

МОДЕЛЬ СЕТЕВОЙ КОММУНИКАЦИИ В ЖАНРЕ UGC (USER-GENERATED CONTENT)

И.И. Дебердиева

Ключевые слова: модель коммуникации, ретиальная коммуникация, комментарии, сетевые жанры, UGC (user-generated content), конверсационный анализ.

Keywords: communication model, retinal communication, comments, network genres, UGC (user-generated content), conversational analysis.

DOI 10.14258/filichel(2024)3-06

Коммуникация — это процесс обмена информацией как деперсонифицированное явление, как абстрагированный от конкретной ситуации процесс, предмет теоретического исследования [Чарыкова и др., 2010]. В то время как общение — это персонифицированная коммуникация, коммуникация между конкретными людьми, доступная для практического изучения и описания.

А. Брудный по отношению направленности к адресанту выделяет два вида коммуникации: аксиальная и ретиальная. Аксиальная (осевая) коммуникация предполагает непосредственное обращение информации к адресату, при этом адресатом может выступать как отдельный индивид, так и конкретная группа людей. В случае ретиальной коммуникации (от лат. *rete* — сеть) «информация отправляется без строго обозначенного адресата — всем сразу» (цит. по [Ерохина, 2019, с. 8]). Этот вид коммуникации «циркулирует в некоем пространстве и воспринимается теми, кто находится в нем и желает воспринимать эту информацию» [Сосновская, 2011, с. 29-30]. Повсеместно распространенной средой ретиальной коммуникации является современная цифровая среда, создаваемая различными средствами ИТ-технологий. В терминологии Маклюэна, сетевая (ретиальная) коммуникация есть воплощение «коллективного разума», «глобальной деревни» человечества.

О средстве общения как коммуникативном пространстве говорил в своей книге «Понимание средств коммуникации: Продолжение человека» известный канадский исследователь Маршалл Маклюэн. Одной из ключевых в работах Г.М. Маклюэна, по мнению И.Н. Архангельской, является проблема коммуникативного пространства. Развитие коммуникативного пространства, согласно теории Г.М. Маклюэна, связано с появлением новых средств коммуни-

кации и знаменует собой новый этап в развитии человечества [Архангельская, 2010, с. 183]. При этом само понимание средств коммуникации сводится к аксиоме 'medium is the message'. Интересна трактовка этой формулы Д. Мейровицем: «любой артефакт, независимо от того, является он или нет средством коммуникации, выступает в качестве сообщения для общества в целом, его культуры путем формирования определенной модели человеческого мышления и поведения, взаимодействия его членов между собой» (цит. по [Katz and etc., 2002]). Так, «тип и форма медиа (generic form of media) важнее того значения (meaning) или содержания (content), которое оно передает, т.е. сама форма средства коммуникации меняет наше сознание» [Архангельская, 2010, с. 178].

Модель коммуникации позволяет наглядно представить компоненты коммуникации: участников общения (адресата и адресанта), сообщение, барьеры и помехи коммуникации, создающие эффект энтропии, средства, каналы и процессы взаимодействия.

Классической моделью коммуникации признана модель «5W» («Who says what to whom via what channels with what effects?»), которая была предложена американским исследователем Г. Лассуэллом в 1948 г. Формула Лассуэлла традиционно представляется следующей схемой (см. рис. 1).



Рис. 1. Модель коммуникации Лассуэлла

Согласно этой модели, коммуникацию можно описать системой вопросов: «...кто, с какими намерениями, в какой ситуации, употребляя какую стратегию, достигает какой аудитории, с каким результатом» [Гнатюк, 2004]. При этом коммуникация понимается как прямое воздействие на адресата-объекта, реагирующего на восприни-

маемую им информацию по принципу стимул — реакция. Модель Лассуэлла — линейная модель коммуникации, не предполагающая обратной связи и смены ролей коммуникантов. Приблизила эту модель к условиям реальной речевой практики работа Клода Е. Шеннона и Уоррена Уивера «Математическая модель коммуникации» («A Mathematical Theory of Communication»). Она позволила учитывать наличие при передаче сообщения (его кодировании и декодировании) технических, семантических помех (шумов) и эффективность коммуникации как показатель релевантности интенции адресанта и поведенческой реакции слушателя (см. рис. 2).



Рис. 2. Математическая модель коммуникации

Коммуникационная система, согласно Шеннону и Уиверу, идеальна тогда, когда объем полученной адресатом информации равен объему отправленной информации. Но в реальных ситуациях аксиальной коммуникации адресант — адресат мы имеем дело с энтропией и негэнтропией.

Энтропия «искажает сообщение, нарушает его целостность и возможность восприятия приемником» [Воронцова, 2016]. Между тем к энтропии как мере неопределенности ситуации (случайной величины) с конечным или с четным числом исходов (Новый словарь иностранных слов) Шеннон и Уивер относили и уровень случайности выбора сообщения из пространства информационных выборов [Гавра, 2011, с. 110].

