85 interviews on a wide variety of topics, tracing the genre of online interview from its emergence (2018–2019) to its peak (2020–2021) and adaptation to the "new reality" (2022–2024). The format depends on the following elements: a robust video sequence with vivid quotes, voice-overs, multiple locations, gamified advertising integrations, and mandatory structural features (greeting, the interviewee's story, etc.). Initially, the online interview was restrained and short, influenced by television standards. During its heyday, it became oversaturated with multimedia elements, frequent location shifts, and high-tech advertising. Today, it is shifting toward a more restrained and focused use of formative techniques, characterized by strict editorial control and a distinct authorial style. Editorial work and modern interview technologies transform the online interview into a complex media product, making it possible to predict future trends in dialogue formats within the digital environment.

**Keywords:** interview, dialogical media format, online interview, multimedia, genre, format, media transformation

**Citation:** Solomin V. E., Pikulina A. M. Evolution of the Interview as a Online Dialogical Media Format. *Virtual Communication and Social Networks*, 2026, 5(3): 303–314. (In Russ.) <https://doi.org/10.21603/vcsn-2026-5-3-303-314>

Received 21 Jun 2026. Accepted after review 14 Jul 2026. Accepted for publication 20 Jul 2026.

### Введение

Медиаформаты активно развиваются и адаптируются под новые способы распространения. Они характеризуются множеством уникальных признаков, что делает их список открытым и постоянно обновляемым. Медиаформаты объединяют в себе видео, звук, текст и графику, что делает их мультимедийными; и их можно встретить на разнообразных платформах, включая социальные сети, видеохостинги, блоги и мессенджеры.

Формат диалога служит потребностям непосредственного живого общения. Диалогическая речь – естественная форма речи, она возникает при общении двух или нескольких собеседников и состоит в основном в обмене репликами. Отличительными чертами диалога считаются эмоциональный контакт говорящих, их воздействие друг на друга мимикой, жестами, интонацией и тембром голоса, а также

ситуативность, т.е. предмет или тема обсуждения существуют в совместной деятельности или непосредственно воспринимаются.

В случае медиаформата диалогическая речь в наибольшей мере представлена в форматах интервью, ток-шоу, уличных опросах, подкастах, интерактивных текстах, допускающих комментарии читателей, викторинах и др. Таким образом, диалогическим медиаформатом предлагаем считать медиаконтент, в основе которого общение двух или более людей в форме диалога [Голев, Ким 2023].

В центре нашего исследования находится интервью как сетевой диалогический медиаформат. Актуальность работы заключается в том, что с февраля 2017 г. формат интервью получил новый виток развития (в силу своей гибкости и универсальности, но при этом узнаваемости зрителем), особенно

в русскоязычном сегменте видеохостинга YouTube. С этого момента количество выпускаемого контента в формате интервью дошло до невероятных значений, аудитории проектов растут, что позволяет сделать вывод о появлении так называемого российского сегмента видеоблогинга. При этом русскоязычный сегмент YouTube стал лишь стартовой площадкой, сегодня проекты в формате интервью успешно развиваются на таких платформах, как Rutube и VK Видео.

Стремление найти свою нишу и увеличить просмотры вместе с аудиторией приводит к трансформации интервью как диалогического медиаформата: оно становится экспериментальным и значительно отличается от привычного телевизионного интервью. Нам удалось проследить, как из формата разговора на определенную тему интервью превратилось в дорогой, визуально насыщенный продукт, подготовленный командой профессионалов, а интервьюер стал самостоятельной медийной персоной.

Цель исследования – выявить особенности эволюции интервью как сетевого диалогического медиаформата. Задачи:

- 1) изучить особенности медиаформата, разграничить понятия *формат* и *жанр*;
- 2) определить свойства интервью как вида сетевого диалогического медиаформата;
- 3) выявить признаки эволюции данного формата в русскоязычном сегменте видеохостинга YouTube.

Новизна исследования актуализирует отсутствие достаточной теоретической базы по изучению особенностей поэтапного развития сетевого медиаформата интервью. Также остаются неизученными формообразующие элементы интервью и их наличие в разные периоды времени с точки зрения использования: видеоряд с яркими отрывками интервью, закадровые съемки подготовки к записи и закадровый разговор интервьюера и гостя выпуска, упаковка продукта, хронометраж, использование мультимедийных элементов при монтаже выпуска, особенности рекламной интеграции. Для медиасферы это имеет особое значение, поскольку традиционная теория жанров журналистики рассматривает интервью преимущественно как вербальный обмен вопросами и ответами. Исследование форматаобразующих элементов разрушает эту парадигму. Внедрение видеоряда с яркими фрагментами, закадровых съемок, частных разговоров ведущего и гостя превращает жанр из чисто коммуникативного акта в мультимедийный формат.

В таких условиях журналист (автор) становится архитектором сложного аудиовизуального опыта, а не просто модератором беседы.

### Подходы к пониманию жанра и формата в современной журналистике

При рассмотрении категорий жанра и формата мы столкнулись с их тесной взаимосвязью, которая помогает описать многие аспекты журналистской работы. Жанр задает направление, стиль, структуру и содержание журналистского материала, являясь своеобразным типом или категорией текста с уникальными особенностями и правилами изложения. К примеру, жанровые разновидности в журналистике включают в себя заметки, репортажи, аналитические статьи, обзоры и пр. Формат же определяет, как именно будет представлена информация в журналистском материале, выбирая наиболее подходящий способ ее подачи.

Функциональный набор элементов, входящих в состав формата, может включать музыку, звуковые спецэффекты, видеоролики, графические изображения и пр. Такой набор инструментов применяется для формирования уникальной атмосферы и создания особого впечатления. К примеру, информационные материалы, интервью и аналитические обзоры могут быть представлены в формате текста, аудиозаписей или видеороликов. С прогрессом цифровых технологий и распространением социальных сетей на сцену выходят инновационные форматы, такие как видеоблоги, подкасты, интерактивные диаграммы и пр., которые (хотя и не являются самостоятельными жанрами) функционально и структурно пересекаются с ними.

Понятие жанра (фр. *genre* – род, вид) остается неизменным: это устойчивые типы произведений, объединенных тематикой, стилем и композицией. «Содержание термина "формат" (лат. *forma* – форма), напротив, до сих пор достаточно размыто, несмотря на его активное использование в профессиональном лексиконе» [Онуприенко 2022: 464]. В целом под ним понимают способ организации контента.

«С разными подходами к проблеме соотношения понятий "формат" и "жанр" в науке и практической деятельности связаны четыре направления. Представители классической школы придерживаются теории жанров, считая дискуссию о форматах непродуктивной и псевдонаучной [Качкаева 2010]. Контент-менеджеры столь же категоричны: жанр архаичен и статичен, что делает его непригодным для современного конвейерного производства.

Третья сторона подвергает сомнению существование устойчивых жанров в журналистской практике, говоря об их гибридизации [Онуприенко 2022: 465]. Например, Л. П. Шестёркиной и М. Н. Булаевой разработана система интернет-жанров, основанных на тексте, изображении, видео или аудио [Шестёркина, Булаева 2015].

Характерные особенности онлайн-публикаций – мультимедийность, гипертекстуальность и интерактивность – представляют собой новые жанрообразующие признаки. А. Ю. Суворова считает жанры журналистики «пластичными» и «условными» и делит их на традиционные (репортаж, интервью) и новые (лонгрид и другие продукты мультимедийной журналистики) [Суворова 2017].

Наконец, четвертая группа исследователей признает самостоятельность понятий *жанр* и *формат* и стремится к их дифференциации и «примирению». Так, Г. В. Лазутина отмечает, что формат выступает не только как способ организации контента, но и как инструмент развития всей системы массовой коммуникации, и подчеркивает необходимость дальнейших научных исследований, которые позволят получить репрезентативный массив суждений о проблеме и прийти к выводу, который может быть принят в качестве конвенции [Лазутина 2010]. Данный подход представляется нам наиболее продуктивным. По мнению Н. В. Куницыной, медиаформат – это стилевой облик медиапродукта [Куницына 2013]. При этом речь идет о новой технологии медийной деятельности, которая добавляет новаций в уже хорошо известную схему функционирования медиа [Пастухов 2015].

Итак, формат представляет собой элементы, которые возникают в зависимости от ситуации и постоянно преобразуются, в то время как жанр определяется как постоянное сочетание формальных и содержательных характеристик произведения. Под форматом подразумевается «способ репрезентации жанра на различных каналах, для определенных целей и для реализации конкретных коммуникативных стратегий» [Онуприенко 2022: 471]. Жанровая структура устойчива и обладает определенной формальностью, в то время как формат отличается динамичностью и адаптивностью. Жанр формируется на базе развития характерных для него черт, а формат – на базе методов представления информации. «Формат – это внешняя форма представления контента, тогда как жанр – вид, группа произведений, имеющая устойчивое, постоянное единство признаков» [Там же: 469].

Наша точка зрения заключается в том, что процессы сокращения жанров до форматов и даже их слияние являются отражением стремления современных медиа найти наиболее эффективные методы общения с потребителями информации. Основная цель всех производителей массовой информации – это максимальное повышение эффективности в практическом аспекте. К тому же новые медиа, которые функционируют исключительно в рамках форматов, часто играют даже более важную роль, чем традиционные средства массовой информации (СМИ).

### Интервью как сетевой медиаформат

Прогресс в области медиаиндустрии, особенно с расцветом видеоплатформ и социальных сетей, которые дают возможности для публикации видео, а также желание авторов получать доход от своих материалов оказали значительное воздействие на форматы материалов СМИ. Особенно заметные изменения коснулись формата интервью [Демидова 2025; Ерицяна 2021; Лаптиева 2024; Садыкова, Шигабетдинова 2023], который до этого часто классифицировали как информационный. Монетизация видеоконтента перевела в центр общественного внимания авторские проекты многих профессиональных журналистов-интервьюеров.

Обратимся к семантике слова *интервью* (*interview*): оно состоит из префикса *inter*, который в переводе с английского языка означает взаимодействие, взаимонаправленность, и слова *view*, одно из значений которого – взгляд, мнение. Следовательно, интервью – обмен взглядами, фактами, сведениями. Это беседа журналиста с общественным деятелем по злободневным вопросам, имеющим общественный интерес.

Интервью на протяжении долгого времени остается одним из наиболее востребованных жанров журналистики. Ключевая особенность интервью заключается в организации самого процесса диалога и, как следствие, в способе получения информации. Так, С. Н. Ильченко определяет интервью как «акт коммуникации, предполагающий диалогическое общение журналиста с респондентом (*прим. авторов* – интервьюируемым) в ситуации последовательного чередования вопросов и ответов с целью получения информации, мнений и суждений, представляющих общественный интерес» [Ильченко 2016: 16]. Данное определение позволяет нам рассматривать интервью как сложную систему речевого взаимодействия и как перспективный сетевой медиаформат, получивший

развитие на цифровых платформах, не являющихся СМИ, поскольку, по мнению А. В. Колесниченко, в сетевых СМИ мультимедийный формат интервью представлен крайне слабо, его доля составляет менее 1 % от общего количества мультимедийных публикаций [Колесниченко 2023].

Вопросами эволюции и трансформации формата или в классическом представлении жанра интервью занимались разные исследователи [Ганюта 2024; Магомедова, Нурбагандова 2025], нас в большей степени интересует понимание сетевого медиаформата.

С развитием цифровых платформ существенно изменились принципы организации интервью. Их появление в сетевом формате привело к трансформации традиционных моделей коммуникации между журналистом, героем и аудиторией. На интернет-платформе появились новые условия для интервью, где нет редакционных ограничений и эфирных рамок.

А. Е. Дятлова и С. Н. Ильченко отмечают, что развитие интернет-коммуникации привело к активной трансформации диалогических форматов. По мнению исследователей, онлайн-среда предоставила участникам коммуникации «большую свободу выражения» [Дятлова, Ильченко 2023: 992], а также обеспечила возможностью быстрого и интерактивного обмена информацией. Кроме того, ученые отмечают, что теперь в интернет-диалогах участники могут «выражать свои эмоции и чувства более ярко и динамично» [Там же]. Отметим, что данная черта особенно заметна на платформе YouTube, где эмоциональная насыщенность является одним из главных способов привлечения внимания зрителей и их удержания в сформированной доверительной атмосфере.

Интервью на платформе YouTube отличается большей свободой в построении беседы. Журналист самостоятельно определяет ее продолжительность, композицию, эмоциональную тональность и другие важные аспекты интервью. В результате этого меняется и сама стратегия интервьюирования. Если раньше журналист сохранял нейтральную позицию профессионального посредника, то сейчас интервьюер становится активным участником общения.

В цифровой среде существенно меняется и характер коммуникации; ориентация прежде всего идет на создание естественного и доверительного разговора. Аудитория цифровых платформ ожидает открытости, эмоциональности и ощущения живого диалога. В цифровой среде интервьюер стремится создать атмосферу доверительного разговора,

который приближен к повседневной коммуникации. В таких интервью, как правило, используется обратная связь самого журналиста, его реакция и элементы спонтанного общения. Сегодня в цифровой среде интервью выглядит как искренний диалог, а не официальный медиапродукт.

Важную роль в онлайн-интервью играет личность ведущего. Журналист помимо грамотной организации интервью должен поддерживать динамику разговора, создавать комфортную атмосферу и удерживать внимание аудитории. Особенно ярко это проявляется в авторских YouTube-проектах, где стиль общения журналиста становится частью медиапродукта и влияет на восприятие интервью зрителями.

Как отмечают Л. Г. Антонова и Ю. А. Башловкина, в сетевом интервью удачно соединены возможности популярного классического интервью-беседы и видеотрансляции, что позволяет детально воспроизвести и сохранить все нюансы вербального и невербального диалога и добиться так востребованного сегодня в интернет-коммуникации «эффекта присутствия» [Антонова, Башловкина 2018].

В. Д. Миронов связывает популярность сетевых интервью с внушительной аудиторией, отсутствием ограничений в жанрах, форматах, способах выражения себя и своих мыслей [Миронов 2020].

Н. В. Яблоновская и коллеги, говоря об особенностях и популярности сетевого интервью, указывают на то, что мы имеем дело не с тем же самым традиционным жанром, а новым продуктом специфической среды, культуры и формы коммуникации, который отличает новый тип взаимоотношений между интервьюером и собеседником, большая свобода в выборе тем и формата общения, ориентация на эмоциональный отклик, неофициальность, человекоориентированность, наличие целого ряда технологических инноваций, направленных на установление обратной связи с аудиторией [Яблоновская и др. 2020].

Все исследователи сетевого формата интервью сходятся во мнении, что YouTube как площадка дает возможность для экспериментов, «поэтому тут появляются проекты..., которые не могли бы появиться на телевидении» [Бейненсон 2022: 66].

Особенности же трансформации формата заключаются, по мнению М. А. Магомедовой и Л. А. Нурбагандовой, в «интерактивности, простоте подачи информации, неформальном общении между ведущим и интервьюируемым, а также в "остроте" тем, никак не перекликающихся друг с другом» [Магомедова, Нурбагандова 2025: 61].

Трансформация интервью выражается в появлении новых форматов и стилей ведения интервью, адаптации под различные платформы, использовании интерактивных элементов. При этом сохраняются фундаментальные принципы качественного интервью [Турчанинова 2025].

Главные черты исследуемого формата – гибкость и адаптивность, способность развиваться в соответствии с требованиями времени и новыми технологическими возможностями. Сегодня благодаря интервью потребитель имеет возможность получить информацию «из первых рук», несмотря на наличие в нем некоторой доли субъективизма [Там же]. В данном случае субъективизм заключается в том, что, когда журналист оформляет полученную информацию в виде интервью и переносит на бумагу то, что сказал его собеседник, он пропускает эту информацию через себя, имея возможность отредактировать ее и изменить последовательность вопросов и ответов. Однако эта черта присуща в большей степени интервью в печатных СМИ, когда потребитель информации читает то, что слышал журналист, но в меньшей – радио и телевизионному интервью, а также интервью в видеоблогах, где тот же потребитель информации получает возможность слышать и видеть самостоятельно.

В формате диалога зритель не просто наблюдает и слышит то же, что и ведущий, но и принимает информацию непосредственно от источника, минуя интерпретацию журналиста. В такой ситуации, даже не участвуя в самом интервью, зритель становится его неотъемлемой частью, поскольку он сам фильтрует полученные данные через свой жизненный опыт, убеждения и понимание мира.

Однако именно формообразующие элементы диалогического медиаформата интервью показывают обратное. Со временем интервью перестает быть «чистым», записанный разговор авторы насыщают разного рода мультимедийными элементами, что может сказаться на чистоте восприятия беседы зрителем.

Сетевые интервью обрели невероятную популярность, став одним из самых востребованных видов контента. Видеоролики с интервью от профессиональных журналистов привлекают все больше зрителей, что вызывает интерес к причинам их успеха. Обычно популярность какого-либо тренда связана с его уникальными и запоминающимися чертами.

Интервью можно рассматривать как отдельный медиаформат или как метод сбора информации,

но мы акцентируем внимание на его диалоговой природе. Определение уникальных черт интервью в онлайн-пространстве критически важно для понимания особенностей этого формата.

Интервью как диалогический медиаформат остается одним из ведущих в современном медиапространстве и активно изучается. Однако, как и вся система российских медиа, этот формат претерпевает глубокие изменения, обусловленные появлением новых информационных каналов.

Сетевые интервью, размещенные на видеохостингах, существенно отличаются от традиционных телевизионных как по форме, так и по содержанию. Они превращаются из обычного диалога между журналистом и собеседником в насыщенный мультимедийный продукт.

## Методы и материалы

Материалом исследования являются интервью, вышедшие на канале «Осторожно: Собчак» на платформе YouTube. Выбор канала и опубликованных интервью связан с уже закрепившейся известностью интервьюера для массовой аудитории. Выборка выпусков осуществлялась по нескольким критериям. Во-первых, для анализа отобраны выпуски, которые являются одними из самых просматриваемых за все время существования канала, во-вторых, проанализированы тематические выпуски интервью (история, наука, красота, литература, музыка, кинематограф). Кроме того, нас интересовали выпуски, опубликованные в трех временных промежутках времени:

- 1) 2018–2019 гг. (начало популярности медиаформата интервью на платформе YouTube);
- 2) 2020–2021 гг. (расцвет формата);
- 3) 2022–2024 гг. (время «новой реальности», которое пришло с началом проведения специальной военной операции).

Всего проанализировано 85 интервью.

Такой подход позволил нам проследить эволюцию интервью как диалогического медиаформата. При этом в рамках исследования нас интересовал хронометраж выпуска, место съемки беседы, структура выпуска, особенности монтажа, методы вовлечения аудитории, инструменты рекламной интеграции.

Для проведения исследования мы обратились к систематическому изучению материалов в формате интервью (анализ контента) с целью выявления форматных особенностей, а также использовали общелогические (анализ, синтез, индукция, аналогия) и общенаучные (обобщение, описание и сравнение) методы исследования.

## Результаты

На платформу русскоязычного сегмента видеохостинга YouTube Ксения Собчак пришла значительно позже своих коллег. К январю 2019 г. среда платформы уже стала достаточно конкурентной, в таких условиях у канала «Осторожно: Собчак» совершенно не было времени на поиск каких-либо новшеств, которые позволили бы сделать выпуски более насыщенными, интересными и конкурентноспособными. Автор канала начала действовать с самого первого выпуска, применять абсолютно все составляющие «смотрибельного интервью» и постепенно видоизменять формат и подстраивать его под авторский стиль.

Канал «Осторожно: Собчак» с самого начала объединил все форматообразующие находки, которые уже были на тот момент на медиарынке: использование графических элементов, закадровых съемок и диалогов, видеоряд с лучшими моментами интервью в начале выпуска, привлечение экспертов для большего раскрытия темы либо знакомых интервьюируемого, включение игровых элементов, большое количество мест съемок и многое др.

Обратимся к наиболее ярким особенностям и приемам, выявленным при анализе контента канала «Осторожно: Собчак».

Важная особенность, на которую стоит обратить внимание, заключается в том, что автор канала записывает подводку, в которой сама рассказывает о госте, о выборе места съемок или об инфоповоде, который послужил причиной записи данного интервью, также используется нарезка с отрывками интервью в начале выпусков. Подобные признаки представлены в интервью с режиссером Квентином Тарантино<sup>1</sup>, с актерами Александром Петровым<sup>2</sup> и Милошем Биковичем<sup>3</sup>.

Предполагаем, что именно такой подход к работе перенасыщает первые выпуски сменой мест и активностей, возникает ощущение нехватки

самого разговора с гостем, которому не предоставили достаточного количества времени в одной из локаций, чтобы по-настоящему настроиться для открытого разговора.

Видеоряд с самыми яркими моментами интервью в самом начале выпуска не является отдельным элементом, он синтезирован с графическими элементами и переплетен с видеорядом закадровых съемок. Так, в первые 2 минуты выпуска зрители наблюдают сразу три формообразующих элемента, оформленных в один: яркие отрывки интервью с дублированием на экране цитат в виде графики, смонтированные с закадровыми съемками, которые производят впечатление «подглядывания» за героями. Особенно ярко данные признаки проявляются в интервью с телеведущей Мариной Мурашкиной<sup>4</sup> и с блогером Мариной Нигай<sup>5</sup>.

Выбор локации всегда характеризует интервьюируемого – это его дом, квартира с личными вещами, на которые тоже обращает внимание журналист. Плюсом являются места, тесно связанные с героем, обязательны съемки в автомобиле, поезде или самолете, если до этого места необходимо добраться. Выбор только одной локации становится инструментом характеристики гостя как закрытого человека.

Подавляющее большинство интервью Ксении Собчак записаны в разных локациях, это можно заметить начиная с первого выпуска – разговор с футболистом Фёдором Смоловым записан в студии, на стадионе в момент тренировки, в раздевалке, машине, в локациях тренировочной базы<sup>6</sup>. Интервью с журналистом Леонидом Парфеновым<sup>7</sup> записано в самолете, а также на улицах Санкт-Петербурга и в автомобиле.

Вставка дополнительных комментариев знакомых героя выпуска интервью либо экспертов – еще один инструмент, который применим в интервью канала «Осторожно: Собчак». Это позволяет дополнительно

<sup>1</sup> Тарантино и Собчак: о сексе в Голливуде, Мединском в Кремле и выборах в Мосгордуму. *YouTube*. 11.09.2019. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=oRkbbwZP1Iw> (дата обращения: 12.12.2025).

<sup>2</sup> Саша Петров – как отказал Серебренникову, ревновал к Козловскому и полюбил Бастрыкина. *YouTube*. 24.10.2019. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=skIQIN6NqJs> (дата обращения: 12.12.2025).

<sup>3</sup> Милош Бикович: о русском мире, сексе и Михалкове. *YouTube*. 18.03.2020. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=2ETLOU-RdHw> (дата обращения: 12.12.2025).

<sup>4</sup> Карина Мурашкина: новая звезда русского мира. *YouTube*. 04.03.2024. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=Mb2JKi2TrNo> (дата обращения: 22.12.2025).

<sup>5</sup> Карина Нигай: от фитнес-инструктора до главного модного блогера. *YouTube*. 18.12.2023. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=rX0iSVgURaE> (дата обращения: 22.12.2025).

<sup>6</sup> Смолов, Осторожно, Собчак | Первое интервью после того пенальти. *YouTube*. 28.01.2019. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=5KSJLLcBAew> (дата обращения: 22.12.2025).

<sup>7</sup> Ютуб для взрослых. Блоггер Леонид Парфенов в «Осторожно, Собчак». *YouTube*. 10.04.2019. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=QuWlcqkRXlg> (дата обращения: 22.12.2025).

увеличить хронометраж выпуска, а также сделать разнообразным разговор с главным героем.

В интервью с певицей Алсу<sup>8</sup> Ксения Собчак вместе с героиней отправились в Уфу, а затем в деревню Уяндык (место рождения отца Алсу). Выпуск украшен народными татарскими танцами, выступлением народных ансамблей. Разговор записан с момента поездки из Уфы в деревню Уяндык – в автомобиле, в студии и во время прогулки по окрестностям. Интервью с Анастасией Волочковой<sup>9</sup> записано в доме балерины: в процессе общения ведущая смогла побыть в каждой комнате дома, посмотреть и обсудить гардероб, а также сходить в баню с героиней.

Можно отметить, что одна локация в интервью встречается очень редко. Например, интервью с Кареном Шахназаровым<sup>10</sup> записано только в одном месте – в рабочем кабинете режиссера. Даже электронные часы на стене говорят о том, что сам разговор продлился именно столько же, сколько и сам выпуск – 1 час 45 минут (хронометра) и 2 часа записи. Это значит, что в выпуске при монтаже было минимальное количество склеек и практически весь рабочий материал вошел в итоговую версию интервью.

Использование игровой рекламы (игровых видеороликов) – одна из находок канала и особенностей, влияющих на формат интервью. Главную роль в рекламном кино – а рекламная интеграция в данном формате у Ксении Собчак действительно напоминает фильм – всегда играет автор, также привлечены актерские составы и профессиональные сценаристы. Например, в выпуске с Леонидом Парфеновым Ксения Собчак и якобы ее водитель рекламируют автомобильную марку Audi, а также компанию, занимающуюся бесконтактной мойкой автомобилей.

Однако со временем такой рекламы становится значительно меньше, это может быть связано с тем, что рекламодатели стали отдавать предпочтение рекламе в форме презентации – объективно это значительно дешевле в производстве.

Другая форматная особенность интервью на канале «Осторожно: Собчак» – игровые элементы,

они использовались с самого начала работы канала. Например, «Суперигра» и «Правда или действие» являлись формообразующими для канала и использовались в конце каждого выпуска.

С блогером и телеведущей Идой Галич<sup>11</sup> Ксения Собчак играет в «Правду или действие». Такая игра это не только возможность задать резкий провокационный вопрос гостю, но и увидеть, насколько некомфортно интервьюируемому на него отвечать (в случае отказа герой должен выполнить действие, весьма нежелательное для него).

Со временем от этих элементов автор канала отказалась и прибегает к ним в исключительных случаях. Такие провокационные вставки порой были необходимы и находились именно в конце выпуска, т. к. они демонстрируют, насколько откровенен герой во время интервью. Зачастую в такие игры выносятся именно те вопросы, на которые интервьюируемый не мог дать конкретного и четкого ответа во время записи.

Другая особенность канала – интервью с большим количеством гостей. В центре разговора – провокационная, неоднозначная и острая тема, которая разделяла участников встречи на две противоположные группы. Споры и столкновение взглядов порой перерастают в переход на личности и даже оскорбления.

«Высший свет против девушек в купальниках»<sup>12</sup> – интервью, набравшее 5,3 млн просмотров. Ксения Собчак в этом выпуске столкнула лбами представительниц «тяжелого люкса» (Снежанну Георгиеву, Викторию Шелягову и Наталью Якимчик) и представительниц блогосферы (Викторию Короткову, Дарью Коновалову и Викторию Одинцову).

В некоторых случаях конфликт выходил за рамки выпуска и затем еще продолжительное время обсуждался в социальных сетях. Сама Ксения Собчак не раз писала посты в своем телеграм-канале с пояснением авторской позиции, а также вступала в дискуссии и споры. Однако данный формат многоголового интервью продлился не долго, вышло всего 6 выпусков.

<sup>8</sup> Алсу: Первое откровенное интервью о «Голосе» и Микелле. *YouTube*. 19.02.2020. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=EnZFHD-vqWc> (дата обращения: 22.12.2025).

<sup>9</sup> Анастасия Волочкова | Шпагаты, интриги, расследования | Осторожно, Собчак. *YouTube*. 03.04.2019. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=NXOUrURzGf0> (дата обращения: 22.12.2025).

<sup>10</sup> Карен Шахназаров: «Я рос в СССР, мне ничего не страшно». *YouTube*. 30.05.2022. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=vNHd1eVuws0> (дата обращения: 22.12.2025).

<sup>11</sup> Ида Галич: об Ивлеевой, Бузовой и гей-парадах. *YouTube*. 05.02.2020. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=bS2kZH1BGbY> (дата обращения: 22.12.2025).

<sup>12</sup> Инстаграмщицы | Высший свет против девушек в купальниках. *YouTube*. 29.05.2019. URL: [https://www.youtube.com/watch?v=5LP3q6Pb\\_8Q](https://www.youtube.com/watch?v=5LP3q6Pb_8Q) (дата обращения: 22.12.2025).

Приветствие, рассказ о герое и месте съемок – еще один элемент, который стал для канала «Осторожно: Собчак» фирменным. Ксения Собчак в подавляющем большинстве интервью в самом начале выпуска лично рассказывает о том, что послужило причиной, информационным поводом для встречи с героем и почему съемки разговора происходят именно в выбранном месте. Это уже в самом начале дает аудитории возможность уловить важные темы, о которых пойдет разговор в интервью.

Таким образом, выделим основные особенности интервью, влияющие на его эволюцию как сетевого медиаформата, в интересующие нас периоды.

**Период начала развития сетевого диалогического медиаформата (2018–2019 гг.).** Основная тенденция этого времени: использование разных стилизованных решений формата интервью. Видеоряд в начале выпуска сдержан либо ограничивается использованием закадровых съемок моментов подготовки к съемкам. «Упаковка продукта» достаточно резкая, яркая и прямо транслирующая специфику канала. На данном этапе развития сетевого медиаформата интервью хронометраж выпусков является телевизионным (25–50 минут). Такой выбор легко объясняется тем, что нельзя сразу отпугнуть еще не привыкшую к автору и его стилю аудиторию.

Наличие мультимедийных вставок дозировано, они используются только в титрах при представлении гостя и ведущего, иногда для справочной информации. Отсутствует акцентирование внимания на ключевых моментах разговора, т.е. в раннем периоде графические элементы не являются инструментом воздействия на восприятие аудитории. Локации записи интервью в этот период малочисленны, в основном – студия.

**Период расцвета формата (2020–2021 гг.).** Прослеживается интенсивное увеличение применения формообразующих элементов. Начало выпуска вбирает в себя все, что может заинтересовать и удержать зрителя – отрывки ярких моментов интервью, закадровые съемки, закадровые диалоги перед официальным мотором, графические элементы, дублирующие речь собеседников, отрывки из новостей, телевизионных программ, любительских видео с участием гостя.

Графические вставки становятся инструментом воздействия на восприятие контента зрителем. С одной стороны, это вносит разнообразие в видеоряд, а с другой – дает определенный угол зрения, под которым необходимо воспринимать интервью.

Для данного периода также характерен переход от телевизионного хронометража к неограниченному. Частая смена локации за один выпуск становится еще одной характерной чертой развития интервью как сетевого медиаформата.

Рекламные интеграции в этот период высокотехнологичные, с прописанными сценариями, высокобюджетными видеороликами, съемками которых занимается отдельное видеопроизводство.

**Период «новой реальности» (2022–2024 гг.)** – время, когда автор канала нашел свой стиль и придерживается выбранной концепции. Дополнительные элементы при съемках или монтаже используются только в том случае, если это вписывается в рамки канала. Время, когда выпуск перенасыщали различными мультимедийными элементами, прошло.

Большой хронометраж выпуска выбирается только при условии, если это действительно требуется. Нет искусственного растягивания выпуска за счет большого числа локаций или вставок игровых рекламных видеороликов. Рекламная интеграция становится сдержанной и имеет презентационный вид, а вовсе не игровой или развлекательный, как было ранее.

Выбор эксклюзивного гостя уже перестает быть приоритетной задачей в технологии создания интервью, т.к. формообразующие элементы диалогического медиаформата могут сделать продукт интересным, насыщенным и зрелищным, несмотря на не совсем удачный выбор интервьюируемого.

Во все периоды неизменным остается приветствие, рассказ о герое и месте съемок.

## Заключение

В результате исследования эволюции сетевого медиаформата интервью были сделаны следующие выводы:

1. *От телевизионной адаптации к нативной цифровой форме.* В период 2018–2019 гг. формат находился в прямой зависимости от классического телевидения. Хронометраж (25–50 минут), сдержанный видеоряд и студийные локации диктовались необходимостью не отпугнуть аудиторию, привыкшую к традиционным СМИ. К 2022–2024 гг. зависимость исчезла: хронометраж стал гибким и определяется исключительно смысловой нагрузкой разговора, а не заранее заданными рамками или страхом потери внимания зрителя.

2. *Трансформация функции монтажа и графики.* Если на раннем этапе мультимедийные вставки были дозированными и выполняли лишь справочную функцию (титры гостя), то в 2020–2021 гг. они

превратились в активный инструмент управления восприятием. Графика начала дублировать речь, задавать нужный тон восприятия и эмоциональный фон. Однако к современному этапу развития наблюдается осознанный минимализм: элементы используются только тогда, когда это органично вписывается в концепцию канала, что говорит о взрослении формата и отказе от визуального шума ради удержания внимания.

3. *Изменение драматургии вступления.* Начало выпуска прошло путь от простого приветствия до сложной монтажной конструкции из ярких фрагментов, закадровых диалогов и архивных видео. Это было продиктовано высокой конкуренцией за внимание пользователя в ленте рекомендаций. На зрелом этапе вступление снова упрощается, но сохраняет свою главную функцию – задать контекст беседы.

4. *Эволюция рекламной интеграции.* Наблюдается переход от простых упоминаний продукта к высокотехнологичным постановочным роликам со своим бюджетом и производством и последующий возврат к сдержанной, презентационной рекламе. Современный формат больше не маскирует рекламу под развлекательный контент, делая ее прозрачной частью диалога.

5. *Смена парадигмы ценности контента.* Ключевой сдвиг произошел в отношении героя интервью. В начале эксклюзивность гостя была главным драйвером просмотров. К 2022–2024 гг. формообразующие элементы (монтаж, стиль ведущего, глубина тем) стали важнее самой медийности собеседника. Качественно сделанное интервью способно удержать аудиторию даже при выборе не самого очевидного или «неудачного» героя, т. к. фокус сместился с личности гостя на личность автора-интервьюера и его метод работы.

