

DOI 10.37386/2305-4077-2023-2-190-196

**А. Д. Шабалин<sup>1</sup>***Алтайский государственный университет (Барнаул)*

# **ЦИФРОВОЙ ДИАЛОГ И СЦЕНАРИИ КОНВЕРГЕНТНОСТИ: ЛИНГВОЭКОЛОГИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ МЕДИАВЫСКАЗЫВАНИЯ**

В статье рассматриваются конвергентные сценарии, в соответствии с которыми разворачивается цифровой диалог в современном медиатексте. Выделяются три типа конвергентных сценариев: мультимедийный, кроссмедийный, трансмедийный. Каждый из этих сценариев исследуется с точки зрения реализации лингвоэкологического потенциала медиавысказывания в цифровом диалоге. В статье были выявлены средства имитации диалога, которые используются при реализации этих сценариев. Было определено, что мультимедийное пространство интерактивного теста имитирует «эффект присутствия» адресанта и его аксиологически-ориентированные высказывания, условно направленные адресату.

**Ключевые слова:** медиатекст, конвергентные сценарии, цифровой диалог, лингвоэкология

**A.D. Shabalin***Altai State University (Barnaul)*

# **DIGITAL DIALOGUE AND CONVERGENCE SCENARIOS: ECOLOGICAL LINGUISTIC POTENTIAL OF MEDIA NARRATION**

The article considers convergence scenarios according to which a digital dialogue develops in contemporary media text. There are three types of convergence scenarios: multimedia, cross-media, transmedia. Each of these scenarios is researched in the aspect of the ecological linguistic potential of media narration in digital dialogue.

**Key words:** media text, convergence scenarios, digital dialogue, ecology of language

В статье рассматриваются конвергентные сценарии, в соответствии с которыми разворачивается цифровой диалог в современном медиатексте. Исследование выполнено на пересечении двух лингвистических направлений: медиалингвистики и эколингвистики. В основе обеих дисциплин находится лингвопраксиологический, или речедетальностный аспект изучения языка. Однако если медиалингвистов интересует прежде всего «изучение речевой деятельности в массмедиа» [Дускаева, 2019, с. 20], то эколингвисты выявляют «болевы точки речевой культуры» [Сковородников, 1996, с. 5]: от семантических искажений до языко-

---

<sup>1</sup> Аркадий Дмитриевич Шабалин – аспирант кафедры общей и прикладной филологии, литературы и русского языка, ассистент кафедры лингвистики, перевода и иностранных языков Института гуманитарных наук Алтайского государственного университета (Барнаул), [arklink@mail.ru](mailto:arklink@mail.ru)

вого насилия. Область пересечения медиалингвистики и эколингвистики связана, с одной стороны, с аксиологией современного медиадискурса, а с другой стороны – с его диалогической природой. Л. Р. Дускаева справедливо полагает: «Диалог пронизывает всю речь. При этом диалогические отношения высказываний представляют собой смену “смысловых позиций”. Смысловая позиция – это выражение жизненной позиции, точки зрения, определенного понимания факта, явления. В диалоге сходятся две позиции, между которыми и возникают диалогические отношения» [Дускаева, 2012, с. 15]. Проблемная лингвоэкологическая область современного медиатекста создается за счет переосмысления роли и функций адресанта и адресата в ситуациях цифрового диалога.

В случае с цифровым диалогом уместно говорить о сценариях конвергенции, в соответствии с которыми он разворачивается. Конвергентный сценарий – устоявшиеся стратегии производства и распространения медиаконтента. Изначально термин «конвергенция» обозначал сближение неблизкородственных групп организмов в ходе естественного отбора, то есть применялся сугубо в биологической плоскости. Исследователи медиа расширили это понятие до «слияния традиционных и новых СМИ, происходящего на базе Интернета, в результате которого преобразуются мономедийные информационные продукты в мультимедийные, формируя таким образом многоцелевые порталы СМИ» [Медиалингвистика в терминах..., 2018, с. 43]; см. также [Луцинская, 2019, с. 32]. Данное определение отображает три ключевых метаморфозы современной медиакommunikации: 1) слияние традиционных и новых медиа на базе Интернета; 2) преобразование мономедийного информационного продукта в мультимедийный; 3) формирование многоцелевых информационных порталов.