Другая классическая модель коммуникации — модель Гербнера — акцентирует внимание исследователя-наблюдателя на механизмах восприятия и создания сообщения и ресурсах адресанта как главного коммуниканта, отправителя, источника информации [Gerbner, 1956] (см. рис. 3).

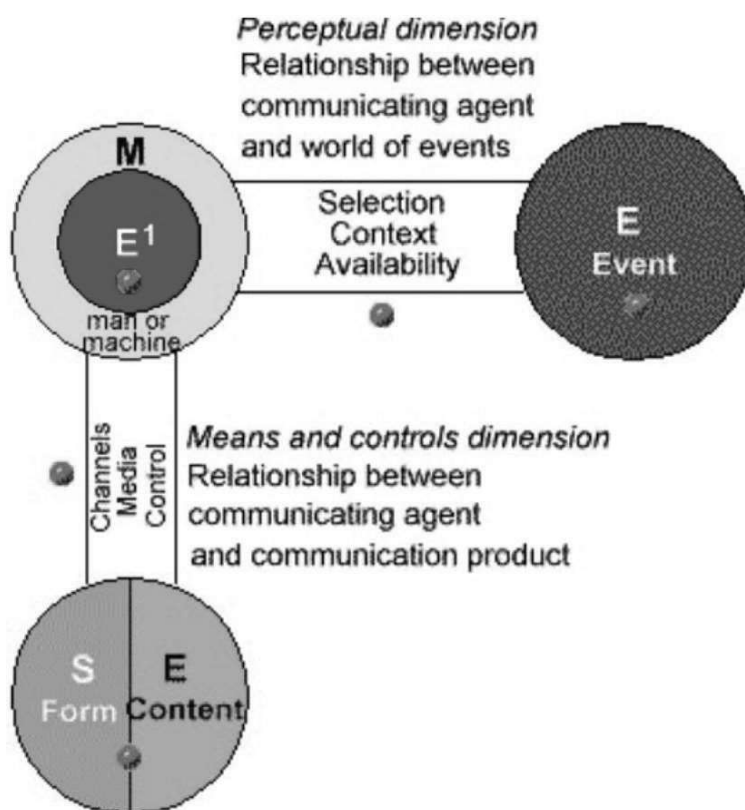


Рис. 3. Модель Гербнера¹

«Е» — это событие, происходящее в реальной действительности, свидетелем которого является адресант (агент коммуникации). Содержание события или сообщение воспринимается «М» (человеком или машиной) — адресатом. Адресант, используя свои органы восприятия, реагирует на событие тем или иным образом, пропускает его через «перцептивный фильтр» своего сознания, возникает измененное «Е1» («perceptual dimension»), лежащее в пространстве отношений между агентом коммуникации и миром. На формирование «Е1» влияют следующие факторы:

- отбор (выборочное потребление интересной или необходимой информации);
- контекст (условия общения, коммуникативная ситуация, коммуникативные помехи и барьеры со стороны окружающей среды);
- доступность (уровень пригодности для восприятия и понимания, зависящий от наличия коммуникативных помех со стороны отправителя информации).

¹ Gerbner's General Model. URL: <https://studyres.com/doc/4898448/gerbner-s-general-model--1956-?ysclid=lufeyb7r74626034476#>

«E2» — это образ события, созданный M — адресантом-рецепиентом события «E». «E2» может передаваться кому-то другому по каналам связи, в той или иной степени им контролируемым. M генерирует высказывание о воспринятом им содержании события и облекает его в форму S. Так описываются отношения между агентом и продуктом акта коммуникации.

Необходимо отметить, что в условиях реального непосредственного общения коммуникативные помехи, влияющие на восприятие M события E, могут быть:

— физиологическими: дефекты речи и слуха, мешающие производству и восприятию звучащей речи; нарушения двигательного аппарата, затрудняющие мимику и жестикуляцию; потеря зрения, препятствующая восприятию визуальных сигналов — письменной речи, мимики, жестов и др.);

— языковыми (нарушение речевых и языковых норм в процессе речевого производства, неверное восприятие речи на слух, неумение воспринять целостность текста, неверный выбор тональности и регистра общения и др.);

— поведенческими (несовпадение поведения с коммуникативной интенцией; неумение внимательно слушать собеседника, проявление неуважения к собеседнику, нарушение других этикетных норм, различия в коммуникативных стратегиях и др.);

— культурологическими (различия менталитетов и национальных характеров, расхождения в языковых картинах мира, включая восприятие времени и пространства, наличие культурных стереотипов, различия в ценностных ориентациях, несовпадение культурно-языковых норм, невербального кода коммуникации и др.);

— психологическими (неблагоприятные черты личности, такие как необщительность, замкнутость, подозрительность, предвзятость, узость кругозора, неадекватные ожидания, чрезмерная эмоциональность, завышенная или заниженная самооценка, конфликтные установки, неодинаковое восприятие юмора, низкий социальный интеллект и др.).