6. *Институционализация фирменных элементов.* Наличие неизменных структурных блоков (личное вступление автора, место съемок) указывает на завершение этапа экспериментов и формирование

устойчивой концепции внутри канала. Эти элементы работают как маркер качества для аудитории, создавая предсказуемую и комфортную среду потребления.

Для современного сетевого интервью характерна концептуальная целостность, отказ от избыточности в пользу смыслов и перенос внимания с сенсационных инфоповодов на создание уникального авторского стиля.

Таким образом, интервью в сетевом медиаформате – это не просто перенесение классического понимания диалогического медиаформата в цифровую эпоху, это уникальный продукт, возникший в условиях особой культурной среды и специфического способа общения. Оно характеризуется инновационными подходами в отношениях между ведущим и гостями, широким диапазоном выбора тематики и стилей диалога, акцентом на эмоциональное воздействие, ориентацией на аудиторию и использованием множества технологических новшеств, которые в том числе способствуют созданию диалога со зрителями.

Перспектива исследования видится в изучении коммуникативных стратегий и тактик ведения интервью, поскольку, как нам представляется, в этом направлении также происходит значительная трансформация содержания сетевого интервью.

**Конфликт интересов:** Авторы заявили об отсутствии потенциальных конфликтов интересов в отношении исследования, авторства и / или публикации данной статьи.

**Conflict of interests:** The authors declared no potential conflict of interests regarding the research, authorship, and / or publication of this article.

**Критерии авторства:** Авторы в равной степени участвовали в подготовке и написании статьи.

**Contribution:** All the authors contributed equally to the study and bear equal responsibility for the information published in this article.

## Литература / References

- Антонова Л. Г., Башловкина Ю. А. Коммуникативный инструментарий современной формы интервью на платформе YouTube. *Социальные и гуманитарные знания*. 2018. Т. 4. № 3. С. 185–190. [Antonova L. G., Bashlovkina Yu. A. Communicative toolkit of the modern form of the interview on YouTube platform. *Social and Humanitarian Knowledge*, 2018, 4(3): 185–190. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/vajelo>
- Бейненсон В. А. Трансформация жанра интервью в YouTube: типология экспериментальных форматов. *Вопросы журналистики*. 2022. № 11. С. 54–70. [Beynenson V. A. The transformation of the YouTube interview

- genre: A typology of experimental formats. *Russian Journal of Media Studies*, 2022, (11): 54–70. (In Russ.)] <https://doi.org/10.17223/26188422/11/3>
- Ганюта И. И. Трансформация жанра интервью в современных условиях. *Коммуникология*. 2024. Т. 9. № 2. С. 113–120. [Ganyuta I. I. Transformation of the interview genre in modern conditions. *Communicology*, 2024, 9(2): 113–120. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/mesdpo>
- 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 N. D., Kim L. G. Dictum modus pluralism in virtual dialogic discourse (based on Internet comments). *Medialinguistics*, 2023, 10(1): 4–26. (In Russ.)] <https://doi.org/10.21638/spbu22.2023.101>
- Демидова Т. Д. Языковое представление жанра интервью в сетевом медиатексте (на материале курского интернет-журнала «Морс»). *Курское слово*. 2025. № 30. С. 79–83. [Demidova T. D. Language representation of the interview genre in network media text (based on the material of the Kursk online magazine "Mors"). *Kurskoe slovo*, 2025, (30): 79–83. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/ibkknz>
- Дятлова А. Е., Ильченко С. Н. Трансформация диалогических жанров в онлайн-пространстве: анализ и перспективы развития. *Неофилология*. 2023. Т. 9. № 4. С. 989–997. [Dyatlova A. E., Ilchenko S. N. Transformation of dialogic genres in the online space: Analysis and development prospects. *Neophilology*, 2023, 9(4): 989–997. (In Russ.)] <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2023-9-4-989-997>
- Ерицын А. Е. Из газеты в интернет-СМИ: особенности жанра «интервью» в современных онлайн-изданиях. *Архивариус*. 2021. Т. 7. № 9. С. 15–17. [Ericyan A. E. From newspapers to online media: Features of the "interview" genre in modern online publications. *Arkhiarius*, 2021, 7(9): 15–17. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/baxqey>
- Ильченко С. Н. Интервью в журналистике: как это делается. СПб.: СПбГУ, 2016. 236 с. [Ilchenko S. N. *Interviews in journalism: How it's done*. St. Petersburg: SPbSU, 2016, 236. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/jvdoov>
- Качкаева А. Г. Жанры и форматы современного телевидения. Последствия трансформации. *Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика*. 2010. № 6. С. 42–51. [Kachkaeva A. G. Genres and formats of contemporary television. The consequences of transformation. *Vestnik Moskovskogo Universiteta. Seriya 10. Zhurnalistika*, 2010, (6): 42–51. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/ncetyh>
- Колесниченко А. В. Мультимедийные жанры в современных российских СМИ. *Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика*. 2023. Т. 48. № 2. С. 3–22. [Kolesnichenko A. V. Multimedia genres in modern Russian media. *Vestnik Moskovskogo Universiteta. Seriya 10. Zhurnalistika*, 2023, 48(2): 3–22. (In Russ.)] <https://doi.org/10.30547/vestnik.journ.2.2023.322>
- Куницына Н. В. Медиаформат как стилизованный облик современной журналистики. *Жанры и типы текста в научном и медийном дискурсе*, отв. ред. А. Г. Пастухов. Орёл: ОГИК, 2013. Т. 11. С. 183–193. [Kunitsyna N. V. Media format as a stylistic outlook of modern journalism. *Genres and types of text in scientific and media discourse*, ed. Pastukhov A. G. Oryol: OSIC, 2013, vol. 11, 183–193. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/sgkkeb>
- Лазутина Г. В. Жанр и формат в терминологии современной журналистики. *Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика*. 2010. № 6. С. 14–21. [Lazutina G. V. Genre and format in the terminology of contemporary media. *Vestnik Moskovskogo Universiteta. Seriya 10. Zhurnalistika*, 2010, (6): 14–21. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/ncetwj>
- Лаптиева Д. К. Визуальные особенности современных сетевых интервью. *Челябинский гуманитарий*. 2024. № 3. С. 117–123. [Laptieva D. K. Visual features of modern network interviews. *Chelyabinskii Gumanitarii*, 2024, (3): 117–123. (In Russ.)] <https://doi.org/10.47475/1999-5407-2024-68-3-117-123>
- Магомедова М. А., Нурбагандова Л. А. Жанр интервью на платформе Rutube. *Вестник филологических наук. Philological Sciences Bulletin*, 2025, 5(6): 58–63. [Magomedova M. A., Nurbagandova L. A. The interview genre on the Rutube platform. *Philological Sciences Bulletin*, 2025, 5(6): 58–63. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/lgvlpix>
- Миронов В. Д. Драматургия интервью в российском сегменте видеоблогинга (на примере YouTube-каналов «вДудь», «А поговорить?», «Нежный редактор», «Осторожно, Собчак», «Редакция»). *Журналистика: 58-я Междунар. науч. студ. конф. (Новосибирск, 10–13 апреля 2020 г.)* Новосибирск: НГУ, 2020. С. 48–49. [Mironov V. D. The dramaturgy of interviews in the Russian segment of vlogging (based on the YouTube Channels vDud, A to Talk?, Tender Editor, Cautious Sobchak, and Editorial Office). *Journalism: Proc. 58th Intern. Sci. Student Conf., Novosibirsk, 10–13 Apr 2020*. Novosibirsk: NSU, 2020, 48–49. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/avipyj>

- Онуприенко К. А. Семиотические аспекты новых медиаформатов. *Вопросы журналистики, педагогики, языкознания*. 2022. Т. 41. № 3. С. 463–472. [Onuprienko K. A. Semiotic aspects of new media formats. *Issues in Journalism, Education, Linguistics*, 2022, 41(3): 463–472. (In Russ.)] <https://doi.org/10.52575/2712-7451-2022-41-3-463-472>
- Пастухов А. Г. Медиажанры и медиаформаты: к разграничению понятий. *Ученые записки Орловского государственного университета. Серия: Гуманитарные и социальные науки*. 2015. № 5. С. 148–153. [Pastuhov A. G. Media genres and media formats: Distinguishing concepts. *Scientific Notes of Orel State University. Series: Humanities and Social Sciences*, 2015, (5): 148–153. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/uzdegv>
- Садькова Л. И., Шигабетдинова Г. М. Особенности жанра интервью в контексте современной интернет-журналистики. *Научные исследования современных ученых: XXXI Междунар. очно-заочн. науч.-практ. конф. (Москва, 15 июня 2023 г.)*. М.: Империя, 2023. Т. 1. С. 38–41. [Sadykova L. I., Shigabetdinova G. M. Features of the interview genre in the context of modern internet journalism. *Scientific research of modern scientists: Proc. XXXI Intern. Part-Time Sci.-Prac. Conf., Moscow, 15 Jun 2023*. Moscow: Empire, 2023, vol. 1, 38–41. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/tmcwls>
- Суворова А. Ю. Новые медиа: к вопросу о категориально-понятийном аппарате. *Культура и цивилизация*. 2017. Т. 7. № 4А. С. 735–745. [Suvorova A. Yu. New media: On the question of the categorical-conceptual apparatus. *Culture and Civilization*, 2017, 7(4A): 735–745. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/uwnczg>
- Турчанинова А. В. Стратегии трансформации интервью в эпоху мультимедиа. *Медиаспеда*. 2025. № 1. С. 35–39. [Turchaninova A. V. Interview transformation strategies in the multimedia era. *Mediasreda*, 2025, (1): 35–39. (In Russ.)] <https://doi.org/10.47475/2070-0717-2025-1-1-35-39>
- Шестёркина Л. П., Булаева М. Н. Традиционные и специфические основы формирования системы жанров универсальной журналистики. *Гуманитарный вектор*. 2015. № 4. С. 129–136. [Shesterkina L. P., Bulaeva M. N. Traditional and specific principles of genre system formation in universal journalism. *Humanitarian Vector*, 2015, (4): 129–136. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/vbierd>
- Яблоновская Н. В., Езык А. В., Мустафаева Н. Д. Жанр интервью на платформе русскоязычного сегмента YouTube: трансформации и медиатеchnологии. *Ученые записки Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского. Филологические науки*. 2020. Т. 6. № 4. С. 225–238. [Yablonovskaya N. V., Ezyk A. V., Mustafaeva N. D. The genre of interview on the platform of the Russian-language segment of YouTube: Transformation and mediatechnology. *Scientific Notes of V. I. Vernadsky Crimean Federal University. Philological sciences*, 2020, 6(4): 225–238. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/qfadip>

оригинальная статья

eLibrary EDN: MPFKSN

## Русская, казахская и английская лингвокультуры: средства выражения прагматических установок на сайтах школ

Титобаева Айша Аширбековна

Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы, Россия, Москва

<https://orcid.org/0000-0002-8863-8468>

1142240036@pfur.ru

**Аннотация:** Цель статьи – систематизировать средства выражения прагматических установок на сайтах школ сквозь призму особенностей русской, казахской и английской лингвокультур. Объектом исследования выступают средства выражения прагматических установок (речевого воздействия, экспрессивности, вежливости и манипулятивности) на официальных сайтах и страницах социальных сетей российских, казахстанских и британских школ. Особое внимание уделяется характеру и структуре коммуникации, селекции лексических и визуальных средств, анализу типичных тематик и мотивов, а также роли национальных культурных кодов в формировании стратегии образовательного бренда. Сопоставительный анализ позволяет раскрыть индивидуальные характеристики и особенности трех лингвокультур, подчеркнуть их идентичность и общность. Также применены контент-анализ, наблюдение и интеракционный анализ виртуальных взаимодействий. Результаты исследования могут быть применены для совершенствования образовательного маркетинга, повышения межкультурной компетентности педагогических и управленческих кадров, а также для формирования новых подходов к построению имиджа школы в условиях динамично трансформирующейся информационной среды.

**Ключевые слова:** прагматические установки, цифровые коммуникации, сайты школ, социальные сети, русская лингвокультура, казахская лингвокультура, английская лингвокультура

**Цитирование:** Титобаева А. А. Русская, казахская и английская лингвокультуры: средства выражения прагматических установок на сайтах школ. *Виртуальная коммуникация и социальные сети*. 2026. Т. 5. № 3. С. 315–325. <https://doi.org/10.21603/vcsn-2026-5-3-315-325>

Поступила в редакцию 23.12.2025. Принята после рецензирования 03.03.2026. Принята в печать 05.03.2026.

original article

## Russian, Kazakh, and English Linguistic Cultures: Pragmatic Means on School Websites

Aisha A. Titobaeva

Peoples' Friendship University of Russia named after Patrice Lumumba, Russia, Moscow

<https://orcid.org/0000-0002-8863-8468>

1142240036@pfur.ru

**Abstract:** Official school websites use diverse linguistic means to express pragmatic attitudes, which are likely shaped by national linguistic cultures. This article describes the linguistic resources of verbal influence, expressiveness, politeness, and manipulation on Russian, Kazakh, and British official school websites and social media accounts. The study investigates the nature and structure of communication, verbal and non-verbal means, topical range, and national cultural codes that shape school branding strategies. While the comparative analysis reveals cultural peculiarities, the content and interaction analyses help identify the national specificities of virtual communication. The findings can improve school marketing by increasing the intercultural competence of educators and managers, thereby facilitating the development of an effective school brand in a dynamic media environment.

**Keywords:** pragmatic attitudes, digital communications, school websites, social media, Russian linguistic culture, Kazakh linguistic culture, English linguistic culture

**Citation:** Titobaeva A. A. Russian, Kazakh, and English Linguistic Cultures: Pragmatic Means on School Websites. *Virtual Communication and Social Networks*, 2026, 5(3): 315–325. (In Russ.) <https://doi.org/10.21603/vcsn-2026-5-3-315-325>

Received 23 Dec 2025. Accepted after review 3 Mar 2026. Accepted for publication 5 Mar 2026.

## Введение

В условиях интенсивной цифровизации современное общество сталкивается с новыми вызовами в сфере образовательной коммуникации. Образовательные учреждения, включая школы, трансформируются не только в центры трансляции знаний и воспитания, но и становятся активными субъектами информационной политики, репрезентируя себя, свои ценности и достижения в виртуальном пространстве. Веб-сайты и страницы в социальных сетях превратились в автономные инструменты формирования имиджа, конструирования позитивного общественного мнения, привлечения внимания потенциальных учащихся, родителей, партнеров и спонсоров [Абрамовских 2020; Белоусов, Ганаева 2025; Копаница 2023; Николаева и др. 2024; Устинова 2024]. Развитие цифровых каналов коммуникации актуализировало значимость продуманной языковой, визуальной и мультимедийной стратегии, ориентированной на эффективное взаимодействие с широкой аудиторией в условиях конкуренции на национальном и международном образовательном рынках [Корнацкая 2024].

Ключевым элементом успешной коммуникации в цифровой среде выступает имплементация прагматических установок – осознанных стратегий речевого и медийного поведения, призванных оказывать воздействие на восприятие реципиента, мотивировать, убеждать, формировать и поддерживать определенный образ образовательной организации [Пронько 2022; Степанов 2023]. Средствами вербализации и визуализации прагматических установок служат разнообразные лексические, стилистические, визуальные, графические и мультимедийные элементы, выступающие маркерами ключевых ценностей, приоритетов, целей и конкурентных преимуществ. В данном контексте значимую роль играют дискурсивные практики, генерирующие у участников образовательного процесса устойчивое ощущение сопричастности, поддержки, доверия, безопасности, потенциала личностного и коллективного роста.

Проблема способов реализации прагматических установок в цифровых коммуникациях школ утрачивает исключительно технический характер

и становится предметом глубокого научного анализа на стыке лингвистики, социологии, педагогики и маркетинга. Каждый национальный образовательный дискурс, развивающийся в уникальном культурно-историческом контексте, формирует специфические способы выражения базовых ценностей, ключевых мотивов и стратегий взаимодействия. Сравнительный анализ русской, казахской и английской лингвокультур в аспекте школьного онлайн-дискурса позволяет выявить как универсальные закономерности формирования эффективной образовательной коммуникации в интернет-пространстве, так и уникальные, культурно детерминированные семантические и прагматические особенности.

Российская лингвокультура образовательных веб-ресурсов традиционно акцентирует внимание на реализации государственных стандартов, социальной миссии школы, формально-деловом стиле коммуникации и демонстрации коллективных и патриотических достижений. Параллельно наблюдается постепенная интеграция в современную школьную практику элементов сторителлинга, интерактива и эмоционального вовлечения. Казахская лингвокультура репрезентирует синтез традиционных ценностей, национальной идентичности и восприятия школы как центра общности и регионального развития, одновременно демонстрируя стремление к внедрению инновационных технологий и повышению открытости. Английская образовательная коммуникация делает акцент на индивидуализацию, личностный рост, поддерживающее и открытое взаимодействие, эмоциональные нарративы и культурное многообразие, при активном использовании визуальных и мультимедийных средств.

Цель статьи – систематизировать средства выражения прагматических установок на сайтах школ сквозь призму особенностей русской, казахской и английской лингвокультур. Особое внимание уделяется характеру и структуре коммуникации, селекции лексических и визуальных средств, анализу типичных тематик и мотивов, а также роли национальных культурных кодов в формировании стратегии образовательного бренда. Сопоставительный

анализ позволяет раскрыть индивидуальные характеристики и особенности трех лингвокультур, подчеркнуть их идентичность и общность. Результаты исследования могут быть применены для совершенствования образовательного маркетинга, повышения межкультурной компетентности педагогических и управленческих кадров, а также для формирования новых подходов к построению имиджа школы в условиях динамично трансформирующейся информационной среды. Комплексное рассмотрение средств выражения прагматических установок в различных культурах способствует обогащению теории цифрового дискурса, развитию прикладных методик создания эффективного образовательного контента и усилению роли школы как активного актора общественной жизни в эпоху цифровой трансформации.

Проблематика средств выражения прагматических установок в образовательном дискурсе активно разрабатывается в трудах отечественных и зарубежных исследователей, что отражает междисциплинарный характер данной темы, находящейся на стыке лингвистики, медиакоммуникативистики, педагогики и социальных наук.

В рамках российской научной традиции значительное внимание уделяется вопросам прагматики, стилистики образовательного дискурса, феномену имиджа образовательной организации [Маслова В. А. 2001; Маслова Н. В. 2013; Попова, Стернин 1999; 2007; Реформатский 1996; Стернин 2009; Токарева 2005]. Исследователи анализируют, каким образом официальная и медийная коммуникация школ конструирует доверие, социальную значимость, мотивирует к выбору образовательных продуктов. Так, З. Д. Попова и И. А. Стернин рассматривают понятие концепта и его роль в структурировании образовательного пространства [Попова, Стернин 1999; 2007], в то время как Н. В. Маслова выделяет механизмы вербализации ценностей и авторитетности в русской лингвокультуре [Маслова 2013]. Современные исследования [Иванова 2019; Крюкова 2014; Титова,

Староверова 2023; Титова и др. 2013] фокусируются на специфике формирования имиджа школ посредством цифровых платформ, отмечая тенденцию к интеграции сторителлинга, визуализации и привлечению аудитории через социальные сети.

В Казахстане значимы национально-культурные аспекты образовательной коммуникации: значимость сохранения традиций, идентичности, государственно одобренных моделей, патриотической семантики. Отдельный интерес представляют способы выражения коллективных ценностей, роль языковых маркеров национальной принадлежности, а также межъязыковое взаимодействие в дискурсе полилингвальных школ.

Актуальность изучения прагматических установок подтверждается работами в области межкультурной коммуникации [Могилевич 2008; Мотовилова и др. 2023; Персикова 2011; Hall 1976], в которых анализируются различия ценностных ориентиров, специфика дискурсивных практик и маркеры эффективности коммуникации в цифровой образовательной среде. Современные изыскания демонстрируют, что способ выражения ценностей, мотивов и целей через веб-сайты и социальные сети оказывает непосредственное влияние на имидж школы.

Анализ научной литературы свидетельствует о многоаспектном подходе к изучению средств выражения прагматических установок, подчеркивает важность комплексного межкультурного исследования, охватывающего лексические, визуальные, мультимедийные инструменты, а также их воздействие на развитие образовательного бренда и повышение эффективности школьной онлайн-коммуникации в русской, казахской и английской лингвокультурах.

## Методы и материалы

Эмпирическую базу исследования составили веб-сайты и страницы в социальных сетях пяти средних школ Российской Федерации<sup>1</sup>, пяти средних школ Республики Казахстан<sup>2</sup> и пяти государственных школ Великобритании<sup>3</sup>. Источниками информации

<sup>1</sup> Школа № 1553 имени В.И. Вернадского (Москва). URL: <https://lycu1553.mskobr.ru/>; Школа № 1284 имени Героя Советского Союза Н. В. Ковшовой (Москва). URL: <https://sch1284.mskobr.ru/>; Бауманская инженерная школа № 1580 (Москва). URL: <https://lycu1580.mskobr.ru/>; Школа № 548 «Царицыно» (Москва). URL: <https://cou548.mskobr.ru/>; Школа № 2103 (Москва). URL: <https://sch2103uz.mskobr.ru/> (дата обращения: 10.11.2025).

<sup>2</sup> № 6 гимназия (Астана). URL: <https://gim6ast.edu.kz/>; Сұлтанбек Қожанов атындағы 64 мектеп-лицей (Астана). URL: <https://64ml.edu.kz/?lang=kz>; № 70 мектеп-лицейдің (Астана). URL: <https://70.astana-bilim.kz/>; № 15 мектеп-лицей (Астана). URL: <https://astana-lizei15.edu.kz/>; Дінмұхамед Қонаев атындағы №66 мектеп-лицей (Астана). URL: <https://ibschool66.edu.kz> (дата обращения: 10.11.2025).

<sup>3</sup> The Henrietta Barnett School (Square Hampstead Garden Suburb, London). URL: <https://www.hbschool.org.uk/>; Queen Elizabeth's School (Barnet, Hertfordshire). URL: <https://www.qebarnet.co.uk/>; The Latymer School (Edmonton, London). URL: <https://www.latymer.co.uk/>; Pate's Grammar School (Cheltenham, Gloucestershire). URL: <https://www.patesgs.org/>; Colyton Grammar School (Colyford, Devon). URL: <https://www.colytongrammar.com> (дата обращения: 10.11.2025).

выступили официальные веб-сайты, а также аккаунты в социальных сетях VK и Telegram, предназначенные для взаимодействия с пользователями. Отобранные текстовые материалы были подвергнуты содержательно-функциональному анализу с учетом типологических особенностей стилистики, этикетных формул и общего дизайна интерфейса.

Применен контент-анализ, направленный на выявление частотных речевых практик и особенностей смысловой наполненности ресурсов; интеракционный анализ, использованный для определения динамики интерактивных процессов и характера коммуникативных актов; лингвостилистический анализ, фиксирующий маркированные конструкты, несущие экспрессивную эмоциональную или аргументированно-убеждающую нагрузку; лингво-маркетинговый анализ, используемый для выявления вербальных и невербальных отличий.

## Результаты

### Тенденции и особенности цифровых ресурсов школ

Анализ средств выражения прагматических установок в цифровых ресурсах школ, репрезентирующих русскую, казахскую и английскую лингвокультуры, позволил идентифицировать следующие тенденции и особенности:

1. **Русская лингвокультура.** Доминирующие прагматические установки ориентированы на официальное информирование, демонстрацию достижений, патриотизм и коллективную идентичность. В социальных сетях преобладают посты-отчеты о победах в олимпиадах и конкурсах, государственных программах и мероприятиях; личностно-ориентированные нарративы выражены слабее. Мультимедийный контент представлен преимущественно фотографиями официальных школьных мероприятий, репортажами, реже – видеообращениями администрации.

2. **Казахская лингвокультура.** Подчеркивается интеграция государственной символики, национальных праздников, культурного наследия с образовательными задачами. Акцент делается на коллективных и семейных ценностях, значимости традиций, успехе всей образовательной общины. Встречаются выражения уважения, патриотические элементы, использование казахского языка наряду с русским. Визуальный контент включает фотографии народных праздников, государственных мероприятий, коллективные портреты.

3. **Английская лингвокультура.** Ключевой установкой является индивидуализация, мотивация,

эмоциональная поддержка, приближение институциональной коммуникации к семейной, где ценятся связи после обучения в школе: *our aim is to build vibrant, supportive community; Foster exceptional alumnae network; Our development director Fiona Hatcher is working to strengthen bonds*. Указывают, что школа является *special place* для достижения индивидуальных результатов и общения: *We are incredibly proud of our student's achievements; Abroad education that is ambitious, varied and stimulating*.

Распространены персонализированные обращения: *Meet our alumna Jessica; Proud to announce...; Follow your dreams with us!* Значительную долю контента составляют визуальные элементы, короткие видеоролики, мемы, анонсы клубных событий, интерактивные опросы.

Вербальный материал включает персонализированные обращения и истории успеха: *Meet our alumna Jessica; Proud to announce...; Our students achieved outstanding results....* Широко представлены мотивирующие слоганы и призывы к действию: *Follow your dreams with us!; Apply Now; Book a Visit; Join our community*. Эмоционально-поддерживающий тон реализуется через высказывания типа *We are here to support every child; Every student matters; Discover your potential*. Подобные контексты реализуют прагматические установки индивидуального роста, эмоциональной поддержки и вовлеченности, формируя образ школы как открытой, дружелюбной и ориентированной на личностное развитие среды, где каждый ученик воспринимается как уникальная ценность. В будущем после окончания обучения школа поддерживает контакты между учениками.

Таким образом, российские школьные ресурсы характеризуются формально-официальным стилем, ориентацией на коллективный успех и информирование. Казахстанские аккаунты демонстрируют баланс между официальностью и культурным самовыражением, акцентируя единство и преемственность, используя трехязычие. Английские страницы отличаются фокусом на персонификацию, передачу эмоций, релевантность для индивидуальных потребностей ребенка.

Кроме того, было установлено многообразие лингвомаркетинговых коммуникаций, детерминированных национальными ценностными системами, историческими особенностями развития образовательных систем, а также трансформацией коммуникативных практик под влиянием цифровых технологий и глобализации:

**1. Русская лингвокультура.** В онлайн-коммуникациях российских школ доминируют официальность, нормативность, коллективная идентичность и акцент на достижениях. Структура сайтов строится вокруг информационных разделов, нормативных документов (устав, лицензии, ФГОС) и инструкций, новостей о победах учеников в олимпиадах и конкурсах. Визуальный ряд представлен официальными фотографиями, групповыми портретами, репортажами с мероприятий. Прагматические установки направлены на укрепление доверия, подчеркивание статуса школы, ее соответствия государственным требованиям, а также на создание образа успешного образовательного коллектива и безопасной среды.

**2. Казахская лингвокультура.** Особенность цифровых ресурсов казахстанских школ заключается в сочетании официальности с национальным колоритом и уважением к традициям. Типичная коммуникативная стратегия включает акцентирование государственной поддержки, национальных праздников, проведение региональных и международных мероприятий. Сообщения на казахском и русском языках часто сопровождаются вербальными и визуальными маркерами идентичности: государственная символика, поздравления, коллективные фото, упоминание участия в значимых образовательных инициативах. Прагматические установки здесь нацелены на формирование образа школы как центра сохранения и развития культурных ценностей, общности, патриотизма и социальной значимости. Личные успехи учащихся интерпретируются в коллективном контексте, приветствуется трехязычие.

**3. Английская лингвокультура.** Цифровые ресурсы британских школ строятся вокруг принципов индивидуализации, эмоциональной поддержки и мотивации. Ключевые разделы содержат истории учеников, блоги о повседневной жизни, нацеленные на развитие персонального доверия и вовлеченности, а также надежду на последующие контакты после школы.

Итак, для русской и казахской лингвокультур характерна коллективная модель коммуникации с акцентом на формальное информирование, отчетность, поддержку национальных и государственных ценностей. Английская образовательная коммуникация же ориентирована на личный опыт, эмоциональное вовлечение, создание позитивной атмосферы поддержки и успеха каждого ученика. Во всех

трех лингвокультурах отмечается возрастающая роль визуальных и мультимедийных компонентов, расширение интерактивных сервисов.

Установлено, что на ресурсах российских школ проявляется апелляция к чувствам родителей и учащихся с использованием лексики *любовь, забота, ответственность, поддержка*, а также обращений в стиле дружественного наставничества. Стиль британских школ характеризуется нейтральностью тона в сочетании с точностью фактов, акцентом на образовательных результатах и профессиональном росте. Образцы письменной речи казахстанских школ отражают доброжелательную манеру общения, уважительное отношение к собеседнику, использование статусной терминологии и элементов национального культурного кода.

Особенности прагматических установок (табл. 1) проявляются в акцентах социально-психологического характера, формирующихся под влиянием национальных культур, государственных приоритетов и специфики образовательного брендинга.

## Сравнительный анализ графического дизайна и юзабилити

### Российские школы

Веб-ресурсы российских школ демонстрируют постепенный переход от формализованного оформления к современным дизайнерским практикам (рис. 1<sup>4</sup>). Значительное влияние сохраняют требования государственных стандартов к структуре. На веб-сайтах присутствуют элементы фирменного стиля, фотоконтент, видеоролики, интерактивные элементы. Фоновые изображения часто представляют сцены из школьной жизни. Встречаются блоки с *гордостью школы* – портреты олимпиадников, списки проектов. Некоторые сайты дополнены календарями событий, интеграцией с RuTube и VK. Мультимедиа включает видеоотчеты, прямые трансляции, фотогалереи. В передовых школах внедряется интерактив: тесты, формы заявок, чаты, виртуальные туры.

На сайте школ навигационный процесс содержит разделы: *О нас, Родителям, Учащимся, Педагогам, Дополнительное образование*. Также мы можем увидеть на сайте, какие предпрофессиональные классы есть в данной школе: инженерный, предпринимательский, ИТ-классы, на сайте содержатся также документы для приема в школу, инструкции по сервисам МЭШ и расписание занятий.

<sup>4</sup> Государственное бюджетное общеобразовательное учреждение города Москвы «Бауманская инженерная школа № 1580». URL: <https://lycu1580.mskobr.ru/> (дата обращения: 10.11.2025).

Табл. 1. Сравнительная характеристика прагматических установок  
Tab. 1. Comparative analysis of pragmatic attitudes

| Страна         | Основные прагматические установки                                                             | Примеры прагматических приемов                                                                                              | Основной акцент коммуникации                                                                |
|----------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------|
| Россия         | Информирование, официальность, престиж, социализация, выполнение государственных стандартов   | Документы, лицензии, достижения олимпиадников, формализованные новости, патриотическая лексика                              | Безопасность, надежность, соответствие закону, популяризация успехов, социальная интеграция |
| Великобритания | Индивидуальный рост, мотивация, вовлеченность, личная история, комьюнити, открытость          | Личные истории выпускников, слоганы про ценности, блоги, клубы                                                              | Развитие личности, атмосфера поддержки, инновации                                           |
| Казахстан      | Приверженность традициям, национальная идентичность, государственные ценности, информирование | Фото с государственной символикой, новости о государственных инициативах, формальное описание успехов, патриотические послы | Уважение к традициям, государственное признание школы, коллективная гордость                |

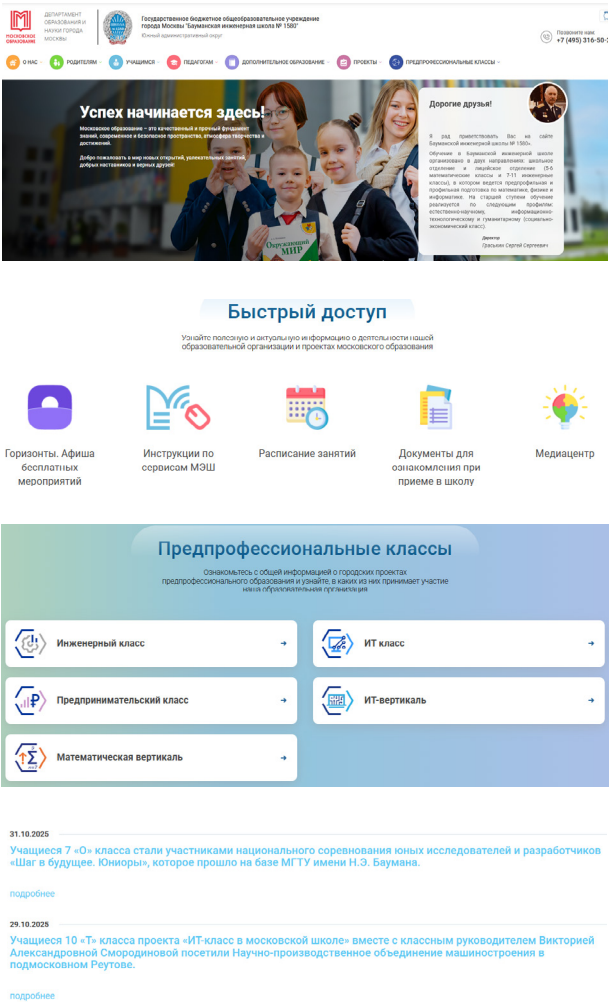


Рис. 1. Веб-сайт Бауманской инженерной школы № 1580 (Москва)  
Fig. 1. Website of Bauman Engineering School No. 1580 (Moscow)

Заголовки новостей чаще всего построены по модели поздравления или отчета: *Поздравляем победителей олимпиады!*; *Наши ученики стали призерами регионального этапа всероссийской олимпиады*; *В школе прошла торжественная линейка, посвященная Дню знаний*. Широко используются формулы официального информирования: *Администрация школы информирует...*; *В соответствии с приказом...*; *Родительское собрание состоится...* Подобные контексты реализуют прагматические установки надежности, официальности и соответствия государственным стандартам, формируя образ безопасной и регулируемой образовательной среды, ориентированной на коллективные достижения и социальную ответственность.

