

В. В. Катермина, А. А. Гнедаш, М. В. Николаева

**КОМПЛЕКСНЫЙ АНАЛИЗ ЛИНГВИСТИЧЕСКИХ ПАТТЕРНОВ
КОММУНИКАЦИИ ТОПОВЫХ РОССИЙСКИХ ЖУРНАЛИСТОВ
В ОФИЦИАЛЬНЫХ АККАУНТАХ СОЦИАЛЬНЫХ ПЛАТФОРМ ВКОНТАКТЕ,
FACEBOOK, INSTAGRAM, TWITTER**

Кубанский государственный университет, г. Краснодар, Россия

Благодарность

Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ (Отделение гуманитарных и общественных наук) в рамках научного проекта № 20-012-00033 «Лингвистические модели социально-политической коммуникации в online-пространстве: дискурсивные поля, паттерны и гибридная методология анализа сетевых данных» (2020–2022 гг., рук. В. В. Катермина).

Аннотация. В статье приводятся результаты комплексного анализа лингвистических паттернов коммуникации топовых российских журналистов в официальных аккаунтах социальных платформ ВКонтакте, Facebook, Instagram, Twitter. Целью данной статьи является изучение лингвистических паттернов, продуцируемых топовыми журналистами в своих онлайн-аккаунтах, способных задавать векторы восприятия политического контента, создаваемого главными лидерами государств, и приводящих к трансформации дискурсивных полей как в онлайн-, так и в офлайн-пространстве. Среднестатистический россиянин тратит почти половину дня на онлайн-взаимодействие, почти 50 % этого времени приходится на популярные социальные медиа, в том числе интернет-серфинг в среде официальных аккаунтов топовых журналистов. Потребление данных паттернов рядовыми пользователями / читателями, находящимися под «силовым» влиянием дискурсивного поля, становится определяющим фактором в процессе выработки и принятия индивидуальных / коллективных решений, реализация которых формирует то или иное социальное действие как в онлайн-, так и в офлайн-пространстве. Согласно данным мониторинга социальных медиа и СМИ компанией «Медиалогия», нами были выбраны аккаунты Алексея Венедиктова, Владимира Соловьева, Владимира Познера, Маргариты Симоньян и Ксении Собчак в ВКонтакте, Facebook, Instagram, Twitter. Эмпирической базой (дата-сеты) стали все посты, комментарии и ветки дискуссий, отражающие реакцию данных журналистов и общественности на Послание Президента РФ В. В. Путина Федеральному Собранию РФ от 15 января 2020 г. Дата-сеты были получены машинным методом сплошной выборки и подвергнуты комплексному анализу, включившему сетевую, лингводискурсивный, фолксономический анализ. В результате проведенного исследования были сделаны выводы о том, какими лингводискурсивными особенностями характеризуются посты топовых журналистов в популярных социальных сетях; как характеризуются лингвистические паттерны, продуцируемые топовыми журналистами в онлайн-пространстве; как различается контент, создаваемый журналистами в разных социальных сетях; каковы особенности этих различий в зависимости от специфики самих социальных платформ; как влияет политический контекст на лингвистические паттерны, продуцируемые топовыми журналистами в онлайн-пространстве.

Ключевые слова: *сетевая лингвистика, онлайн-пространство, лингвистический паттерн, сетевой анализ, лингводискурсивный анализ, фолксономический анализ, дискурсивные поля, топовые журналисты, ВКонтакте, Facebook, Instagram, Twitter, Послание Президента РФ 2020.*

V. V. Katermina, A. A. Gnedash, M. V. Nikolaeva

COMPREHENSIVE ANALYSIS OF LINGUISTIC COMMUNICATION PATTERNS OF TOP RUSSIAN JOURNALISTS IN THE OFFICIAL ACCOUNTS OF SOCIAL PLATFORMS VKONTAKTE, FACEBOOK, INSTAGRAM, TWITTER

Kuban State University, Krasnodar, Russia

Acknowledgement

The research was carried out with the financial support of the Russian Foundation for Basic Research (Department of Humanities and Social Sciences) within the framework of scientific project No. 20-012-00033 “Linguistic Models of Social and Political Communication in the Online Space: Discursive Fields, Patterns and Hybrid Methodology of Network Data Analysis” (2020-2022, research advisor is V. V. Katermina).

Abstract. The article presents the results of a comprehensive analysis of the linguistic communication patterns of top Russian journalists in the official accounts of the social platforms VKontakte, Facebook, Instagram, Twitter. The purpose of this article is to study the linguistic patterns which are produced by the top journalists in their online accounts and which can set vectors of interpretation of political content created by state leaders and cause the transformation of discourse fields both in online and offline spaces. The average Russian spends almost half a day on online interaction, almost 50% of this time is spent on popular social media, including surfing the top journalists’ official accounts. The linguistic patterns produced by journalists in their online accounts are capable of transforming discursive fields both online and offline. The consumption of these patterns by ordinary users / readers who are under the influence of the discourse field becomes a determining factor in the process of making individual / collective decisions, the implementation of which forms a particular social action both in online and offline spaces. According to “Mediologia” monitoring data of social and mass media, the authors selected the accounts of Aleksey Venediktov, Vladimir Solovyev, Vladimir Pozner, Margarita Simonyan, and Ksenia Sobchak in VKontakte, Facebook, Instagram, Twitter. The data sets of the study are all the posts, comments, and threads of discussions that reflect the reaction of the above-mentioned journalists and the public to the Presidential Address to the Federal Assembly on 15 January 2020. The data sets were gained through a continuous sampling method and underwent a comprehensive analysis including network, linguo-discursive, folksonomic analyses. As a result of the study, the authors have drawn the conclusions on what linguistic and discursive features characterize the posts of the top journalists in popular social networks; the way the linguistic patterns produced by the top journalists in online space are characterized; the way the content created by the journalists in various social networks differs; what is the specificity of these differences depending on the specificity of the social platforms themselves; the way a political context affects the linguistic patterns produced by the top journalists in online space.