Языковые, поведенческие, культурологические и психологические помехи определяются соответствующими умениями, навыками и чертами личности получателя или отправителя информации, которые составляют социальный интеллект индивида, и во многом определяют успешность коммуникации. Социальный интеллект — это «способность адекватно решать задачи и разрешать проблемные ситуации, связанные с актуальным общением и опосредствованными социальными отношениями» [Мачнев, 2022, с. 5]. Таким образом, источником

названных помех являются коммуниканты, отправители и получатели информации.

Между тем в случае сетевой коммуникации важную роль играют внешние факторы, так как сам дискурс определяет правила взаимодействия в своей среде, имеет место информационная (помехи институционального уровня) и коммуникативная асимметрия. К помехам институционального уровня можно отнести: утаивание информации в соответствии с интересами власти; преднамеренное дозирование общественно значимых сведений; структурирование информации в выгодной для коммерческих корпораций или власти форме; использование двойных стандартов по отношению к внутренним и внешним проблемам; предвзятость в подаче информации о других культурах; информационная война в области политики и экономики и др.

Коммуникативная асимметрия (асимметричность дискурса) «обеспечивается специфическими когнитивно-лингвистическими и лингвокультурными средствами, такими как оперирование единой системой фреймов, оппозиций, понятий, концептов, конверсационных практик и номинативных (в том числе терминологических) баз» [Шелестюк, 2010]. Через систему оппозиций, концептов и понятий целенаправленно создается целостный образ явления или даже картина мира, управляемая в информационном обществе собственниками информационных ресурсов. Сетевой дискурс, предоставляя видимую свободу выражения пользователям «глобальной паутины», определяет способы мышления и говорения в своем коммуникативном пространстве. Современная сетевая коммуникация отличается наличием элементов, обеспечивающих остенсивно-инференционные коммуникативные процессы организованно и целенаправленно. Она предполагает информативное и коммуникативное намерения одновременно: намерение информировать адресата о чем-либо и намерение информировать его же об этом информативном намерении по (цит. по [Кильмухаметова, 2006]). Интересы владельца аккаунта — пользователя сети определяются автоматически рядом отработанных алгоритмов, что отражается в лентах рекомендаций — подборках публикаций на релевантные темы. Релевантность — мера соответствия получаемого результата желаемому результату, соответствия результатов поиска поставленной задаче. Такое понятие релевантности коррелирует с пониманием, принятым в когнитивной лингвистике. Согласно теории релевантности Д. Спербера и Д. Уилсона, под остенсивностью нужно понимать действие, реализующее «явное намерение сделать что-то явным» [Макеева, 2022, с. 129]. Остенсивно-инференционными стимулами являются, например, теги — ключевые слова в теле публикации (#mpy), виджеты на странице канала, карточки предварительного просмотра, RSS-ленты.

Таким образом, контроль над сетевой коммуникативной системой, стереотипизация и центрация дискурса (акцентуация внимания аудитории, предоставление инструментов для стереотипных реакций), а как следствие, формирование интенции как отправителя, так и получателя информации по типу стимул — реакция происходит путем

— создания единообразных фреймов через автоматизацию сетевых надсистем (информационных платформ, социальных сетей, видеохостингов);

— инструменты RSS (Really Simple Syndication — ‘простое получение информации’ или Rich Site Summary — ‘полноценная сводка сайта’);

— унификацию языка сети (клише и вирусные мемы);

— возможности эмотивной реакции через лайки, эмоджи, мемы;

— инструменты релевантного подбора информации.

Современная коммуникация предполагает интерактивность и равноправие участников общения. Для ее описания используются интеракционные и транзакционные модели. Интеракционная модель коммуникации предусматривает наличие обратной связи между источником и получателем, адресат получает возможность отсылать встречные сообщения адресанту, корректируя его коммуникативные действия. Транзакционная коммуникация понимается как постоянный, «равноправный диалог, в котором два взаимодействующих субъекта, будучи взаимно заинтересованными в максимальной эффективности взаимодействия, попеременно выступают в качестве источников и получателей сообщений» [Гавра, 2011, с. 95].