Казахстанские школы

Для дизайна казахстанских образовательных сайтов характерно сочетание традиционности (официальный стиль, элементы национальной идентичности) с адаптацией к цифровым практикам (рис. 2<sup>5</sup>). Главные страницы нередко содержат элементы казахского орнамента, государственную символику, поздравления с национальными праздниками. Лидирующие школы перенимают европейский опыт: увеличивается доля фотовизуализации, портретов учеников. Типичный визуальный модуль включает коллективные фото, баннеры с лозунгами, галереи достижений. Используются корпоративные цвета школы (часто голубой, золотой, зеленый), интеграция с кунделик. Преобладает статичный контент: обилие текста, документы, отчеты. Мультимедиа представлено фотографиями

<sup>5</sup> Астана қаласы әкімдігінің «№ 6 гимназия» ШЖҚ МКК. URL: <https://www.gim6ast.edu.kz/kz> (дата обращения: 10.11.2025).

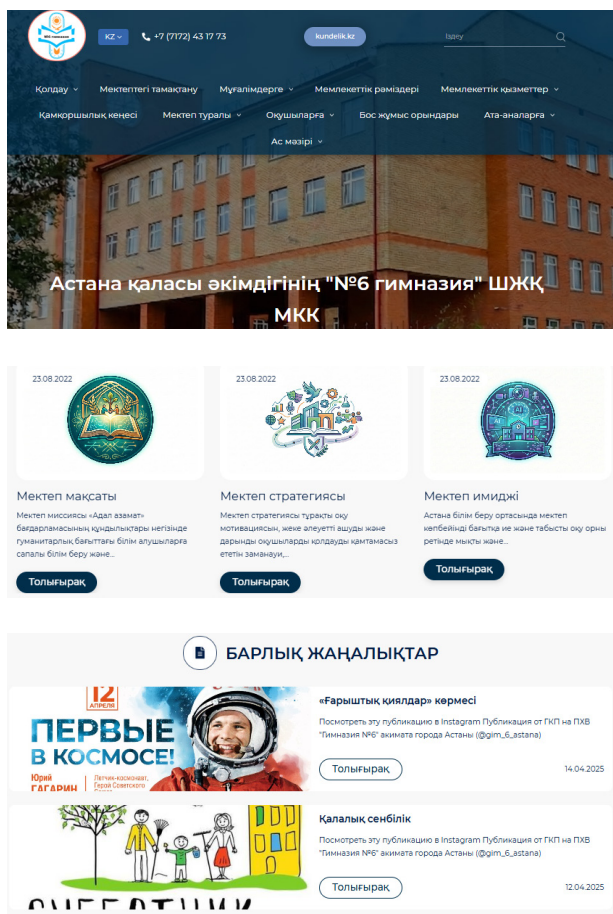


Рис. 2. Веб-сайт Гимназии № 6 (Астана)  
Fig. 2. Grammar School No. 6 website (Astana)

с мероприятий (Наурыз, День знаний), коллективными портретами, реже – видео. Региональные и сельские школы отличаются консервативным подходом: минимализм, ограниченная палитра, акцент на официальную информацию.

Сайты казахстанских школ содержат элемент трехязычия – наряду с казахским языком используется русский и английский языки. Навигация сайта содержит в себе следующие разделы: *Поддержка, Питание в школе, Педагогам, Государственные символы, Государственные услуги, Попечительский совет, О школе, Учащимся, Вакансия, Родителям*. В каждой из данных секций прикреплены документальные ссылки, где можно ознакомиться непосредственно с документами. В данном случае это означает формальность и ответственность. Фотографии минимизированы. На сайте присутствует кунделик, что означает дневник, куда персонально могут войти родители и учащиеся.

На сайтах казахстанских школ наблюдается сочетание официального стиля с национально-культурными маркерами и двуязычием. В текстовом материале регулярно встречаются двуязычные заголовки и обращения: *Құттықтаймыз! Поздравляем!; Наурыз мейрамы құтты болсын! С праздником Наурыз!*, что отражает полилингвальную реальность образовательного пространства. Значительное место занимают упоминания государственных инициатив и символов: *В рамках реализации государственной программы...; В честь Дня Конституции РК...; Под флагом Республики Казахстан...* Характерны также коллективные формулировки, подчеркивающие общность и принадлежность к школьному сообществу: *Наш дружный коллектив...; Гордость нашей школы...; Поздравляем нашу команду с победой!* Эти контексты эксплицируют прагматические установки уважения к традициям, национальной идентичности и коллективной гордости, конструируя образ школы как центра сохранения культурных ценностей и социальной общности.

### Британские школы

Дизайн образовательных сайтов Великобритании соответствует эталонным стандартам школьного брендинга. Основные принципы – минимализм, акцент на корпоративных цветах и визуальной чистоте, эстетика доверия и уважения к личности (рис. 3<sup>6</sup>). Главные страницы оформлены лаконично: используются эмоциональные баннеры с фотографиями учащихся, делается акцент на атмосфере школьной жизни. Широко применяется белое пространство, интуитивная навигация, адаптивный дизайн. Визуальная коммуникация строится на сочетании стильных цветов, четких логотипов и слоганов. Контент структурирован через карточки, галереи событий, видеопрезентации, истории выпускников. Сайты реализуют принцип *mobile-first* и включают инструменты доступности (*accessibility*). Мультимедийный контент разнообразен: видеотуры, виртуальные экскурсии, прямые трансляции. Дизайн прагматичен: каждый элемент ведет к целевому действию (эффективные кнопки призыва к действию (CTA) *Apply Now, Book a Visit*).

По результатам сравнительного анализа графического дизайна и юзабилити, представленного в таблице 2, выявлены существенные различия в уровне визуальной культуры, интерактивности

<sup>6</sup> Henrietta Barnett School. URL: <https://www.hbschool.org.uk/> (accessed 10 Nov 2025).

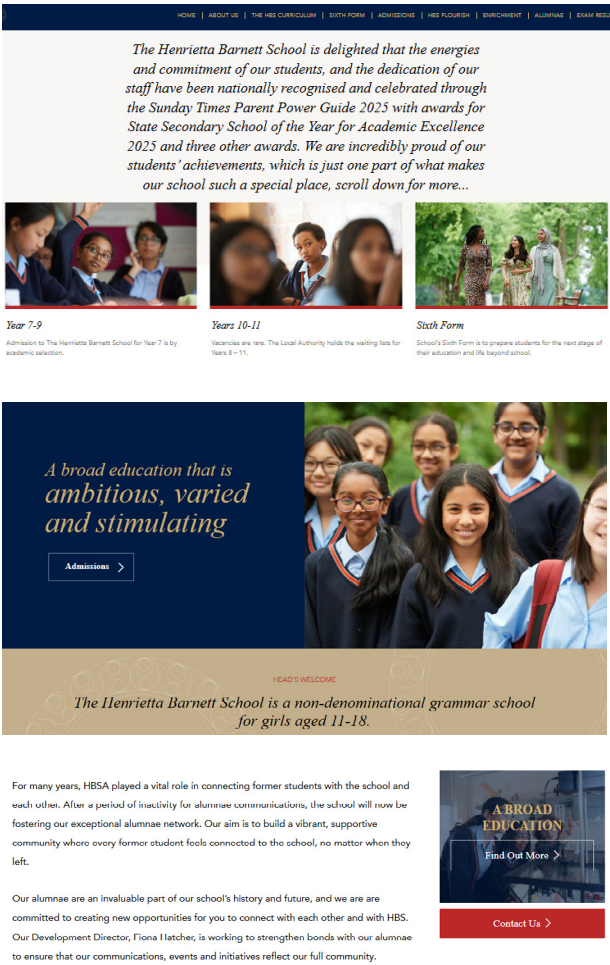


Рис. 3. Веб-сайт Школы Генриетты Барнетт (Лондон)  
Fig. 3. Henrietta Barnett School website (London)

и эмоционального вовлечения, детерминированные как национальными традициями, так и степенью внедрения современных технологий.

### Заключение

Проведенное сравнительное исследование средств выражения прагматических установок на сайтах школ в русской, казахской и английской лингвокультурах подтвердило тесную связь прагматических установок образовательных учреждений с социальными и культурными приоритетами каждой страны.

Российские школы демонстрируют ориентацию на формализацию и официальность, акцентируя внимание на соответствии государственным стандартам, достижениям учащихся, гражданской позиции и патриотизме. Ключевыми дискурсивными элементами выступают документированный успех, безопасность, коллективные ценности, нормативные формулировки.

В казахстанском образовательном пространстве наблюдается синтез традиционализма, уважения к государственным и региональным ценностям с элементами модернизации и интеграции цифровых технологий. Средства выражения прагматических установок часто апеллируют к национальной идентичности, коллективной гордости и государственным образовательным инициативам.

Английские школьные ресурсы характеризуются выраженной тенденцией к индивидуализации

Табл. 2. Сравнительный анализ графического дизайна и юзабилити  
Tab. 2. Comparative analysis of graphic design and usability

| Критерий            | Британские школы                                                         | Российские школы                                                            | Казахстанские школы                                                                        |
|---------------------|--------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------|
| Общий стиль         | Минимализм, чистота линий, корпоративные цвета, фокус на эмоциях         | Смешение строгого и традиционного стиля, акцент на патриотических цветах    | Традиционный, простой, часто с этнокультурными элементами, стандартные сетки               |
| Главная страница    | Большой эмоциональный баннер / фото, быстрый доступ, СТА                 | Основные разделы по нормативу, баннер редко используется персонализированно | Флаг, фото, баннер, информация о поступлении, иногда видеоприветствия                      |
| Навигация           | Интуитивное, адаптивное меню, простые маршруты                           | Стандартная, легкая и понятная навигация, нет перегруженности               | Простое меню, ссылки иногда дублируются                                                    |
| Мультимедиа         | Видеотур, качественные фотогалереи, активная интеграция социальных сетей | Фото мероприятий, редко – видеотуры                                         | Фотогалереи, портреты                                                                      |
| Контент             | Истории, отзывы, расписание, интерактивные элементы                      | Отчеты, распоряжения, стандартные новости, отзывы, достижения               | Официальная информация, расписания, достижения, формальный стиль                           |
| Маркетинговый имидж | Уникальность, ценности, клубы, современные визуальные решения            | Формальный имидж, достижения, отзывы                                        | Принадлежность к государственной системе, региональные особенности, олимпиадные достижения |

и эмоциональному вовлечению аудитории, амбициями, индивидуальностью и нацеленностью на результат.

Универсальной для всех трех лингвокультур является возрастающая роль мультимедийных средств, интерактивных платформ, где прагматические установки эксплицируются не только вербально, но и через графику и дизайн. Различия проявляются преимущественно в тематических акцентах, выборе коммуникативных функций, стилистике и глубине персонализации контента.

Практическая значимость результатов заключается в возможности их применения для оптимизации образовательного маркетинга, повышения качества институциональной коммуникации и адаптации цифрового контента к целевым аудиториям с учетом лингвокультурной специфики. Результаты исследования могут быть полезны для специалистов в области маркетинга, разработчиков школьных веб-ресурсов и руководителей образовательных организаций.

В перспективе необходимо учитывать вызовы, связанные с внедрением искусственного интеллекта, развитием персонализированных цифровых сред, усилением мобильной составляющей и появлением новых платформ обратной связи. Грамотное конструирование прагматических установок с использованием вербальных и невербальных средств станет определяющим фактором эффективности образовательной коммуникации в XXI в.

Таким образом, средства выражения прагматических установок в цифровом пространстве школ различных лингвокультур демонстрируют

многогранность подходов, отражая культурные традиции, общественные запросы и технологические тренды. Комплексный межкультурный анализ позволяет идентифицировать лучшие практики и стратегические направления для развития образовательных коммуникаций, способствуя созданию вовлеченного, доверительного и современного образовательного пространства.

**Конфликт интересов:** Автор заявил об отсутствии потенциальных конфликтов интересов в отношении исследования, авторства и / или публикации данной статьи.

**Conflict of interests:** The author declared no potential conflict of interests regarding the research, authorship, and / or publication of this article.

**Раскрытие использования ИИ:** Улучшение языка и стиля: перефразирование, улучшение читабельности, проверка грамматики и орфографии (но не генерирование основного текста). Синтез и обобщение информации. Оформление рукописи по требованиям издания: обработка и структурирование собранных данных (классификация библиографических источников, извлечение ключевых слов, создание черновиков аннотаций и др.), проверка соответствия требованиям научного издания.

**AI Declaration:** The author used AI-assisted services in order to improve language and style, enhance readability, assist with grammar and spelling checks, and format the manuscript. The author reviewed and edited the content as needed and takes full responsibility for the content of the published article.

## Литература / References

- Абрамовских Т. А. Формирование и развитие имиджа образовательной организации в условиях цифровой образовательной среды. *Современное педагогическое образование*. 2020. № 5. С. 4–8. [Abramovskikh T. A. Formation and development of the image of an educational organization in a digital educational environment. *Modern Pedagogical Education*, 2020, (5): 4–8. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/loooio>
- Белоусов Д. Ю., Ганаева Е. А. Медиаимидж школы как ключевое направление стратегии развития образовательной организации. *Вестник Костромского государственного университета. Серия: Педагогика. Психология. Социокинетика*. 2025. Т. 31. № 1. С. 52–59. [Belousov D. Yu., Ganaeva E. A. Media image of the school as a key direction of the educational organization's development strategy. *Vestnik of Kostroma State University. Series: Pedagogy. Psychology. Sociokinetics*, 2025, 31(1): 52–59. (In Russ.)] <https://doi.org/10.34216/2073-1426-2025-31-1-52-59>
- Иванова Ю. О. Механизмы формирования и развития имиджа образовательных организаций высшего образования: дис. ... канд. экон. наук. М., 2019. 207 с. [Ivanova Yu. O. *Mechanisms of formation and development of the image of higher education institutions*. Cand. Econ. Sci. Diss. Moscow, 2019, 207. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/czobfw>

- Копаница О. А. Сайт школы как цифровая проекция образовательной среды учреждения. *Современное образование: наука и практика*. 2023. № 2. С. 74–76. [Kopanitsa O. A. The school's website as a digital projection of the educational environment of the institution. *Sovremennoe obrazovanie: Nauka i praktika*, 2023, (2): 74–76. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/rrmeqj>
- Корнацкая Е. Ю. Актуальность web-сайта для современной школы. *Актуальные исследования*. 2024. № 8-2. С. 48–51. [Kornatskaya E. Yu. The relevance of the website for a modern school. *Aktualnye issledovaniya*, 2024, (8-2): 48–51. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/dtpall>
- Крюкова Г. М. Антропоним в структуре учебного дискурса. *Вестник Иркутского государственного технического университета*. 2014. № 8. С. 235–240. [Kryukova G. M. Anthroponym in educational discourse structure. *Proceedings of Irkutsk State Technical University*, 2014, (8): 235–240. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/syrcif>
- Маслова В. А. Лингвокультурология. М.: Академия, 2001. 208 с. [Maslova V. A. *Cultural linguistics*. Moscow: Akademiya, 2001, 208. (In Russ.)]
- Маслова Н. В. Паруса ноосферного образования: потенциалы становления субъектности российского образования. *Устойчивое инновационное развитие: проектирование и управление*. 2013. Т. 9. № 2. С. 61–76. [Maslova N. V. The sails of noospheric education: Developmental potential of the subjectivity of Russian education. *Ustoichivoe innovatsionnoe razvitie: Proektirovanie i upravlenie*, 2013, 9(2): 61–76. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/pgyzus>
- Могилевич Б. Р. Социологические аспекты межкультурной коммуникации. *Вестник Саратовского государственного аграрного университета им. Н. И. Вавилова*. 2008. № 2. С. 96–98. [Mogilevich B. R. The sociological aspects of crosscultural communication. *Saratov State Agrarian University in honor of N. I. Vavilov*, 2008, (2): 96–98. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/iladyd>
- Мотовилова А. Д., Меркер А. А., Нижельская Ю. А. Межкультурные коммуникации: теория и практика. *Вестник науки*. 2023. № 5. [Motovilova A. D., Merker A. A., Nizhelskaya Yu. A. Intercultural communication: Theory and practice. *Vestnik nauki*, 2023, (5). (In Russ.)] URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/mezhkulturnye-kommunikatsii-teoriya-i-praktika> (дата обращения: 20.11.2025).
- Николаева М. А., Орлова Ю. В., Шрамко Н. В. Анализ имиджа общеобразовательных организаций Екатеринбурга. *Педагогическое образование в России*. 2024. № 4. С. 101–111. [Nikolaeva M. A., Orlova Yu. V., Shramko N. V. Analysis of the image of general educational organizations of Ekaterinburg. *Pedagogical Education in Russia*, 2024, (4): 101–111. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/oweotg>
- Персикова Т. Н. Межкультурная коммуникация и корпоративная культура. М.: Логос, 2011. 224 с. [Persikova T. N. *Intercultural communication and corporate culture*. Moscow: Logos, 2011, 224. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/zrnwbl>
- Попова З. Д., Стернин И. А. Когнитивная лингвистика. М.: АСТ; Восток-Запад, 2007. 314 с. [Popova Z. D., Sternin I. A. *Cognitive linguistics*. Moscow: AST; Vostok-Zapad, 2007, 314. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/rufsvd>
- Попова З. Д., Стернин И. А. Понятие «концепт» в лингвистических исследованиях. Воронеж: ВГУ, 1999. 30 с. [Popova Z. D., Sternin I. A. *Concept in linguistic research*. Voronezh: VSU, 1999, 30. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/udaycz>
- Пронько Н. Н. Сайт образовательной организации как базовый элемент в системе маркетинговых коммуникаций. *Парадигмы управления, экономики и права*. 2022. № 2. С. 107–113. [Pronko N. N. A website of an educational organization as a basic element in the marketing communication system. *Paradigmy upravleniya, ekonomiki i prava*, 2022, (2): 107–113. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/ayfcmt>
- Реформатский А. А. Введение в языковедение. М.: Аспект Пресс, 1996. 536 с. [Reformatskii A. A. *Introduction to linguistics*. Moscow: Aspekt Press, 1996, 536. (In Russ.)]
- Степанов В. Н. Медиастратегии продвижения образовательной организации в титульных и нетитульных сообществах в социальных сетях. *Язык. Коммуникация. Общество*. 2023. № 1. С. 67–85. [Stepanov V. N. Media strategies of promotion of an educational organization in title and non-title communities in social networks. *Language. Communication. Society*, 2023, (1): 67–85. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/ukjvyq>
- Стернин И. А. К теории речевых культур носителя языка. *Вопросы психолингвистики*. 2009. № 9. С. 22–29. [Sternin I. A. Towards the theory of native speaker speech cultures. *Journal of Psycholinguistics*, 2009, (9): 22–29. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/laulg>

- Титова В. А., Цой М. Е., Мамонова Е. В. Управление маркетингом. 2-е изд., перераб. и доп. Новосибирск: НГТУ, 2013. 468 с. [Titova V. A., Tsoi M. E., Mamonova E. V. *Marketing management*. 2nd ed. Novosibirsk: NSTU, 2013, 468. (In Russ.)]
- Титова С. В., Староверова М. В. Этапы цифровизации языкового образования в XX–XXI вв. *Вестник Московского университета. Серия 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация*. 2023. № 3. С. 25–45. [Titova S. V., Staroverova M. V. The stages of digitalization of language education in the XX–XXI cc. *Lomonosov Linguistics and Intercultural Communication Journal*, 2023, (3): 25–45. (In Russ.)] <https://doi.org/10.55959/MSU-2074-1588-19-26-3-2>
- Токарева П. В. Коммуникативные стратегии и тактики в современном учебном дискурсе (на материале школьных учебников): дис. ... канд. филол. наук. Омск, 2005. 171 с. [Tokareva P. V. *Communicative strategies and tactics in modern academic discourse in school textbooks*. Cand. Philol. Sci. Diss. Omsk, 2005, 171. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/nnpffn>
- Устинова М. В. Сайт образовательной организации как инструмент создания образа виртуального автора (на материале заголовков новостного контента официального сайта вуза). *Виртуальная коммуникация и социальные сети*. 2024. Т. 3. № 1. С. 31–39. [Ustinova M. V. How websites of educational institutions create the virtual author: News headlines on university website. *Virtual Communication and Social Networks*, 2024, 3(1): 31–39. (In Russ.)] <https://doi.org/10.21603/2782-4799-2024-3-1-31-39>
- Hall E. T. *Beyond Culture*. New York: Knopf Doubleday Publishing Group, 1976, 320.

оригинальная статья

eLibrary EDN: IBQOWI

## Интердискурсивность и полидискурсивность в медиа- и интернет-пространстве: механизмы и сценарии трансформации в процессе перевода

**Волкова Татьяна Александровна**

Нижегородский государственный лингвистический университет имени Н. А. Добролюбова, Россия, Нижний Новгород

Московский педагогический государственный университет, Россия, Москва

eLibrary Author SPIN: 8160-5819

<https://orcid.org/0000-0002-9335-403X>

Scopus Author ID: 57189364338

[tatia.volkova@gmail.com](mailto:tatia.volkova@gmail.com)

**Тюлюсов Никита Сергеевич**

Нижегородский государственный лингвистический университет имени Н. А. Добролюбова, Россия, Нижний Новгород

eLibrary Author SPIN: 6285-4700

<https://orcid.org/0009-0008-7989-8525>

**Аннотация:** Статья посвящена анализу феномена интердискурсивности и полидискурсивности в современных текстах медиакommunikации и их влиянию на процесс межъязыковой и межкультурной коммуникации. Рассмотрены особенности взаимодействия различных видов институционального дискурса (научно-популярный, научный, медийный, маркетинговый, экономический, медицинский, терапевтический) в исходных и конечных текстах. Актуальность исследования обусловлена возрастающей ролью междисциплинарного взаимодействия в процессе межъязыковой коммуникации. Цель – уточнить методологию анализа интердискурсивных (полидискурсивных) текстов на основе дискурсивно-коммуникативной модели перевода. Научная новизна работы состоит в развитии теоретических положений дискурсивно-коммуникативной модели перевода применительно к анализу интердискурсивных текстов, в осмыслении сценариев возникновения и развития интердискурсивности (полидискурсивности) в процессе межъязыковой и межкультурной коммуникации. Использован комплексный анализ текстов с применением дискурсивно-коммуникативной модели перевода, положений медиалингвистики и интернет-лингвистики. Эмпирическая база – научно-популярные статьи, новостные материалы, аналитические публикации, официальные документы в языковой паре *английский – русский*. Обнаружены ключевые изменения в текстах при проявлении интердискурсивности и полидискурсивности на четырех уровнях модели. Как следствие, выявлены некоторые закономерности взаимодействия различных видов институционального дискурса в процессе межъязыковой и межкультурной коммуникации.

**Ключевые слова:** интердискурсивность, полидискурсивность, дискурсивно-коммуникативная модель перевода, дискурсивный переход, текст, дискурс, коммуникация

**Цитирование:** Волкова Т. А., Тюлюсов Н. С. Интердискурсивность и полидискурсивность в медиа- и интернет-пространстве: механизмы и сценарии трансформации в процессе перевода. *Виртуальная коммуникация и социальные сети*. 2026. Т. 5. № 3. С. 326–340. <https://doi.org/10.21603/vcsn-2026-5-3-326-340>

Поступила в редакцию 18.04.2026. Принята после рецензирования 28.05.2026. Принята в печать 08.06.2026.

original article

## Interdiscursivity and Polydiscursivity in Media and Online Space: Transformation Patterns and Scenarios in Translation

**Tatiana A. Volkova**

Linguistics University of Nizhny Novgorod, Russia, Nizhny Novgorod

Moscow State Pedagogical University, Russia, Moscow

eLibrary Author SPIN: 8160-5819

<https://orcid.org/0000-0002-9335-403X>

Scopus Author ID: 57189364338

[tatia.volkova@gmail.com](mailto:tatia.volkova@gmail.com)

**Nikita S. Tyulyusov**

Linguistics University of Nizhny Novgorod, Russia, Nizhny Novgorod

eLibrary Author SPIN: 6285-4700

<https://orcid.org/0009-0008-7989-8525>

**Abstract:** Interdisciplinarity is at the cutting edge of cross-cultural communication studies. The phenomena of interdiscursivity and polydiscursivity in contemporary media texts impact cross-linguistic and cross-cultural communication. Various types of institutional discourse interact within both the source and target texts. The article examines the interaction of popular science, scientific, media, marketing, economic, medical, and therapeutic texts to refine the methodology for analyzing interdiscursive (polydiscursive) texts based on the discourse and communication translation model. It introduces theoretical provisions for the discourse and communication translation model of interdiscursive texts based on the scenarios of interdiscursivity in the process of cross-linguistic and cross-cultural communication. Apart from the discourse and communication translation model, the research involves media linguistics and internet linguistics. The research corpus includes original English texts and their Russian translations in such genres as popular science articles, news, analytical publications, and official documents. When interdiscursivity and polydiscursivity manifest at all four levels of the model, they tend to trigger key changes, as well as certain patterns of interaction between various types of institutional discourse in the process of cross-linguistic and cross-cultural communication.

**Keywords:** interdiscursivity, polydiscursivity, discourse and communication translation model, discursive transfer, text, discourse, communication

**Citation:** Volkova T. A., Tyulyusov N. S. Interdiscursivity and Polydiscursivity in Media and Online Space: Transformation Patterns and Scenarios in Translation. *Virtual Communication and Social Networks*, 2026, 5(3): 326–340. (In Russ.) <https://doi.org/10.21603/vcsn-2026-5-3-326-340>

Received 18 Apr 2026. Accepted after review 28 May 2026. Accepted for publication 8 Jun 2026.

### Введение

В фокусе внимания статьи находится приобретающая все большую значимость в теории дискурса, переводоведении и смежных областях категория *интердискурсивности* (*полидискурсивности*). Актуальность исследования обусловлена возрастающей ролью междисциплинарного взаимодействия в процессе межязыковой коммуникации. Исходные тексты все чаще содержат в себе элементы различных дискурсов: научного, медийного, юридического и т.д. Как следствие, в задачи переводчика, в зависимости от конкретного коммуникативного (переводческого) задания, входят распознавание,

обработка и передача разнородных дискурсивных элементов. Изучение указанных процессов и определение доминант перевода в условиях интердискурсивности (*полидискурсивности*) становятся ключевыми для повышения качества перевода и переосмысления роли переводчика как медиатора между культурами и дискурсами.

Научная новизна заключается в развитии положений дискурсивно-коммуникативной модели перевода [Волкова 2022] для идентификации, анализа и интерпретации интердискурсивных текстов. В рамках настоящей статьи авторы дополнительно

анализируют явление дискурсивного перехода и проявления интердискурсивности (полидискурсивности) на макроуровне действительности.

Понимание того, что дискурсы не существуют изолированно, а находятся в постоянном взаимодействии, обусловило появление и развитие исследований интердискурсивности и полидискурсивности. Е. В. Белоглазова подчеркивает, что интердискурсивность и полидискурсивность различаются особым исследовательским фокусом: первое – «спонтанно и индивидуально для каждого текста» [Белоглазова 2009: 70], второе – «устойчиво и характеризует открытое множество текстов» [Там же].

В статье используются следующие трактовки интердискурсивности и полидискурсивности: «если речь идет о пересечении разных дискурсов в конкретном исходном тексте, можно говорить об интердискурсивности», «если речь идет о частотных наборах текстов и пересекающихся дискурсов (с которыми переводчик сталкивается в ходе профессиональной деятельности) с более или менее устойчивыми характеристиками, целесообразнее говорить о полидискурсивности» [Волкова 2022: 114–115].

При определении интердискурсивности (полидискурсивности) мы отталкиваемся от определенного вида институционального дискурса, который представляется осевым (базовым) для анализируемого текста, выявляем пересечения базового дискурса с другими и относим полученные комбинации к интердискурсивности либо полидискурсивности. В этой логике возможны и другие методологические сценарии, в частности определение комбинаций дискурсов без опоры на тот, к которому традиционно принадлежит (должен принадлежать) исходный текст выбранного типа (жанра) – такой подход может быть оправдан для заведомо гибридных полимодальных текстов с окказиональными (интердискурсивность) или устоявшимися (полидискурсивность) сочетаниями дискурсов.

Н. Н. Пелевина отмечает, что взаимодействие дискурсов, «предполагает "когнитивное переключение" с одной системы знания... на другую» [Пелевина 2008: 137]. Это означает, что в процессе взаимодействия с интердискурсивным (полидискурсивным) текстом (первоначальное ознакомление, перевод, редакция, вычитка и другие этапы производственной цепочки) специалист в области перевода переключается как минимум между двумя

дискурсами. Подобное взаимодействие важно рассматривать как регулярное и сознательное: «непреднамеренное продуцирование какого-либо речевого продукта не свидетельствует о соответствующей коммуникативной (дискурсивной) компетенции» [Корниенко 2019: 92], а значит, воссоздающие интердискурсивность или полидискурсивность переводческие решения должны быть осознанными, позволяя органично сочетать дискурсы в тексте перевода, а не произвольно их комбинировать.

## Методы и материалы

Отобраны тексты в языковой комбинации *английский – русский* разных типов (жанров): научно-популярная статья, новостной текст, аналитическая статья, регламент. Общий объем эмпирического материала – 268926 знаков с пробелами, источниками послужили издания *Psychology Today*, *Psychologies*, *Social Self*, *Guardian*, *Marketing Week*, информационные ресурсы ТАСС и РБК. Связь между текстами оригинала и перевода устанавливалась на уровне смыслового единства; некоторые из представленных переводов содержат прямую ссылку на текст оригинала.

Методологическую основу исследования составляет дискурсивно-коммуникативная модель перевода, позволяющая рассмотреть эмпирический материал в единстве его особенностей на уровне текста, дискурса, коммуникации и действительности. Кроме того, используется сопоставительный метод для соотнесения параметров исходного текста и текста перевода, дискурсивный, контекстуальный, компонентный анализ.

Отметим также следующую специфику отобранных электронных текстов: они представляют собой произведение, существующие в рамках интернет-дискурса – «множества взаимосвязанных и взаимопроникающих дискурсов..., которые используются в соответствующих коммуникативных областях и отражают разные когнитивные сферы» [Ахренова 2016] – что в определенной степени обусловило выбор эмпирического материала для исследования интердискурсивности (полидискурсивности). В соответствии с типологией Н. А. Ахреновой отобранные тексты можно отнести к дискурсу интернет-медиа (электронных СМИ), развлекательному интернет-дискурсу.

Исходные тексты (на английском языке):

(1): статья "7 Questions Every Self-Critical Person Should Ask Themselves"<sup>1</sup>;

<sup>1</sup> Boyes A. 7 Questions Every Self-Critical Person Should Ask Themselves. *Psychology Today*. 19 Jul 2023. URL: <https://www.psychologytoday.com/us/blog/in-practice/202307/7-questions-every-self-critical-person-should-ask-themselves> (accessed 11 Jan 2026).

(2): статья "How to Become Friends With Someone (Fast)"<sup>2</sup>;

(3): статья "'It's a superpower': how walking makes us healthier, happier and brainier"<sup>3</sup>;

(4): статья "When to believe the hype"<sup>4</sup>;

(5): корпоративный отчет "The Emissions Issue"<sup>5</sup>;

(6): официальный документ "Regulation (EU) 2016/679 of the European Parliament and of the Council of 27 April 2016 on the protection of natural persons with regard to the processing of personal data and on the free movement of such data, and repealing Directive 95/46/EC (General Data Protection Regulation)"<sup>6</sup>.

Конечные тексты<sup>7</sup> (на русском языке):

(1): статья «Вы чересчур самокритичны? Задайте себе эти 7 вопросов»<sup>8</sup>;

(2): статья «Volkswagen представил стратегию выхода из кризиса после "дизельгейта"»<sup>9</sup>;

(3): новостная заметка «Как ЕС собирается защищать персональные данные интернет-пользователей»<sup>10</sup>.

## Результаты

Современный медиадискурс отличается гетерогенностью, реализует различные цели внутри одного речевого произведения и является «одним из тех пространств, в которых люди создают и разделяют жизненные ориентиры, ценности, знание, что в совокупности предопределяет не только их информационную осведомленность и оценку актуальных событий, но и их повседневную жизнь и картину мира» [Кожемякин 2010: 13]. Отмечается, что «системообразующими функциями медиадискурса являются воздействие, информирование и развлечение» [Календр 2016: 326], при этом «степень правдивости

и полноты информации различна для каждого источника информации и для каждого информационного повода» [Там же]. Н. И. Клушина выделяет следующие основные типы медиадискурса с позиций доминирующей интенции: информационный / новостной дискурс (интенция информирования), публицистический (интенция убеждения), развлекательный (интенция развлечения) [Клушина 2013: 213].

Далее мы также отмечаем маркетинговый дискурс, в который Е. Г. Борисова предлагает включать рекламные тексты, слоганы, «статьи на темы продаж, устные продающие выступления, наименования и вербальные компоненты логотипов» [Борисова 2016: 140].

Дискурсивно-коммуникативная модель перевода включает следующие уровни, категории и параметры: уровень текста (авторство, адресность, нарратив, лексико-семантические, синтаксические, стилистические, прагматические особенности текста), уровень дискурса (цели дискурса, узловые точки дискурса, ценности дискурса, тематика (поле) дискурса, участники (направление) дискурса, хронотоп дискурса, интердискурсивность / полидискурсивность), уровень коммуникации (типовые свойства коммуникации, функции коммуникации, коммуникативные стратегии), уровень действительности (предметная ситуация, предметная область) [Волкова 2022: 95].

## Интердискурсивность и полидискурсивность в исходном тексте (1)

Проведем полный анализ исходного текста (1) по уровням, категориям и параметрам дискурсивно-коммуникативной модели перевода.

<sup>2</sup> Morin D. A. How to Become Friends With Someone (Fast). *SocialSelf*. 29 Jun 2021. URL: <https://socialself.com/blog/worlds-fastest-way-to-become-friends/> (accessed 26 Mar 2026).

<sup>3</sup> Fleming A. "It's a superpower": how walking makes us healthier, happier and brainier. *The Guardian*. 28 Jul 2019. URL: <https://www.theguardian.com/lifeandstyle/2019/jul/28/its-a-superpower-how-walking-makes-us-healthier-happier-and-brainier> (accessed 18 Feb 2025).