На основании этого противопоставления мономедийных и мультимедийных информационных продуктов различают создающего их классического (монопрофильного) и конвергентного (мультипрофильного) журналистов. Отдельные исследователи склонны различать не только классических и конвергентных, но и мультимедийных журналистов: «Мультимедийный журналист может создавать синтетическое произведение, используя почти все выразительные средства – текст, видео, аудио, инфографику и т.д. Понятие “конвергентный журналист” подразумевает, что такой сотрудник СМИ умеет работать на разных платформах – снимать сюжеты для телевидения, писать для печати, записывать репортажи для радио. Но конвергентный журналист не всегда может создавать сборное мультимедийное произведение, используя преимущества каждого медиа. Это весьма существенный момент» [Кульчицкая, 2014, с. 15].

И конвергентный, и мультимедийный журналисты работают, как правило, согласно определенным конвергентным сценариям. Необходимо выделить три типа таких сценариев: мультимедийный, кроссмедийный, трансмедийный.

Мультимедийный сценарий ориентирован на интеграцию множества форм экспликации сведений (текст, звук, графические элементы, видео, анимация) в одно сообщение. Это одна из базовых характеристик медиатекста, расширяю-

ших его функционал. Мультимедийность 1) делает текст «объемным»; 2) дает обзорный взгляд на событие; 3) налаживает творческую связь с адресатом; 4) демонстрирует оригинальные способы подачи контента; 5) повышает интерпретативный потенциал текста. Впервые термин «мультимедийность» стал употребляться в 1960-х гг. применительно к театрализованным представлениям (цветная музыка), в начале 1990-х понятие обрело терминологические границы в теории журналистики и теории языка.

Под «кроссмедийностью» понимают комплексное использование каналов трансляции, а также сам феномен многоканальности издания. Кроссмедийный сценарий содействует охвату как можно большего числа медиаплатформ, которые могут выступать посредниками коммуникации, при этом пользователь воспринимается «как набор антропологических, поведенческих, эмоциональных особенностей и особенностей восприятия» [Амзин, 2016, с. 84]. Стратегия кроссмедийного продюсирования контента решает три важнейших проблемы: 1) наращивание целевой аудитории; 2) дистрибуция таргетированного контента; 3) повышение рентабельности издания.

Трансмедийная обработка информации нацелена на диверсификацию контента по всем цифровым платформам издания и на интерактивное взаимодействие с ним. Она реализуется в двух формах – линейной, когда невозможно повлиять на развитие информационного сюжета (материала), и нелинейной – когда создается возможность его произвольного восприятия. В функциональном плане трансмедийность актуализирует все перечисленные функции: от «объемного» текста до увеличения охвата целевой аудитории.

Независимо от сценария конвергентности в цифровом диалоге может возникнуть лингвоэкологическая проблема, связанная с «давлением адресатом» (термин Т. Л. Каминской) [Каминская, 2020, с. 109]. Размышляя о безусловной важности антропоцентрического исследования цифрового диалога в медиадискурсе, исследователь констатирует: «Заметив, что учет адресата и его “модель” при создании текста составляет одно из важнейших условий воздействия, Н. Д. Арутюнова, вероятно, не предполагала возможности такого *давления адресатом*, которое сегодня составляет едва ли не основу современной массовой коммуникации» [Там же]. Одним из аксиологических следствий подобной коммуникативной перверсии становится «все большая независимость авторов медиатекстов от оценок профессионального сообщества», или «депрофессионализация медиаконтента и его оценка в категориях кликабельности» [Там же, с. 109–110].

Эта проблема осмысливается не только на теоретическом, но и на практическом уровне, когда «давление адресатом» становится предметом профессионального интереса журналистов. Ситуация может быть проиллюстрирована с помощью материалов сайта «Теории и практики», одного из ведущих российских просветительских медиа. В частности, материалы интерактивного теста ««Я этого не говорил!» – знаете ли вы авторов известных цитат» являются, по сути, имитацией диалога, сочетающего мультимедийные, кроссмедийные и трансмедийные черты.