По мнению Я. Жуковой и Ю. Ширкова, «...для конкретных целей может ставиться задача построения модели, либо объединяющей различные типы коммуникации, либо подчеркивающей своеобразие одного из них, связанного, например, с определенным стремлением коммуникатора» [Жукова, Ширков, 1989]. Между тем «важнейшим фактором текстообразования, определяющим структуру текста» и его прагматику [Копытов, 2016], является речевой жанр. Признаками речевого жанра являются диалогичность, целеполагание, завершенность, связь с определенной сферой общения. Каждая коммуникативная сфера синтезирует свои специфические речевые жанры, «относительно устойчивые типы высказываний» (по М.М. Бахтину). Поэтому при построении модели коммуникации, по нашему мнению, необходимо опираться на жанровую природу дискурса, не пытаясь найти универсальную модель коммуникации, а учитывая особенности взаимодействия в рамках конкретного речевого жанра.

Так, представленные выше модели коммуникации Лассуэлла, Шеннона и Уивера могут быть применимы к описанию такого речевого жанра, как монолог. При этом под монологом мы понимаем «развернутое высказывание одного человека» [Матвеева, 2010, с. 217], направленное «на относительно пассивное восприятие участниками-слушателями» (Энциклопедический словарь. 2014. С. 110). Монологом в данном случае может являться публичная речь, сообщение, проповедь, рассказ и др.

Модель Гербнера представляет более открытую коммуникацию, которую можно описать и как монолог, и как диалог — обмен репликами — с энтропией как *Factum notorium*. При этом «на языковой состав реплик взаимно влияет непосредственное восприятие речевой деятельности говорящих», их коммуникативные намерения отражают «противопоставление инициативного и реактивного содержания реплик» (Русский язык. Энциклопедия. 1997. С. 119).

Между тем в условиях интернет-общения функционирует разветвленная система речевых жанров, отличная от классических разговорных практик в оффлайн-среде. Родовыми определяющими особенностями сетевых жанров являются многосторонность, многоканальность и остенсивно-инференционное начало [Дебердиева, 2022б, с. 48]. К специфическим чертам сетевого дискурса также относятся:

— на структурно-интенциональном уровне — «возможность мгновенной и отложенной коммуникации, имеющей полилогичный, групповой характер, и самопрезентации в медиапространстве» [Дебердиева 2022б, с. 45], стремление удовлетворить «потребности в социальном взаимодействии на новом эмоционально-познавательном уровне, а также потребность в самовыражении как расширении себя вовне» [Дебердиева, 2023, с. 82];

— в плане восприятия и организации общения — «быстрое потребление информации, одновременное общение в нескольких чатах», «сетевой этикет (нетикет), отличающийся „гипертолерантностью“» [Дебердиева, 2022б, с. 45]. «Принципами сетевого общения являются плюрализм мнений, приоритет ИМХО (мнения собственного) в контексте самовыражения, самопознания, самоутверждения, реже — реализации потребности познания, аффилиации» [Дебердиева, 2023, с. 83];

— на уровне языкового оформления — включение «графики (фото, инфографики, „мемов“ и др.), аудио- и видеоконтента, гипертекста как систему ссылок и др., проявление особенностей устной разговорной и жаргонной речи в письменной на всех уровнях (написание как произношение, ненормативное словообразование, использование слен-

га, арго, полимодальная „медиаграмматика“ и синтаксис)» [Дебердиева, 2022б, с. 45].

Цель нашего исследования — описание модели коммуникации в пространстве UGC (User-generated content) — дискурса, который создают посетители интернет-сайтов, отзывов и комментариев.

Комментарии — это первичный сетевой жанр мгновенного ответа, предполагающий общение в реальном времени неограниченного числа участников, бигеминальную (парную, двустороннюю) формально-оценочную коммуникацию в рамках полилога, а также «обладающий способностью к неограниченному воспроизведению в других жанровых формах» [Дебердиева, 2022б].

Метод, который мы использовали для исследования речевой коммуникации UGC, — конверсационный анализ (CA), в основе которого переработанная и дополненная методология Харви Сакса. Целью конверсационного анализа дискурса является «описание социальных практик и ожиданий, на основе которых собеседники конструируют свое собственное поведение и интерпретируют поведение другого» [Исупова, 2002]. Основные положения конверсационного анализа [Heritage, 1984]):

1. Любое вербальное взаимодействие является структурно организованным и упорядоченным (см. принцип Сакса «порядок во всех точках»).

2. Вклад, вносимый каждым из участников в коммуникацию, контекстуально обусловлен (индексация высказываний).

3. Особенности естественной речи актуализируются в отдельных деталях речевой практики, все они одинаково значимы и определяют правила коммуникации, жанровую структуру высказывания.

Основными аспектами исследований на основе CA стали:

— секвенция — локальный порядок очередности высказывания (речевых актов), «секвенционная имплицативность» как возможность релевантной ответной реакции или типовых реакций на речевой акт-стимул, основанных на общем для членов социума «знании», процессе «узнавания»;

— адъяцентные пары (по Х. Саксу «непосредственно примыкающие друг к другу вопрос и ответ, если, вследствие социальных ожиданий, они связаны друг с другом единственно возможным образом» [Исупова, 2002]);

— «естественная» анализируемость высказываний — способы интерпретации, «опознания» участниками коммуникации смысловой, формальной, мотивационной стороны высказываний, и границы этого понимания;

— согласно Саксу — обнаружение «механизмов», «приемов», «машинерии», «процедур», «правил», «максим», «приемов», «техник», производящих конкретные случаи [Корбут, 2015, с. 124] социального взаимодействия.