Keywords: *network linguistics, online space, linguistic pattern, network analysis, linguo-discursive analysis, folksonomic analysis, discursive fields, top journalists, VKontakte, Facebook, Instagram, Twitter, 2020 Presidential Address to the Federal Assembly.*

Введение. Каждый день в онлайн-пространстве генерируется, передается и воспроизводится 3 млрд гигабайт различного контента, пользователи посылают 195 млрд электронных писем, просматривают и размещают 5 млрд видеофайлов на YouTube, осуществляют 4 млрд запросов в поисковых системах [8]. Онлайн-пространство стало неотъемлемой частью социального пространства, делая его сложным (с точки зрения разнообразия данных и способов их производства и воспроизводства, включая BigData), нелинейным, многомерным объектом исследования – глобальным пространством, представляющим собой сеть пересекающихся дискурсивных полей (сформированных пользователями, социальными сетями и/или сетевыми сообществами) [27], которые являются одновременно

отражением социальной действительности и инструментом ее конструирования посредством продуцирования лингвистических паттернов.

Каждую секунду в онлайн-пространстве производится колоссальное количество сетевых данных, потенциал влияния которых сложно оценить или предсказать [6]. Цифровые технологии формируют новую культуру взаимодействий – коллаборации, обмен информацией и ресурсами, интерактивность и мультимедийность – и позволяют формироваться новому типу контента по форме, содержанию, лингвокультурным особенностям и имплицитным смыслам. Коллективное сознание, ввиду функционирования сетевых сообществ в «пузыре фильтров», становится доминирующей формой «мысли» в современном мире: индивидуальность перестает быть добродетелью, а дивергентность, инакомыслие, подход «сделай сам» и «самостоятельные расследования» воспринимаются как деструктивная составляющая дискурсивного взаимодействия [11], [17], так как приводят к трагическим последствиям, угрожают безопасности и подрывают доверие к государственной власти, моральным устоям, что несет деструктивный потенциал в плане влияния на развитие социально-политических систем в современном мире.

Целью данной статьи является изучение лингвистических паттернов, продуцируемых топовыми журналистами в своих онлайн-аккаунтах, способных задавать векторы восприятия политического контента, создаваемого главными лидерами государств, и приводящих к трансформации дискурсивных полей как в онлайн-, так и в офлайн-пространстве.

Актуальность исследуемой проблемы. Развитие социальных медиа в первой четверти XXI века изменило качество и уровень политического участия всех субъектов публичной политики. Функцию формирования политической повестки дня разделили между собой СМИ, журналисты, медийные личности, известные публичные деятели, гражданские активисты и топовые блогеры, способные создавать и транслировать лингвистические паттерны, которые наполняют современные масс-медиа источники, отражаясь в постах, репостах и комментариях поклонников в реальной жизни и подписчиков в социальных сетях и блогосфере [16], [25]. Особенностью коммуникации между топовыми журналистами и пользователями журналистского контента является лингвистический паттерн – способ представления мнения журналиста, маркирования текста, выделения наиболее значимой, по его мнению, информации, в которой расставлены акценты на моментах, требующих внимания и дискуссии. Лингвистические паттерны, продуцируемые российскими журналистами в своих онлайн-аккаунтах, требуют изучения и анализа в связи с их способностью создавать и трансформировать дискурсивные поля как в онлайн-, так и в офлайн-пространстве [23], [26]. Потребление лингвистических паттернов как рядовыми пользователями, так и представителями социальных медиа, находящимися под «силовым» влиянием дискурсивного поля, становится определяющим фактором в процессе выработки и принятия индивидуальных/коллективных решений, реализация которых формирует то или иное социальное действие [4], [24].

Среднестатистический россиянин тратит почти половину дня на онлайн-взаимодействие, в том числе более 50 % этого времени приходится на популярные социальные медиа. При этом чем моложе поколение, тем больше уровень доверия к социальным медиа как к основному источнику информации по сравнению с традиционными [3].

Российские журналисты являются основными инфлюенсерами современного информационно-новостного поля как в офлайн-, так и в онлайн-пространстве. Основная тенденция развития информационно-новостного поля следующая: журналисты порождают контент в своих аккаунтах в социальных сетях; затем этот контент цитируется и распространяется пользователями и официальными СМИ. Точка зрения топовых журналистов становится доминирующим способом восприятия гражданами социально-политических событий в онлайн- и офлайн-СМИ. Лингвистические паттерны, продуцируемые популяр-

ными российскими журналистами в своих онлайн-аккаунтах, потребляются пользователями и СМИ, влияя тем самым на политическую повестку дня, развитие общественного мнения и формирование социально-политического поведения граждан.

Таким образом, информационно-коммуникационные технологии трансформируют социальную действительность и ставят перед наукой новые исследовательские вопросы, связанные с тем, как именно дискурсивные поля и контент, содержащийся в них, и продуцируемые ими лингвистические паттерны инициируют социальное действие, влияющее на развитие и трансформации социально-политических систем современных государств.

Основной исследовательской задачей стал поиск ответов на следующие вопросы:

1. Какими лингводискурсивными особенностями характеризуются посты топовых журналистов в популярных социальных сетях?

2. Как характеризуются лингвистические паттерны, продуцируемые топовыми журналистами в онлайн-пространстве?

3. Отличается ли контент, создаваемый журналистами, в разных социальных сетях? Каковы особенности этих различий в зависимости от специфики самих социальных платформ?