<sup>4</sup> Tesser L. When to believe the hype. *Marketing Week*. 5 Feb 2014. URL: <https://www.marketingweek.com/when-to-believe-the-hype/> (accessed 18 Feb 2025).

<sup>5</sup> Group Management Report. The emissions issue. *Annual Report 2015: Moving people*. Volkswagen, 2015, 49–54. URL: <https://www.volkswagen-group.com/en/publications/corporate/annual-report-2015-2333> (accessed 10 Jan 2026).

<sup>6</sup> Regulation (EU) 2016/679 of the European Parliament and of the Council of 27 April 2016 on the protection of natural persons with regard to the processing of personal data and on the free movement of such data, and repealing Directive 95/46/EC (General Data Protection Regulation). *European Union*. URL: <https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2016/679/oj> (accessed 10 Jan 2026).

<sup>7</sup> Под *конечным текстом* мы подразумеваем не только результат перевода в традиционном понимании (ср. [Нелюбин 2003]), но и ситуации, в которых исходный текст претерпевает более значительные изменения в процессе межъязыковой и межкультурной коммуникации.

<sup>8</sup> Патракова А. Вы чересчур самокритичны? Задайте себе эти 7 вопросов. *Psychologies*. 24.07.2023. URL: <https://www.psychologies.ru/articles/vy-chereschur-samokritichny-zadaite-sebe-eti-7-voprosov/> (дата обращения: 11.01.2026).

<sup>9</sup> Макаров О. Volkswagen представил стратегию выхода из кризиса после «дизельгейта». *РБК*. 10.12.2015. URL: <https://www.rbc.ru/business/10/12/2015/56696c259a7947c1a200420c> (дата обращения: 10.01.2026).

<sup>10</sup> Как ЕС собирается защищать персональные данные интернет-пользователей. *ТАСС*. 25.05.2018. URL: <https://tass.ru/obschestvo/5164520> (дата обращения: 10.01.2026).

### Уровень текста (микроуровень)

**Авторство:** текст опубликован на сайте англоязычного ресурса, посвященного психологии и психическому здоровью, подготовлен Элис Бойс, психологом, исследователем; рецензент – редактор, исследователь Либи Ма. Научно-популярная статья посвящена явлению самокритики, ее влиянию на физическое и психологическое состояние человека.

**Адресность:** текст ориентирован на широкую читательскую аудиторию, подверженную проявлениям самокритики и заинтересованную в осмыслении и понимании данного психологического феномена.

**Нарратив:** текст содержит ссылки на различные материалы, что является имманентным свойством интернет-текстов [Ахренова 2018: 9]. В нарратив текста входят публикации журнала *Psychology Today* в разделах *Self-Sabotage*, *More from Alice Boyes Ph.D.*, *More from Psychology Today*; статья в научном журнале *American Sociological Review*. Любой читатель может подписаться на аккаунты автора в социальных сетях, связаться с ним по электронной почте. При упоминании научных понятий в тексте используются гиперссылки на соответствующий раздел сайта издания со справочной информацией. Также читатель может найти необходимого специалиста в разделе *Find a Therapist*.

**Лексико-семантические особенности:** лексика связана с областью психологии, социального взаимодействия. Например, терминология (*self-criticism*, *self-talk*, *self-sabotage*, *self-regulation*, *anti-social personality traits*, *impaired concentration*, *diminished energy*), эмоционально-окрашенные лексемы с отрицательной коннотацией (*crankiness*, *harmful*, *unproductive*, *harshly*, *erroneously*, *loser*), наречия со значением осознанности, логичности (*realistically*, *logically*, *rationally*, *academically*).

**Синтаксические особенности:** преобладают простые и сложноподчиненные предложения; повествование ведется от третьего лица, длина абзацев составляет от двух до шести строк, они располагаются по центру интернет-страницы, удерживая внимание читателя, что характерно для текстов интернет-дискурса [Ахренова 2013: 24]. Отмечается употребление условных предложений с предлогом *if*, предложений с однородными членами,

причастий и деепричастий (*leading them to harshly criticize themselves*, *hidden self-critical patterns*, *being less self-critical*); используются императивы для выражения рекомендаций. Текст ориентирован на просмотрное онлайн-чтение, разделен на пронумерованные пункты, начинающиеся с вопроса, после которого следуют пояснения; присутствует блок ключевых положений статьи, в конце представлен библиографический список.

**Стилистические особенности.** Жанр (тип) текста: научно-популярная статья. Тон: поддерживающий, мотивирующий. Подзаголовки оформлены в виде риторических вопросов, побуждают читателя к размышлению. Отметим важный метафорический образ, представляющий самокритику как форму защиты: *Self-criticism often masquerades as a form of protection*. Вариативность восприятия самокритики автор связывает с существующими социальными различиями, ср.: *people who aren't male or white*. Кроме того, используются риторические приемы апелляции к авторитету, личному опыту читателя, призванные поддержать его и помочь разобраться в проблеме.

**Прагматические особенности:** цель текста – мотивировать читателя проанализировать собственное поведение, понять, какие проявления самокритики могут ему навредить.

### Уровень дискурса (макроуровень)

**Цель** – описать механизмы влияния самокритики на физическое и психологическое состояние человека, выработать определенные шаги для преодоления последствий ее воздействия. В данном случае цели текста и дискурса совпадают.

**Узловые точки:** человек, модели поведения, механизмы регуляции (психической деятельности субъекта)<sup>11</sup>.

**Ценности:** сострадание, ответственность, личностный рост, преодоление социальной стигматизации.

**Тематика (поле):** развитие личности, самокритика, интроспекция, социальные стереотипы.

**Участники (направление):** автор / издание; читатели, потенциально испытывающие влияние самокритики на собственную жизнь. Поскольку Элис Бойс – практикующий специалист-исследователь, ее публикация может привлечь внимание представителей соответствующей научной школы,

<sup>11</sup> Ср. узловую точку *человек* (*human / individual*), выявленную в научно-популярных книгах по психологии [Волкова, Митрофанова 2025: 10–11].

что расширяет круг участников дискурса по сравнению с кругом авторов и адресатов текста<sup>12</sup>.

**Хронотоп:** текст опубликован 19 июля 2023 г. в онлайн-издании.

**Интердискурсивность / полидискурсивность.** Научно-популярный дискурс взаимодействует в исходном тексте (1) с несколькими дискурсами:

- научный<sup>15</sup>: терминология, цитирование научных публикаций, мнения экспертов, информация об использованных для подготовки текста источниках, исследованиях, экспериментах;
- терапевтический: рекомендации, помощь, описание автором способов преодоления проблемы, вопросно-ответная форма повествования, напоминающая беседу с психологом;
- публицистический: социальные разногласия, гендерные и расовые стереотипы;
- медийный: апелляция к авторитету, личному опыту читателя, дружелюбный тон как средство воздействия, ср. фатическую функцию коммуникации и коммуникативную стратегию персуазивности [Богданова 2024].

Сочетание указанных дискурсов не является окказиональным и в целом характерно для интернет-журналов и изданий, посвященных психологии, что позволяет говорить о полидискурсивности.

#### **Уровень коммуникации (макроуровень)**

**Типовые свойства:** информативность, институциональность, общедоступность, полнота информации, стандартность, явная оценочность, толерантность, диалогичность.

**Функции:** когнитивная, коммуникативная, побудительная, эмотивная, метаязыковая, фатическая.

**Коммуникативные стратегии.** В тексте доминирует стратегия персуазивности: использование эмпирических данных служит инструментом воздействия через формирование у адресата представления об объективности излагаемой информации, а лексико-грамматические и стилистические средства позволяют установить эмоциональный контакт.

#### **Уровень действительности (макроуровень)**

**Предметная область:** психология личности, психическое здоровье, самоанализ, саморазвитие.

**Предметная ситуация:** бытовая / социальная жизнь, работа, отношения. Читатель исходного текста (1) осознает влияние самокритики, испытывает внутренние конфликты и ищет практические рекомендации для улучшения физического и психологического состояния; обращается к тематическому научно-популярному изданию, изучает соответствующие публикации, в дальнейшем может обратиться к специалисту из раздела *Find a Therapist*.

#### **Интердискурсивность и полидискурсивность в конечном тексте (1)**

Далее определим особенности конечного текста (1), сравнив их с выявленными особенностями исходного текста (1).

#### **Уровень текста (микроуровень)**

**Авторство:** текст подготовлен журналистом сетевого издания Psychologies Анжелой Патраковой с указанием ссылки на исходный текст (1). Рассматриваемая научно-популярная статья на русском языке, как и исходный текст (1), посвящена явлению самокритики, ее влиянию на физическое и психологическое состояние человека. Однако в тексте на русском языке сохраняются только отсылки к исследованиям Элис Бойс.

**Адресность:** социальные характеристики реципиентов исходного текста (1) и конечного текста (1) в целом сопоставимы.

**Нарратив:** исследования Элис Бойс на английском языке; публикации онлайн-издания Psychologies из раздела *Статьи*, в котором размещен текст, публикации из разделов *Материалы по теме*, *Сегодня читают*, *Psychologies приглашает*, *Psychologies в социальных сетях*; гиперссылки на тематические подборки *Познать себя*; публикации *Как повысить самооценку и обрести уверенность: 9 советов*, *Тест: Насколько силен ваш внутренний критик?* и *4 шага, чтобы прекратить самобичевание*. Читатель также может подписаться на новостную рассылку, социальные сети издания.

**Лексико-семантические особенности:** лексика закономерно связана со сферой психологии, используется соответствующая терминология (*самокритика, самооценка, гиперконтроль, модель поведения*,

<sup>12</sup> Ср.: «число эксплицируемых и имплицитных участников дискурса может быть больше числа конкретных или предполагаемых авторов и адресатов текста в зависимости от вида институционального дискурса... В ходе анализа авторство и адресность на уровне текста могут быть подробнее охарактеризованы при обращении к категории участников на уровне дискурса, либо переводчик может прийти к выводу, что список участников дискурса может (должен) быть расширен» [Волкова 2022: 308–309].

<sup>15</sup> Мы придерживаемся позиции, что научный и научно-популярный дискурсы, несмотря на их общую природу и очевидные сходства, целесообразно рассматривать как автономные.

низкая самооценка). Однако присутствуют существенные различия между исходным текстом (1) и конечным текстом (1):

1. В конечном тексте (1) отмечается больше эмоционально-окрашенных, в том числе разговорных, лексем и выражений: *пилим себя; отравляет нашу жизнь; прекратить бесконечные самокопания; себя без конца понукать; спишут со счетов; плевать в потолок; объедаться чипсами по вечерам; отпустить вожжи; срывы в виде ночных поеданий сосисок; вы уже устали от самого себя; позалипать в YouTube; бесконечно потакать своим прихотям*. Подобная стилистика отражает текущее состояние текстов массовой информации, которые соотносят логическое и эмоциональное, книжное и разговорное [Карасик 2002: 290]. Как далее отмечает В. И. Карасик, расширение сферы массовой информации, интимизация общения между автором и читателем «приводит к разговорности общения в разных его сферах» [Там же].

В рамках современной интернет-коммуникации использование лексем и выражений, характерных для разговорной речи, может быть частью маркетинговой стратегии: разговорная лексика позволяет избежать клишированных фраз и избитых выражений, создает эффект непринужденного прямого общения, оказывает дополнительное воздействие на реципиента путем формирования автоматизма действий [Аникина 2020].

2. В конечном тексте (1) присутствуют яркие образы, знакомые потенциальному российскому читателю: *женщина должна быть образованной и красивой, иметь хорошую работу, уметь вести дом и готовить, «вовремя» выйти замуж и не забыть родить детей, <...> воспитание детей нужно научиться виртуозно совмещать с рабочими обязанностями, уборкой, готовкой и, конечно, саморазвитием и уходом за собой; мужчина должен много зарабатывать, обеспечивать семью, быть надежной опорой, решать все проблемы, которые возникают не только у него, но и членов всей его семьи, <...> не должен жаловаться на трудную жизнь, ему необходимо быть сильным и несгибаемым*.

В данном случае отметим смену образа: в исходном тексте (1) и конечном тексте (1) авторы освещают тему социальных противоречий, однако если в тексте на английском языке подобные противоречия выстроены по гендерно-расовому принципу, что более релевантно для целевой аудитории исходного текста (1), то автор русскоязычного текста трансформирует исходный образ

и демонстрирует текущие социальные противоречия, наделяя мужчин и женщин чертами, знаковыми именно российским читателям, акцентируя гендерные стереотипы, относительно нейтрально описанные в исходном тексте (1).

3. Автор текста на русском языке при упоминании самокритики использует концептуальные метафоры *оружие и инструмент*, которые несут дополнительную содержательную и эмоциональную нагрузку: самокритика может как помочь осмыслить предыдущий опыт, понять, что конкретно сделано не так, так и навредить. Подобные образы отсутствуют в тексте на английском языке, где автор в более академичной форме повествует о положительных и отрицательных аспектах самокритики.

**Синтаксические особенности:** в отличие от текста на английском языке в тексте на русском языке преобладают сложные предложения с различными типами связи; есть условные предложения с союзом *если*; присутствуют предложения с однородными членами, причастия и деепричастия, императивы в рекомендательной функции. Архитектоника текстов аналогична: пронумерованные разделы, ориентация на просмотрное онлайн-чтение.

**Стилистические особенности.** Жанр (тип) текста: научно-популярная статья. Как и в исходном тексте (1), тон – поддерживающий, мотивирующий; автор обращается напрямую к читателю, адресует ему разнообразные вопросы, побуждающие читателя к размышлению. Отметим сходства в области риторических приемов: апелляция к авторитету, личному опыту читателя.

**Прагматические особенности:** цели исходного текста (1) и конечного текста (1) совпадают. Тем не менее, принимая во внимание перечисленные различия, следует отметить, что ко всему тексту на русском языке применяется глобальная адаптация [Волкова, Зубенина 2015: 56]. Описание ситуаций, знакомых именно российским читателям, иллюстрация социальных различий через оппозицию мужчины и женщины – социокультурная адаптация. Использование большего количества эмоционально-окрашенных лексем и выражений можно считать прагматической адаптацией, направленной на оказание более сильного воздействия на читателя.

#### **Уровень дискурса (макроуровень)**

**Цели** дискурса текстов на английском и русском языках аналогичны, **узловые точки** как ключевые концепты идентичны, **ценности** дискурса как аксиологические концепты также совпадают.

**Тематика (поле):** в конечном тексте (1) более акцентированы проблемы современных мужчин и женщин.

**Участники (направление):** поскольку текст на русском языке лишен ссылок на оригинальные исследования Александры Брюэр, публикация с меньшей долей вероятности может заинтересовать представителей научной школы.

**Хронотоп:** текст на русском языке опубликован в онлайн-формате, дата публикации – 24 июля 2023 г.

**Интердискурсивность / полидискурсивность.** В конечном тексте (1) с базовым научно-популярным дискурсом взаимодействуют те же дискурсы, что и в исходном тексте (1) – научный, терапевтический, публицистический, медийный. Но научный дискурс оказывается менее выраженным в русскоязычном тексте, который содержит ссылки лишь на исходную публикацию Элис Бойс без указания других научных работ, представленных в тексте на английском языке. Отметим, что подобные изменения не противоречат ценностям доказательности и научности, продвигаемым изданием<sup>14</sup>, и могут рассматриваться как прагматическая адаптация: русскоязычный читатель может не владеть английским языком и, как следствие, не сможет ознакомиться с англоязычными исследованиями, что делает их нерелевантными в тексте русскоязычного издания.

#### **Уровень коммуникации (макроуровень)**

**Типовые свойства:** информативность, институциональность, общедоступность, полнота информации, экспрессивность, явная оценочность, толерантность, диалогичность. Конечный текст (1) отличается большей экспрессивностью, которая достигается лексическими и стилистическими средствами и усиливает фатическую функцию коммуникации.

**Функции** коммуникации, отраженные в обоих текстах, совпадают; доминирующей коммуникативной стратегией в конечном тексте (1) также является стратегия персуазивности.

#### **Уровень действительности (макроуровень)**

**Предметная область и предметная ситуация** в исходном тексте (1) и конечном тексте (1) идентичны, но стоит уточнить, что читатель текста на русском языке может обсудить свои проблемы и наблюдения в разделе *Комментарии* на сайте издания.

Сравнительная характеристика исходного текста (1) и конечного текста (1) позволяет ретроспективно оценить переводческие решения. Характеристика исходного текста с применением дискурсивно-коммуникативной модели перевода представляет собой дискурсивное досье – основу для построения стратегии перевода [Волкова 2022: 416]. Далее мы сосредоточимся на анализе интердискурсивности (полидискурсивности) как одной из категорий модели и рассмотрим первый из возможных сценариев: взаимодействие различных видов институционального дискурса, зафиксированное в исходном тексте.

#### **Интердискурсивность и полидискурсивность в исходных текстах**

В исследовании Т. А. Волковой интердискурсивность (полидискурсивность) определяется по следующим категориям и параметрам на первых трех уровнях модели: авторство, адресность, нарратив, лексико-семантические, синтаксические, стилистические, т. е. лингвистические, и прагматические особенности текста; цели, узловые точки, ценности, тематика и участники дискурса; типовые свойства, функции и коммуникативные стратегии [Волкова 2022: 115].

На примере текстов на английском языке рассмотрим проявления интердискурсивности (полидискурсивности) двух базовых дискурсов: научно-популярного и публицистического.

**Исходный текст (2)** представляет собой инструкцию в научно-популярном жанре. Далее рассмотрим более подробно проявления интердискурсивности (полидискурсивности) в данном тексте на английском языке:

##### **1. Уровень текста (микроуровень)**

1. Автор – Д. А. Морин, основатель коммерческой интернет-платформы SocialSelf; рецензент и научный эксперт – Виктор Сандер.

2. Адресность: текст ориентирован на широкий круг читателей, ищущих практические рекомендации по социализации, поиску друзей, налаживанию отношений с коллегами.

3. Нарратив составляют публикации на платформе SocialSelf из разделов *Relationships, Friendship, Making Friends, Related*. Любой читатель может подписаться на аккаунты автора в социальных сетях, ознакомиться с профилями экспертов на сайте издания.

<sup>14</sup> Как стать автором Psychologies.ru: информация для психологов и представителей смежных профессий. *Psychologies*. 24.11.2025. URL: <https://www.psychologies.ru/articles/kak-stat-avtorom-psychologies-ru-informaciya-dlya-psikhologov-i-predstavitelei-smezhnykh-professii/> (дата обращения: 15.02.2026).

4. К лингвистическим особенностям относятся следующие: лексика, связанная с областью психологии, межличностных отношений, социологии; терминология (*mental health, nervousness, mutual self-disclosure, self-esteem, personality, social interactions, social skills, behavioral synchrony, Fast Friends procedure*); тематические группы (*friendship chemistry, energy level, long-distance friendships, deep relationships, cross-cultural friendships*). Оформление текста в виде коротких абзацев; вопросно-ответная форма повествования; использование императива в рекомендательной и побудительной функциях; ссылка на авторитетные научные источники; апелляция к опыту читателя; использование элементов *CTA – Call to Action*, которые призывают совершить целевое действие – например, купить товар, заказать услугу, подписаться на email-рассылку<sup>15</sup>.

5. Прагматические особенности: цель текста – проинформировать читателя о способах налаживания контактов с людьми, побудить его к применению рекомендаций на практике, прорекламировать сервисы издания, онлайн-консультации, сессии со специалистами.

## II. Уровень дискурса (макроуровень)

1. В качестве базового авторы выделяют научно-популярный дискурс, цель которого – передать научные знания в доступной форме, в нашем же случае – сформировать понимание межличностных отношений, выстроить определенную стратегию налаживания отношений в различных жизненных ситуациях. Обратим внимание, что цели текста и дискурса не совпадают, т.к. в первом отмечается дополнительный рекламный компонент.

2. Узловые точки: человек, социализация личности, межличностные отношения, самоанализ.

3. Ценности: эффективность, результативность, искренность, взаимность, эмпатия, уважение границ.

4. Тематика (поле): развитие социальных навыков, психология.

5. Участники (направление): автор / издание, потенциальный читатель, желающий развить и улучшить навыки социальной коммуникации; научное сообщество, заинтересованное в методике *Fast Friends*.

6. Хронотоп: текст опубликован в онлайн-формате 29 июня 2021 г.

## III. Уровень коммуникации (макроуровень)

1. Типовые свойства: информативность, институциональность, общедоступность, полнота информации, стандартность, явная оценочность, толерантность, диалогичность.

2. Функции: когнитивная, коммуникативная, побудительная, метаязыковая, фатическая.

3. Коммуникативная стратегия: преобладает стратегия персуазивности, автор с помощью научных исследований и эмпирических данных убеждает читателя в объективности материала, побуждает к действию.

Научно-популярный дискурс взаимодействует в исходном тексте (2) с несколькими дискурсами:

- научный: общие нарративы, прагматические и лексико-семантические особенности текста – указание на научно-экспертную проверку текста статьи, ссылка на авторитетные научные источники, подробное описание оригинального исследования (*Fast Friends experiment*), мнение члена команды ученых, проводивших эксперимент; терминология, связанная с областью психологии, социологии;
- терапевтический: вопросно-ответная форма повествования, имитирующая беседу с психологом, практические рекомендации в форме императива, направленные на решение проблемы;
- медийный: прагматические и синтаксические особенности текста – апелляция к авторитету, оформление текста в виде коротких абзацев, что повышает удобочитаемость; коммуникативная стратегия персуазивности, наличие в тексте многочисленных фото- и видеоматериалов, нацеленных на привлечение и удержание внимания читателя;
- маркетинговый: коммуникативная стратегия персуазивности, элементы CTA: промовикторины, подписки на сервисы платформы, тесты, опросники, гиперссылки на другие публикации с целью повышения количества прочтений.

**Исходный текст (3)** представляет собой научно-популярную статью, посвященную здоровому образу жизни.

## I. Уровень текста (микроуровень)

1. Автор – Эми Флеминг, журналист газеты *The Guardian*; эксперт – ирландский нейробиолог Шейн О’Мара.

<sup>15</sup> Словарь маркетолога. Что такое CTA, где его размещают и как сформулировать сильный CTA. *Skillbox Media*. 15.07.2022. URL: <https://skillbox.ru/media/marketing/slovar-marketologa-chto-takoe-cta-gde-ego-razmeshchayut-i-kak-sformulirovat-silnyy-cta/> (дата обращения: 22.01.2026).

2. Адресность: текст ориентирован на широкую аудиторию читателей, которые интересуются здоровым образом жизни, желают расширить свои знания о пользе ходьбы.

3. Нарратив составляют публикации издания The Guardian из разделов *Health & fitness, Related stories, More from Lifestyle*. Любой читатель может оставить комментарий, ознакомиться с публикациями автора.

4. К лингвистическим особенностям можно отнести следующие: лексика, связанная с областью когнитивистики, нейронаук, биологии; терминология (*marine invertebrate, larval stage, spinal cord, depression, stress, anxiety, cognition, cognitive mapping, acute brain injury, theta brainwaves, brain-derived neurotrophic factor (BDNF), vascular endothelial growth factor (VEGF), vestibular system, sensorium, mental time travel*); тематические группы (*cognitive powers, motor-centric, vegetative existence, neural resources, supervised walking, brain-nourishing molecules, cognitive mapping system, mental mapping*). Использование эмоционально-окрашенных лексем и словосочетаний (*superpower, one of life's great pleasures, one of life's great horrors, absolute garbage, fizzing*); преобладание сложных предложений с различными видами связи, наличие уточнений, цитат. Тон повествования дружелюбный, автор стремится выстроить контакт с читателем. Обращает на себя внимание архитектура текста: интервью с экспертом в формате дружеского диалога, личные размышления автора о проблеме, апелляция к авторитету (научным институтам, исследователям), культурные отсылки (Бертран Рассел, У. Р. Гамильтон, Фридрих Ницше, Чарльз Диккенс).

5. Прагматические особенности: цель текста – проинформировать читателя о ходьбе как эффективном типе физической активности, ее пользе для физического и психического здоровья человека, побудить его совершать регулярные прогулки на свежем воздухе, а также способствовать продвижению новой книги Шейна О'Мары "In Praise of Walking".

## II. Уровень дискурса (макроуровень)

1. Цель – сформировать понимание о пользе физической активности, выстроить стратегию популяризации здорового образа жизни, активно внедрять данные нейронаук в повседневную

деятельность человека. Цели текста и дискурса не совпадают – в тексте отмечается дополнительный рекламный компонент.

2. Узловые точки: человек, здоровый образ жизни, физическая активность, когнитивная активность.

3. Ценности: здоровье, благополучие, движение.

4. Тематика (поле): здоровье, фитнес, образ жизни, профилактика, нейронауки, психология.

5. Участники (направление): автор / издание; читатели, заинтересованные в изменении своего образа жизни; члены научного сообщества, заинтересованные новой публикацией Шейна О'Мары "In Praise of Walking".

6. Хронотоп: текст опубликован в онлайн-издании 28 июля 2019 г.

## III. Уровень коммуникации (макроуровень)

1. Типовые свойства: информативность, институциональность, общедоступность, полнота информации, экспрессивность, явная оценочность, толерантность, диалогичность.

2. Функции: когнитивная, коммуникативная, побудительная, эмотивная, метаязыковая, фатическая.

3. Коммуникативная стратегия: преобладает стратегия персуазивности, автор посредством интервью с экспертом, собственных размышлений убеждает читателя в объективности материала, побуждает к действию.

Таким образом, научно-популярный дискурс взаимодействует в исходном тексте (3) со следующими дискурсами:

- научный: ссылка на мнения экспертов, авторитетные научные исследования; терминология, связанная с областью когнитивистики, нейронаук, биологии;
- медицинский<sup>16</sup>: эксперт предлагает практические рекомендации по улучшению физического и психологического состояния пациентам с поражением мозга, проходящим реабилитацию, страдающим от депрессии или испытывающим повышенное чувство тревожности;
- медийный: апелляция к авторитету, дружелюбный тон, коммуникативная стратегия персуазивности, упоминание исторических личностей, деятелей науки и искусства для убеждения читателя в правильности описываемого автором статьи образа жизни;

<sup>16</sup> В данном случае представляется целесообразным говорить именно о медицинском дискурсе, ср. определения медицинского и терапевтического дискурсов, соответственно: "discourse in and about healing, curing, expressions of suffering and any other language ideologies" [Wilce 2009: 199] vs. "talk in interaction between clinician and client that aims to improve the mental health of a client" [Weiste, Peräkylä 2015].

использование фотоматериалов прогулки с экспертом для дополнительного воздействия;

- маркетинговый: издание предлагает читателю приобрести новую книгу эксперта "In Praise of Walking", в тексте намеренно приводятся цитаты из книги, размещаются ссылки на покупку книги на сайте книжного магазина издательства The Guardian.

Сочетание научно-популярного, научного, терапевтического (медицинского) и медийного дискурсов позволяет говорить о полидискурсивности; баланс между терапевтическим и медицинским дискурсами в текстах подобного рода может меняться. Проявления маркетингового дискурса в научно-популярном тексте, которые могут в том числе зависеть от политики (миссии) журнала, в нашей выборке являются окказиональными, следовательно, пока мы можем говорить об интердискурсивности.

**Исходный текст (4)** представляет собой аналитическую статью, посвященную явлению *hype cycle*, и включает интервью с директором по цифровому маркетингу компании Morrisons Амандой Меткалф.

#### I. Уровень текста (микроуровень)

1. Автор – Люси Тессерас, журналист издания Marketing Week.

2. Адресность: текст ориентирован на широкую читательскую аудиторию, специалистов в области продаж, маркетинга, индивидуальных предпринимателей, владельцев стартапов.

3. В состав нарратива входят публикации издания из рубрики *Recommended*. Любой читатель может поделиться публикацией в социальных сетях, подписаться на интернет-страницы автора.

4. Лингвистическим особенностям текста можно отнести следующие: использование лексики, связанной с областью анализа рынка, соответствующей терминологии (*hype cycle, technology trigger, peak of inflated expectations, trough of disillusionment, slope of enlightenment, saturated market, market demand, consumer research, digital marketing, customer insight, user feedback*); тематических групп (*business decisions, marketable reality, mainstream adoption, in-store customers*); использование глаголов в императиве и модальных конструкций, а также глаголов и выражений со значением начала действия (*develop, launch, to be first to market, force, to bring the proposition*

*to market, rise, enter a market*). Текст разделен на небольшие главы с быстрым доступом по гиперссылкам; тон повествования нейтральный.

5. Прагматические особенности: цель – объяснить функционирование модели *hype cycle*, показать ее эффективность на реальных примерах, побудить читателя ориентироваться на ее положения при ведении бизнеса, презентации и продвижении продукта на рынке.

#### II. Уровень дискурса (макроуровень)

1. Цель – сформировать понимание рыночных процессов, продвигать среди начинающих специалистов и профессионалов возможные маркетинговые стратегии, мотивировать людей создавать свой бизнес и вести его. Цели текста и дискурса совпадают.

2. Узловые точки: бренд, рынок, реализация продукта.

3. Ценности: прогресс, эффективность, прибыльность, конкуренция.

4. Тематика (поле): анализ рынка, инновации, маркетинговая стратегия, анализ обратной связи между продавцом и покупателем.

5. Участники (направление): автор / издание; потенциальный читатель (индивидуальные предприниматели, владельцы бизнеса, маркетологи, специалисты по продажам).

6. Хронотоп: текст опубликован в онлайн-издании 5 февраля 2014 г.

#### III. Уровень коммуникации (макроуровень)

1. Типовые свойства: информативность, институциональность, общедоступность, полнота информации, стандартность, явная оценочность, толерантность, диалогичность.

2. Функции: когнитивная, коммуникативная, побудительная, метаязыковая, фатическая.

3. Коммуникативная стратегия: преобладает стратегия персуазивности, автор посредством исследования отдельных случаев (*case study*) убеждает читателя в работоспособности и эффективности модели *hype cycle*.

В качестве базового мы выделяем публицистический дискурс<sup>17</sup>, который взаимодействует в исходном тексте (4) со следующими дискурсами:

- маркетинговый: автор дает практические рекомендации по продвижению продукта, выходу на рынок, анализу предпочтений потребителей;

<sup>17</sup> Причины следующие: адресность (статья ориентирована преимущественно на профессиональную аудиторию), лингвистические особенности текста (в частности, отсутствие эмоционально-окрашенных лексем и выражений, нейтральное повествование), прагматические особенности текста (ориентация на профессиональную деятельность человека, а не его личную жизнь и переживания).

- медийный: апелляция к авторитету, оформление текста в виде коротких абзацев, коммуникативная стратегия персуазивности – автор, ориентируясь на исследования рынка, мнения экспертов, показывает эффективность модели *hype cycle*, с помощью фотоматериалов предоставляет более подробную информацию. Текст разделен на небольшие главы с быстрым доступом по гиперссылкам, чтобы читатель мог в первую очередь сосредоточиться на том, что считает интересным. После основного текста следует серия вопросов и ответов в формате интервью с экспертом;
- экономический: в тексте активно используется терминология из области анализа рынка, продаж и смежных областей. В процессе изложения привлекаются данные о размерах выручки компаний, используются прямые цитаты экспертов, статистика в качестве аргумента.

Описанное сочетание дискурсов в целом типично для аналитических статей, посвященных экономике, маркетингу, бизнесу, и позволяет говорить о полидискурсивности.

Помимо анализа интердискурсивности (полидискурсивности) в исходном тексте и ее влияния на конечный текст авторы в статье обращают внимание на интердискурсивность (полидискурсивность), которая реализуется на другом этапе – не зафиксирована в исходном тексте, а возникает именно в процессе перевода при дискурсивном переходе, т. е. миграции из дискурса в дискурс. Далее мы проанализируем, в какой мере использование одного и того же текста в разных предметных ситуациях или его одновременное отнесение к нескольким предметным областям является фактором возникновения интердискурсивности (полидискурсивности) на четвертом уровне дискурсивно-коммуникативной модели перевода – уровне действительности.

#### Дискурсивный переход и уровень действительности

Исследование корпуса примеров позволяет предположить, что на уровне действительности один и тот же текст свидетельствует об интердискурсивности (полидискурсивности), если в процессе коммуникации он перемещается из одной предметной ситуации в другую или оказывается одновременно релевантным для нескольких предметных областей. Рассмотрим два сценария полидискурсивности:

I. Компания публикует определенную информацию о своей деятельности, продукте или услуге.

В дальнейшем СМИ цитируют и распространяют указанную информацию; потребитель, изучив текст публикации, может обратиться в компанию с официальным запросом или претензией. В результате исходный текст, представляющий собой коммерческую информацию, лишенную юридических оговорок, попадает в правовое поле и получает юридическую интерпретацию.

В качестве примера исходного текста можно привести исходный текст (5), в качестве конечного текста – конечный текст (2). В данном случае можно говорить о глобальной прагматической адаптации, затрагивающей весь текст, ср. [Волкова, Зубенина 2015]. В конечном тексте (2) сохранены некоторые смысловые блоки (описание проблемы, финансовые последствия, пути решения), в остальном он подвергнут переработке, содержит добавления (сообщения информационных агентств Reuters, Bloomberg). В результате дискурсивного перехода конечный текст (2) становится первоисточником для других публикаций, которые содержат ссылки и цитаты из него.

II. Определенный документ, имеющий юридическую силу, цитируется на новостном или медиаресурсе как «факт», однако в рамках последующей дискуссии может подвергаться интерпретации или критическому анализу. В результате доминирующая функция коммуникации, отраженная в исходном тексте, меняется с регулирующей на аргументативную, текст выступает в качестве доказательной базы в публичном или научном дискурсе. В качестве примера исходного текста можно привести исходный текст (6), в качестве конечного – конечный текст (3). В последнем сохранена ключевая информация о целях и задачах регламента, лицах, на которых он распространяется, правовых последствиях в случае его нарушения.