Саксовские «Что мы слышим?» (конкретное понимание данного высказывания) и «Как мы слышим?» (общий механизм, ограничивающий это понимание) перекликаются с приведенными нами выше теориями и моделями коммуникации и представляют собой развитие коммуникативной стороны адресата, указывают на способы и возможности восприятия, помехи коммуникации и E1 по Гербнеру, которое обеспечивает дальнейшую очередность речевых актов как E2.

Конверсационный анализ Сакса, Щеглоффа и Джефферсона, подробно описанный в статье «Простейшая систематика организации очередности в разговоре» [Сакс и др., 2015], предполагает процедуру транскрипции звучащей естественной речи и делает акцент на следующих ее характеристиках:

- наложение реплик говорящих, одновременность начала, конца или последовательность наложенных друг на друга высказываний (знак «квадратные скобки» в транскрипте);
- отсутствие интервала между концом предыдущего и началом следующего фрагмента речи (знак «равно»);
- фокус внимания говорящего на фрагмент речи (косые черты);
- паузы — время в десятых долях секунды между смежными репликами или внутри высказывания одного говорящего (особым знаком «тире» обозначают паузу, которую нельзя измерить, например, «биение»);
- интонация, в том числе такие ее компоненты, как различные формы ударения (подчеркивание), повышение и понижение тона (высоты) или силы голоса (например, знак градуса — шепот, тихий голос), монотон, удлинение слога или «обрыв», тембр, взрывное придыхание (смех, задержка дыхания, слышимое дыхание — вздох, выдох — обозначаются точками) и др.

Последователями этих ученых было проведено множество аналитических исследований аудио- и видеозаписей, созданы коллекции разговоров. Хотя в электронной коммуникации, совмещающей черты устной и письменной речи, основанной на специфике цифрового дискурса, конверсационный анализ в этом виде неприменим, методология конверсационного анализа может быть использована для выявления и анализа особых структурных единиц электронного «разговора» и универсальных типовых структур (начала, конца, перечислений, переходов на другую тему), характерных для разговорного жанра в общем.

В отличие от обычного разговора, разговор в цифровом поле UGC имеет свои особенности:

1) право голоса имеют участники всего цифрового пространства, пользователи, подобранные автоматическими механизмами релевантности согласно истории предыдущих поисковых запросов и просмотров в сети;

2) коммуниканты UGC могут занять как активную, так и пассивную позицию и остаться на уровне воспринимающего адресата;

3) активные участники чата могут реагировать на сообщения других коммуникантов разными средствами: вербальными, визуальными, аудиальными (что обусловлено многоканальностью сетевой коммуникации), выражать как смыслы, так и эмоции либо оценку;

4) место перехода выбирается каждым участником коммуникации согласно коммуникативным интенциям, когда среди потока информации встречается сообщение-стимул, на которое возникает необходимость дать ответ-реакцию;

5) минимальной единицей коммуникации является стимул-реакция;

6) электронная коммуникация в поле UGC представляет собой разветвленный полилог, в котором есть несколько типов последовательностей:

- адъяцентные (смежные) пары,
- упорядоченные цепочки, построенные согласно «секвенционной имплицативности»,
- гиперссылки,
- формальные эмоциональные стимул-реакции,
- формальные стимул-реакции, оценки,
- ведущая линия говорящего-автора первичного поста-стимула (он может продолжать разговор, уточнять или дополнять свои высказывания, отвечать на возражения и вступать во все остальные последовательности речевых актов, комментаторы направляют свое высказывание как ему лично, так и остальным участникам общения).

При этом нужно учитывать, что ответная реакция на высказывание-стимул может производиться в любой временной период существования поста, может быть как мгновенной (моментальная реакция адресата N на полученное в режиме реального времени стимул-высказывание), так и отложенной (по истечении определенного неограниченного времени от момента создания стимул-высказывания адресантом), а также то, что последний по времени, наиболее «свежий» комментарий является первым в очередности реакций-высказываний для каждого нового пользователя-читателя и одновременно последним в цепи комментариев по отношению к ним самим как цельному открытому дис-

курсу и первичному посту. Иными словами, UGC имеет обратную временную модальность и открытую текстовую структуру.