4. Как влияет политический контекст на лингвистические паттерны, продуцируемые топовыми журналистами в онлайн-пространстве?

Именно сетевые формы взаимодействия между журналистом и его публикой представляются нам актуальным предметом для исследования, так как данная модель коммуникации становится традицией для принципиально нового вида коммуникации в онлайн-пространстве. Исследуемые нами аккаунты топовых журналистов в России отражают определенный тип социального поведения в ответ на политическую повестку дня. Каждый журналист как общественный и публичный деятель, заинтересованный в публикации актуального контента, ведет активную деятельность на социальных платформах, пользуясь и руководствуясь собственным стилем изложения материала и личным мнением, которое вызывает у общества ответную реакцию. В свою очередь, потребление пользователями лингвистических паттернов, создаваемых популярнейшими журналистами, приводит к формированию определенного социального поведения за пределами социальных сетей и может стать определяющим фактором в процессе выработки и принятия конструктивных / деструктивных индивидуальных / коллективных решений в городе, регионе, стране.

Материал и методы исследования. Для анализа лингвистических паттернов коммуникации в социальных аккаунтах топовых российских журналистов (согласно индексу цитируемости компании «МедиаЛогия» за период 1–30 января 2020 г.) [9] мы выбрали аккаунты Алексея Венедиктова, Владимира Соловьева, Владимира Познера, Маргариты Симоньян и Ксении Собчак в ВКонтакте, Facebook, Instagram, Twitter (последовательность указана согласно рейтингу популярности социальных сетей в России) [7]. Социально-политическим контекстом сформированных дата-сетов стала реакция журналистов и общественности на Послание Президента РФ В. В. Путина Федеральному Собранию РФ от 15 января 2020 г. [5]. Далее были выбраны все посты данных журналистов из аккаунтов в указанных социальных сетях ВКонтакте, Facebook, Instagram, Twitter за период 15–30 января 2020 г. Полученные дата-сеты были подвергнуты сетевому, лингводискурсивному, фолксономическому анализу.

У анализируемых топовых российских журналистов не только самый высокий индекс цитируемости (база СМИ системы «МедиаЛогия» включает более 54 тыс. источников: ТВ, радио, газеты, журналы, информационные агентства, интернет-СМИ), но и самая широкая интернет-аудитория пользователей и подписчиков: Алексей Венедиктов – ок. 740 тыс. подписчиков в Twitter и ок. 120 тыс. подписчиков в Instagram, Владимир Соловьев – 1,4 млн подписчиков в Twitter и ок. 740 тыс. подписчиков в Instagram, Владимир

Познер – ок. 200 тыс. подписчиков в Twitter и ок. 1 млн подписчиков в Instagram, Маргарита Симоньян – ок. 550 тыс. подписчиков в Twitter и ок. 270 тыс. подписчиков в Instagram, Ксении Собчак – 1,3 млн подписчиков в Twitter и 7,9 млн подписчиков в Instagram. Учитывая сетевой характер коммуникации в онлайн-пространстве и взаимодействие исследуемых журналистов с другими инфлюенсерами, примерное число потребителей (подписчики + фолловеры+ потенциальные и случайные просмотры) продуцируемого ими (топовыми журналистами) контента увеличивается в 10 раз: примерное число пользователей, прочитавших приводимые ниже посты, оценивается в 60 млн граждан (более подробно методика подсчета охватов аудитории в [10]). Эти факторы обеспечивают указанным журналистам 2 канала влияния на общественное мнение и политическую повестку дня: формальный канал – через СМИ; неформальный канал – через пользователей и подписчиков.

Лингвистический паттерн мы (исследовательская группа в составе В. В. Катерминой, Н. А. Рябченко, А. А. Гнедаш, О. П. Малышевой) определяем как креолизованный контент, имеющий повторяющийся эмоциональный компонент и оказывающий эффективное влияние на образное мышление реципиента, его когнитивные установки, в том числе принятие решений, а также обуславливающий высокий прагматический потенциал и устойчивую тональность дискурсивного поля, порождающего данный паттерн.

Результаты исследования и их обсуждение. 1. Лингвистические паттерны коммуникации Алексея Венедиктова [1], Владимира Соловьева [2], Владимира Познера, Маргариты Симоньян и Ксении Собчак в социальных онлайн-аккаунтах ВКонтакте.

1.1. Топовые российские журналисты Владимир Познер, Маргарита Симоньян и Ксения Собчак не ведут деятельность на социальной платформе ВКонтакте, отсутствуют страницы с их именем, а сообщества, представленные ВКонтакте, организованы не самими журналистами, а их поклонниками, которые перестали вести активную публичную деятельность.

1.2. Аккаунты Алексея Венедиктова и Владимира Соловьева в ВКонтакте ведутся нерегулярно и не могут быть достоверным полем для сбора и обработки данных.

2. Лингвистические паттерны коммуникации Алексея Венедиктова, Владимира Соловьева [12], Владимира Познера [14], Маргариты Симоньян [13] и Ксении Собчак [15] в социальных онлайн-аккаунтах Facebook.

2.1. Аккаунт Алексея Венедиктова в Facebook отсутствует.

2.2. Аккаунты Владимира Соловьева (последний пост от 8 февраля 2018 г.) и Ксении Собчак (последний пост от 4 сентября 2019 г.) актуализируются нерегулярно.

2.3. Аккаунт Владимира Познера в Facebook в основном представляет собой гиперссылки на его публикации на ресурсе <https://pozneronline.ru/> (рис. 1), анонсы собственных телепередач либо интервью других журналистов с Познером в традиционных медиа (журналы, газеты, ТВ-передачи), а также репосты интересных ему статей и постов других пользователей Facebook.