В приведенных примерах рассматриваются один исходный текст, один конечный текст, а также особенности функционирования последнего в разных сферах. «Мостом» для дискурсивного перехода зачастую выступает медийный дискурс, однако это могут быть и иные виды дискурса и сценарии: научный текст публикуется в СМИ с изъятиями и, как следствие, с искажениями и «возвращается» в научный дискурс, становясь предметом интерпретации; литературно-художественный текст становится предметом лингвистической экспертизы в связи с иском о нарушении авторских прав и т. д. Кроме того, дискурсивный переход может быть обусловлен онлайн-форматом отобранных текстов, т. к.

пространство интернет-дискурса «складывается как структурированное объединение множества взаимосвязанных и взаимопроникающих дискурсов» [Ахренова 2018: 25].

## Заключение

Интердискурсивность (полидискурсивность), продиктованная параметрами исходного текста или ситуацией дискурсивного перехода, может привести к следующим изменениям в исходном и / или конечном текстах на четырех уровнях дискурсивно-коммуникативной модели:

### I. Уровень текста:

1. Изменение организации текста (архитектоника – синтаксические особенности). Интердискурсивный (полидискурсивный) характер текста, в особенности интернет-текста, ориентированного на широкую читательскую аудиторию, определяет особенности его организации: используются структурно-семантические приемы (определенное расположение элементов внутри текста и на экране монитора, многомерная шрифтовка), цифровые и буквенные обозначения; художественно-графическое и цветовое оформление, фотографии и видеоматериалы.

2. Повышение уровня достоверности информации (прагматические особенности). В условиях современного информационного пространства вопрос достоверности становится ключевым параметром любого создаваемого текста, в том числе (особенно) ориентированного на массового читателя и функционирующего на стыке научно-популярного и других видов институционального дискурса. Одним из механизмов достижения точности и достоверности является опора на авторитетные источники: мнения экспертов, результаты эмпирических исследований, статистические данные, ссылки на научные публикации, библиографический список. Отметим использование с этой целью жанра интервью, ср.: интервью с экспертом о результатах исследования; интервью с экспертом, включающее не только научные сведения, но и личные высказывания и переживания интервьюируемого; сессия / серия вопросов и ответов, раскрывающая важные аспекты рассматриваемой темы.

3. Смена статуса высказывания в отношении реальности (прагматические особенности): факт, гипотеза, оценка, норма.

II. Уровень дискурса: расширение целевой аудитории, вовлеченной в обсуждение тем, которые ранее принадлежали преимущественно

к профессиональному дискурсу, ср. расширение круга участников дискурса в терминах дискурсивно-коммуникативной модели перевода. В частности, темы психологии личности, взаимоотношений между людьми, менеджмента, маркетинга выходят за рамки профессионального поля и становятся объектом массового интереса. Современная аудитория становится «поливалентной», стремится получить знания и информацию из различных областей, чтобы применять их в своей обыденной и профессиональной жизни.

III. Уровень коммуникации: изменение коммуникативной функции (например, информирование – убеждение).

IV. Уровень действительности: текст перемещается из одной предметной ситуации в другую (например, внутренний отчет – пресс-релиз – газетная статья) или оказывается одновременно релевантным для нескольких предметных областей (например, научный доклад, имеющий юридические последствия и общественный резонанс).

Перспектива исследования заключается в решении следующих задач:

1) определение доминант перевода интердискурсивных (полидискурсивных) текстов – основных и дополнительных параметров на различных уровнях дискурсивно-коммуникативной модели, обусловленных в первую очередь интердискурсивностью (полидискурсивностью) и требующих приоритетной передачи при переводе;

2) описание соответствующих переводческих решений и формулирование стратегий перевода интердискурсивных (полидискурсивных) текстов в различных ситуациях возникновения и развития интердискурсивности (полидискурсивности) в процессе межъязыковой и межкультурной коммуникации.

**Конфликт интересов:** Авторы заявили об отсутствии потенциальных конфликтов интересов в отношении исследования, авторства и / или публикации данной статьи.

**Conflict of interests:** The authors declared no potential conflict of interests regarding the research, authorship, and / or publication of this article.

**Критерии авторства:** Авторы в равной степени участвовали в подготовке и написании статьи.

**Contribution:** All the authors contributed equally to the study and bear equal responsibility for the information published in this article.

## Литература / References

- Аникина Т. В. Лексические особенности англо- и русскоязычной интернет-рекламы. *Филологический аспект*. 2020. № 12. С. 41–53. [Anikina T. V. Lexical peculiarities of English and Russian Internet advertising. *Filologicheskii aspekt*, 2020, (12): 41–53. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/fuidhn>
- Ахренова Н. А. Доминанты современной интернет-лингвистики: автореф. дис. ... д-ра филол. наук. Мытищи, 2018, 49 с. [Akhrenova N. A. *Dominants of contemporary internet linguistics*. Dr. Philol. Sci. Diss. Abstr. Mytishchi, 2018, 49. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/pgwdez>
- Ахренова Н. А. Интернет-дискурс как гипертекст. *Вестник Московского государственного областного университета*. 2016. № 3. [Akhrenova N. A. Internet-discourse as a hypertext. *Bulletin of Moscow Region State University*, 2016, (3). (In Russ.)] URL: <https://www.evestnik-mgou.ru/jour/article/view/1063> (дата обращения: 27.01.2026). <https://elibrary.ru/xknqhp>
- Ахренова Н. А. Теоретические основы интернет-лингвистики. *Филологические науки. Вопросы теории и практики*. 2013. № 10. С. 22–26. [Akhrenova N. A. Theoretical foundations of Internet linguistics. *Philology. Theory & Practice*, 2013, (10): 22–26. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/rbueyx>
- Белоглазова Е. В. Полидискурсивность как особый исследовательский фокус. *Известия Санкт-Петербургского университета экономики и финансов*. 2009. № 3. С. 66–71. [Beloglazova E. V. Polydiscursivity as special research focus. *Izvestiya Sankt-Peterburgskogo universiteta ekonomiki i finansov*, 2009, (3): 66–71. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/kxibqv>
- Богданова Е. А. Способы реализации персуазивности в журнальном дискурсе. *Вестник Костромского государственного университета*. 2024. Т. 30. № 1. С. 149–156. [Bogdanova E. A. Means of persuasion in journal discourse. *Vestnik of Kostroma State University*, 2024, 30(1): 149–156. (In Russ.)] <https://doi.org/10.34216/1998-0817-2024-30-1-149-156>
- Борисова Е. Г. Маркетинговая лингвистика: направления и перспективы. *Верхневолжский филологический вестник*. 2016. № 4. С. 140–143. [Borisova E. G. Marketing linguistics: Prospects and trends. *Verhnevolzhski Philological Bulletin*, 2016, (4): 140–143. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/xgrexl>
- Волкова Т. А. Дискурсивно-коммуникативная модель как система детерминант стратегии перевода: дис. ... д-ра филол. наук. Н. Новгород, 2022, 467 с. [Volkova T. A. *Discourse and communication model as a system of translation strategy determinants*. Dr. Philol. Sci. Diss. Nizhny Novgorod, 2022, 467. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/ezbwxt>
- Волкова Т. А., Зубенина М. А. Особенности реализации социокультурной и прагматической адаптации при переводе общественно-политических текстов. *Социо- и психолингвистические исследования*. 2015. № 3. С. 54–66. [Volkova T. A., Zubenina M. A. Pragmatic and sociocultural adaptation in political texts translation. *Socio- i psiholingvisticheskie issledovaniya*, 2015, (3): 54–66. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/vlfggz>
- Волкова Т. А., Митрофанова К. А. Микро- и макростратегия перевода научно-популярных книг. *Иностранные языки в высшей школе*. 2025. № 3. С. 5–14. [Volkova T. A., Mitrofanova K. A. Micro- and macrostrategy of translating popular science books. *Inostrannye yazyki v vysshei shkole*, 2025, (3): 5–14. (In Russ.)] <https://doi.org/10.37724/RSU.2025.74.3.001>
- Календр А. А. Медийный дискурс как преобразование информации. *Мир науки, культуры, образования*. 2016. № 5. С. 326–329. [Kalendr A. A. Media discourse as information reconstruction. *Mir nauki, kultury, obrazovaniya*, 2016, (5): 326–329. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/wxgwnx>
- Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Волгоград: Перемена, 2002, 477 с. [Karasik V. I. *Language circle: Personality, concepts, and discourse*. Volgograd: Peremena, 2002, 477. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/ugqamp>
- Клушина Н. И. Эмоциогенность как критерий дифференциации современного медийного пространства. *Эмотивная лингвозкология в современном коммуникативном пространстве*, ред. А. А. Штеба, П. С. Волкова, Н. И. Коробкина. Волгоград: Перемена, 2013. С. 209–217. [Klushina N. I. Emotiogenicity as a criterion for differentiation of the modern media space. *Emotive linguistic ecology in the modern communicative space*, eds. Shteba A. A., Volkova P. S., Korobkina N. I. Volgograd: Peremena, 2013, 209–217. (In Russ.)]
- Кожемякин Е. А. Массовая коммуникация и медиадискурс: к методологии исследования. *Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки*. 2010. № 12. С. 13–21.

- [Kozhemyakin E. A. Mass communication and media discourse: Toward a research methodology. *Nauchnye vedomosti Belgorodskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Gumanitarnye nauki*, 2010, (12): 13–21. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/mtxurn>
- Корниенко Е. Р. Полидискурсивность как константа языковой личности. *Балтийский гуманитарный журнал*. 2019. Т. 8. № 1. С. 89–92. [Kornienko E. R. Polydiscursivity as a constant of the linguistic personality abstract. *Baltic Humanitarian Journal*, 2019, 8(1): 89–92. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/zahysl>
- Нелюбин Л. Л. Толковый переводоведческий словарь. 3-е изд., перераб. М.: Флинта, 2003, 318 с. [Nelyubin L. L. *Explanatory translation dictionary*. 3rd ed. Moscow: Flinta, 2003, 318. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/qqocsx>
- Пелевина Н. Н. Интердискурсивность научного и художественного текстов. *Известия Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена*. 2008. № 78. С. 137–143. [Pelevina N. N. Discourse interaction in scientific and literary texts. *Izvestiya Rossiiskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta im. A. I. Gertsena*, 2008, (78): 137–143. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/jvyxtx>
- Weiste E., Peräkylä A. Therapeutic discourse. *The international encyclopedia of language and social interaction*, eds. Tracy K., Sandel T., Ilie C. Wiley-Blackwell, 2015. <https://doi.org/10.1002/9781118611463.wbielsi102>
- Wilce J. M. Medical discourse. *Annual Review of Anthropology*, 2009, 38: 199–215. <https://doi.org/10.1146/annurev-anthro-091908-164450>

оригинальная статья

eLibrary EDN: BPFBDH

## Адаптация музыкальной терминологии в современной виртуальной коммуникации: музыкальное комментирование как новый речевой жанр

Орешкин Степан Алексеевич

Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы, Россия, Москва

<https://orcid.org/0009-0001-2764-6210>

[waspl@mail.ru](mailto:waspl@mail.ru)

**Аннотация:** В данной статье рассматривается и анализируется адаптация музыкальной терминологии в виртуальном пространстве пользователями интернет-ресурсов. Люди проводят много времени, слушая любимые песни, изучая историю любимых исполнителей, просматривая клипы любимых групп и обсуждая все это в Интернете друг с другом. Цель – выявить механизмы адаптации музыкальной терминологии в виртуальном пространстве и охарактеризовать речевой жанр музыкального комментирования как продукт этой адаптации. Объект исследования – тексты музыкальной направленности в русскоязычном сегменте Интернета, музыкальные комментарии пользователей, видеообзоры музыкальных произведений; предмет – процессы адаптации терминологии и жанровая специфика комментирования. На основании проведенного анализа установлено, что музыкальная терминология в Интернете подвергается глубокой трансформации, она проходит через процессы семантического расширения, грамматического и стилистического снижения, теряя свою системность и строгость. Эта адаптированная терминосистема становится языковым фундаментом для нового, динамично развивающегося речевого жанра музыкального комментирования. Его ядро составляет не объективный анализ, а субъективно-эмоциональное высказывание, нацеленное на выполнение социальных и экспрессивных функций.

**Ключевые слова:** музыкальная терминология, интернет-лингвистика, речевой жанр, виртуальная коммуникация, цифровая культура, музыкальное комментирование, языковая игра, дискурс

**Цитирование:** Орешкин С. А. Адаптация музыкальной терминологии в современной виртуальной коммуникации: музыкальное комментирование как новый речевой жанр. *Виртуальная коммуникация и социальные сети*. 2026. Т. 5. № 3. С. 341–347. <https://doi.org/10.21603/vcsn-2026-5-3-341-347>

Поступила в редакцию 12.02.2026. Принята после рецензирования 10.03.2026. Принята в печать 12.03.2026.

original article

## Adapting Musical Terminology to Virtual Communication: Musical Commentary as a New Speech Genre

Stepan A. Oreshkin

Peoples' Friendship University of Russia named after Patrice Lumumba, Russia, Moscow

<https://orcid.org/0009-0001-2764-6210>

[waspl@mail.ru](mailto:waspl@mail.ru)

**Abstract:** Songs, music videos, biographies of musicians, and music forums occupy a lot of virtual space. Internet users have to adapt musical terms to virtual communication, turning online musical commentary into a new speech genre. The author studied music-related texts, users' comments, and video reviews in the Russian-speaking segment of the Internet to identify the processes of terminological adaptation and the genre specifics of music commentaries. Music-related terms undergo a deep transformation on the Internet. As a result of semantic expansion combined with grammatical and stylistic decline, consistency and rigor give way to creativity and expressiveness. This adapted terminology system becomes the linguistic foundation for a new, dynamically developing speech genre of music commentary. It is a subjective and emotional statement rather than an objective analysis, but it fulfills certain social and expressive functions.

**Keywords:** musical terminology, Internet linguistics, speech genre, virtual communication, digital culture, musical commentary, language play, discourse

**Citation:** Oreshkin S. A. Adapting Musical Terminology to Virtual Communication: Musical Commentary as a New Speech Genre. *Virtual Communication and Social Networks*, 2026, 5(3): 341–347. (In Russ.) <https://doi.org/10.21603/vcsn-2026-5-3-341-347>

Received 12 Feb 2026. Accepted after review 10 Mar 2026. Accepted for publication 12 Mar 2026.

## Введение

Музыка всегда являлась одним из самых популярных видов развлечений. Люди проводят много времени, слушая любимые песни, изучая историю любимых исполнителей, просматривая клипы любимых групп и обсуждая все это в Интернете. К тому же музыка является одной из важнейших отраслей в бизнес-среде индустрии развлечений.

За последние годы фиксируется высокий рост технологий и цифровизации во всех сферах [Маринова 2024]. Музыкальная терминология связывает людей, в той или иной области занимающихся музыкой. «Термины – это слова специальные, ограниченные своим особым назначением; слова, стремящиеся быть однозначными как точное выражение понятий и называние вещей» [Реформатский 1967: 110]. Благодаря терминам в музыке люди могут понимать друг друга, при этом коммуникация может осуществляться на разных уровнях: *профессионал – профессионал, любитель – любитель, профессионал – любитель*.

Связь и обмен информацией – фундаментальные требования для развития человечества [Erokhin, Karabulatova 2025]. В наше время одним из основных каналов передачи информации между людьми выступает Интернет [Жданова, Рацбургская 2024]. Безусловно, цифровизация и интернет-культура оказывают влияние в том числе и на язык [Crystal 2006]. Перемены наблюдаются в области лексики, грамматики, способах коммуникации и методиках обучения [Абдырахманов и др. 2025]. Эти изменения отражают адаптацию языка к быстрым темпам коммуникации и новым способам передачи информации. Например, появились новые слова и новые значения уже существующих слов для обозначения новых реалий, таких как *генеративная музыка, искусственный интеллект (ИИ), машинное обучение*. Из-за ускорения ритма жизни и огромного количества информации предложения становятся короче, а, например, в английском разговорном языке упрощаются грамматические правила, в речи отказываются от вспомогательных

глаголов и от подлежащего. В цифровой среде также наблюдается рост упрощения предложений и уменьшения их размера. Кроме этого, новые реалии появляются из-за активного использования хештегов в цифровой речи [Ильина 2016]. В области коммуникации также происходят изменения: появляется краткость изложения мыслей; создаются новые каналы коммуникации, такие как электронная почта, каналы и рабочие чаты в мессенджерах, ведение социальных сетей и виртуальные собрания с использованием цифровых площадок, а также использование чат-ботов для решения определенных задач.

Самый главный итог цифровизации – корневые изменения в области производства и распространения музыкального контента. Одним из последствий таких изменений можно считать доступность музыки практически для всех. Стирание границ между профессиональным музыковедческим дискурсом и повседневным общением любителей музыки в блогах, социальных сетях и на стриминговых платформах порождает уникальные лингвистические феномены.

Несмотря на рост популярности искусственного интеллекта, который как инструмент доступен практически в каждой области и каждому человеку [Огорелков, Махаева 2025], люди в комментариях предпочитают самостоятельно писать свои мысли («от руки»), хотя многие площадки предлагают написание комментариев с использованием ИИ, учитывая, что искусственный интеллект в наше время даже учится писать эмоциональные тексты с эмпатией [Talanov et al. 2025: 137]. Кроме того, P. Zhang и коллеги провели эксперимент, в котором нейросеть непосредственно комментировала музыкальные композиции различных жанров, генерируя комментарии, которые отражали значимое содержание и тематическую информацию о музыке с различных точек зрения [Zhang et al. 2022].

Социальные сети стали неотъемлемой частью нашей жизни и одним из главных каналов коммуникации в современном мире. Как отмечают Н. Д. Голев

и А. В. Иркова, социальные сети можно считать особенной средой для ее пользователей [Голев, Иркова 2021: 26]. Несмотря на то что одними из главных пользователей социальных сетей являются школьники и студенты, в наше время старшее поколение начинает все активнее принимать участие в интернет-дискуссиях.

Сейчас подавляющее большинство людей слушают музыку в Интернете [Пашковский 2025: 81; Hesmondhalgh 2021]. В 2023 г., несмотря на сложности с использованием зарубежных платформ, стриминговые музыкальные сервисы Spotify и Apple Music входили в число наиболее прослушиваемых среди жителей нашей страны<sup>1</sup>. В следующие годы среди лидеров также оставались зарубежные музыкальные аудиоплощадки<sup>2</sup>. Однако, в 2025 г., число пользователей российских аудиоплатформ выросло почти на 25 %, и этот рост будет продолжаться дальше<sup>3</sup>. Пользователи стремительно формируют новые жанры в виртуальной коммуникации, где традиционные системы понятий подвергаются креативному переосмыслению [Ryabtseva 2016]. Все это показывает актуальность данной темы и необходимость осмысления новых реалий с лингвистической точки зрения.

Несмотря на то что интернет-комментарий уже изучен как речевой жанр, в данном исследовании будет показана неизученная сторона этого феномена, ведь активное музыкальное комментирование в Интернете создает новое социокультурное явление, в котором строгость терминологии, освоение которой раньше требовало большого количества времени, уходит на второй план. Теперь, например, блогеры могут использовать музыкальные термины, не являясь профессиональными музыкальными критиками или исполнителями, тем самым подкрепляя значимость своих мыслей и слов, демонстрируя этим свою компетентность.

Цель исследования – выявить механизмы адаптации музыкальной терминологии в виртуальном пространстве и охарактеризовать речевой жанр музыкального комментирования как продукт этой адаптации.

Задачи:

- 1) провести анализ способов семантико-грамматической трансформации терминов;
- 2) дать определение жанрообразующим признакам музыкального комментирования и его функциям в цифровой культуре.

Объект исследования – тексты музыкальной направленности в русскоязычном сегменте Интернета, музыкальные комментарии пользователей, видеообзоры музыкальных произведений; предмет – процессы адаптации терминологии и жанровая специфика комментирования.

## Методы и материалы

В работе использованы теория речевых жанров М. М. Бахтина [Бахтин 1996], дискурс-анализ и контент-анализ. Материал исследования – комментарии под видео на платформе YouTube, а также комментарии к статье на Яндекс.Дзен.

## Результаты

Как и в любой другой профессиональной системе, среди отличительных черт музыкальной терминологии можно выделить однозначность и контекстуальную зависимость. Терминами точно обозначают явления и понятия в сфере профессиональной музыкальной деятельности. Это подязык, обладающий своими особыми свойствами.

Термины могут быть связаны родовидовыми отношениями, например: *интервал* – *терция* – *большая терция* [Егорова 2017]. Как было обозначено нами ранее, термин – это точное обозначение явления. Например, слово *лад* в обычной жизни обозначает мир, спокойствие, согласие, а в музыкальной сфере является термином, обозначающим определенную последовательность нот в гамме (например, *дорийский лад*, *локийский лад*), а также часть на грифе гитары. Основой музыкальной терминологии служат итальянские и немецкие слова для обозначения темпа, динамики и названия инструментов<sup>4</sup>. Музыкальная терминология точна и лишена какой-либо эмоциональной окраски.

<sup>1</sup> Ясакова Е., Стогова Е. Зарубежные стриминговые сервисы остались в числе самых прослушиваемых. Почему ими продолжают пользоваться, несмотря на проблемы с оплатой. *РБК*. 08.09.2023. URL: [https://www.rbc.ru/technology\\_and\\_media/08/09/2023/64f87eb89a7947417451e3e4](https://www.rbc.ru/technology_and_media/08/09/2023/64f87eb89a7947417451e3e4) (дата обращения: 10.01.2026).

<sup>2</sup> Колосова А. Жизнь после Spotify: какими музыкальными сервисами пользуются россияне. *Habr*. 01.11.2023. URL: <https://habr.com/ru/companies/sberbank/articles/771202/> (дата обращения: 10.01.2026).

<sup>3</sup> Савина Ю. Стриминги накручивают аудиторию: как развивались российские аудиоплатформы в 2025-м. *Коммерсантъ*. 20.12.2025. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/8313009> (дата обращения: 07.02.2026).

<sup>4</sup> Словарь музыкальных терминов, сост. Е. А. Яных. М.: АСТ, 2009. 318 с. <https://elibrary.ru/qrryhx>

Но в интернет-среде все происходит иначе: данные параметры размываются, на смену им приходят преобладающие принципы лингвокреативности, гипертекстуальности и диалогичности. Виртуальная коммуникация, по определению С. К. Херринга, создает условия для гибридизации и эволюции речевых жанров [Herring 2004]. Теория М. М. Бахтина о речевых жанрах как относительно устойчивых типах высказываний позволяет рассматривать музыкальное комментирование не как хаотичный набор реакций, а как формирующийся жанр с повторяющимися композиционными, стилистическими и тематическими чертами [Бахтин 1996]. Этот жанр зарождается в пограничной зоне между профессиональным языком музыки и языком массовой цифровой культуры. Иными словами, появляется целая новая система. Например, на платформе YouTube автор в обзоре альбома британской металкор-группы Architects использует вербальную фразу *в альбоме будут душевные баллады*, подкрепляя ее мимикой и используя фрагмент из фильма «Бриллиантовая рука» в качестве мема (*Все пропало!*)<sup>5</sup>. Таким образом автор показывает возможную реакцию слушателей тяжелой группы Architects на неожиданно более легкое звучание песен в новом альбоме. В комментариях также часто можно встретить мультимедийность [Ким, Рольгайзер 2024], иными словами, пользователи подкрепляют свои слова реакциями в виде графических изображений: смайлики, эмодзи или короткие видеофрагменты.

Также при написании статей, например на ресурсе Яндекс.Дзен, или при съемке ролика на YouTube авторы пытаются получить обратную связь от пользователей с помощью фраз, ставших клише в данной области: *ставьте лайки, подписывайтесь на канал, делайте репосты*. Такого рода интерактив формирует некоторый диалог на расстоянии между автором контента и пользователем.

В комментариях, как правило, преобладают разговорные и упрощенные формы интернет-мемов и шаблоны реакций. Обратимся к тому же видеообзору.

Так, на рисунке 1 можно увидеть, что при личной оценке наиболее понравившихся песен автор использует шаблонную фразу *топ* и пишет очень кратко.

На рисунке 2 представлен ироничный комментарий пользователя к видеообзору музыкального альбома. В этом случае многие слушатели группы

Architects переживали о результате работы нового продюсера Джордана Фиша над новым альбомом группы.

Таким образом, традиционные языки адаптируются к новым реалиям и условиям. Рецензии из журналов и газет сейчас уступают по популярности интернет-источникам и видеообзорам. Также появились полностью новые сетевые нативные жанры, не имеющие бумажных аналогов, такие как твиты на платформе X (ранее Twitter), прямые трансляции в Интернете (стримы), видеообзоры и реакции авторов на события.

Ключевым механизмом образования новых жанров в Интернете можно считать гибридизацию. Разные жанры сливаются в рамках одного высказывания и порождают новые форматы [Duskaeva 2020], особенно это заметно при музыкальном комментировании. Получается, что музыкальный язык проходит трансформацию от своего исходного состояния замкнутой системы к формированию гибридной системы через креативную среду Интернета.

В виртуальном дискурсе происходит активная адаптация музыкальных терминов, они приобретают новые смыслы и формы. Самые частые процессы – детерминологизация и метафорическое расширение терминов при музыкальном комментировании. *Какофония* может теперь встречаться не только в плане большого набора несогласующихся друг с другом звуков, но также описывать, например, хаос в виртуальном пространстве: *В чате царит полная какофония мнений*.

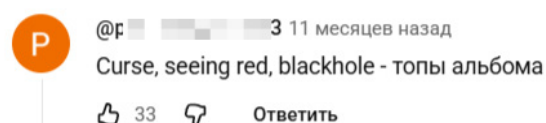


Рис. 1. Популярный комментарий к видеообзору музыкального альбома

Fig. 1. A popular comment on a music album video-review

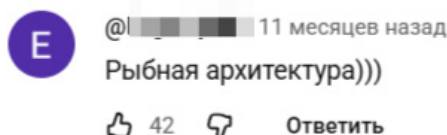


Рис. 2. Самый популярный комментарий к видеообзору музыкального альбома

Fig. 2. The most popular comment on the same music album video-review

<sup>5</sup> 1-й обзор альбома Architects – The Sky, the Earth & all Between. YouTube. 01.03.2025. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=hgFYgDqLrKk> (дата обращения: 10.01.2026).

Активно используется синестезия: звуковые характеристики переносятся на эмоции или изображения. Например, в названии видео по постановке голоса<sup>6</sup> автор использует выражение *бархатный голос*. В комментариях также употребляют данное сравнение с тоном голоса (рис. 3).

Отдельно можно выделить термин *вайб*, который изначально был сленговым словом, потом был связан исключительно с музыкой, а сейчас стал универсальным обозначением эмоционального фона чего угодно. На рисунке 4 приведен пример употребления слова *вайб* в значении того, что комментатору понравился материал, изложенный в статье<sup>7</sup>.

Подчеркнем, что интернет-среда стимулирует деривационную активность. Происходит переход терминов в иные части речи (часто с суффиксами субъективной оценки или разговорной стилистики): *брит-поп* – *брит-поповский* → *бритпоповщина*<sup>8</sup> (с оттенком иронии, коллективности явления).

Широкое распространение получают гибридные англо-русские образования: *лоу-файный вайб*, *дрил-волна*, *фолк-поп артист*. Это не просто заимствования, а элементы нового кода, понятного конкретному комьюнити.

После адаптации у терминологии меняется ключевая функция. Главными становятся эмоциональная окраска, экспрессия и маркировка

групповой принадлежности, а не точное описание. Использование терминов вроде *брейкбит* служит сигналом для «своих», формируя культурный капитал слушателя. Происходит намеренное снижение стиля для усиления выразительности и доступности: вместо признанной в музыкальной терминологии *полиритмической структуры* пишут *ломаный бит*, вместо *экспрессивная вокальная мелизматика* – *фирменные завывания*. То есть языковая игра и ирония становятся нормой.

Возвращаясь к диалоговой структуре, авторы музыкальных обзоров чаще всего являются увлеченными любителями, признанными своей аудиторией, а не дипломированными специалистами. Реципиентом в данном случае выступает такая же вовлеченная, но не обязательно профессиональная аудитория, т.е. диалог ведется на равных.

Помимо этого, фокус смещается с технических аспектов музыки на контекст ее потребления, вызываемые ассоциации, телесные и эмоциональные реакции (рис. 5)<sup>9</sup>.

В музыкальном комментировании встречается структура, в которой профессиональные термины смешиваются со сленгом, разговорной речью и актуальными интернет-мемами. Композиция варьируется от лаконичного комментария-оценки

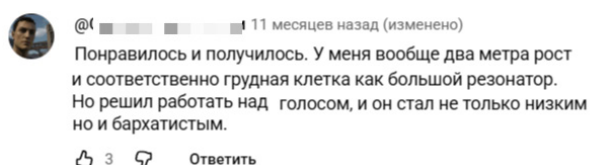


Рис. 3. Пример употребления синестезии в комментариях  
Fig. 3. Synaesthesia in comments

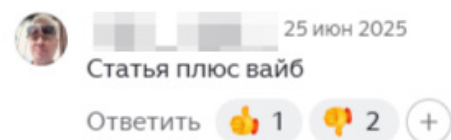


Рис. 4. Пример употребления слова *вайб* в комментариях к статье на Яндекс.Дзен  
Fig. 4. Using word *vibe* in Yandex.Dzen comments

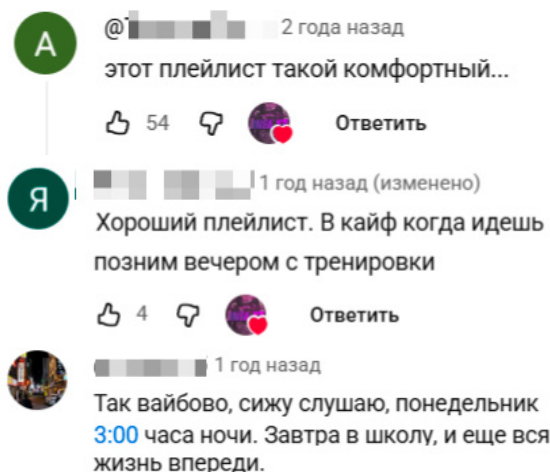


Рис. 5. Примеры комментариев под видео с подборкой атмосферной музыки  
Fig. 5. Comments under an atmospheric music video

<sup>6</sup> Бархатный голос. Как сделать голос грудным и объемным. YouTube. 21.03.2022. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=hVS4ZAQfbvo> (дата обращения: 10.01.2026).

<sup>7</sup> Слово года «вайб»: от молодежного сленга до глобального тренда. Яндекс.Дзен. 27.11.2024. URL: <https://dzen.ru/a/Z0c9nxowtBy6cDeW> (дата обращения: 10.01.2026).

<sup>8</sup> radiorama. Музыка радиостанционная. LiveJournal. 26.02.2011. URL: <https://radiorama.livejournal.com/573420.html> (дата обращения: 07.02.2026).

<sup>9</sup> Вайбовая музыка | ночной вайб | вайб песни / vibe music. YouTube. 27.06.2023. URL: [https://www.youtube.com/watch?v=4Tc-1fTJB4Q&list=RD4Tc-1fTJB4Q&start\\_radio=1](https://www.youtube.com/watch?v=4Tc-1fTJB4Q&list=RD4Tc-1fTJB4Q&start_radio=1) (дата обращения: 07.02.2026).

до развернутой структуры видеобзора. Например, для видео на YouTube характерна следующая схема: интригующее вступление, фрагмент трека, моментальная реакция, анализ-рассуждение, итоговая оценка. Широко используются клишированные фразы оценки музыки: *бьет по печени, ностальгичный звук, трек на миллион*.

В рамках жанра музыкального комментирования можно выделить устойчивые поджанры: текстовый комментарий под треком, например, под постом с релизом на странице исполнителя в социальной сети ВКонтакте; развернутый пост-рецензия в Telegram-канале; видеореакция на YouTube; кураторский пост с тематическим плейлистом и аннотациями на платформе дистрибуции музыки.

## Заключение

Музыкальная терминология в Интернете подвергается глубокой трансформации. Она проходит через процессы семантического расширения, грамматического и стилистического снижения, теряя свою системность и строгость. Эта адаптированная терминсистема становится языковым фундаментом

для нового, динамично развивающегося речевого жанра музыкального комментирования. Его ядро составляет не объективный анализ, а субъективно-эмоциональное высказывание, нацеленное на выполнение социальных и экспрессивных функций. Данный жанр является продуктом цифровой эпохи, где слушатель становится участником глобального диалога о музыке.

Дальнейшее исследование может быть направлено на сравнительный анализ жанра в разных лингвокультурах, изучение влияния алгоритмов рекомендательных систем на его тематику и стилистику, а также на диахроническое отслеживание его эволюции вместе с развитием новых цифровых платформ.

**Конфликт интересов:** Автор заявил об отсутствии потенциальных конфликтов интересов в отношении исследования, авторства и / или публикации данной статьи.

**Conflict of interests:** The author declared no potential conflict of interests regarding the research, authorship, and / or publication of this article.