Таким образом, конверсационный анализ сетевой коммуникации, в частности в жанре UGC, должен быть направлен на выявление следующих аспектов, которые мы определили на основе ранее проведенных исследований сетевых жанров [Дебердиева, 2022а; Дебердиева, 2022б; Дебердиева, 2024] и структурного анализа текстов комментариев на платформе Яндекс.Дзен:

- структурные единицы коммуникации — последовательности взаимосвязанных речевых актов — и их тип;
- средства коммуникации, кодировки информации (от вербальных до графических и др.);
- интенция участников коммуникации;
- места перехода в линиях диалога;
- общие места-формулы сетевого этикета («нетикета»), например, обращение, вводные конструкции с отсылкой к ИМХО и др.;
- первичный жанр стимул-высказывания и реакции-высказывания.

Нами был проведен конверсационный анализ самых популярных постов с UGC на платформе Яндекс.Дзен по данным сервиса zenstat.ru². Наибольшее количество комментариев на 06.05.2024 г. набрал пост³: 7 778 комментариев при количестве подписчиков 39 450.

Фрагмент структуры данного контента

Первичное высказывание (пост)

ВЛ		
[КОМ: «слова», (эмпатия)] — Елица 12:23		
[КОМ: «слова», (эмпатия)] — Элла Качалина 12:02		
	– 16 ФО	
	УП 1	
	Голубь Снующий 11:26 — [КОМ: «слова», «графика» (эмоц. отклик, ИМХО)]	
		– 17 ФО
	[КОМ: ,обращение, «слова» (оценка)] — Тёма 11:26	
		– 9 ФО

² Топ постов Дзен - zenstat.ru

³ https://dzen.ru/a/Zi_YsG03ZVpSEXxy

	АП2	
	[КОМ: ,обращение, «слова», «графика» (эмпатия)] — Голубь Снующий 12:12	– 3 ФО
	АП3	
	[КОМ: ,обращение, «слова» (эмпатия)] — Тёма 11:25	
	АП1	
	[КОМ: ,обращение, «графика» (эмоц. отклик)] — Маргарита С. 11:26	
		– 7 ФО
		[КОМ: ,обращение, «графика» (эмоц. отклик)] — КиЛин С. 11:26
		– 1 ФО
	[КОМ: ,обращение, «слова» (эмоц. отклик, эмпатия)] – <i>Жизнь продолжается</i> 12:01	
		– 1 ФО
<i>Иванна ZV 11:45</i> — [КОМ: ,обращение, «слова», «графика» (призыв)]		
	– 12 ФО	
[КОМ: «слова» (оценка)] — <i>Элла Качалина</i> 11:45		
	– 6 ФО	
	УП2	
<i>Элла Качалина</i> 10:49 — [КОМ: «слова» (призыв)]		
	– 2 ФО	
	АП4	
	[КОМ: ,обращение. «слова» (оценка)] — <i>Вероника</i> 11:51	
		– 2 ФО
	АП5	
		[КОМ: ,обращение, «слова» (оценка)] — <i>Элла Качалина</i> 12:25
		–1 ФО

Комментарий к таблице:

Елица 12:23 — участник коммуникации, время создания комментария

ВЛ — ведущая линия говорящего-автора первичного поста-стимула,

АП — адъяцентные (смежные) пары,

УП — упорядоченные цепочки,

ГП — гиперссылки,

16 ФЭ — формальные эмоциональные стимул-реакции и их количество,

16 ФО — формальные стимул-реакции оценки и их количество,

«слова» — вербальные средства коммуникации,

«графика», «видео», «аудио» — визуальные средства коммуникации, мемы, видеоролики, аудиотреки,

(интенция участника коммуникации) — эмоциональное взаимодействие, эмпатия (эмоциональный отклик), познание, самовыражение (ИМХО), прямая оценка и др.,

— места перехода в линиях полилога,

,обращение, — общие места-формулы нетикета,

[ЖАНР:] — первичный жанр тела комментария (собственно короткий комментарий, статья, ролик, галерея),

левая и правая колонка — направление коммуникации: реакция на первичный пост в последовательности (влево), реакция на комментарий (вправо).

На основании проведенного конверсационного анализа сетевой коммуникации в жанре UGC можно представить следующую модель (см. рис. 4):