2.4. Аккаунт Маргариты Симоньян в Facebook в основном представляют собой ретвиты собственных сообщений из аккаунтов в Twitter и репосты интересных ей статей и постов других пользователей Facebook.

3. Лингвистические паттерны коммуникации Алексея Венедиктова [18], Владимира Соловьева [20], Владимира Познера [19], Маргариты Симоньян [22] и Ксении Собчак [21] в социальных онлайн-аккаунтах Instagram.

3.1. Алексей Венедиктов ведет личный онлайн-аккаунт в Instagram, посты напрямую не связаны с политической тематикой и не отражают политическую повестку дня.

3.2. В своих постах в Instagram Владимир Соловьев приводит выдержки из послания Президента В. В. Путина, не высказывая своего личного мнения и отношения.



Рис. 1. Гиперссылка из аккаунта Владимира Познера в Facebook на ресурсе <https://pozneronline.ru/>

3.3. Владимир Познер обычно начинает свои посты в Instagram при помощи формы личного местоимения первого лица «Я», таким образом с самого начала усиливая свои позиции. Его посты построены логично – вступление, основная часть, в которой четко изложены несколько аргументов «за» и «против», выводы. Посты про Послание Президента РФ начинаются с критики работы правительства – Познер использует лексику с отрицательной коннотацией: *недовольный* и *отправить в отставку*. Далее идет критика работы бывшего премьер-министра, выраженная имплицитно. Познер открыто не критикует ни личность самого премьера, ни его работу. Он всего лишь говорит о должности. Следующий аргумент – описание личности нового премьер-министра. Его характеристика положительна. Единицы, которые используются при его описании, полны мелиоративной окраски: *толковый, деятельный, конкретный*. Работа учреждения под его руководством оценивается как *отличная*. Последний аргумент в данном посте – изменения Конституции, предложенные Президентом. Познер описывает их как *разумные*, смещая акцент с эмоций на деловой и рабочий процесс. Заключает он свой пост тем, что называет и речь, и выводы *правильными*, таким образом, соглашаясь с вышесказанным.

3.4. Посты Маргариты Симоньян в Instagram концентрируются вокруг личности кандидатуры нового премьер-министра, чья фотография предваряет пост. Она дает исключительно положительные характеристики: *четкий, умный, порядочный, современный, невероятно профессиональный, потрясающий управленец*. Она заверяет, что это лучший выбор, с чем она и поздравляет все население.

3.5. Предложение, которым открывает Ксения Собчак свой пост в Instagram, связано непосредственно с фотографией, чему она и дает комментарий: *Мое лицо, когда прочитал новости о конституционной реформе*. Далее она использует фразу *А если совсем просто попытаться прояснить происходящее для неполитических подписчиков моего инстаграмма*, таким образом пытаясь расширить круг читателей и показать, что именно она сможет доступно и популярно разобраться в ситуации. В посте она достаточно четко определяет свою позицию и видение экономической ситуации (используются сокращения и прозвища политических деятелей, а также заимствования, популярные в народе (*вэлком, дримтим*)), что позволяет ей рассчитывать на поддержку подписчиков).

не только анализирует создавшуюся ситуацию, но и предлагает свое решение, используя в конце риторический вопрос *А ваша идеальная картинка не лучшего будущего?* Еще одна фотография, характерная для постов Ксении Собчак, показывает данную медийную фигуру в царских одеждах (рис. 2). Тень усиливает эффект значимости. Сам пост длинный, она объясняет свое понимание *политического популизма*. В нем К. Собчак использует сниженную лексику, лексемы с отрицательной коннотацией (*взяточник, вор*), терминологию (*пенсионная реформа, властная вертикаль, конституционный переворот*), риторические вопросы (*И что? Где призывы «пламенных революционеров?»*), аллюзию («*пламенные революционеры*»), декларативные предложения (*Это сложно. Поэтому неинтересно. Объяснять надо много*), графические стилистические средства (*ПОПУЛЯРНО*).



Рис. 2. Пост Ксении Собчак в Instagram

4. Лингвистические паттерны коммуникации Алексея Венедиктова [28], Владимир Соловьев [30], Владимира Познера [29], Маргариты Симоньян [32] и Ксении Собчак [31] в социальных онлайн-аккаунтах Twitter.

4.1. Алексей Венедиктов использует в своих постах в Twitter игру слов: реакцией на пост Смирнова *Так волнительно перед посланием Президента* он совмещает две фамилии: *Смирнов + Миронов (Смиронов)*, а также использует отсылку на детскую считалку «Море волнуется – раз»: *Смиронов волнуется – раз*. Также следует отметить логичный план, который А. Венедиктов «выстраивает» после прослушивания послания Президента, облекая все в четкий и лаконичный вид:

Так.

Конституционные поправки.

1. Приоритет национального права над международным.

2. Усиление вертикали власти (местное самоуправление включается в вертикаль).

3. Утверждение министров Думой.

4. Отрешение судей по представлению президента Советом Федерации.

Через референдум пакетом.

Таким образом, мобилизация произойдет не через досрочные выборы, а через референдум, на который пакетом вынесут разные конституционные изменения.

Вводя первым словом разговорное «так», А. Венедиктов настраивает читателя на определенную тональность и кратко и ясно излагает свои мысли. Более того, в конце он делает выводы, к которым приходит после прослушивания доклада Президента.

Еще одним из способов организации постов данного журналиста можно считать личный комментарий в скобках: *Путин оставляет за собой возможность (с учетом конституционных изменений) возглавить Госсовет (функции пока неизвестны)*.

В следующем посте комментарий в скобках способствует созданию контраста, указывающего на особое отношение Президента к бывшему премьер-министру: *Путин не приехал представлять Мишустина в Думу (а Медведева представлял в свое время лично)*.