В начале теста его создатели задаются риторическим вопросом: «*О, это чувство, когда в словах автора или знаменитости нам откликаются наши собственные мысли. Многочисленные цитатные паблики зарабатывают на этом чувстве многомиллионную аудиторию, но как часто они используют настоящие цитаты известных людей?*» [Теории и практики. – URL: <https://theoryandpractice.ru/>]. Массовые заблуждения (т. е. давление адресатом) становятся поводом для серьезного разговора в интерактивном формате: «*Давайте проверим, знаете ли вы, кому на самом деле принадлежат популярные фразы!*» [«Я этого не говорил!» – URL: <https://theoryandpractice.ru/questionnaires/znaete-li-vy-avtorov-izvestnuh-zitat/results/e3a2e86ee9a40aba>]. В данном случае начинают активно работать диалогизирующие монолог в медиатексте языковые средства, которые «включают адресата в коммуникативное пространство текста / дискурса» (слова *согласитесь, сами рассудите, подумайте, представьте себе, обратите внимание*, местоимение *МЫ* и др.) [Караджев, 2014, с. 41].

Мультимедийная специфика интерактивного формата общения характеризуется совмещением цитат, иллюстраций и опций. Каждый из этих элементов выполняет информативную, эстетическую и фатическую функции, соответственно. Причем диалогизм обусловлен, прежде всего, вопросно-ответной формой: десять вопросов-цитат – десять реплик, реагируя на которые адресат и поддерживает диалог. Разнообразие цитат актуализирует установку на различные целевые аудитории и, как следствие, повышает вероятность достижения коммуникативного равновесия, т.е. эффективного речевого воздействия на адресата (кто не знает высказываний Аль Капоне, может знать афоризмы Эльдара Рязанова или Эрнеста Хемингуэя, и наоборот). Кроме того, три варианта ответа дают возможность не только проверить свои знания, они также создают «эффект присутствия» адресанта: в зависимости от ответа меняются и его реплики. А результат теста сопровождается или ироничным «*Пластмассовый мир победил*» (низкий результат), или одобрительным «*А вы внимательны!*» (средний результат), или восторженным «*Профессиональный фактчекер!*» (высокий результат).

Кроссмедийность теста реализуется главным образом благодаря кнопкам расшаривания (кнопкам шеринга), опциям «пройти еще раз» и «поделиться результатом», а также тематической отсылкой к материалам «*Как не верить фейк-ньюз в социальных сетях*» [Шаповалова, <https://theoryandpractice.ru/posts/18028-kak-ne-verit-feyk-nyuz-v-sotsialnykh-setyakh#comments>] и «*Люди любят истории больше фактов*» [Borisenko, <https://theoryandpractice.ru/posts/15316-lyudi-lyubyat-istorii-bolshe-faktov-pisatel-bor-stenvik-o-lzhi-samozvantsakh-i-feykovykh-novostyakh>]. Примечательно, что в последнем случае отсылка дается только при условии высокого результата, в остальных случаях адресант заботливо учит «не верить фейк-ньюз». Таким образом, благодаря кроссмедийности предлагается два сценария дальнейшего развития цифрового диалога: дидактический (основы фактчекинга) или гедонистический (интервью с норвежским писателем о лжи, самозванцах и фейковых новостях).

При реализации трансмедийного конвергентного сценария происходит диверсификация медиаконтента по всем цифровым платформам издания. Этот вид конвергентного сценария ориентирован на интерактивное взаимодействие адресата с медиаконтентом. Оба тематических материала – «Как не верить фейк-ньюз в социальных сетях» и «Люди любят истории больше фактов» – основаны на книгах, однако жанровая специфика этих материалов – аналитический обзор и интервью-беседа – содержат различные как мультимедийные, так и кроссмедийные элементы. Трансмедийная нелинейность взаимодействия с ними реализуется за счет 1) контекстуальных гиперссылок (*два простых шага проверить, «Все мы врем»*), 2) графических текстовых выделений (куда важнее тот факт, кто поделился новостью, нежели то, «какая газета ее написала»), 3) иконических вставок (обложки книг, фотографии), 4) хештегов (*#правда, #фейк, #Бор Стенвик*), 5) тематических подборок («*Смотрите также»*), 6) рубрик («*Под взглядом теории / Посты»*), 7) авторства (*Dasha Borisenko, Валерия Шановалова*).

Таким образом, в результате исследования были проанализированы особенности цифрового диалога на сайте проекта «Теории и практики» и определены лингвоэкологические риски имитации реального диалога, разворачивающегося в медиaprостранстве согласно конвергентному сценарию: мультимедийному, кроссмедийному или трансмедийному. Были выявлены средства имитации диалога, которые используются при реализации каждого из этих сценариев, причем было определено, что анализируемые сценарии не исключают друг друга, они могут сочетаться. Мультимедийное пространство интерактивного теста имитирует «эффект присутствия» адресанта и его аксиологически-ориентированные высказывания, условно направленные адресату. Кроссмедийный конвергентный сценарий показывает, как при достижении определенных результатов теста адресат получает доступ к информации, поступающей по разным каналам восприятия.