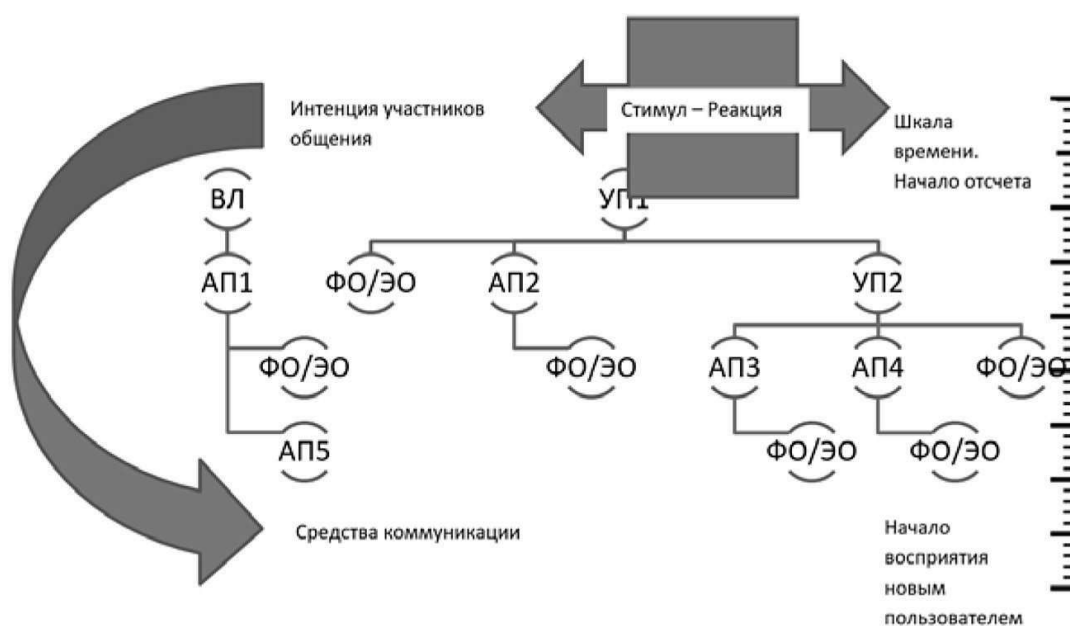


Рис. 4. Модель сетевой коммуникации в жанре UGC

Выводы

1. Модель коммуникации позволяет наглядно представить структурные компоненты и основные механизмы коммуникации.

2. При создании модели коммуникации необходимо учитывать специфику отдельных речевых жанров.

3. Структурными единицами сетевой коммуникации в жанре UGC являются последовательности взаимосвязанных стимул-реакций определенных типов, созданных в зависимости от интенций участников коммуникации с использованием разнообразных средств кодирования информации и имеющих различную адресную направленность.

Библиографический список

- Архангельская И.Б. Маршалл Маклюэн. Н. Новгород, 2010.
- Воронцова Ю.А. Энтропия и негэнтропия в коммуникации // Инновационная наука. 2016. № 4-4 (16). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/entropiya-i-negentropiya-v-kommunikatsii-1>
- Гавра Д. Основы теории коммуникации. СПб., 2011.
- Гнатюк О.Л. Из истории американской коммуникологии и коммуникативистики: Гарольд Лассуэлл (1902–1978). СПб., 2004. URL: http://www.russcomm.ru/rca_biblio/g/gnatuk.shtml
- Дебердиева И.И. Основные жанры сетевого языка первых десятилетий XXI века // Актуальные вопросы лингвистики и литературоведения. Кемерово, 2022а.
- Дебердиева И.И. Речевой жанр комментария как способ реализации социальных потребностей участников интернет-коммуникации (по результатам опроса) // Филология и человек. 2024. № 1.
- Дебердиева И.И. Система жанров сетевой речи в русскоязычном цифровом дискурсе // Филология и культура. 2022б. № 4 (70).
- Ерохина Е.Л. и др. Речевые практики. М., 2019.
- Жукова Я., Ширков Ю. Модели массовой коммуникации. М., 1989. URL: <https://gigabaza.ru/doc/63515.html>
- Исупова О.Г. Конверсационный анализ: представление метода // Социология: 4М. № 15. 2002. URL: <https://gtmarket.ru/library/articles/175>
- Кильмухаметова Е.Ю. Основные понятия теории релевантности // Вестник Томского государственного университета. 2006. № 291. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osnovnye-ponyatiya-teorii-relevantnosti>
- Копытов О.Н. Модус на пространстве текста. 2016. URL: <https://www.litres.ru/olegkopytov-10377441/modus-na-prostranstve-teksta-monografiya/chitat-onlayn/>

Корбут А. Говорите по очереди: нетехническое введение в конверсационный анализ // Социологическое обозрение. 2015. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/govorite-po-ocheredi-netehnicheskoe-vvedenie-v-konversatsionnyy-analiz>

Макеева Л.Б. Теория релевантности, прагматика и проблема значения // Философский журнал. 2022. Т. 15. № 3.

Маклюэн М. Понимание средств коммуникации: Продолжение человека. Нью-Йорк, 1964.

Мачнев В.Я. Социальный и эмоциональный интеллект. Самара, 2022.

Сакс Х., Щеглофф Э., Джефферсон Г., Корбут А. Простейшая систематика организации очередности в разговоре // Социологическое обозрение. 2015. № 1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/prosteyshaya-sistematika-organizatsii-ocherednosti-v-razgovore>

Сосновская А.М. Деловая коммуникация и переговоры. СПб., 2011.