Прием сравнения присутствует и в высказывании *система а-ля Петр Первый*, а также устойчивого выражения *Око государево*, для понимания которого необходимы фоновые знания и вертикальный контекст.

Аллюзия на передачу «Большой дозор» также требует от читателя определенных знаний и отсылает его к радио «Эхо Москвы».

Сравнение идет и на уровне хобби нового премьер-министра и нового посла США в Москве (рис. 3). Журналист Венедиктов делает язвительный вывод: *А, вот как их подбирают* (то есть вот что является основанием для сравнения) и помещает фотографию игрока в хоккейной форме.



Рис. 3. Пост А. Венедиктова в Twitter

Необходимо также отметить и использование метких слов, которыми Венедиктов называет новую должность Дмитрия Медведева (*прокси-вице-президент*): прокси – доверенное лицо; обычно этот термин используют в компьютерных технологиях. В данном примере термин употреблен иронически.

Характерными чертами для постов А. Венедиктова в Twitter являются ссылки на свои интервью, а также видеозаписки, указывающие названия тех радиостанций, на которых проходили эти интервью. Давая гиперссылку, журналист делает перепост, цитируя ключевое предложение: *«А. Венедиктов: Путин усиливает силовую составляющую. Что такое Совет Безопасности? Это нынешнее Политбюро»*. Интересным лингвистическим приемом является схема «информация – вопрос – ответ», что также формирует особый лингвистический паттерн данной медийной личности.

4.2. Стилистические особенности лингвистических паттернов Владимира Соловьева в Twitter можно охарактеризовать следующим образом: использование графических средств как стилистического приема письменной речи при оформлении своих постов (например, заглавные буквы).

Для идентификации цитат журналист ставит фамилию либо в начале: ПУТИН: НАЗРЕЛ СЕРЬЕЗНЫЙ РАЗГОВОР О СТАБИЛЬНОСТИ И БЕЗОПАСНОСТИ МИРОПОРЯДКА, либо после самой цитаты: САМОЕ ВАЖНОЕ – СНЯТЬ БАРЬЕРЫ ДЛЯ БИЗНЕСА И СОКРАТИТЬ ЕГО ИЗДЕРЖКИ (МИШУСТИН). Также для него характерно использование обыкновенного шрифта: *Фракции поддержат кандидатуру Мишаила Владимировича Мишустина на пост председателя правительства РФ.*

Как экстралингвистические приемы в своих постах В. Соловьев использует символы, визуализацию и гиперссылки. Например, важные сообщения он обозначает символами (молния или восклицательный знак).

Визуализация как прием акцентуации своих слов также используется журналистом (рис. 4).



Рис. 4. Пост В. Соловьева в Twitter

Владимир Соловьев использует гиперссылки как «взгляд со стороны»: например, показывается мнение *главного норвежского налогового* о Мишустине. Таким образом, Соловьев показывает объективную картину происходящего. Стоит также отметить и гиперссылку на собственное интервью: помещена фотография журналиста и ключевая фраза, стилистически яркая и броская: *Я даже боюсь того оптимизма, который вселяет в меня состав правительства.*

4.3. Аккаунт Владимира Познера в Twitter (так же, как аккаунт в Facebook) в основном представляет собой гиперссылки на его публикации на ресурсе <https://pozneronline.ru/>, анонсы собственных телепередач либо интервью самого Познера с другими журналистами в традиционных медиа (журналы, газеты, ТВ-передачи).

4.4. Аккаунт Маргариты Симоньян в Twitter наполнен односложными комментариями «по ходу дела». Наблюдается сочетание формального и неформального стилей:

– *Судьба России зависит от того, сколько нас будет.*

... *Такое отраслевое комильфо.*

Короче, всем рожать. Придется идти на четвертого;

– На самом деле, вероятность его назначения премьером взрослые обсуждают уже несколько лет;

– В московских гостиных не отмечено ни одного человека, который не был бы рад назначению Мишустина.

Для выражения собственного мнения журналистка использует эмоционально-оценочную лексику (*самое сильное послание за все время, лучшее решение*), гиперболизацию (*не представляете, сколько людей мне сейчас позвонили с текстом*).

В своих постах Симоньян дает своеобразную стилистическую характеристику премьер-министру, больше описывая его не как человека, а как ситуацию: *Мишустин – это цифровизация, четкость, современный профессионализм.*

В одном из постов она отмечает деталь, которая имплицитно также характеризует премьер-министра: *Все сыновья Мишустина учатся в России. Если вдруг кому интересно.*

Интересны также ее прогнозы-ставки:

– *Если б я был Султан, я бы сделал так ...;*

– *Мининдел – Песков;*

– *Кого из министров прежнего правительства*



Рис. 5. Пост М. Симоньян в Twitter

В данном примере следует отметить использование особого шрифта М. Симоньян, что выделяет ее среди рассматриваемых персоналий как принципиального и смелого журналиста (рис. 5).

4.5. Аккаунт Ксении Собчак в Twitter ведется нерегулярно и не может быть достоверным полем для сбора и обработки данных.

Выводы. В результате проведенного исследования лингвистических паттернов коммуникации в социальных онлайн-аккаунтах топовых российских журналистов мы пришли к следующим выводам. Социальная сеть и аккаунты ВКонтакте фактически не используются топовыми российскими журналистами для формирования и отображения публичного политического дискурса и политической повестки дня. Социальная сеть и аккаунты Facebook используются российскими журналистами в основном для анонсирования постов (передач, интервью и т. д.) в других социальных и в традиционных медиа, а также для репостов интересных им статей и постов других пользователей Facebook.

Наибольшей популярностью среди топовых российских журналистов обладает Instagram для опубликования личной (о себе и своей повседневности, «что мне нравится в данный момент»; «мой взгляд на что-то»; «мои фото») информации.