## Литература / References

- Абдырахманов Р., Аллагулыев Ч., Аманмаммедова А. Влияние цифровых технологий на развитие современного языка. *ЭНИГМА*. 2025. [Abdyrakhmanov R., Allagulyev Ch., Amanmammedova A. The influence of digital technologies on modern language. *ENIGMA*, 2025. (In Russ.)] URL: <https://goo.su/ivrl5z> (дата обращения: 07.02.2026).
- Бахтин М. М. Проблема речевых жанров. In: Бахтин М. М. *Собрание сочинений. Т. 5. Работы 1940-х – начала 1960-х годов*. М.: Русские словари, 1996. С. 159–206. [Bakhtin. M. N. The problem of speech genres. In: Bakhtin M. M. *Collected works. Vol. 5. Works of the 1940s – early 1960s*. Moscow: Russkie slovari, 1996, 159–206. (In Russ.)]
- Голев Н. Д., Иркова А. В. Коммуникативный портрет современного российского студента и школьника – пользователей социальных сетей и других форм виртуального общения. In: Голев Н. Д., Алтухова Т. А., Бутакова Л. О. и др. *Социальные сети: комплексный лингвистический анализ*. Кемерово: КемГУ, 2021. Т. 2. С. 26–54. [Golev N. D., Irkova A. V. A communicative portrait of a modern Russian student and school student as users of social networks and other forms of virtual communication. In: Golev N. D., Altukhova T. A., Butakova L. O. et al. *Social networks: A comprehensive linguistic analysis*. Kemerovo: KemSU, 2021, vol. 2, 26–54. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/ysghug>
- Егорова С. В. О некоторых особенностях музыкально-исполнительских терминов. *Университет XXI века: научное измерение*: науч. конф. (Тула, 17–31 мая 2017 г.) Тула: ТГПУ им. Л. Н. Толстого, 2017. С. 462–467. [Egorova S. V. On some features of musical and performing terms. *University of the 21st century: Scientific dimension*: Proc. Sci. Conf., Tula, 17–31 May 2017. Tula: TSPU, 2017, 462–467. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/zqrrjz>
- Жданова Е. А., Рацибурская Л. В. Лексико-словообразовательные новации в русскоязычной интернет-коммуникации: продуктивные словообразовательные модели. *Русистика*. 2024. Т. 22. № 3. С. 350–362. [Zhdanova E. A., Ratsiburskaya L. V. Lexico and word-formation innovations in the Russian-language Internet communication: Productive word-formation models. *Russian Language Studies*, 2024, 22(3): 350–362. (In Russ.)] <https://doi.org/10.22363/2618-8163-2024-22-3-350-362>

- Ильина И. А. Хэштег как лингвистический феномен. *Ученые записки Санкт-Петербургского университета технологий управления и экономики*. 2016. № 3. С. 41–44. [Ilyina I. A. Hashtag as linguistic phenomenon. *Uchenye zapiski St. Petersburg University of Management Technologies and Economics*, 2016, (3): 41–44. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/xwrqfv>
- Ким Л. Г., Рольгайзер А. А. Комментарий vs интернет-комментарий: к проблеме специфики жанра виртуальной коммуникации. *Жанры речи*. 2024. Т. 19. № 3. С. 286–294. [Kim L. G., Rolgayzer A. A. Commentary vs Internet comment: On the issue of the specific genre characteristics of virtual communication. *Zhanry rechi*, 2024, 19(3): 286–294. (In Russ.)] <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2024-19-3-43-286-294>
- Маринова Е. В. Русская терминология цифрового общества: грамматические особенности в фокусе неологии и неографии. *Русистика*. 2024. Т. 22. № 2. С. 225–241. [Marinova E. V. Russian terminology of the digital society: Grammatical features in the focus of neology and neography. *Russian Language Studies*, 2024, 22(2): 225–241. (In Russ.)] <https://doi.org/10.22363/2618-8163-2024-22-2-225-241>
- Огорелков И. В., Махаева Е. В. Искусственная нейросетевая генерация текста как новый вид маскировки письменной речи автора. *Виртуальная коммуникация и социальные сети*. 2025. Т. 4. № 2. С. 163–171. [Ogorelkov I. V., Makhaeva E. V. Artificial neural network text generation as a new type of masking the authorship. *Virtual Communication and Social Networks*, 2025, 4(2): 163–171. (In Russ.)] <https://doi.org/10.21603/2782-4799-2025-4-2-163-171>
- Пашковский Е. А. Особенности создания и потребления музыки в эпоху стриминговых платформ. *Дискурс*. 2025. Т. 11. № 4. С. 76–87. [Pashkovsky E. A. Features of music creation and consumption in the era of streaming platforms. *Discourse*, 2025, 11(4): 76–87. (In Russ.)] <https://doi.org/10.32603/2412-8562-2025-11-4-76-87>
- Реформатский А. А. Введение в языковедение. 4-е изд., испр. и доп. М.: Просвещение, 1967. 542 с. [Reformatskiy A. A. *Introduction to linguistics*. 4th ed. Moscow: Prosveshchenie, 1967, 542. (In Russ.)]
- Crystal D. *Language and the Internet*. Cambridge: Cambridge University Press, 2006, 304.
- Duskaeva L. R. Speech etiquette in online communities: Medialinguistics analysis. *Russian Journal of Linguistics*, 2020, 24(1): 56–79. <https://doi.org/10.22363/2687-0088-2020-24-1-56-79>
- Erokhin V., Karabulatova I. S. Neuromorphic elements as a first step towards sociomorphic systems. *BioNanoScience*, 2025, 15. <https://doi.org/10.1007/s12668-025-02078-z>
- Herring S. C. Computer-mediated discourse analysis: An approach to researching online behavior. *Designing for virtual communities in the service of learning*, eds. Barab S. A., Kling R., Gray J. H. New York: Cambridge University Press, 2004, 338–376. <http://doi.org/10.1017/cbo9780511805080.016>
- Hesmondhalgh D. Streaming's effects on music culture: Old anxieties and new simplifications. *Cultural Sociology*, 2021, 16(1): 3–24. <https://doi.org/10.1177/17499755211019974>
- Ryabtseva N. K. Internet communication: A linguistic and cognitive perspective. *Russian Linguistic Bulletin*, 2016, (4): 70–73. (In Russ.)] <https://doi.org/10.18454/RULB.8.13>
- Talanov M., Karabulatova I. S., Erokhin V., Vallverdú J. Sociomorphic neuromodeling in academic emotionology as an integration of neurocognitive and psycholinguistic knowledge in artificial intelligence. *Science Journal of Volgograd State University. Linguistics*, 2025, 24(1): 131–148. <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2025.1.11>
- Zhang P., Guo J., Xu L., You M., Yin J. Bridging music and text with crowdsourced music comments: A sequence-to-sequence framework for thematic music comments generation. *arXiv*, 2022. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2209.01996>

оригинальная статья

eLibrary EDN: CVUMKM

## Лингвостилистические средства реализации речевой агрессии в медицинском интернет-дискурсе (на материале интернет-отзывов)

Шишкина Екатерина Викторовна

Волгоградский государственный медицинский университет Минздрава России, Россия, Волгоград

eLibrary Author SPIN: 8318-3721

<https://orcid.org/0000-0001-8620-8387>

Scopus Author ID: 57642098800

[e.w.shishkina@gmail.com](mailto:e.w.shishkina@gmail.com)

Польникова Алина Александровна

Волгоградский государственный медицинский университет Минздрава России, Россия, Волгоград

eLibrary Author SPIN: 8950-3809

<https://orcid.org/0009-0009-1700-9005>

**Аннотация:** Статья посвящена исследованию лингвостилистических средств реализации речевой агрессии в медицинском интернет-дискурсе. Актуальность работы обусловлена стремительным ростом влияния интернет-отзывов на репутацию медицинских специалистов и учреждений: ежедневно фиксируется 7,5 млн запросов, связанных со здравоохранением, из которых 16 % направлены на поиск медицинских организаций и работников. Цель – выявить и систематизировать языковые маркеры агрессивного речевого поведения в негативных отзывах пациентов. Задачи: 1) уточнить понятие *речевая агрессия* применительно к медицинскому интернет-дискурсу; 2) выявить и систематизировать лингвостилистические средства реализации речевой агрессии в интернет-отзывах о медицинских услугах; 3) определить соотношение открытых и скрытых форм агрессии в анализируемых текстах; 4) охарактеризовать специфику медицинского дискурса как среды, провоцирующей агрессивное речевое поведение. Эмпирическую базу составили 250 верифицированных отзывов с платформы ПроДокторов. Применены методы лингвостилистического, контекстного и коммуникативно-прагматического анализа. Научная новизна исследования состоит в использовании многоуровневого анализа речевой агрессии (лексический уровень – эмоционально-оценочная лексика с отрицательной коннотацией; синтаксический – парцелляция, инверсия, восклицательные конструкции) применительно к специализированному сегменту медицинского интернет-дискурса. В результате установлено, что речевая агрессия реализуется через эмоционально-оценочную лексику с отрицательной коннотацией, экспрессивные синтаксические конструкции (парцелляцию, инверсию, восклицательные предложения), а также стилистический контраст разговорного и официально-делового регистров. Выявлено, что в почти 50 % отзывов агрессия носит скрытый характер, маскируясь под объективную аргументацию посредством иронии, намеков и ссылок на факты. Результаты исследования могут быть использованы в лингвистической экспертизе текстов, а также при разработке рекомендаций по управлению репутацией медицинских организаций.

**Ключевые слова:** речевая агрессия, медицинский дискурс, интернет-отзыв, лингвостилистический анализ, вербальная агрессия, коммуникативные стратегии, оценочная лексика, медицинская коммуникация

**Цитирование:** Шишкина Е. В., Польникова А. А. Лингвостилистические средства реализации речевой агрессии в медицинском интернет-дискурсе (на материале интернет-отзывов). *Виртуальная коммуникация и социальные сети*. 2026. Т. 5. № 3. С. 348–357. <https://doi.org/10.21603/vcsn-2026-5-3-348-357>

Поступила в редакцию 16.03.2026. Принята после рецензирования 22.04.2026. Принята в печать 27.04.2026.

original article

## Verbal Aggression in Medical Discourse: Online Reviews

Ekaterina V. Shishkina

Volgograd State Medical University of the Ministry of Health of the Russian Federation, Russia, Volgograd

eLibrary Author SPIN: 8318-3721

<https://orcid.org/0000-0001-8620-8387>

Scopus Author ID: 57642098800

[e.w.shishkina@gmail.com](mailto:e.w.shishkina@gmail.com)

Alina A. Polnikova

Volgograd State Medical University of the Ministry of Health of the Russian Federation, Russia, Volgograd

eLibrary Author SPIN: 8950-3809

<https://orcid.org/0009-0009-1700-9005>

**Abstract:** Every day, web browsers receive 7.5 million health-related queries, of which 16% are searches for medical organizations and practitioners. As a result, online reviews affect the reputation of medical professionals and healthcare institutions. Verbal aggression in medical internet discourse is expressed through particular linguistic and stylistic means. This study identifies and systematizes the linguistic markers of aggressive speech behavior in negative patient reviews; specifically, 250 verified reviews from the ProDoctorov platform underwent stylistic, contextual, and communicative-pragmatic analyses. After clarifying the concept of speech aggression in relation to online medical discourse, the article analyzes the linguistic and stylistic means of speech aggression in online reviews of medical services, as well as the ratio of open and hidden aggression. The resulting profile shows the specifics of medical discourse as an environment that provokes aggressive speech behavior. This multi-level analysis of verbal aggression applied to a specialized segment of medical internet discourse shows that such aggression is realized through emotionally and evaluatively charged vocabulary with negative connotations, expressive syntactic constructions (parcellation, inversion, and exclamatory sentences), and a stylistic contrast between colloquial and official-formal registers. Nearly 50% of the texts reveal implicit aggression disguised as objective argumentation through irony, innuendos, and allusions. The findings may be applied in forensic linguistic expertise and used to develop recommendations for the reputation management of healthcare organizations.

**Keywords:** verbal aggression, medical discourse, online review, linguo-stylistic analysis, speech aggression, communicative strategies, evaluative vocabulary, medical communication

**Citation:** Shishkina E. V., Polnikova A. A. Verbal Aggression in Medical Discourse: Online Reviews. *Virtual Communication and Social Networks*, 2026, 5(3): 348–357. (In Russ.) <https://doi.org/10.21603/vcsn-2026-5-3-348-357>

Received 16 Mar 2026. Accepted after review 22 Apr 2026. Accepted for publication 27 Apr 2026.

### Введение

Здоровье представляет собой базовую ценность человека. Медицинские манипуляции зачастую сопряжены не только с улучшением жизни, но и с возможными рисками и осложнениями. Именно поэтому пациенты серьезно подходят к выбору врача и медицинского учреждения. Так, пользователи Яндекса оставляют в день 7,5 млн запросов, связанных со здравоохранением, из которых 16 % посвящены поиску медицинских организаций и работников<sup>1</sup>. Доступность информации в современном мире

позволяет пациентам получить контактные данные учреждений, а также ознакомиться с отзывами о специалистах различных профилей.

Актуальность настоящего исследования обусловлена стремительным ростом роли таких отзывов и их влиянием на принятие решений пациентами. В условиях конкуренции на рынке медицинских услуг отзывы формируют репутацию клиник и врачей, а также общественное мнение о качестве обслуживания. В рамках работы анализируются

<sup>1</sup> Пользователи «Яндекса» оставляют в день 7,5 млн запросов о здоровье. *RSpectr*. 23.11.2016. URL: <https://rspectr.com/novosti/polzovateli-yandeksa-ostavlyayut?ysclid=mr1ryms625733319576> (дата обращения: 14.02.2026).

коммуникативные стратегии и тактики отрицательных интернет-отзывов на медицинских представителей и организации, представленных на различных платформах и проходящих строгую систему проверки (верификация номера мобильного телефона, модерация, обязательное предоставление подтверждающих документов).

Цель исследования – выявить и систематизировать языковые маркеры агрессивного речевого поведения в негативных интернет-отзывах пациентов. Задачи:

1. Уточнить понятие *речевая агрессия* применительно к медицинскому интернет-дискурсу с учетом специфики коммуникативной ситуации *пациент – врач*.

2. Выявить и систематизировать лингвистические средства (лексические, синтаксические, стилистические), с помощью которых реализуется речевая агрессия в интернет-отзывах о медицинских услугах.

3. Определить соотношение открытых и скрытых форм агрессии в анализируемых текстах.

4. Охарактеризовать специфику медицинского дискурса как среды, провоцирующей агрессивное речевое поведение пациентов.

## Методы и материалы

Эмпирической базой исследования послужили отзывы потребителей медицинских услуг на сайте ПроДокторов<sup>2</sup>, полученные в ходе авторской выборки (n = 250). Применены общенаучные методы классификации, анализа и синтеза материала, а также методы лингвистического анализа, контекстного анализа и коммуникативно-прагматического анализа. Методическая оригинальность подхода заключается в комплексном применении указанных методов к специализированному сегменту медицинского интернет-дискурса, что позволяет не только выявить явные маркеры агрессии, но и диагностировать ее скрытые формы (ирония, намеки, имитация объективной аргументации), которые ранее не были системно описаны на материале отзывов на медицинские услуги.

## Результаты

Изучение феномена агрессии в речевой коммуникации является одним из актуальных направлений

современного языкознания [Васенина, Прончев 2018; Лю 2022]. С развитием интернет-коммуникации внимание лингвистов, психологов и социологов сместилось в сторону анализа различных форм вербальной агрессии, проявляемых пользователями в цифровой среде [Иванова, Никаева 2020]. В последние годы появился ряд работ, посвященных классификации и анализу речевой агрессии в цифровой среде [Бредихин и др. 2025; Воронина, Пастревич 2025; Шульгинов, Кудряшов 2025].

В научной литературе термин *речевая (языковая, вербальная) агрессия* не имеет однозначного толкования. В наиболее общем виде под *речевой агрессией* понимается использование вербальных средств, противоречащих принятым в обществе нормам коммуникации, которое зачастую направлено на дискредитацию собеседника [Смирнов 2017]. Более детально она трактуется как «использование языковых средств для выражения неприязни, враждебности; манера речи, оскорбляющая чье-либо самолюбие, достоинство»<sup>3</sup> [Кожина 1999].

При анализе конкретного языкового материала принципиально важным является учет экстралингвистических факторов. Рассматривать высказывание как проявление агрессии можно только с опорой на контекст речевой ситуации, включающий условия общения, место, время, состав участников и их коммуникативные намерения. Одним из критериев для определения враждебности высказывания также может послужить реакция реципиента: если она вызывает незамедлительную отрицательную или неконтролируемую ответную реакцию, высказывание следует расценивать как агрессивное. Как справедливо отмечает Т. А. Воронцова, с точки зрения коммуникативного взаимодействия, речевая агрессия – это установка адресанта на антидиалог в широком смысле слова. Данный тип речевого поведения характеризуется сознательной ориентацией адресанта на субъектно-объектный тип отношений, и обязательно присутствует выражение негативного отношения либо к адресату, либо к предмету речи [Воронцова 2006]. Целью такого поведения становится не столько обмен информацией, сколько стремление оскорбить, унижить речевого партнера, создать коммуникативную вертикаль либо вовсе прекратить общение, превратив его в монолог.

<sup>2</sup> ПроДокторов. URL: <https://prodoctorov.ru/> (дата обращения: 14.02.2026).

<sup>3</sup> Трошева Т. Б. Речевая агрессия. *Стилистический энциклопедический словарь русского языка*, ред. М. Н. Кожина. М.: Флинта, 2003. URL: <http://rus-yaz.niv.ru/doc/stylistic-dictionary/articles/87/rechevaya-agressiya.htm> (дата обращения: 14.02.2026).

Важно подчеркнуть, что в рамках интернет-коммуникации объектом агрессии может выступать не только непосредственный собеседник, но и третьи лица – публичные персоны, представители организаций, профессиональные сообщества. В контексте медицинского дискурса это приобретает особую значимость, т.к. агрессивные высказывания зачастую адресованы врачам, медицинскому персоналу или учреждениям здравоохранения в целом.

Ключевой методологической проблемой при анализе интернет-отзывов является разграничение обоснованной отрицательной оценки и речевой агрессии. Наличие лексем с отрицательной коннотацией (например, *негативно*, *болезненно*, *безразличие*) само по себе не является достаточным основанием для квалификации высказывания как речевой агрессии. Критическое замечание, основанное на фактах и выраженное в корректной форме (например, *прием был болезненным, документы оформили с задержкой*), не выходит за рамки оценочного суждения. Речевая агрессия фиксируется в тех случаях, когда:

1) негативная оценка направлена на личность адресата (врача, медперсонала), а не на результат услуги;

2) используются стилистически сниженные, оскорбительные или деиндивидуализирующие номинации (сравнения с животными, брань);

3) высказывание содержит угрозы, грубые требования или императивы, призывающие к действиям, вредящим репутации;

4) контекст свидетельствует о намерении автора унижить, оскорбить или спровоцировать конфликт, а не просто сообщить о недостатках.

Как отмечают исследователи, интернет-комментарий представляет собой небольшое речевое произведение, в первую очередь, оценочного характера. Его коммуникативная цель заключается в оценивании фактов, представлении и обсуждении информации, а также в выражении личного отношения автора [Филиппова 2020]. Аналогичными характеристиками обладает и интернет-отзыв, который функционально направлен на выражение субъективного мнения потребителя о полученной услуге. Жанр отзыва в цифровую эпоху претерпевает трансформации, особенно в сегменте отзывов о докторам [Иссерс 2023].

Как справедливо указывает И. Г. Сидорова, интернет-общение позволяет определить способы личностного самовыражения и отношения личности к себе, окружающей действительности

и проблемам социума [Сидорова 2014]. В случае с медицинским дискурсом интернет-отзывы становятся площадкой, где пациенты транслируют свой опыт взаимодействия с системой здравоохранения, и этот опыт далеко не всегда носит позитивный характер. Именно в таких текстах, по наблюдению О. В. Балясниковой, читатели получают возможность непосредственного участия в диалоге, который строится вокруг события, вызывающего противоположные или неоднозначные реакции [Балясникова 2013]. Несовпадение ожиданий пациента с реальностью зачастую провоцирует использование агрессивных речевых стратегий.

Для анализа конкретного языкового материала существенное значение имеет классификация средств выражения речевой агрессии. В работе [Иванова, Никаева 2020], посвященной анализу интернет-комментариев, выделяются следующие основные маркеры агрессивного речевого поведения:

1. Сарказм как проявление открытого неуважения к объекту обсуждения или собеседнику.

2. Использование стилистически сниженной лексики: жаргонизмов, окказионализмов (авторских неологизмов), просторечий, а также намеренное искажение языковых норм.

3. Инвективная (оскорбительная) лексика. Ключевым для лингвистического анализа здесь является разграничение адресного и безадресного употребления грубой лексики. Как отмечают авторы, опираясь на работы [Стернин и др. 2013; Бринев 2009], адресное употребление бранных или вульгарных слов в отношении конкретного лица является оскорбительным, причем форма выражения (обсценная, просторечная или литературная) не имеет решающего значения для квалификации высказывания как оскорбления.

4. Неуважительное обращение. В русском языке использование местоимения *ты* по отношению к незнакомому или малознакомому человеку, а также к оппоненту в дискуссии, маркирует пренебрежение и низкую коммуникативную культуру.

Многообразие проявлений речевой агрессии, однако, не ограничивается данным перечнем и обуславливает существование различных подходов к ее классификации. Так, Ю. В. Щербинина предлагает разграничивать агрессию по нескольким параметрам:

1) по интенсивности: сильная (брань, ругань, грубое требование, крик) и слабая, или стертая (грубый отказ, косвенное осуждение, не прямое оскорбление);

2) по характеру выраженности: открытая (явная угроза, намеренное оскорбление) и скрытая (враждебные намеки, иронические замечания, скрытые угрозы);

3) по направленности: переходная (направленная на конкретного участника коммуникации, например на врача) и непереходная (выражение недовольства «жизнью вообще», абстрактная критика системы здравоохранения в целом) [Щербинина 2003; 2004: 11; 2008: 4; 2012: 109].

Е. И. Шейгал, в свою очередь, выделяет три разновидности речевой агрессии, основанные на степени осознанности и форме выражения:

1) эксплетивная – наиболее прямая, резкая, импульсивно-эмоциональная форма (брань, угрозы, категоричные требования);

2) манипулятивная – более рационально-осознанная форма, основанная на идеологических трансформациях смысла (навешивание инвективных ярлыков, диффамация);

3) имплицитная – связанная с завуалированным выражением агрессии (косвенные речевые акты, иронические инвективы) [Шейгал 1999: 210].

Помимо маркеров, выделенных Н. И. Ивановой и Т. М. Никаевой, в арсенал средств выражения речевой агрессии также входят использование устойчивых выражений и поговорок с негативной семантикой, употребление авторских неологизмов с уничижительным значением, языковая демагогия (косвенное навязывание мнения), агрессивная или неуместная ирония. Стилистические средства выражения семантики крайности в русском языке, нередко используемые для усиления агрессивного тона, проанализированы в работе [Клюшина 2022]. Использование метаграммных средств для выражения эмоций в интернет-комментариях рассматривается в статье [Миронова 2024], что также может быть релевантно для анализа скрытых форм агрессии.

Данные классификации и перечни средств представляются релевантными и для анализа медицинского дискурса. В отзывах о работе врачей можно обнаружить аналогичные явления: саркастические замечания о квалификации специалиста (*Этот доктор, видимо, учился по учебникам прошлого века*), использование просторечной и жаргонной лексики для описания медицинских манипуляций (*залепили пломбу кое-как; назначили кучу ненужной фигни*), адресные оскорбления (например, сравнения с животными или использование уничижительных номинаций), а также панибратское обращение к доктору на *ты*.

Специфика интернет-среды создает благоприятные условия для проявления агрессии. Основной причиной этого является анонимность и связанное с ней ощущение безнаказанности: в реальной жизни открыто спорить с человеком, применяя подобные языковые средства, непросто, т.к. это может привести к серьезному конфликту. При общении же в социальных сетях возникает ощущение безнаказанности и возможности избежать серьезных последствий за высказанные в грубой форме мнения [Иванова, Никаева 2020]. Указанное полностью применимо и к площадкам, аккумулирующим медицинские отзывы (ПроДокторов, НаПоправку, 2ГИС и др.). Пациенты, зачастую выступающие под псевдонимами, позволяют себе высказывания в адрес врачей, которые были бы невозможны при личном общении в условиях официального учреждения.

Важно отметить, что проблема речевой агрессии в современной цифровой среде стоит особенно остро. Зачастую в обществе принято считать, что речевая агрессия проявляет себя только через употребление грубых слов и инвектив. Однако, Л. П. Крысин отмечает активизацию жанра речевой инвективы, использующего многообразные образные средства негативной оценки – от экспрессивных слов и оборотов, которые находятся в пределах литературного словоупотребления, до грубо просторечной и обценной лексики. Эти особенности современной устной (отчасти книжно-письменной) речи – следствие негативных процессов, происходящих во внеязыковой действительности и тесно связанных с общими деструктивными явлениями в области культуры и нравственности [Крысин 2000]. Анализ отзывов о медицинских услугах позволяет проследить, как общекультурные тенденции преломляются в конкретной, социально значимой сфере общения пациента и врача в таких жанрах речевой агрессии, как оскорбление, насмешка, жалоба, клевета и враждебное замечание.

Таким образом, теоретические положения, разработанные на материале анализа агрессии в социальных сетях и на форумах, служат надежной базой для изучения лингвостилистических средств реализации агрессии в специализированном сегменте интернет-коммуникации – медицинском дискурсе. Выделенные языковые маркеры, многообразие форм агрессии и понимание причин агрессивного поведения позволяют перейти к практическому анализу текстов интернет-отзывов.

По данным опроса Фонда общественного мнения (ФОМ), две трети респондентов интересуются квалификацией врачей, что является ключевым фактором при выборе медицинского учреждения. Обращаясь в организации здравоохранения, каждый четвертый опрошенный ценит вежливость и отзывчивость персонала, а также удобство расположения и доступность клиники. 28% пациентов приходят в клинику по рекомендации друзей, знакомых и 9 % – исходя из интернет-отзывов и рекомендаций в Сети<sup>4</sup>.

В ходе анализа практического материала было установлено, что время оказания услуги также играет решающую роль в формировании мнения пациента о медицинском работнике или учреждении:

- *Обратился в клинику для протезирования. Опыт крайне негативный. Удаление зуба было проведено очень болезненно, и заняло много времени, что говорит о низком уровне профессионализма. Врач затягивал выдачу справок для получения налогового вычета. Также не была предоставлена полная информация о материалах, использованных при протезировании, что ставит под сомнение их качество. <...>. Врач позволяет себе хамское общение и безразличие к клиенту лишь из-за того, что ему указали на ошибки в документации для ФНС. Не рекомендую эту клинику и этого доктора!*<sup>5</sup>

В представленном комментарии следует отметить использование эмоционально-оценочной лексики, реализованной лексемами с отрицательной коннотацией (*негативно; болезненно; хамский; безразличие*), субъективной модальности, выражающей пресуппозицию (*что говорит о...; что ставит под сомнение...*). Для создания эффекта достоверности автор имплицитно использует лексику, относящуюся к официально-деловому стилю и медицинские термины (*протезирования; удаление зуба; выдача справок; налогового вычета; материалы; документация; ФНС*), а также придаточные предложения причины и следствия (*Удаление зуба было проведено очень болезненно..., что говорит о...; ...информация не была предоставлена, что ставит под сомнение...*), которые служат для выстраивания логической последовательности и упрочения собственной позиции

обвинения. Категоричности отзыву придают инверсия (*Опыт крайне негативный*) и пассивные конструкции (*Было проведено; была предоставлена*). Завершает отзыв императив как призыв к действию (*Не рекомендую...*). При этом именно лексемы *хамский* и *безразличие*, направленные на личностную характеристику врача, в сочетании с общим обвинительным тоном позволяют квалифицировать данный отзыв как содержащий речевую агрессию, а не просто отрицательную оценку услуги.

По данным опроса ФОМ, для 66 % респондентов наибольшее значение при выборе врача играет его квалификация<sup>6</sup>, а 68 % опрошенных при возникновении симптомов предпочитают сразу обращаться к врачу, не занимаясь самолечением<sup>7</sup>. Таким образом, наглядно видно, что подавляющее большинство доверяет медицинским работникам свое здоровье. Случаи оправдания / неоправдания доверия выражаются в положительных / отрицательных отзывах:

- *Загубила мне ребенка, как впоследствии выяснилось 2-ню! Прописала mg b6 по 6 таблеток в день! Ну как же, врач сказала – значит надо! А в итоге, печеночные пробы в два раза зашкалили и дерматит по всему телу! Через три дня я сама пить перестала, и пробы тут же упали! Только поздно было! Зб 5 недель и теперь год восстанавливаю гормональный фон! Никогда мой супруг этого ей не забудет! А я уже имею сына 6 лет, и ни разу в жизни ни одной таблетки не принимала! А теперь вот! Нервы не хочется трепать!*

Данный отзыв характеризуется эмоциональной насыщенностью, спонтанностью изложения, субъективностью оценок. В тексте доминирует разговорная и просторечная лексика (*загубила; зашкалили; трепать нервы*), использование медицинской терминологии создает контраст между бытовым и профессиональными регистрами (*печеночные пробы; дерматит; гормональный фон*). С точки зрения синтаксиса в интернет-отзывах, выражающих коммуникативную агрессию, часто преобладают короткие восклицательные предложения, усиливающие экспрессию, а также незавершенные конструкции, начинающиеся с союзов (*А теперь вот!*). Недовольные пациенты склонны драматизировать ситуацию, используя гиперболу (*зашкалили*

<sup>4</sup> О врачах. ФОМ. 28.12.2017. URL: <https://fom.ru/posts/13907> (дата обращения: 14.02.2026).

<sup>5</sup> Здесь и далее в примерах сохранены авторские орфография и пунктуация.

<sup>6</sup> О врачах...

<sup>7</sup> О врачах-педиатрах. ФОМ. 10.07.2013. URL: <https://fom.ru/Zdorove-i-sport/10986> (дата обращения: 14.02.2026).

в два раза), эллипс (*А теперь вот!*) и инверсию (*Только поздно было!*).

Как отмечает Ю. Языкова, подобные лексико-стилистические приемы (гиперболизация, использование экспрессивного синтаксиса, контраст регистров) активно задействуются для передачи возмущения в текстах различных жанров, что особенно ярко проявляется в спонтанных оценочных высказываниях [Языкова 2023]. Авторы интернет-отзывов зачастую апеллируют к личному опыту (*имею сына 6 лет; Помню, что удаляли непрерывно; По моим ощущениям; у врача сильно дрожали руки; я не могла даже выплюнуть кусочки; чуть не подавилась*), имплицитно в свой текст определенную прагматическую установку (*отказаться от посещения данного учреждения или врача*). Однако подавляющее большинство негативных отзывов реализуют эту функцию эксплицитно (*Было страшно. Не рекомендую; Врача никому не готова рекомендовать, отношение было просто ужасным; Очень сильно не советую данного врача никому и никогда; Дорогие девушки, поберегите свои нервы, свое здоровье, не ходите к этому доктору никогда!*).

Вопрос доверия / недоверия медицинским специалистам является фундаментом успешного лечения, в основе которого лежит профессионализм, высокая квалификация, качественная коммуникация и эмпатия. Так, пациент, являясь непрофессиональным участником медицинского дискурса, ведет разностатусный диалог с врачом, ожидая получить ответы на волнующие его вопросы [Иссерс 2023; Ковыршина, Кукшинова 2025; Фаломкина 2025]:

- *Пришла к врачу с келоидным рубцом. До этого базово погуглила методы лечения, но в целом понимания не было, что делать. Врач сразу довольно жестко начала меня спрашивать, чего я хочу. Я ответила, что не знаю, какие есть возможности исправить то, что есть. На что был ответ: «Ну я же не знаю, что вы хотите». В итоге сама задавала ей наводящие вопросы. На половину она отвечала: «Не могу вам сказать». На половину – очень коротко, что не внушало никакого доверия. Весь разговор продлился минут 8, и мне еще никогда не было так жалко заплаченных денег. Мне кажется, врачу должно быть стыдно за такой уровень оказываемых услуг.*

Данный отзыв является примером проявления скрытой экспрессии, которая демонстрирует разочарованность полученной консультацией. Синтаксическая особенность текста выражена парцелляцией (*На половину она отвечала: «Не могу вам*

*сказать».* *На половину – очень коротко...*) и скрытой антитезой – пациент надеялся получить помощь, врач отказалась давать ответы на вопросы, не помогла. Лексический состав отзыва характеризуется лексемами с семантикой неопределенности (*базово погуглила; понимания не было; возможно-сти исправить; на половину*), оценочной лексикой (*жестко спрашивала; не внушала доверия; никогда не было так жалко; должно быть стыдно*), профессионализмами (*келоидный рубец; методы лечения*) и канцерялизмами (*уровень оказываемых услуг*). Отсутствие прямых оскорблений при явно выраженном негативном отношении и разочаровании позволяет отнести данный отзыв к разряду скрытой (имплицитной) речевой агрессии.

## Заключение

Речевая агрессия в медицинском интернет-дискурсе выражается широким спектром лингвостилистических средств: эмоционально-оценочная лексика с отрицательной коннотацией, экспрессивный синтаксис (парцелляция, инверсия, восклицательные предложения), а также стилистический контраст (большинство отзывов отличаются смешением разговорного и официально-делового стилей с использованием профессионализмов и узкоспециализированной терминологии).

Агрессия выражена скрыто почти в 50 % проанализированных отзывов, т.е. через намеки, скрытую экспрессию, иронию. Открытые оскорбления встречаются реже. Более половины авторов маскируют свою негативную оценку под объективные доводы, ссылаясь на факты или документы. Таким образом, в медицинских отзывах агрессия чаще всего проявляется в скрытой форме, что позволяет пользователям выражать недовольство, сохраняя видимость объективности.

**Конфликт интересов:** Авторы заявили об отсутствии потенциальных конфликтов интересов в отношении исследования, авторства и / или публикации данной статьи.

**Conflict of interests:** The authors declared no potential conflict of interests regarding the research, authorship, and / or publication of this article.

**Критерии авторства:** Авторы в равной степени участвовали в подготовке и написании статьи.

**Contribution:** All the authors contributed equally to the study and bear equal responsibility for the information published in this article.

**Раскрытие использования ИИ:** Для улучшения стиля текста, проверки грамматики и орфографии, перефразирования с целью улучшения читабельности использован искусственный интеллект Claude 4.6. Все концептуальные положения, научные выводы и интерпретации данных были сформулированы авторами независимо.

**AI Declaration:** The authors used Claude 4.6 in order to improve language and style, enhance readability, and assist with grammar and spelling checks. After using this service, the authors reviewed and edited the content as needed and take full responsibility for the content of the published article.