Было определено, что эти два сценария – мультимедийный и кроссмедийный – выводят цифровую дискуссию на трансмедийный уровень взаимодействия, причем нелинейный, в результате которого с помощью контекстуальных гиперссылок, графических текстовых выделений, иконических вставок, хештегов осуществляется интерактивное взаимодействие адресата с медиаконтентом. Был выявлен один из наиболее существенных лингвоэкологических рисков в такой искусственной коммуникации (давление адресатом). Он заключается в том, что непрофессиональный адресат инициирует непрофессиональный диалог, в который вступают непрофессиональные адресанты. Как результат: к диалогу подключаются профессиональные коммуниканты, журналисты, которые с помощью инициирования альтернативного разговора на ту же самую тему пытаются достичь коммуникативного равновесия, что становится очевидным на примере теста «*“Я этого не говорил!” – знаете ли вы авторов известных цитат*». Начавшись с разговора о массовых заблуждениях, этот цифровой диалог переходит или к теме проверки информации вообще (не только цитат), или к занимательной беседе о феномене лжи. Таким образом, реализуется лингвоэкологический потенциал медиавысказывания: непрофессиональная тема-стимул превращается в профессиональный ответ-реакцию.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

**Амзин, А.** Как новые медиа изменили журналистику. 2012–2016 / А. Амзин, А. Галустян, В. Гатов [и др.]. – Екатеринбург: Гуманитарный университет, 2016. – 304 с.

**Дускаева, Л. Р.** Диалогическая природа газетных речевых жанров / Л. Р. Дускаева / под ред. М. Н. Кожинной. – Санкт-Петербург: Издательство СПбГУ: Филол. факультет, 2012. – 274 с.

**Дускаева, Л. Р.** Критика речи в медиалингвистике: монография / Л. Р. Дускаева, Т. Ю. Редькина, Н. С. Цветова. – Москва: Флинта, 2019. – 120 с.

**Каминская, Т. Л.** «Фактор адресата» в современной медийной ситуации: новые платформы и жанры / Т. Л. Каминская // Вестник ВГУ. Серия: Филология. Журналистика. – 2020. – № 2. – С. 109–111.

**Караджев, Б. И.** Фактор адресанта и адресата в дискурсе СМИ / Б. И. Караджев // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Вопросы образования: языки и специальность. – 2014. – № 3. – С. 40–46.

**Кульчицкая, Д. Ю.** Конвергенция и мультимедийность: точки пересечения и отличия / Д. Ю. Кульчицкая // Медиа альманах. – 2014. – № 6. – С. 12–16.

**Лушинская, О. В.** Медиатекст конвергентных средств массовой коммуникации в контексте дискурса / О. В. Лушинская // Журнал Белорусского государственного университета. Журналистика. Педагогика. – 2019. – № 2. – С. 32–39.

**Медиалингвистика в терминах и понятиях:** словарь-справочник / под ред. Л. Р. Дускаевой; редколл.: В. В. Васильева, Ю. М. Коняева, А. А. Малышев, Т. Ю. Редькина. – Москва: Флинта, 2018. – 440 с.

**Сковородников, А. П.** Лингвистическая экология: проблемы становления / А. П. Сковородников // Теоретические и прикладные аспекты речевого общения: науч.-метод. бюл.; отв. ред. А. П. Сковородников. – Красноярск; Ачинск: Изд-во Краснояр. ун-та, 1996. – Вып. 1. – С. 5–9.

**Теории и практики.** – URL: <https://theoryandpractice.ru/> (Дата обращения: 08.05.2023).

**Шопалова, В.** Как не верить фейк-ньюз в социальных сетях / В. Шопалова. – URL: <https://theoryandpractice.ru/posts/18028-kak-ne-verit-feyk-nyuz-v-sotsialnykh-setyakh#comments> (Дата обращения: 08.05.2023).

**«Я этого не говорил!» — знаете ли вы авторов известных цитат.** – URL: <https://theoryandpractice.ru/questionnaires/znaete-li-vy-avtorov-izvestnyh-zitat/results/e3a2e86ee9a40aba> (Дата обращения: 08.05.2023).