Аккаунты в Twitter российскими топовыми журналистами в максимальной степени используются как политический дайджест с активным отображением их политической позиции и для формирования собственных лингвистических паттернов коммуникации в онлайн-пространстве.

Как было выяснено в ходе проведенного исследования, специфика контента, продуцируемого топовыми журналистами, напрямую зависит от особенностей самих социальных платформ. ВКонтакте является наиболее молодежной площадкой и используется аудиторией, с одной стороны, для личного общения и обсуждения (поэтому журналисты не используют эту сеть для артикуляции политических вопросов); с другой – фрилансеры используют данную социальную сеть для продвижения своего микро-бизнеса и различных платных услуг. Специфика Facebook состоит в распространении информации, новостей, статей и знаний, поэтому она используется журналистами для привлечения внимания аудитории к своим основным материалам на других сайтах / платформах / площадках / СМИ. Instagram – это фактически фотосервис, в котором визуальный контент имеет наибольшее значение; также соцсеть активно используется пользователями и компаниями для ведения бизнеса. Специфика Instagram основывается на «продаваемости» и «продажности» визуального контента, в том числе и «опубличивании» приватной информации о себе известными людьми, поэтому журналисты и используют эту площадку для публикаций личной информации. Отдельно можно выделить Ксению Собчак: за полгода ее аудитория в Instagram выросла почти в 10 раз, и можно отметить ее аккаунт как площадку для ведения бизнеса, посредством которой она капитализирует и монетизирует свой контент и интерес подписчиков. Наша гипотеза о том, что микроблоги Twitter – это «политический рупор» журналистов – подтвердилась. Связано это также со спецификой самой сети: моментальность публикаций как потока «живой речи»; ограничение в количестве публикуемых символов вынуждает авторов постов упрощать и концентрировать смысл своего текста; в эпоху «клипового мышления» и процессов ускорения жизни твиты позволяют вести «текстовую трансляцию», дополняемую различными лингвистическими и экстралингвистическими приемами и средствами. Именно Twitter лучше всего позволяет лингвистическим паттернам, продуцируемым топовыми журналистами в своих онлайн-аккаунтах, задавать векторы восприятия политического контента, создаваемого главами государств.

Отметим, что влияние политического контекста (в исследуемом случае контекстом является Послание Президента РФ) на лингвистические паттерны, продуцируемые топовыми журналистами в онлайн-пространстве, огромно. Во-первых, этот контекст является отправной точкой для формирования самих паттернов; во-вторых, контент и паттерны, создаваемые топовыми журналистами, распространяются, тиражируются и цитируются как пользователями, так и СМИ; в-третьих, потребление пользователями / читателями данных паттернов приводит к формированию определенных взглядов и позиций в отношении политического контекста (политических событий, политической повестки дня, политических решений, имиджа и т. д.); в-четвертых, фактически точка зрения топовых журналистов становится доминирующей при восприятии гражданами социально-политических событий; в-пятых, усвоение заданного паттерна приводит к определенному политическому поведению граждан как онлайн, так и в офлайн.

Основные характеристики лингвистических паттернов коммуникации журналистов в социальных онлайн-аккаунтах: логичный план постов; личный комментарий в скобках;

аллюзии на современные и исторические факты, известные события; привлечение технической терминологии для иллюстрации своих мыслей; заголовки-гиперссылки по схеме «информация – вопрос – ответ»; использование графических средств при оформлении своих постов; использование символов для привлечения внимания; визуализация основного смысла текста фотографиями; гиперссылки как «взгляд со стороны»; сочетание формального и неформального стилей в описании ключевых событий; использование эмоционально-оценочной лексики и гиперболизации.

Исследуемые нами аккаунты топовых журналистов в России отражают определенный тип социального поведения в ответ на политическую повестку дня. Каждый журналист как публичное лицо, заинтересованное в публикации актуального контента, ведет активную деятельность на социальных платформах, пользуясь и руководствуясь собственным стилем изложения материала и собственным мнением, которое вызывает у общества ответную реакцию, в дальнейшем также требующую изучения в зависимости от специфики ролевого положения пользователя в процессе политической коммуникации.

ЛИТЕРАТУРА

1. ВКонтате Веник вещает [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://vk.com/public66813338>.
2. ВКонтате Владимир Соловьев [Электронный ресурс]. – Режим доступа : https://vk.com/vrsoloviev_com.
3. Как меняется медиапотребление и контент. Диджитал-тренды 2019 в цитатах и комментариях [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://www.sostav.ru/publication/skuchno-ne-budet-kak-menyuetsya-mediapotreb-lenie-i-vidy-kontenta-v-tsitatakh-i-kommentariyakh-36583.html>.
4. Катермина В. В., Гнедаш А. А. Формирование политического контента в онлайн-пространстве: структурно-сетевой и лингводискурсивный анализы современных социальных движений (на примере “Women’s March”) // Политическая лингвистика. – 2018. – № 4(70). – С. 103–111.
5. Послание Президента РФ В. В. Путина Федеральному Собранию РФ от 15 января 2020 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://kremlin.ru/events/president/news/62582>.
6. Рябченко Н. А., Малышева О. П., Гнедаш А. А. Управление политическим контентом в социальных сетях в период предвыборной кампании в эпоху постправды // Полис. Политические исследования. – 2019. – № 2. – С. 92–106.
7. Социальные сети: список популярных в России, 2020 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://relevant.ru/blog/1081/>.
8. Тенденции монетизации контента в Интернете. Медиапотребление в России, 2019 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://www2.deloitte.com/ru/ru/pages/technology-media-and-telecommunications/articles/media-consumption-in-russia.html#>.
9. ТОП-15 самых цитируемых журналистов. Медиалогия, 2020 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://www.mlg.ru/ratings/>.
10. About your activity dashboard. – URL : <https://help.twitter.com/en/managing-your-account/using-the-tweet-activity-dashboard>.
11. Benamara F., Inkpen D., Taboada M. Introduction to the Special Issue on Language // Social Media: Exploiting Discourse and Other Contextual Information. Computational Linguistics. – 2018. – № 44(4). – P. 663–682.
12. Facebook Владимир Соловьев [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://www.facebook.com/vrsoloviev/>.
13. Facebook Маргарита Симоньян [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://www.facebook.com/margarita.simonyan.5>.
14. Facebook Познер Онлайн [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://www.facebook.com/poznerонлайн/>.
15. Facebook Политик Ксения Собчак [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://www.facebook.com/kandidatprotivvseh/>.
16. Fezell J. T. Agenda Setting through Social Media: The Importance of Incidental News Exposure and Social Filtering in the Digital Era // Political Research Quarterly. – 2018. – № 71(2). – P. 482–494.
17. González-Bailón S., Wang N. Networked discontent: The anatomy of protest campaigns in social media // Social Networks. – 2016. – № 44. – P. 95–104.
18. Instagram Алексей Венедиктов [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://www.instagram.com/aavst/?hl=ru>.