## Литература / References

- Балясникова О. В. Психосемантика конфликта в интернет-текстах. *Проблемы информационного общества и прикладная психолингвистика*: X Междунар. конгресс междунар. общества по прикладной психолингвистике (Москва, 26–29 июня 2013 г.) М.: РУДН, 2013. С. 169. [Balyasnikova O. V. Psychosemantics of conflict in Internet-texts. *Challenges of information society and applied psycholinguistics*: Proc. 10th International Congress of the International Society of Applied Psycholinguistics, Moscow, 26–29 Jun 2013. Moscow: RUDN, 2013, 169. (In Russ.)]
- Бредихин С. Н., Авдеев Е. А., Воробьев С. М. Реализация речевой агрессии в жанре интернет-комментария в социальных сетях фронтальных регионов: речевая стратификация, лексическое наполнение и тематическая направленность. *Жанры речи*. 2025. № 3. С. 337–350. [Bredikhin S. N., Avdeev E. A., Vorobiev S. M. Implementation of speech aggression in the genre of Internet commentary in social networks of frontier regions: Speech act stratification, lexical content and thematic focus. *Zhanry rechi*, 2025, (3): 337–350. (In Russ.)] <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2025-20-3-47-337-350>
- Бринев К. И. Теоретическая лингвистика и судебная лингвистическая экспертиза. Барнаул: АлтГПУ, 2009. 252 с. [Brinev K. I. *Theoretical linguistics and forensic linguistic expertise*. Barnaul: AltSPU, 2009, 252. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/qcodpj>
- Васенина И. В., Прончев Г. Б. Речевая агрессия в социальных сетях Интернета. *Образование и право*. 2018. № 2. С. 170–177. [Vasenina I. V., Pronchev G. B. Verbal aggression in social networks on the Internet. *Obrazovanie i pravo*, 2018, (2): 170–177. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/ytbynm>
- Воронцова Т. А. Речевая агрессия: коммуникативно-дискурсивный подход: автореф. дис. ... д-ра филол. наук. Челябинск, 2006. 43 с. [Vorontsova T. A. *Speech aggression: A communicative and discursive approach*. Dr. Philol. Sci. Diss. Abstr. Chelyabinsk, 2006, 43. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/ypmuho>
- Иссерс О. С. Речевой жанр отзыва потребителя и его трансформация в цифровую эпоху (на материале отзывов о докторях). *Жанры речи*. 2023. Т. 18. № 4. С. 375–385. [Issers O. S. Speech genre of consumer reviews and its transformation in the digital age (based on reviews of doctors). *Zhanry rechi*, 2023, 18(4): 375–385. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/aaisbg>
- Клюшина А. М. Стилистические средства выражения семантики крайности в русском языке: теоретический обзор. *Филологические науки. Вопросы теории и практики*. 2022. Т. 15. № 10. С. 3187–3193. [Issers O. S. Stylistic means of expressing the semantics of extreme in the Russian language: A theoretical review. *Philology. Theory & Practice*, 2022, 15(10): 3187–3193. (In Russ.)] <https://doi.org/10.30853/phil20220509>
- Ковыршина Е. О., Кукшинова Е. Н. Репрезентация положительной оценки в интернет-отзывах студентов о британских университетах. *Вопросы журналистики, педагогики, языкознания*. 2025. Т. 44. № 1. С. 169–183. [Kovyrshina E. O., Kukshinova E. N. Representation of positive evaluation in online student reviews of British universities. *Issues in Journalism, Education, Linguistics*, 2025, 44(1): 169–183. (In Russ.)] <https://doi.org/10.52575/2712-7451-2025-44-1-169-183>
- Кожина М. Н. Речевой жанр и речевой акт (некоторые аспекты проблемы). *Жанры речи*. 1999. № 2. С. 52–61. [Kozhina M. N. Speech genre and speech act: Some aspects of the problem. *Zhanry rechi*, 1999, (2): 52–61. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/ynqgqp>
- Крысин Л. П. Эвфемизмы в современной русской речи. *Русский язык конца XX столетия (1985–1995)*, отв. ред. Е. А. Земская. М.: Языки русской культуры, 2000. С. 384–408. [Krysin L. P. Euphemisms in modern Russian speech. *Russian language of the late twentieth century (1985–1995)*, ed. Zemskaya E. A. Moscow: Yazyki russkoi kultury, 2000, 384–408. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/vyvvvj>

- Лю Ц. Речевая агрессия в интернет-коммуникации (на примере комментариев в китайском микроблоге Sina Weibo). *Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки*. 2022. № 2. С. 24–31. [Liu Q. A Study on aggressive speech in online commentaries of Sina Weibo. *Vestnik of Moscow State Linguistic University. Humanities*, 2022, (2): 24–31. (In Russ.)] [https://doi.org/10.52070/2542-2197\\_2022\\_2\\_857\\_24](https://doi.org/10.52070/2542-2197_2022_2_857_24)
- Миронова Н. И. Использование метаграфемных средств для выражения эмоций в интернет-комментариях. *Вопросы психолингвистики*. 2024. № 2. С. 64–76. [Mironova N. I. Metagraphemic means used to express emotions in online comments. *Journal of Psycholinguistics*, 2024, (2): 64–76. (In Russ.)] <https://doi.org/10.30982/2077-5911-2024-60-2-64-76>
- Никаева Т. М., Иванова Н. И. Проявление речевой агрессии в социальных сетях (на примере форума «Кому за...», входящего в состав портала "Forum.Ykt.Ru"). *Гуманитарные науки в пространстве современной коммуникации: II Международной научно-практической конференции* (Якутск, 4–5 мая 2020 г.) Киров: Межрегиональный центр инновационных технологий в образовании, 2020. Вып. 2. С. 107–110. [Nikaeva T. M., Ivanova N. I. Speech aggression in social networks (as an example forum "To whom for...", which is part of the site "Forum.Ykt.Ru"). *Humanities in the space of modern communication: Proc. II Intern. Sci.-Prac. Conf.*, Yakutsk, 4–5 May 2020. Kirov: Mezhhregionalnyi centr innovatsionnyh tekhnologii v obrazovanii, 2020, iss. 2, 107–110. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/gzwnvi>
- Пастревич М. К., Воронина И. Е. Классификатор речевой агрессии в русскоязычных неструктурированных текстах. *Вестник СибГУТИ*. 2025. Т. 19. № 3. С. 52–60. [Pastrevich M. K., Voronina I. E. Fier of speech aggression in Russian-language unstructured texts. *Vestnik SIBGUTI*, 2025, 19(3): 52–60. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/qnyumg>
- Сидорова И. Г. Коммуникативно-прагматические характеристики жанров персонального интернет-дискурса: сайт, блог, социальная сеть, комментарий: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Волгоград, 2014. 23 с. [Sidorova I. G. *Communicative and pragmatic characteristics of genres of personal Internet discourse: Website, blog, social network, and commentary*. Cand. Philol. Sci. Diss. Abstr. Volgograd, 2014, 23. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/zpgbst>
- Смирнов П. Ю. Языковые средства выражения речевой агрессии в интернет-коммуникации. *Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки*. 2017. № 14. С. 34–42. [Smirnov P. Yu. Language means of hostile rhetoric expressions in the communications networking. *Nauchnye vedomosti Belgorodskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Gumanitarnye nauki*, 2017, (14): 34–42. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/yzjrbn>
- Стернин И. А., Антонова Л. Г., Карпов Д. Л., Шаманова М. В. Выявление признаков унижения чести, достоинства, умаления деловой репутации и оскорбления в лингвистической экспертизе текста. Ярославль: Канцлер, 2013. 35 с. [Sternin I. A., Antonova L. G., Karpov D. L., Shamanova M. V. *Identification of signs of humiliation of honor, dignity, diminution of business reputation, and insults in linguistic expertise*. Yaroslavl: Kancler, 2013, 35. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/tocmyu>
- Танабаева И. Р. Комментарий как особый жанр в интернет-общении. *Молодой ученый*. 2017. № 51. С. 207–210. [Tanabaeva I. R. Commentary as a special genre in online communication. *Molodoi uchenyi*, 2017, (51): 207–210. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/zxxesl>
- Фаломкина И. П. Средства выражения отрицательной оценки в интернет-отзывах посетителей ресторанов. *СибСкрипт*. 2025. Т. 27. № 1. С. 12–20. [Falomkina I. P. Verbal means of negative assessment in online restaurant reviews. *SibScript*, 2025, 27(1): 12–20. (In Russ.)] <https://doi.org/10.21603/sibscript-2025-27-1-12-20>
- Филиппова М. П. Интернет-комментарий и сообщение на интернет-форуме: параметры жанрового разграничения. *Вестник Удмуртского университета. Серия История и филология*. 2020. Т. 30. № 6. С. 1049–1054. [Filippova M. P. Online comment and message on the internet forum: Differentiation parameters of genres. *Bulletin of Udmurt University. Series History and Philology*, 2020, 30(6): 1049–1054. (In Russ.)] <https://doi.org/10.35634/2412-9534-2020-30-6-1049-1054>
- Шейгал Е. И. Вербальная агрессия в политическом дискурсе. *Вопросы стилистики*. Вып. 28. *Антропоцентрические исследования*, отв. ред. О. Б. Сиротина. Саратов: СГУ, 1999. С. 204–222. [Sheigal E. I. Verbal aggression in political discourse. *Stylistic issues. Iss. 28. Anthropocentric research*, ed. Sirotina O. B. Saratov: SSU, 1999, 204–222. (In Russ.)]

- Шульгинов В. А., Кудряшов С. А. Речевая агрессия как отражение групповых ценностей: исследование субстандартной лексики в виртуальных сообществах. *Шаги / Steps*. 2025. Т. 11. № 1. С. 192–205. [Shulginov V. A., Kudryashov S. A. Verbal aggression as reflection of group values: A study of substandard lexis in virtual communities. *Shagi / Steps*, 2025, 11(1): 192–205. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/yhklqm>
- Щербинина Ю. В. Вербальная агрессия. М.: КомКнига, 2008. 360 с. [Shcherbinina Yu. V. *Verbal aggression*. Moscow: KomKniga, 2008, 360. (In Russ.)]
- Щербинина Ю. В. Как сказать: «Вася, ты не прав!». Речевая агрессия в школе и способы ее преодоления. *Первое сентября*. № 68. 30.09.2003. [Shcherbinina Yu. V. How to tell somebody they are wrong. Speech aggression at school and ways to overcome it. *Pervoe sentyabrya*, (68), 30 Sep 2003. (In Russ.)] URL: <https://ps.1sept.ru/article.php?ID=200306821> (дата обращения: 14.02.2025).
- Щербинина Ю. В. Речевая агрессия. Территория вражды. М.: Форум, 2012. 397 с. [Shcherbinina Yu. V. *Speech aggression. The territory of enmity*. Moscow: Forum, 2012, 397. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/qydbjv>
- Щербинина Ю. В. Русский язык: речевая агрессия и пути ее преодоления. М.: Флинта, 2004. 224 с. [Shcherbinina Yu. V. *Russian language: Speech aggression and ways to overcome it*. Moscow: Flinta, 2004, 224. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/suqspr>
- Языкова Ю. Лексико-стилистические особенности выражения возмущения в литературном произведении и его экранизации: сопоставительный анализ. *Litera*. 2023. № 11. С. 250–257. [Yazokova Yu. Lexico-stylistic features of the expression of indignation in a fiction and its film version: comparative analysis. *Litera*, 2023, (11): 250–257. (In Russ.)] <https://doi.org/10.25136/2409-8698.2023.11.68867>

review article

eLibrary EDN: FDMZEG

## The "Silent Boycott": How Generation Z Uses Algorithms to Resist Advertising

Madina A. Khoretleva

Shanghai University, China, Shanghai  
madina\_khoretleva@mail.ru

**Abstract:** The "silent boycott" is an emerging form of algorithmic consumer resistance practiced by Generation Z on social media platforms. Our study aimed to develop a comprehensive theoretical framework for understanding this phenomenon. Our objectives were to identify the causal drivers of the "silent boycott", classify its methodological manifestations, explicate the underlying algorithmic mechanisms through which individual actions aggregate into systemic effects, and evaluate its implications for brands, platforms, and theoretical conceptualizations of consumer power. The study connected individual resistance tactics to platform-level distributional consequences and advertising auction dynamics, demonstrating that aggregated non-interaction behaviors generate measurable systemic effects. We employed an integrative theoretical methodology combining systematic literature review with cross-sectional data analysis from industry reports and empirical studies (2018–2025). Four primary drivers were identified: advertising overload, value gap between brand rhetoric and practice, declining trust in influencer marketing, and heightened algorithmic literacy. Four principal resistance methods were classified: zero engagement tactics, active use of platform feedback functions, strategic support for ethical content, and collective informal practices. We concluded that the "silent boycott" is a fundamental shift in consumer-platform power dynamics, necessitating strategic recalibration by brands and platforms. Individual non-interaction behaviors, when aggregated at scale, significantly alter algorithmic distribution patterns, reduce organic reach, and increase advertising costs while diminishing returns.

**Keywords:** Generation Z, "silent boycott", social media algorithms, advertising resistance, consumer activism, influencer marketing, algorithmic literacy, digital marketing

**Citation:** Khoretleva M. A. The "Silent Boycott": How Generation Z Uses Algorithms to Resist Advertising. *Virtual Communication and Social Networks*, 2026, 5(3): 358–370. <https://doi.org/10.21603/vcsn-2026-5-3-358-370>

Received 21 Apr 2026. Accepted after review 3 Jun 2026. Accepted for publication 8 Jun 2026.

обзорная статья

## «Тихий бойкот»: как поколение Z использует алгоритмы для противодействия рекламе

Хоретлева Мадина Арсланбековна

Шанхайский университет, Китай, Шанхай  
madina\_khoretleva@mail.ru

**Аннотация:** Цель – теоретически осмыслить феномен «тихий бойкот» как новую форму алгоритмического потребительского сопротивления, практикуемую поколением Z на платформах социальных медиа, и разработать интегративную модель, связывающую индивидуальные тактики сопротивления с системными эффектами на уровне платформ. Задачи: выявить причинно-следственные драйверы этого феномена, классифицировать его методические проявления, раскрыть лежащие в основе алгоритмические механизмы, а также оценить его последствия для брендов, платформ и теоретических концепций потребительской власти. Предложена комплексная теоретическая рамка, которая связывает индивидуальные тактики сопротивления с последствиями на уровне платформ и динамикой рекламных аукционов, демонстрируя, что совокупное неинтерактивное поведение порождает измеримые системные эффекты. Использована интегративная теоретическая методология, которая сочетает систематический

обзор литературы с анализом поперечных данных отраслевых отчетов и эмпирических исследований (2018–2025 гг.). Выявлены четыре основных драйвера: рекламная перегрузка, разрыв между риторикой бренда и реальной практикой, снижение доверия к инфлюенс-маркетингу (маркетингу влияния) и повышенная алгоритмическая грамотность. Классифицированы четыре основных метода сопротивления: тактика нулевого вовлечения, активное использование платформенных функций обратной связи, стратегическая поддержка этического контента и коллективные неформальные практики. «Тихий бойкот» знаменует собой фундаментальный сдвиг в динамике власти между потребителями и платформами и требует стратегической перестройки со стороны брендов и платформ. Индивидуальное неинтерактивное поведение, агрегированное в масштабе, существенно изменяет алгоритмические паттерны дистрибуции, снижает органический охват, увеличивает рекламные затраты и уменьшает отдачу от них.

**Ключевые слова:** поколение Z, «тихий бойкот», алгоритмы социальных сетей, сопротивление рекламе, потребительский активизм, маркетинг влиятельных лиц, алгоритмическая грамотность, цифровой маркетинг

**Цитирование:** Хоретлева М. А. «Тихий бойкот»: как поколение Z использует алгоритмы для противодействия рекламе. *Виртуальная коммуникация и социальные сети*. 2026. Т. 5. № 3. С. 358–370. (In Eng.) <https://doi.org/10.21603/vcsn-2026-5-3-358-370>

Поступила в редакцию 21.04.2026. Принята после рецензирования 03.06.2026. Принята в печать 08.06.2026.

## Introduction

The proliferation of algorithmically curated social media environments has fundamentally altered the dynamics of consumer-brand interactions. In this study, we investigated the emergent phenomenon of a "silent boycott" – a distinctive form of consumer resistance employed by Generation Z that exploits the algorithmic architecture of social platforms to diminish advertising effectiveness. In particular, we aimed to develop a comprehensive theoretical framework for understanding the "silent boycott" as a form of algorithmic consumer resistance. We also sought to explicate the mechanisms through which individual non-interaction behaviors aggregate into systemic effects on platform-level content distribution and advertising efficacy.

To achieve this aim, we pursued a number of objectives, namely to:

- 1) identify the primary causal drivers of "silent boycott" behavior among Generation Z consumers;
- 2) classify the methodological manifestations of advertising resistance into a coherent typology;
- 3) explicate the underlying algorithmic mechanisms through which aggregated individual actions produce systemic effects on content distribution, organic reach, and advertising auction dynamics; and
- 4) evaluate the implications of these effects for brand-level marketing effectiveness, platform-level

structural conflicts, and theoretical conceptualizations of consumer power in algorithmic environments.

One morning, 19-year-old Maria opens Instagram<sup>1</sup>. Her feed shows a post from an influencer with 500,000 followers – a perfectly edited photo with coffee from a certain brand, the hashtag *#ad* barely visible at the end of a long text. Maria does not like it. She does not comment or save it. Instead, she clicks on the three dots in the corner of the post and selects *Not interested*. Then she selects *Hide ads from this advertiser*. The whole process takes three seconds. For the brand, this means not only the loss of one potential customer, but also a signal to the algorithm: this content is undesirable. Maria is not alone. Millions of Generation Zers (born between 1997 and 2012) do the same thing every day. They do not organize public campaigns, write angry posts, or call for boycotts. They just stay silent – and that silence is deafening.

This phenomenon, which we call a "silent boycott" or "silent resistance", is a new form of consumer activism. Unlike traditional boycotts, which require collective mobilization and public statements, the "silent boycott" is an individual, almost imperceptible action. Performed every day, its cumulative effect can be devastating for brands, as it directly influences how social media algorithms distribute content [Jin et al. 2025; Poleac, Gherguț-Babii 2024]. According to the Pew Research

<sup>1</sup> Meta Platforms, the parent company of Facebook, Instagram and WhatsApp Messenger, is banned in the Russian Federation as an extremist organization. Компания Meta Platforms, владеющая социальными сетями Facebook и Instagram и онлайн-мессенджером WhatsApp, признана экстремистской организацией, ее деятельность запрещена на территории РФ.

Center (2023), 95% of Generation Zers in the US use YouTube, 67% use TikTok, 62% use Instagram, and 59% use Snapchat<sup>2</sup>. Social media is not just a channel of communication; it is the primary habitat for this generation [Nguyen, Duong 2024; Venes, Duarte 2025]. And this is where a new form of power is emerging: the power of non-interaction [Chung 2025].

Brands spend billions on influencer marketing. According to Influencer Marketing Hub (2024), the global influencer marketing market reached \$21.1 billion in 2023<sup>3</sup>. But what happens when the target audience systematically refuses to interact with this content [Jain 2024; Pradhan et al. 2022]? What happens when algorithms trained to maximize engagement begin to realize that commercial content generates avoidance rather than engagement [Liu 2025; Poleac, Gherguț-Babii 2024]?

## Methods and Materials

For this study, we adopted an integrative theoretical methodology combining systematic literature review with secondary data analysis from cross-sectional industry reports and empirical studies. Our research framework was grounded in the intersection of consumer behavior theory, algorithmic studies, and digital activism scholarship. It drew upon the theoretical foundations on consumer resistance [Andersch et al. 2018], on algorithmic influence mechanisms [Poleac, Gherguț-Babii 2024], and on generational consumption patterns.

Our analytical approach involved four sequential stages. First, we conducted a systematic review of academic literature and industry reports published between 2018 and 2025 to identify primary causal factors contributing to advertising avoidance among Generation Z consumers. The sources included peer-reviewed journals, industry white papers from Adobe (2023), Deloitte (2023), Edelman (2023), Kantar (2023), and Pew Research Center (2023)<sup>4</sup>, as well as platform-specific analytics from Instagram, TikTok, and YouTube.

Second, we classified the identified resistance behaviors into a typology of four principal methods based on their technical implementation and intended

algorithmic effect. Third, we performed a mechanistic analysis to trace how individual user actions aggregate into collective algorithmic outcomes, utilizing the framework of feedback loop dynamics in recommendation systems [Jin et al. 2025; Liu 2025]. Fourth, we evaluated the implications of these algorithmic effects at three levels: brand-level marketing effectiveness, platform-level structural conflicts, and theoretical conceptualizations of consumer power in algorithmic environments.

Data synthesis employed a comparative analytical method, cross-referencing quantitative metrics (engagement rates, ROI statistics, reach coefficients) with qualitative accounts of user behavior patterns derived from observational studies and platform usage reports. This multi-source approach ensures the triangulation of findings and strengthens the validity of the proposed theoretical model.

## Results

### Causes of the "Silent Boycott"

#### *Advertising Overload: From Irritation to Active Avoidance*

Generation Z grew up in an era of unprecedented advertising pressure. A study by Adobe (2023) found that the average social media user sees between 4,000 and 10,000 advertising messages every day. By comparison, in the 1970s, people saw around 500 advertising messages per day. This is not just a quantitative change – it is a qualitative shift in perception. Advertising has ceased to be background noise and has become an active distraction from the main purpose of using the platform – social interaction, entertainment, and self-expression [Garcia-Salirrosas 2020; Perić et al. 2020].

The phenomenon of users not noticing ad banners on websites used to be referred to as "banner blindness." Its modern version, however, is qualitatively different: users do not just ignore ads – they actively train algorithms to hide them [Alavi et al. 2024; Hossain 2018]. According to a Kantar study (2023), 69% of Gen Zers reported that they *actively try to avoid ads on social media*, compared to 45% of millennials and 28%

<sup>2</sup> Anderson M., Faverio M., Gottfried J. Teens, Social Media and Technology 2023. *Pew Research Center*. 11 Dec 2023. URL: <https://www.pewresearch.org/internet/2023/12/11/teens-social-media-and-technology-2023/> (accessed 15 Mar 2025).

<sup>3</sup> Ibid.

<sup>4</sup> 2023 Digital Trends. Experience Index. Adobe, 2023. URL: <https://www.adobe.com/content/dam/cct/creativecloud/business/teams/whitepapers/pdf/Adobe-Digital-Trends-2023.pdf>; 2023 Gen Z and Millennial Survey. Deloitte, 2023. URL: <https://www.fm-house.com/wp-content/uploads/2023/07/2023-Gen-Z-and-Millennial-Survey.pdf>; 2023 Edelman Trust Barometer. Navigating a Polarized World. *Edelman*. URL: <https://www.edelman.com/trust/2023/trust-barometer>; Webinar: Media Reactions 2023: Braving the battleground. *Kantar*. URL: <https://www.kantar.com/inspiration/advertising-media/webinar-media-reactions-2023-battling-the-battleground>; Anderson M... (accessed 15 Mar 2025).

of Gen Xers. Furthermore, 58% of Gen Zers reported using the *Hide ad* or *Not interested* features several times a day. Research confirms that advertising avoidance among Gen Zers is driven by perceived intrusiveness, cognitive overload, and a sense of loss of control over one's digital environment [Cao et al. 2023; Van Toan, Mai Anh 2024].

### ***The Value Gap: When Brands Say One Thing and Do Another***

Generation Z is often characterized as the most socially conscious generation. According to a Deloitte study (2023), 77% of Gen Zers believe that companies should actively contribute to solving social and environmental problems. Furthermore, 49% reported that they have stopped buying products from brands whose values do not align with their own [Djafarova, Foots 2022; Maulana et al. 2025]. However, the problem is not only that brands sometimes go beyond the values they actively promote when developing their policies. Generation Z is particularly sensitive to this issue and perceives it as hypocrisy [Balaskas et al. 2025; Kumari, Rani 2026].

The widespread phenomena of "greenwashing" (creating a false impression of environmental friendliness), "woke-washing" (exploiting social movements for marketing), and "purpose-washing" (declaring a mission without real action) demonstrate a trend toward deep mistrust [Bytof, Ritch 2023]. In 2023, the Chinese fast-fashion retailer Shein launched a large-scale campaign on TikTok involving a multitude of micro-influencers. Shein's strategy seemed flawless from a traditional influencer marketing perspective: the brand relied not on celebrities, but on an army of micro-influencers whose audience perceives them as "ordinary people". The goal was to create an illusion of organic, "grassroots" approval of the products through a massive stream of "haul" videos – unboxing videos of large orders. The campaign promoted a "sustainable collection".

Generation Zers, who are the most sensitive to environmental and ethical issues, saw an obvious contradiction in Shein's campaign [Vajkai Kovács, Zsóka 2020; Rossperiwi et al. 2025]. Their reaction was swift and harsh – but not in the form of public protests. Instead, they en masse used the *Not interested* feature on advertising posts, created ironic duet videos (without direct mentions of the brand so as not to increase its reach), and, most importantly, simply avoided interacting with the influencers' content. This collective but uncoordinated silence was noticed

by the TikTok algorithm. The platform, whose logic is based on predicting and maximizing engagement, received a clear signal: not only is this content uninteresting, but it is actively rejected by a key demographic group. As a result, despite millions of views (many of which were paid), the engagement rate was catastrophically low – less than 0.5% compared to the average 3–5% for fashion content on TikTok. The TikTok algorithm interpreted this as a signal of low content quality and began to reduce its organic reach [Jin et al. 2025; Kuswoyo et al. 2025].

This proves that in the era of algorithmic curation, the most powerful consumer tool is not expression, but conscious, strategic silence. The "silent boycott" proved to be more effective than any loud protest because it attacked not the brand's reputation in the media field, but directly its business model, which is based on algorithmic reach and conversion [Andersch et al. 2018; Nokhiz, Ruwanpathirana 2025].

### ***The Crisis of Confidence in Influencer Marketing***

Influencer marketing was initially based on the idea of authenticity – the notion that influencers are "ordinary people" whose recommendations can be trusted more than traditional advertising. However, as influencer marketing became an industry, that authenticity began to disappear [Martowinangun, Komarudin 2025; Singer et al. 2023].

The decline in trust in influencers among Generation Zers has become a steady trend. According to the Edelman Trust Barometer (2023), in just four years (from 2019 to 2023), the level of trust in influencer recommendations among this audience had fallen from 63% to 38%. This 25% difference demonstrates not only skepticism, but also a fundamental crisis of perception: influencers are transforming from a source of personal recommendations into a tool for commercial communication [Peng 2023].

The crisis of trust in influencers developed gradually, fueled by three interrelated processes. The first was the blurring of the lines between personal opinion and commerce – when every third post is accompanied by *#ad* or *#gifted* tags, the audience naturally begins to perceive all of the creator's content as potentially paid for [Rodsevich 2025; Vuković, Pavković 2025]. Paradoxically, the platforms themselves contributed to this by giving rise to the *behind the scenes* genre: candid videos about mass PR mailings and conveyor belt content production destroyed the romanticized image of the influencer as an "ordinary person" [Bacha, Meghrajani 2025; Chen H. 2025;

Chen Z. 2025]. Finally, the situation was exacerbated by numerous scandals – from the promotion of dubious financial schemes to the advertising of unsafe cosmetics – which were actively discussed in the comments and gave rise to a wave of exposé content [Adesokan et al. 2024; Jamil 2025]. It is this triad of factors – total commercialization, the destruction of illusions, and systematic scandals – that has created the atmosphere of total skepticism that characterizes the modern perception of influencer marketing [Baghel 2023; Pradhan et al. 2022].

### **Awareness of Algorithmic Power**

Generation Zers grew up with algorithms. They understand how recommendation systems work – at least intuitively. They know that their actions – likes, views, viewing time, comments – are data that train the algorithm. They know that if they like an ad, they will see more ads in their feed. If they click *Not interested*, they will see fewer [Poleac, Gherguț-Babii 2024; Jin et al. 2025]. And this knowledge turns into a strategy of resistance. If the algorithm learns from my behavior, I can train it to show me what I want to see and hide what I do not want to see [Chung 2025; Gunawan et al. 2024].

A study by the Mozilla Foundation (2023) called *YouTube Regrets* showed that 71% of Gen Z users actively use the *Unsubscribe* or *Not interested* features to curate their feed, compared to 34% of millennials<sup>5</sup>. This finding is consistent with broader research on algorithmic literacy, which demonstrates that users who understand how recommendation systems work are significantly more likely to engage in active feed curation [Ren, Jiang 2025].

### **Methods of Silent Resistance**

#### **Zero Engagement Tactic**

The most basic but most common form of "silent boycott" is a complete lack of interaction with commercial content. In practice, this looks like a conscious refusal to engage in habitual actions: users stop liking posts marked *#ad*, refrain from commenting – even critically, since any reaction increases engagement metrics. They do not save posts to their bookmarks or repost them – even with ironic captions – and in Stories, they quickly scroll through advertising inserts, artificially reducing the viewing time, which the algorithm perceives as a clear negative signal [Alavi et al. 2024; Liu 2025].

This is effective because social platform algorithms are optimized for the engagement rate – the ratio of interactions to impressions. Content with low engagement receives less organic reach. If a large enough portion of the audience uses zero-interaction tactics, the engagement rate drops, and the algorithm begins to show that content to fewer people [Alam et al. 2025; Choi et al. 2025]. Post with an engagement rate below 1% on Instagram has 60% less organic reach than a post with an engagement rate of 3–5%.

### **Active Use of the "Not Interested" / "Hide Ad" Functions**

A more active form of resistance involves the targeted use of built-in platform tools for direct dialogue with the algorithm. Unlike passive ignoring, users consciously click the *Not interested* buttons, hide ads marked *Not relevant* or *See too often*, disable displays from specific accounts, reject channel recommendations, and skip ads. The key point of these actions is not simply to clean up the personal feed, but to systematically train algorithms. Each such click informs the platform that this type of content is undesirable for an entire category of users<sup>6</sup> [Chen H. 2025; Craig 2024].

### **Strategic Interaction: Supporting the "Right" Content**

The flip side of the "silent boycott" is active support for content that aligns with the user's values. A clear behavioral pattern has emerged: mass ignoring of advertisements from large corporations is combined with active interaction with small and ethical brands [Scalvini 2023; Suttharattanagul et al. 2025]. Users willingly like and comment on honest reviews, even critical ones, and support influencers who demonstrate transparency in partnerships and take a conscious approach to collaborations [Abbas, Thahir 2025; Wright, Cherry 2023]. This creates a differentiated media environment where algorithms gradually learn to distinguish between "acceptable" and "unacceptable" commercial communication based on real audience interaction patterns [Poleac, Gherguț-Babii 2024; Van Toan, Mai Anh, 2024].

### **Collective Informal Practices**

Although the "silent boycott" has no formal organization, Gen Z communities have informal norms for how to respond to commercial content. An analysis

<sup>5</sup> YouTube Regrets: A crowdsourced investigation into YouTube's recommendation algorithm. Mozilla Foundation. URL: <https://www.mozillafoundation.org/en/youtube/findings/> (accessed 15 Mar 2025).

<sup>6</sup> Anderson M...

of discussions on TikTok and Reddit revealed a kind of "unwritten code" of digital behavior: *Don't feed the algorithm* – a call not to interact with unwanted content, *Scroll fast, engage never* – a rule for obvious advertising, *Support small, ignore big* – an attitude toward conscious consumption. Particularly telling is the principle of *Call out, don't share out*, according to which dissatisfaction with a brand should be expressed in comments on neutral content or individual posts, avoiding interaction with the original advertisement. These behavioral patterns are transmitted through social learning – users adopt them by observing the actions of others, participating in discussions, and creating ironic memes that condemn advertising practices but do not increase their reach [Chen Z. 2025; Critikián et al. 2022; Scalvini 2023].

### Mechanisms of Algorithmic Influence: How Silence Becomes Loud

#### Social Platform Algorithms: A Brief Overview

To understand the effectiveness of "silent boycott" tactics, we need to take a step back and understand the basic principles of how social platform algorithms work. Modern social platforms are not just passive channels for content. Their space is shaped by dynamic algorithmic systems, whose logic, despite its apparent complexity, is based on a few fundamental principles [Jin et al. 2025; Liu 2025; Poleac, Gherguț-Babii 2024].

The main principle is engagement prediction. The system constantly asks itself one key question: will a particular user want to interact with this post – like it, comment on it, share it? Based on our past behavior, it tries to predict our future reaction by creating a personalized probability map [Kuswoyo et al. 2025; Liu 2025]. This prediction is directly linked to relevance scoring. Each piece of content – a post, video, or story – is assigned a certain score. It is calculated based on a variety of factors, from text and tags to our past interactions and the behavior of people in our circle. Thus, the feed is not a chronological stream, but a constantly updated rating, where the top items are those that the system considers most relevant to you [Choi et al. 2025; Kuswoyo et al. 2025].

For any commercial platform, the key metric of success is the amount of time a user spends within the application. Algorithms are designed to maximize this metric, turning our attention into the main resource [Andersch et al. 2018; Nokhiz, Ruwanpathirana 2025]. Anything that can catch our eye and keep us from closing the tab is given priority. Finally, the most important aspect is the feedback loop. Algorithms are

not static; they learn in real time. Every action we take, from a long view to an instant scroll, becomes a valuable learning signal for them. The system adjusts its future predictions, creating a self-reproducing cycle: it shows us what it calculates we will respond to, and our response confirms or refutes its accuracy, forcing it to adjust its recommendations [Jin et al. 2025; Liu 2025].

Positive signals that the algorithm reads as a call to "show this to more people" include classic forms of interaction: likes, detailed comments, and reposts. However, more subtle indicators are just as important today: long video viewing times (which indicate sustained attention), saving a post, clicking on links, and even visiting the author's profile, which signals deep interest [Poleac, Gherguț-Babii 2024; Van Toan, Mai Anh, 2024].