**Borisenko, D.** «Люди любят истории больше фактов»: писатель Бор Стенвик о лжи, самозванцах и фейковых новостях / D. Borisenko. – URL: <https://theoryandpractice.ru/posts/15316-lyudi-lyubyat-istorii-bolshe-faktov-pisatel-bor-stenvik-o-lzhi-samozvantsakh-i-feykovykh-novostyakh> (Дата обращения: 08.05.2023).

## REFERENCES

- Amzin, A.** Kak novye media izmenili zhurnalistiku. 2012–2016 / A. Amzin, A. Galustjan, V. Gatov [i dr.]. – Ekaterinburg: Gumanitarnyj universitet, 2016. – 304 s.
- Duskaeva, L. R.** Dialogicheskaja priroda gazetnyh rechevyh zhanrov / L. R. Duskaeva / pod red. M. N. Kozhinoj. – Sankt-Peterburg: Izdatel'stvo SPbGU: Filol. fakul'tet, 2012. – 274 s.
- Duskaeva, L. R.** Kritika rechi v medialingvistike: monografija / L. R. Duskaeva, T. Ju. Red'kina, N. S. Cvetova. – Moskva: Flinta, 2019. – 120 s.
- Kaminskaja, T. L.** «Faktor adresata» v sovremennoj medijnoj situacii: novye platformy i zhanry / T. L. Kaminskaja // Vestnik VGU. Serija: Filologija. Zhurnalistika. – 2020. – № 2. – S. 109–111.
- Karadzhev, B. I.** Faktor adresanta i adresata v diskurse SMI / B. I. Karadzhev // Vestnik Rossijskogo universiteta družby narodov. Serija: Voprosy obrazovanija: jazyki i special'nost'. – 2014. – № 3. – S. 40–46.
- Kul'chickaja, D. Ju.** Konvergencija i mul'timedijnost': tochki peresechenija i otlichija / D. Ju. Kul'chickaja // Media al'manah. – 2014. – № 6. – S. 12–16.
- Lushhinskaja, O. V.** Mediatekst konvergentnyh sredstv massovoj kommunikacii v kontekste diskursa / O. V. Lushhinskaja // Zhurnal Belorusskogo gosudarstvennogo universiteta. Zhurnalistika. Pedagogika. – 2019. – № 2. – S. 32–39.
- Medialingvistika v terminahiponjatijah** :slovar'-spravochnik / pod red. L. R. Duskaevoj; redkoll.: V. V. Vasil'eva, Ju. M. Konjaeva, A. A. Malyshev, T. Ju. Red'kina. – Moskva: Flinta, 2018. – 440 s.
- Skovorodnikov, A. P.** Lingvisticheskaja jekologija: problem stanovlenija / A. P. Skovorodnikov // Teoreticheskie i prikladnye aspekty rechevogo obshhenija: nauch.-metod. bjul.; otv. red. A. P. Skovorodnikov. – Krasnojarsk; Achinsk: Izd-vo Krasnojarsk. un-ta, 1996. – Vyp. 1. – S. 5–9.
- Teorii i praktiki.** – URL: <https://theoryandpractice.ru/> (Data obrashcheniya: 08.05.2023).
- Shapovalova, V.** Kak ne verit' fejk-n'juz v social'nyh setjah / V. Shapovalova. – URL: <https://theoryandpractice.ru/posts/18028-kak-ne-verit-feyk-nyuz-v-sotsialnykh-setyakh#comments> (Data obrashcheniya: 08.05.2023).
- «Ja jetogo ne govoril!» — znaete li vy avtorov izvestnyh citat.** – URL: <https://theoryandpractice.ru/questionnaires/znaete-li-vy-avtorov-izvestnyh-citat/results/e3a2e86ee9a40aba> (Data obrashcheniya: 08.05.2023).
- Borisenko, D.** «Ljudi ljubjat istorii bol'she faktov»: pisatel' Bor Stenvik o lzhi, samozvancah i fejkovyh novostjah / D. Borisenko. – URL: <https://theoryandpractice.ru/posts/15316-lyudi-lyubyat-istorii-bolshe-faktov-pisatel-bor-stenvik-o-lzhi-samozvantsakh-i-fejkovykh-novostyakh> (Data obrashcheniya: 08.05.2023).