19. Instagram Владимир Познер [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://www.instagram.com/pozneronline/?hl=ru>.
20. Instagram Владимир Соловьев [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://www.instagram.com/vrsoloviev/?hl=ru>.
21. Instagram Ксения Собчак [Электронный ресурс]. – Режим доступа : https://www.instagram.com/xenia_sobchak/?hl=ru.
22. Instagram Маргарита Симоньян [Электронный ресурс]. – Режим доступа : https://www.instagram.com/_m_simonyan_/?hl=ru.
23. Jones R. H., Chik A., Hafner C. A. Discourse and digital practices: Doing discourse analysis in the digital age. – New York : Routledge, 2015. – 96 p.
24. New Directions in Media and Politics. / Ed. by Travis N. Ridout. – London : Routledge, 2018. – 342 p.
25. Ott B. L. The Age of Twitter: Donald J. Trump and the Politics of Debasement // Critical Studies in Media Communication. – 2017. – № 34(1). – P. 59–68.
26. Solmaz O. Discourse of Twitter and social media: How we use language to create affiliation on the Web // CALICO Journal. – 2014. – № 31(3). – P. 412–414.
27. The age of perplexity: rethinking the world we knew. – New York : Penguin, 2018. – 373 p.
28. Twitter Алексей Венедиктов [Электронный ресурс]. – Режим доступа : https://twitter.com/aavst?ref_src=twsrc%5Egoogle%7Ctwcamp%5Eserp%7Ctwgr%5Eauthor.
29. Twitter Владимир Познер [Электронный ресурс]. – Режим доступа : https://twitter.com/vladimirpozner?ref_src=twsrc%5Egoogle%7Ctwcamp%5Eserp%7Ctwgr%5Eauthor.
30. Twitter Владимир Соловьев [Электронный ресурс]. – Режим доступа : https://twitter.com/VRSoloviev?ref_src=twsrc%5Egoogle%7Ctwcamp%5Eserp%7Ctwgr%5Eauthor.
31. Twitter Ксения Собчак [Электронный ресурс]. – Режим доступа : https://twitter.com/xenia_sobchak.
32. Twitter Маргарита Симоньян [Электронный ресурс]. – Режим доступа : https://twitter.com/M_Simonyan?ref_src=twsrc%5Egoogle%7Ctwcamp%5Eserp%7Ctwgr%5Eauthor.

Статья поступила в редакцию 02.11.2020

REFERENCES

1. VKontakte Venik veshchaet [Elektronnyj resurs]. – Rezhim dostupa : <https://vk.com/public66813338>.
2. VKontakte Vladimir Solov'ev [Elektronnyj resurs]. – Rezhim dostupa : https://vk.com/vrsoloviev_com.
3. Kak menyaetsya mediapotreblenie i kontent. Didzhital-trendy 2019 v citatah i kommentariyah [Elektronnyj resurs]. – Rezhim dostupa : <https://www.sostav.ru/publication/skuchno-ne-budet-kak-menyaetsya-mediapotreb-lenie-i-vidy-kontenta-v-tsitatakh-i-kommentariyakh-36583.html>.
4. Katermina V. V., Gnedash A. A. Formirovanie politicheskogo kontenta v onlajn-prostranstve: strukturno-setevoj i lingvodiskursivnyj analizy sovremennyh social'nyh dvizhenij (na primere “Women’s March”) // Politicheskaya lingvistika. – 2018. – № 4(70). – S. 103–111.
5. Poslanie Prezidenta RF V. V. Putina Federal'nomu Sobraniyu RF ot 15 yanvarya 2020 g. [Elektronnyj resurs]. – Rezhim dostupa : <http://kremlin.ru/events/president/news/62582>.
6. Ryabchenko N. A., Malysheva O. P., Gnedash A. A. Upravlenie politicheskim kontentom v social'nyh setyah v period predvybornoj kampanii v epohu postpravdy // Polis. Politicheskie issledovaniya. – 2019. – № 2. – S. 92–106.
7. Social'nye seti: spisok populyarnyh v Rossii, 2020 [Elektronnyj resurs]. – Rezhim dostupa : <https://relevant.ru/blog/1081/>.
8. Tendencii monetizacii kontenta v Internetе. Mediapotreblenie v Rossii, 2019 [Elektronnyj resurs]. – Rezhim dostupa : <https://www2.deloitte.com/ru/ru/pages/technology-media-and-telecommunications/articles/media-consumption-in-russia.html#>.
9. TOP-15 samyh citiruemyh zhurnalistov. Medialogiya, 2020 [Elektronnyj resurs]. – Rezhim dostupa : <https://www.mlg.ru/ratings/>.
10. About your activity dashboard. – URL : <https://help.twitter.com/en/managing-your-account/using-the-tweet-activity-dashboard>.
11. Benamara F., Inkpen D., Taboada M. Introduction to the Special Issue on Language // Social Media: Exploiting Discourse and Other Contextual Information. Computational Linguistics. – 2018. – № 44(4). – P. 663–682.
12. Facebook Vladimir Solov'ev [Elektronnyj resurs]. – Rezhim dostupa : <https://www.facebook.com/vrsoloviev/>.
13. Facebook Margarita Simon'yan [Elektronnyj resurs]. – Rezhim dostupa : <https://www.facebook.com/margarita.simonyan.5>.
14. Facebook Pozner Onlajn [Elektronnyj resurs]. – Rezhim dostupa : <https://www.facebook.com/pozneronline/>.
15. Facebook Politik Kseniya Sobchak [Elektronnyj resurs]. – Rezhim dostupa : <https://www.facebook.com/kandidatprotivvseh/>.