On the other hand, there are negative signals that tell the system: "This content doesn't work, don't recommend it." These include active actions such as explicit rejection via the *Not interested* or *Hide* button, as well as premature exit from viewing the video. However, the most eloquent and powerful signal is often a passive lack of interaction. When content gets a lot of views but doesn't get any engagement, the algorithm makes a clear conclusion: the audience is indifferent to it [Alavi et al. 2024; Alam et al. 2025; Choi et al. 2025].

#### The Aggregation Effect: From Individual Action to Collective Trend

The pivotal force underlying the "silent boycott" phenomenon is one of scale. An individual user's act of selecting *Not interested* yields a minimal effect. However, when this action is replicated systematically by thousands of users, it coalesces into a perceptible pattern that social media algorithms are engineered to recognize [Chen Z. 2025; Van Toan, Mai Anh 2024].

This process can be illustrated through the lifecycle of an influencer's promotional post. Algorithmic distribution typically commences with an initial test phase, where the content is delivered to a core segment of the audience – often the most active 10% of followers. The engagement metrics within this cohort determine the post's subsequent trajectory. An engagement rate exceeding 5% signals platform algorithms to expand distribution to a broader audience segment, such as the next 20%. Conversely, an engagement rate below 2% results in the termination of organic reach amplification [Kuswoyo et al. 2025; Choi et al. 2025].

Thus, the strategic impact of the "silent boycott" materializes at this critical juncture. If a substantial portion of this primary, highly-engaged audience

segment collectively withholds interaction, the engagement rate during this decisive first phase becomes suppressed. Consequently, the algorithmic pathway to wider visibility is effectively deactivated, preventing the content from reaching a mass audience [Alam et al. 2025; Andersch et al. 2018].

This dynamic finds empirical support in recent industry data. A 2023 study by the platform Later.com revealed a pronounced decline in the average organic reach for Instagram posts tagged #ad, which fell from 23% of followers in 2019 to 11% in 2023<sup>7</sup>. The research identified a corresponding decrease in engagement rates as a principal contributing factor for this contraction in reach.

#### **Personalized Filtering: The Algorithm's Learning Process**

Modern algorithmic systems do not merely track aggregate engagement; they actively personalize content delivery for each user. When a user consistently demonstrates a specific pattern of behavior – such as ignoring posts tagged with #ad, selecting *Not interested* for promotional content, or quickly skipping advertisement-laden stories – the algorithm constructs a detailed preference profile [Alavi et al. 2024; Craig 2024]. This profile concludes the user lacks interest in commercial material. As a result, the system begins to systematically reduce the user's exposure to such content, even if that same content generates high engagement metrics among other audience segments [Jin et al. 2025; Liu 2025].

This leads to the formation of distinct "advertisement-free bubbles". These are specific audience segments that, through their patterned non-interaction, encounter significantly less commercial content than the general user population [Andersch et al. 2018; Nokhiz, Ruwanpathirana 2025].

#### **Impact on Advertising Auctions: The Paradox of Rising Cost and Falling Efficacy**

Most advertising inventory within social media ecosystems is transacted via real-time auction mechanisms, where advertisers compete for showcases. Crucially, the ultimate price of a showcase is not determined solely by the advertiser's bid, but also by the platform's forecasted engagement rate. This

relationship can be conceptualized through a simplified scoring formula:

$$Ad Rank = Bid \times Quality Score \times Predicted Engagement Rate.$$

Consequently, when a platform's algorithm anticipates a low probability of user interaction – based on historical data regarding a specific audience segment's response to similar commercial content – an advertiser targeting that audience is compelled to pay a premium to achieve a comparable level of reach [Jin et al. 2025; Poleac, Gherguț-Babii 2024]. This dynamic establishes a pernicious feedback loop for brands targeting Generation Z:

1) members of Generation Z systematically withhold engagement with commercial content [Alavi et al. 2024; Pradhan et al. 2022];

2) the platform's predicted engagement rate for this demographic declines [Jin et al. 2025; Kuswoyo et al. 2025];

3) the cost to reach this audience segment increases correspondingly [Bacha, Meghrajani 2025];

4) to compensate for diminished efficiency, brands escalate both their bid value and the frequency of ad exposures;

5) this amplification of advertising volume intensifies the perceived saturation within the user's feed [Alavi et al. 2024; Cao et al. 2023];

6) the resistance and avoidance behaviors of Generation Z are thereby reinforced [Pradhan et al. 2022; Van Toan, Mai Anh 2024].

The cycle returns to its origin, creating a self-perpetuating spiral of escalating cost and diminishing return.

## **Discussion**

### **Implications for Digital Marketing**

#### **The Diminishing Returns for Influencer Marketing**

Empirical data illustrates a clear trend of declining efficacy. According to Aspire's 2023 industry report, the average engagement rate for sponsored Instagram posts has declined from 3.5% in 2019 to 1.9% in 2023. Concurrently, a 2023 survey by HypeAuditor found that 67% of brands report a decreasing return on investment (ROI) for influencer campaigns specifically targeting Generation Z<sup>8</sup>. This is compounded by rising costs; Influencer Marketing Hub (2024) notes that the cost

<sup>7</sup> 2023 Instagram Engagement Report. HubSpot; Mention, 2023. URL: [https://biomedcast.com/wp-content/uploads/2023/03/2023\\_Instagram\\_Engagement\\_Report\\_V2.pdf](https://biomedcast.com/wp-content/uploads/2023/03/2023_Instagram_Engagement_Report_V2.pdf) (accessed 15 Mar 2025).

<sup>8</sup> The State of Influencer Marketing 2023. HypeAuditor. URL: <https://hypeauditor.com/resources/whitepapers/state-of-influencer-marketing-2023/> (accessed 15 Mar 2025).

of reaching Generation Z through influencers has increased by 40% over the past three years<sup>9</sup>. These trends are corroborated by independent academic research examining the declining effectiveness of influencer campaigns across multiple markets [Bijina 2025; Nadanyiova 2023; Savić et al. 2024].

### ***The Erosion of Organic Reach***

A brand's non-sponsored content is also susceptible to diminished visibility when the brand becomes associated with excessive commercialization [Garcia-Salirrosas 2020; Perić et al. 2020]. This decline is driven by the phenomenon of "brand fatigue", whereby users that grow weary of a brand's omnipresence begin to systematically disregard all content from that entity, extending beyond overt advertisements to include its organic posts [Prasanna, Priyanka 2024; Van Toan, Mai Anh 2024].

This behavioral shift is substantiated by survey data. A 2023 study by Sprout Social found that 54% of Generation Z respondents actively unfollowed brands specifically due to a perception of "too much promotional content".<sup>10</sup> Furthermore, 48% of this demographic reported employing the Stop seeing content from this account function for brands they perceive as engaging in spam-like posting behavior [Chowdhury 2024; Prasanna, Priyanka 2024].

### ***Forced Adaptation: Emerging Marketing Strategies***

Confronted with this erosion of effectiveness, certain brands have begun to adapt their strategies in response. These adaptations are oriented toward rebuilding authenticity and trust, prioritizing audience value over direct promotional messaging [Baghel 2023; Nazara et al. 2025; Raj, Diksha 2025].

Key emerging strategies include:

1. Authentic Partnerships: moving away from high-volume, transactional campaigns toward establishing long-term partnerships with a select cohort of influencers who demonstrate a genuine, documented use of the product [Abbas, Thahir 2025; Rodsevich 2025].

2. Value-First Content: prioritizing content creation that provides inherent value – be it educational, entertaining, or inspirational – before introducing any sales-oriented messaging [Maulana et al. 2025; Peng 2023].

3. Radical Transparency: openly disclosing the commercial nature of content while simultaneously providing substantive reasoning for a product's merit, thus framing the promotion within a context of genuine advocacy [Shekhar 2024; Vuković, Pavković 2025].

4. Community Building: shifting focus from direct sales generation to the cultivation of dedicated brand communities, fostering a sense of belonging and peer-to-peer interaction [Critikián et al. 2022; Scalvini 2023].

A prominent example of this paradigm's success is the cosmetic brand Glossier. The company's marketing foundation was built upon leveraging user-generated content and authentic customer testimonials, rather than relying on traditional paid influencer arrangements. This strategy has yielded significant engagement, with the brand's engagement rate reported to be 300% above the industry average among Generation Z consumers [Baghel 2023; Wright, Cherry 2023].

### ***Platform-Level Consequences***

The fundamental business model of social media platforms is based on advertising revenue, yet the proliferation of commercial content actively degrades the user experience upon which the platforms' popularity depends. This dynamic creates a structural conflict of interests [Andersch et al. 2018; Goel, Madan 2025; Nokhiz, Ruwanpathirana 2025].

The goals of advertisers, users, and the platforms themselves are increasingly misaligned. Advertisers seek to maximize visibility, capture user attention, and drive conversions. Users primarily desire a reduction in advertising volume, more relevant and engaging organic content, and authentic interactions. The platforms are tasked with the contradictory objective of satisfying both parties – a balance that grows more difficult to maintain as user aversion to overt commercialization intensifies [Maheswari et al. 2025; Van Toan, Mai Anh 2024].

In response to this dilemma, platforms are actively experimenting with novel advertising formats designed to integrate commercial messaging more seamlessly, thereby making it less overtly "ad-like" [Aktaş, Şener 2019; Bacha, Meghrajani 2025]. Examples of this evolution include the following:

<sup>9</sup> The State of Influencer Marketing 2024. *Influencer MarketingHub*. URL: <https://influencermarketinghub.com/influencer-marketing-benchmark-report-2024/> (accessed 15 Mar 2025).

<sup>10</sup> The Sprout Social Index: 2023 State of Social Media Report. *Sprout Social*. URL: <https://shortyawards.com/16th/tbd-11> (accessed 15 Mar 2025).

1) on TikTok: features like "Spark Ads", which promote a brand's organic content, and "Branded Hashtag Challenges", which attempt to transform advertising into a participatory activity;

2) on Instagram: the development of "Collab posts" for co-created brand-influencer content and "Shopping tags" to embed commerce directly within the content stream;

3) on YouTube: the proliferation of "Shorts" with integrated product links and features like "Super Thanks", which shift monetization toward user donations rather than traditional ad interruptions.

A critical question persists, however: if users have developed sophisticated methods of resisting traditional advertising, will they not also learn to identify and circumvent these new, hybrid formats [Chen Z. 2025; Chung 2025]? Historical precedent demonstrates that the excessive commercialization of a social media platform can trigger a significant migration of its user base to emerging alternatives [Mina 2017; Šáľková et al. 2023]. This pattern is observable in previous platform shifts, such as the movement of users from Facebook to Instagram, which coincided with perceptions of the former as becoming "overly corporate", and the subsequent migration from Instagram to TikTok, driven by sentiments that Instagram's content had grown "excessively polished and commercial".

#### ***Theoretical Implications: The "Silent Boycott" as a Form of Power***

The established model of consumer activism was predicated on several demanding conditions. It required explicit collective mobilization, public declarations of intent, coordinated action, and often involved a tangible sacrifice – such as forgoing a product one might otherwise enjoy [Andersch et al. 2018; Güneş et al. 2022].

The contemporary practice of the "silent boycott" is a qualitatively distinct form of resistance that inverts these traditional requirements. It functions through individual action that achieves collective impact solely through algorithmic aggregation. It demands no public statement or formal coordination, though informal social norms can create a state of quasi-coordination. Most significantly, it imposes minimal personal cost, as the core action – simply withholding engagement – does not necessitate abandoning the platform itself [Chung 2025; Nokhiz, Ruwanpathirana 2025].

The conventional scholarly understanding frames platform algorithms as possessing unilateral power over users by actively shaping their content exposure and digital experience [Jin et al. 2025; Liu 2025]. The phenomenon of the "silent boycott," however, demonstrates that this power is bidirectional. Users, through their aggregated and systematic behavioral data, exert a distinct form of power over the algorithms. By withholding engagement, they fundamentally influence the very learning processes and assumptions upon which the algorithmic systems operate. This interaction establishes a dialectical power dynamic: algorithms shape user behavior, while users simultaneously train and calibrate the algorithms [Andersch et al. 2018; Kuswoyo et al. 2025; Nokhiz, Ruwanpathirana 2025].

The central question for contemporary digital studies thus shifts from identifying a unidirectional power source to analyzing who holds greater influence within this perpetual and recursive feedback loop [Craig 2024]. From a philosophical perspective, the "silent boycott" constitutes a form of performative silence. Within a digital context where constant engagement – liking, commenting, sharing – is not only anticipated but serves as a dominant social norm, the conscious refusal to interact becomes a significant and communicative act [Chen Z. 2025; Scalvini 2023]. This dynamic echoes the political concept of "non-participation" as a strategy of resistance. However, it has been strategically transposed into the domain of the attention economy, where passive disengagement directly undermines the fundamental metrics of value and influence [Andersch et al. 2018; Güneş et al. 2022; Nokhiz, Ruwanpathirana 2025].

#### **Conclusions**

This study set out to investigate the nature, causes, and consequences of the "silent boycott" as an emerging form of consumer resistance among Generation Zers. Our findings confirm the central hypothesis that Generation Z does not merely ignore advertising but actively employs algorithmic mechanisms to systematically reduce commercial content visibility. Our study demonstrates that the "silent boycott" phenomenon is qualitatively distinct from traditional consumer activism. It operates through individual action yet achieves collective impact through algorithmic aggregation.

Our key findings are as follows. Firstly, advertising saturation has reached a critical threshold, with the volume of promotional messaging exceeding

the cognitive processing capacity of the audience and provoking active, learned resistance rather than passive indifference. Secondly, the perceived gap between brand rhetoric and corporate action has eroded trust to the extent that authenticity has evolved from a desirable attribute to a prerequisite for commercial communication. Thirdly, algorithmic literacy has emerged as a substantive tool of consumer power, enabling users to behaviorally "hack" recommendation systems and transform passive consumption into active system manipulation. Finally, individual non-interaction behaviors, when aggregated at the population scale, generate measurable systemic effects on advertising efficacy, creating feedback loops that escalate costs while diminishing returns for advertisers.

The novelty of these findings lies in their systematic articulation of the mechanisms through which micro-level consumer behaviors translate into macro-level algorithmic outcomes. While prior research has documented declining engagement rates and growing advertising avoidance, this study provides a comprehensive theoretical framework that connects individual resistance tactics to platform-level distributional consequences, advertising auction dynamics, and structural conflicts within the social media ecosystem.

The practical significance of these findings is substantial. For brands, our study indicates that marketing strategies predicated on maximizing reach and frequency are becoming actively counterproductive. Future-oriented approaches must be built on demonstrated value, authentic alignment with consumer values, and respect for audience autonomy. The case of Glossier illustrates that user-generated content and authentic community engagement can achieve engagement rates 300% above the industry averages, providing a viable alternative to traditional influencer marketing.

For social media platforms, this study reveals an intensifying structural conflict between advertising revenue imperatives and user experience quality. Platforms that fail to navigate this equilibrium risk alienating their most valuable demographic segments. The documented migration patterns from MySpace to Facebook and subsequently to TikTok demonstrate that generational platform shifts can occur rapidly

when commercialization exceeds user tolerance thresholds.

Based on these findings, we propose the following recommendations. Brands should (1) shift from transactional influencer campaigns to long-term authentic partnerships; (2) prioritize value-first content that provides educational, entertainment, or inspirational merit prior to sales messaging; (3) implement radical transparency in advertising disclosures; and (4) invest in community-building initiatives that foster organic peer-to-peer engagement. Platforms should (1) refine algorithmic systems to better distinguish between welcomed and intrusive commercial content; (2) develop novel advertising formats that integrate commercial messaging into participatory rather than interruptive experiences; and (3) establish feedback mechanisms that genuinely incorporate user preferences into content curation decisions.

Future research should pursue several directions identified by this study. Longitudinal research tracking the evolution of "silent boycott" practices across different platforms and demographic contexts is essential to confirm the persistence of these trends. Experimental studies measuring the direct causal effects of specific resistance behaviors on algorithmic distribution would strengthen the mechanistic claims advanced in this analysis. Cross-cultural comparative research examining variations in "silent boycott" prevalence and methods across national contexts would illuminate the role of cultural factors in shaping algorithmic resistance. Finally, intervention studies testing the effectiveness of alternative marketing approaches – such as community-based brand building and value-first content strategies – would provide actionable evidence for practitioners seeking to adapt to this evolving consumer environment.

**Conflict of interests:** The author declared no potential conflict of interests regarding the research, authorship, and / or publication of this article.

**Конфликт интересов:** Автор заявил об отсутствии потенциальных конфликтов интересов в отношении исследования, авторства и / или публикации данной статьи.

## References / Литература

Abbas M., Thahir T. Pengaruh Kualitas Konten Digital, Personalisasi Iklan Digital, dan Influencer Marketing terhadap Kepercayaan Konsumen Generasi Z pada Produk Digital di Kalangan Mahasiswa Kota Makassar. *Paradoks*, 2025, 8(4): 968–978. <https://doi.org/10.57178/paradoks.v8i4.1948>

- Adesokan A., Rahman A. B., Tsiropoulou E. E. INFLUTRUST: Trust-based influencer marketing campaigns in online social networks. *Future Internet*, 2024, 16(7). <https://doi.org/10.3390/fi16070222>
- Aktaş A., Şener G. Nüfuz Pazarlamasında (Influencer Marketing) Mesaj Stratejileri. *Erciyes İletişim Dergisi*, 2019, 6(1): 399–422. <https://doi.org/10.17680/ERCIYESILETISIM.477592>
- Alam N., Arevin A. T., Herman M. The role of social media influencer communication in influencing the attitudes and consumer behavior of generation Z in urban areas. *Jurnal Ar Ro is Mandalika*, 2025, 5(1): 323–333. <https://doi.org/10.59613/armada.v5i1.5312>
- Alavi S., Iyer P., Bright L. F. Advertisement avoidance and algorithmic media: The role of social media fatigue, algorithmic literacy and privacy concerns. *Journal of Digital & Social Media Marketing*, 2024, 12(3): 276–292. <https://doi.org/10.69554/kwtx2523>
- Andersch H., Lindenmeier J., Liberatore F., Tscheulin D. K. Resistance against corporate misconduct: an analysis of ethical ideologies' direct and moderating effects on different forms of active rebellion. *Journal of Business Economics*, 2018, 88: 695–730. <https://doi.org/10.1007/S11573-017-0876-2>
- Baghel D. The role of influencer authenticity and brand trust in shaping consumer behavior: Strategies to engage generation Z. *ShodhKosh: Journal of Visual and Performing Arts*, 2023, 4(1): 1259–1271. <https://doi.org/10.29121/shodhkosh.v4.i1.2023.3327>
- Balaskas S., Stamatou I., Komis K., Nikolopoulos T. Perceptions of greenwashing and purchase intentions: A model of Gen Z responses to ESG-labeled digital advertising. *Risks*, 2025, 13(8). <https://doi.org/10.3390/risks13080157>
- Bacha J., Meghrajani I. The strategic rise of social media influencers: Disruption and opportunities in modern marketing channels. *International Journal of Business and Management Practices*, 2025, 3(4): 255–262. <https://doi.org/10.59890/ijbmp.v3i4.56>
- Bijina C. K. A strategic analysis of influencer marketing effectiveness on Gen Z consumer engagement across social media platforms. *Economic Sciences*, 2025, 21(2): 275–282. <https://doi.org/10.69889/43h1my75>
- Bytof M. P., Ritch E. L. Exploring the perceptions of climate-aware Generation-Z towards fast-fashion's greenwashing for the climate-crisis. *The garment economy: Understanding history, developing business models, and leveraging digital technologies*, eds. Brandstrup M., Dana L.-P., Ryding D., Vignali G., Caratù M. Cham: Springer, 2023, 515–531. [https://doi.org/10.1007/978-3-031-33302-6\\_24](https://doi.org/10.1007/978-3-031-33302-6_24)
- Cao N., Md Isa N., Perumal S. Effects of risk attitude and time pressure on the perceived risk and avoidance of mobile app advertising among Chinese Generation Z consumers. *Sustainability*, 2023, 15(15). <https://doi.org/10.3390/su151511547>
- Chen H. "Reverse recommendation" phenomenon on social media of Generation Z. *Interdisciplinary Humanities and Communication Studies*, 2025, 1(5). <https://doi.org/10.61173/j90r6x52>
- Chen Z. The authenticity crisis in influencer marketing: Advertising disclosure, fraudulent engagement, and consumer trust erosion. *UAIJEBM*, 2025, 1(5): 19–27.
- Choi J., Choi F., Saha K., Chandrasekharan E. The ranking effect: How algorithmic rank influences attention on social media. *arXiv*, 2025. <https://doi.org/10.48550/arxiv.2509.18440>
- Chowdhury R. H. Sustainability marketing and ethical branding in the digital space. *Journal of Trends in Applied Science and Advanced Technologies*, 2024, 1(1): 18–27. <https://doi.org/10.61784/asat3002>
- Chung M. When knowing more means doing less: Algorithmic knowledge and digital (dis)engagement among young adults. *Misinformation Review*, 2025. <https://doi.org/10.37016/mr-2020-186>
- Craig M. J. A. Human-machine communication privacy management (HMCPM), privacy fatigue, and the conditional effects of algorithm awareness on privacy co-ownership in the social media context. *SocArXiv*, 2025. <https://doi.org/10.31235/osf.io/7hkwx>
- Critikián D. M., Altaba M. S., Serrano Ocejia J. F. Hábitos de consumo de moda a través de influencers en la Generación Z. *Vivat Academia*, 2022, 155: 39–68. <https://doi.org/10.15178/va.2022.155.e1387>
- Djafarova E., Foots S. Exploring ethical consumption of Generation Z: Theory of planned behaviour. *Young Consumers: Insight and Ideas for Responsible Marketers*, 2022, 23(3): 413–431. <https://doi.org/10.1108/yc-10-2021-1405>
- Garcia-Salirrosas E. E. Actitud de compra en redes sociales de la generación Z de Lima Sur. *Desafíos*, 2020, 11(2): 128–135. <https://doi.org/10.37711/DESAFIOS.2020.11.2.208>

- Goel S., Madan P. Gen Z in the omnichannel era: Rethinking consumer behavior for sustainable business success. *International Journal of Technology and Emerging Research*, 2025, 1(5): 145–155. <https://doi.org/10.64823/ijter.2509015>
- Gunawan J., Audrianto R., Wuisan D. The impact of social media influencers on the consumptive behavior of Generation Z. *Indonesian Marketing Journal*, 2024, 3(2): 101–109. <https://doi.org/10.19166/imj.v3i2.8508>
- Güneş E., Ekmekçi Z., Taş M. Ü. Sosyal Medya Influencerlarına Duyulan Güvenin Satın Alma Öncesi Davranış Üzerine Etkisi. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2022, 6(1): 163–183. <https://doi.org/10.26677/tr1010.2022.946>
- Hossain M. Understanding the attitude of Generation Z consumers towards advertising avoidance on the Internet. *European Journal of Business and Management*, 2018, 10(36): 86–96.
- Jain A. The impact of influence marketing on Gen Z consumer behaviour. *International Journal for Multidisciplinary Research*, 2024, 6(5). <https://doi.org/10.36948/ijfmr.2024.v06i05.28252>
- Jamil A. Efektivitas Influencer Marketing Terhadap Loyalitas Konsumen Generasi Z. *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi*, 2025, 5(2): 646–653. <https://doi.org/10.55606/jebaku.v5i2.5442>
- Jin J., Liu J., Ying H. The positive and negative impacts of social media algorithms on consumer behavior and optimization strategies. *Advances in Economics, Management and Political Sciences*, 2025, 237: 26–31. <https://doi.org/10.54254/2754-1169/2025.ld28881>
- Kumari A., Rani J. Gen Z's approach to digital challenges and ethical engagement. *Diversity and inclusion-driven marketing for multicultural marketplaces*, eds. Tarnanidis T., Sousa B., Vlachopoulou M., Papachristou E., Kittu Manda V. IGI Global, 2026, 237–260. <https://doi.org/10.4018/979-8-3373-2111-0.ch010>
- Kuswoyo C., Lu C., Abednego F. Efektivitas Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Generasi Z Pada Produk Azarine Melalui Brand Trust. *Sang Pencerah*, 2025, 11(2): 417–430. <https://doi.org/10.35326/pencerah.v11i2.7036>
- Liu R. A review of the guiding mechanism of social media recommendation algorithms on user consumption behavior. *Communications in Humanities Research*, 2025, 92: 97–103. <https://doi.org/10.54254/2753-7064/2025.km29398>
- Martowinangun, K., Komarudin, K. Pengaruh Nostalgia Marketing Digital Dan Ethical Branding Terhadap Emosional Gen Z: Peran Mediasi Dari Sentimen Merek Pada Bisnis Mikro Tiktok. *Inovasi Pembangunan Jurnal Kelitbangan*, 2025, 12(3). <https://doi.org/10.35450/jip.v12i03.1017>
- Maulana D., Yuliantina D., Akseptori R., Risdwiyanto A. The effectiveness of content-based marketing campaigns in attracting Gen Z consumers. *Oikonomia*, 2025, 2(2): 59–71. <https://doi.org/10.61942/oikonomia.v2i2.302>
- Mina L. W. Chapter 14. Social media in the FYC class: The new digital divide. *Social writing / social media: Publics, presentations, and pedagogies*, eds. Walls D. M., Vie S. Boulder, Colorado: University Press of Colorado, 2017, 263–282.
- Nadanyiova M. The impact of influencer marketing on the decision-making process of Generation Z. *Economics and Culture*, 2023, 20: 68–76. <https://doi.org/10.2478/jec-2023-0006>
- Nazara D. S., Nugrahaningsih H., Abdillah F. The future of influencer marketing: Trust, authenticity, and consumer behavior in the social media age. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 2025, 7(2): 345–349. <https://doi.org/10.37034/infec.v7i2.1138>
- Nguyen H. L., Duong Q. N. Analyzing the influencers affecting Gen Z customer' purchasing behaviour on e-commerce and cosmetics in Vietnam. *Journal of Advanced Research in Business and Management Studies*, 2024, 35(1): 26–43. <https://doi.org/10.37934/arbms.35.1.2643>
- Nokhiz P., Ruwanpathirana A. K. Consumer autonomy or illusion? Rethinking consumer agency in the age of algorithms. *arXiv.org*, 2025. <https://doi.org/10.48550/arxiv.2508.13440>
- Peng C. Influencer marketing: Statistics and skepticism. *Open Journal of Business and Management*, 2023, 11, 744–754. <https://doi.org/10.4236/ojbm.2023.112040>
- Peng C. Statistics and skepticism of influencer marketing: Efficiency and future growth perspectives. *Current Topics on Business, Economics and Finance*, 2023, 7: 144–155. <https://doi.org/10.9734/bpi/ctbef/v7/19386d>
- Perić N., Mamula Nikolić T., Delić T. Analiza stavova GenZ prema medijima i potrošnji – region Balkana. *Marketing*, 2020, 51(3): 210–218. <https://doi.org/10.5937/MARKT2003210P>

- Poleac G., Gherguț-Babii A.-N. How social media algorithms influence the way users decide – Perspectives of social media users and practitioners. *Technium Social Sciences Journal*, 2024, 57(1): 69–81. <https://doi.org/10.47577/tssj.v57i1.10955>
- Pradhan D., Kuanr A., Pahi S. A., Akram M. S. Influencer marketing: When and why gen Z consumers avoid influencers and endorsed brands. *Psychology & Marketing*, 2022, 40(1): 27–47. <https://doi.org/10.1002/mar.21749>
- Prasanna M., Priyanka A. L. Marketing to Gen Z: Understanding the preferences and behaviors of next generation. *International Journal for Multidisciplinary Research*, 2024, 6(4). <https://doi.org/10.36948/ijfmr.2024.v06i04.26612>
- Raj A., Diksha P. A study on the effectiveness of influencer marketing on Gen Z purchase decisions. *International Journal of Research Publication and Reviews*, 2025, 6(5): 5725–5732.
- Ren Y., Jiang S. The impact of social media usage on algorithmic literacy among Chinese adults. *Information, Communication & Society*, 2026, 29(5): 1514–1543. <https://doi.org/10.1080/1369118x.2025.2557558>
- Rodsevich M. Influencer PR in the age of AI and social discovery: The new rules for earning attention. *Zenodo*, 2025. <https://doi.org/10.5281/zenodo.17061545>
- Rospertiwi A. A., Saputri S. Z., Aisyah N., Handoko D. Tinjauan Teoritis tentang Etika Periklanan dalam Praktik Endorsement Berbayar bagi Generasi Z di Era Digital. *Saber: Jurnal Teknik Informatika, Sains dan Ilmu Komunikasi*, 2025, 3(3): 233–241.
- Šálková D., Procházková R., Kučírková K. Differences in attitude towards ethical shopping between Generations X, Y and Z in a marketing communication context. *Hradec Economic Days 2023: Proc. 21st Intern. Sci. Conf., Hradec Králové, 13–14 Apr 2023, Hradec Králové: University of Hradec Králové, 2023, 678–689.*
- Savić N., Lazarević J., Jeličić A., Grujić F. Digitalna ekonomija i novi kapitalizam – Generacija Z kao potrošač. *Economics of Enterprise*, 2024, 72(1-2): 107–123. <https://doi.org/10.5937/ekopre2402107s>
- Scalvini M. Brand activism and GenZ. *Harvard Dataverse*, 2023. <https://doi.org/10.7910/dvn/6hmvq8>
- Shekhar P. Ethical imperatives in influencer marketing: Navigating transparency, authenticity, and consumer trust. *International Journal for Multidisciplinary Research*, 2024, 6(6). <https://doi.org/10.36948/ijfmr.2024.v06i06.31758>
- Singer M. F., Callendar C. L., Ma X., Tham S. M. Differences in perceived influencer authenticity: A comparison of Gen Z and Millennials' definitions of influencer authenticity during the de-influencer movement. *Online Media and Global Communication*, 2023, 2(3): 351–378. <https://doi.org/10.1515/omgc-2023-0038>
- Suttharattanagul S. L., Santipiriyapon S., Daengrasmisopon T. et al. Mindful consumption and sustainability values: Shaping purchase intentions and well-being among Generation Z. *Sustainability*, 2025, 17(21). <https://doi.org/10.3390/su17219725>
- Vajkai Kovács É., Zsóka Á. Brand avoidance behaviour of Gen Z towards fast fashion brands. *Budapest Management Review*, 2020, 51(5): 39–50. <https://doi.org/10.14267/VEZTUD.2020.05.04>
- Van Toan D., Mai Anh N. T. Factors affecting the avoidance of online advertising on Facebook of Gen Z in Hanoi. *International Journal of Scientific Research and Management*, 2024, 12(11): 8009–8019. <https://doi.org/10.18535/ijssrm/v12i11.em18>
- Venes A., Duarte A. Gen Z's code: Cracking the authenticity formula in influencer-driven social media advertising. *Digital Citizenship and Building a Responsible Online Presence*, ed. Rahman H. Hershey, PA: IGI Global, 2025, 359–374. <https://doi.org/10.4018/979-8-3693-6675-2.ch014>
- Vuković D., Pavković T. The ethics of influencer marketing: An analysis of transparency and accountability in digital advertising. *MAP Social Sciences*, 2025, 6: 40–50. <https://doi.org/10.53880/2744-2454.2025.6.40>
- Wright L., Cherry M. How does influencer marketing on TikTok impact brand trust among generation Z? *Journal of Digital & Social Media Marketing*, 2023, 10(4): 326–339. <https://doi.org/10.69554/dkny2861>

Виртуальная коммуникация и социальные сети (Virtual Communication and Social Networks)

---

Контакты для сотрудничества:

Голев Николай Данилович, главный редактор, КемГУ  
(Кемерово, Россия), [ngolevd@mail.ru](mailto:ngolevd@mail.ru)  
Ким Лидия Густовна, заместитель главного редактора,  
КемГУ (Кемерово, Россия), [kimli09@mail.ru](mailto:kimli09@mail.ru)  
Федькина Анна Петровна, ответственный секретарь,  
КемГУ (Кемерово, Россия), +7(3842)55-87-61, [jsocnet@mail.ru](mailto:jsocnet@mail.ru)

Contacts for co-operation:

Nikolay D. Golev, Editor-in-Chief, Kemerovo State University  
(Kemerovo, Russia), [ngolevd@mail.ru](mailto:ngolevd@mail.ru)  
Lidiya G. Kim, Vice Editor-in-Chief, Kemerovo State University  
(Kemerovo, Russia), [kimli09@mail.ru](mailto:kimli09@mail.ru)  
Anna P. Fedkina, Executive Secretary, Kemerovo State University  
(Kemerovo, Russia), +7(3842)55-87-61, [jsocnet@mail.ru](mailto:jsocnet@mail.ru)

---

Над выпуском работали:

Литературные редакторы – Молокова Ксения Игоревна,  
Федькина Анна Петровна.  
Корректоры – Молокова Ксения Игоревна,  
Старикова Людмила Семеновна  
Литературный редактор (английский язык) –  
Рабкина Надежда Владимировна.  
Верстка и дизайн – Митько Наталья Викторовна.

Editorial team:

Literary editors – Ksenia I. Molokova, Anna P. Fedkina.  
Proof-readers – Ksenia I. Molokova, Ludmila S. Starikova.  
Literary editor (Eng.) – Nadezhda V. Rabkina.  
Layout and design – Natalia V. Mitko.

---

Для оформления обложки и титульного листа журнала использовались изображения с сайтов <https://www.klipartz.com/ru/sticker-png-rbayi> и [https://www.freepik.com/free-psd/abstract-3d-sphere-network-global-connection-visualization\\_409983310.htm](https://www.freepik.com/free-psd/abstract-3d-sphere-network-global-connection-visualization_409983310.htm)

---

Подписано к печати 03.08.2026.

Дата выхода в свет 18.08.2026.

Печать офсетная. Бумага Sveto Copy.

Формат А4. Усл. печ. л. – 18,6. Уч.-изд. л. – 16.

Тираж 500 экз.

Цена свободная.

Адрес типографии: Россия, Кемеровская область – Кузбасс, 650000, г. Кемерово, пр. Советский, 73.

jsocnet.ru