16. *Feezell J. T.* Agenda Setting through Social Media: The Importance of Incidental News Exposure and Social Filtering in the Digital Era // Political Research Quarterly. – 2018. – № 71(2). – P. 482–494.
17. *González-Bailón S., Wang N.* Networked discontent: The anatomy of protest campaigns in social media // Social Networks. – 2016. – № 44. – P. 95–104.
18. Instagram *Aleksei Venediktov* [Elektronnyj resurs]. – Rezhim dostupa : <https://www.instagram.com/aavst/?hl=ru>.
19. Instagram *Vladimir Pozner* [Elektronnyj resurs]. – Rezhim dostupa : <https://www.instagram.com/pozneronlajn/?hl=ru>.
20. Instagram *Vladimir Solov'ev* [Elektronnyj resurs]. – Rezhim dostupa : <https://www.instagram.com/vrsoloviev/?hl=ru>.
21. Instagram *Kseniya Sobchak* [Elektronnyj resurs]. – Rezhim dostupa : https://www.instagram.com/xenia_sobchak/?hl=ru.
22. Instagram *Margarita Simon'yan* [Elektronnyj resurs]. – Rezhim dostupa : https://www.instagram.com/_m_simonyan_/?hl=ru.
23. *Jones R. H., Chik A., Hafner C. A.* Discourse and digital practices: Doing discourse analysis in the digital age. – New York : Routledge, 2015. – 96 p.
24. *New Directions in Media and Politics.* / Ed. by Travis N. Ridout. – London : Routledge, 2018. – 342 p.
25. *Ott B. L.* The Age of Twitter: Donald J. Trump and the Politics of Debasement // Critical Studies in Media Communication. – 2017. – № 34(1). – P. 59–68.
26. *Solmaz O.* Discourse of Twitter and social media: How we use language to create affiliation on the Web // CALICO Journal. – 2014. – № 31(3). – P. 412–414.
27. *The age of perplexity: rethinking the world we knew.* – New York : Penguin, 2018. – 373 p.
28. Twitter *Aleksei Venediktov* [Elektronnyj resurs]. – Rezhim dostupa : https://twitter.com/aavst?ref_src=twsrc%5Egoogle%7Ctwcamp%5Eserp%7Ctwgr%5Eauthor.
29. Twitter *Vladimir Pozner* [Elektronnyj resurs]. – Rezhim dostupa : https://twitter.com/vladimirpozner?ref_src=twsrc%5Egoogle%7Ctwcamp%5Eserp%7Ctwgr%5Eauthor.
30. Twitter *Vladimir Solov'ev* [Elektronnyj resurs]. – Rezhim dostupa : https://twitter.com/VRSoloviev?ref_src=twsrc%5Egoogle%7Ctwcamp%5Eserp%7Ctwgr%5Eauthor.
31. Twitter *Kseniya Sobchak* [Elektronnyj resurs]. – Rezhim dostupa : https://twitter.com/xenia_sobchak.
32. Twitter *Margarita Simon'yan* [Elektronnyj resurs]. – Rezhim dostupa : https://twitter.com/M_Simonyan?ref_src=twsrc%5Egoogle%7Ctwcamp%5Eserp%7Ctwgr%5Eauthor.

The article was contributed on 02.11.2020

Сведения об авторах

Катермина Вероника Викторовна – доктор филологических наук, профессор кафедры английской филологии Кубанского государственного университета, г. Краснодар, Россия; e-mail: veronika.katermina@yandex.ru

Гнедаш Анна Александровна – кандидат политических наук, доцент кафедры государственной политики и государственного управления Кубанского государственного университета, г. Краснодар, Россия; e-mail: anna_gnedash@inbox.ru

Николаева Мария Витальевна – аспирант кафедры государственной политики и государственного управления Кубанского государственного университета, г. Краснодар, Россия; e-mail: masha_pershina93@mail.ru

Author information

Katermina, Veronika Viktorovna – Doctor of Philology, Professor of the Department of English Philology, Kuban State University, Krasnodar, Russia; e-mail: veronika.katermina@yandex.ru

Gnedash, Anna Aleksandrovna – Candidate of Political Sciences, Associate Professor of the Department of Public Policy and Public Administration, Kuban State University, Krasnodar, Russia; e-mail: anna_gnedash@inbox.ru

Nikolaeva, Maria Vitalyevna – Post-graduate Student, Department of Public Policy and Public Administration, Kuban State University, Krasnodar, Russia; e-mail: masha_pershina93@mail.ru