Чарыкова О.Н., Попова З.Д., Стернин И.А. Основы теории языка и коммуникации. М., 2010. URL: http://sterninia.ru/files/757/15_Studentam_i_aspirantam/Osnovy_kommunikacii.pdf?ysclid=lte2y6h73l97207918

Шелестюк Е.В. Асимметричность коммуникации как фактор идеологического воздействия // Вестник ЧелГУ. 2010. № 29. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/asimmetrichnost-kommunikatsii-kak-faktor-ideologicheskogo-vozdeystviya>

Katz E., Peters J.D., Liebes T., Orloff A. *Canonic Texts in Media Research: Are There Any? Should There Be? How About These?* Cambridge, 2002.

Gerbner G. *Toward a General Model of Communication* // *Audio-Visual Communication Review*. 1956. No. 4.

Heritage J. *Garfinkel and Ethnomethodology*. Cambridge, 1984. URL: <https://archive.org/details/garfinkelethnome0000heri/page/n3/mode/2up>

Список источников

Матвеева Т.В. *Полный словарь лингвистических терминов*. Ростов на/Д., 2010.

Новый словарь иностранных слов. URL: https://dic.academic.ru/contents.nsf/dic_fwords/

Русский язык. Энциклопедия. М., 1997.

Энциклопедический словарь-справочник лингвистических терминов и понятий. Русский язык. М., 2014. Т. 1.

References

Arkhangelskaya I.B. *Marshall Maklyuen*. [Marshall McLuhan]. N. Novgorod, 2010.

Vorontsova Yu.A. *Entropiya i negentropiya v kommunikatsii*. [Entropy and negentropy in communication]. In: *Innovatsionnaya nauka*. [Innovative science]. 2016. No. 4-4 (16). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/entropiya-i-negentropiya-v-kommunikatsii-1>

Gavra D. *Osnovy teorii kommunikatsii*. [Fundamentals of communication theory]. St. Petersburg, 2011.

Gnatyuk O.L. *Iz istorii amerikanskoy kommunikologii i komunikativistiki: Garol'd Lassuell (1902–1978)*. [From the history of American communicology and communication studies: Harold Lasswell (1902–1978)]. St. Petersburg, 2004. URL: http://www.russcomm.ru/rca_biblio/g/gnatuk.shtml

Deberdieva I.I. *Osnovnye zhanry setevogo yazyka pervykh desyatiletii XXI veka*. [The main genres of the network language of the first decades of the 21st century]. In: *Aktual'nye voprosy lingvistiki i literaturovedeniya*. [Actual issues of linguistics and literary criticism]. Kemerovo, 2022a.

Deberdieva I.I. *Rechevoy zhanr kommentariya kak sposob realizatsii sotsial'nykh potrebnostey uchastnikov internet-kommunikatsii (po rezul'tatam oprosa)*. [The speech genre of commentary as a way to realize the social needs of Internet communication participants (based on the survey results)]. In: *Filologiya i chelovek*. [Philology & Human]. 2024. No. 1.

Deberdieva I.I. *Sistema zhanrov setevoy rechi v russkoyazychnom tsifrovom diskurse*. [The system of genres of network speech in the Russian-language digital discourse]. *Filologiya i kul'tura*. [Philology and Culture]. 2022b. No. 4 (70).

Erokhina E.L. *Rechevye praktiki*. [Speech practices]. Moscow, 2019.

Zhukova Ya., Shirkov Yu. *Modeli massovoy kommunikatsii*. [Models of mass communication.]. Moscow, 1989. URL: <https://gigabaza.ru/doc/63515.html>

Isupova O.G. *Konversatsionnyy analiz: predstavlenie metoda*. [Conversation analysis: presentation of the method.]. In: *Sotsiologiya: 4M*. [Sociology: 4M]. No. 15. 2002. URL: <https://gtmarket.ru/library/articles/175>

Kilmukhametova E. Yu. *Osnovnyye ponyatiya teorii relevantnosti*. [Basic concepts of relevance theory]. In: *Vestnik Tomskogo gosudarsvennogo universitetata*. [Bulletin of Tomsk State University]. 2006. No. 291. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osnovnyye-ponyatiya-teorii-relevantnosti>

Kopytov O.N. [Modus on the text space]. 2016. URL: <https://www.litres.ru/olegkopytov-10377441/modus-na-prostranstve-teksta-monografiya/chitat-onlayn/>

Korbut A. *Govorite po ocheredi: netekhnicheskoe vvedenie v konversatsionnyy analiz*. [Speak in turn: a non-technical introduction to conversation analysis]. *Sotsiologicheskoe obozrenie*. [Sociological Review]. 2015. No. 1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/govorite-po-ocheredi-netekhnicheskoe-vvedenie-v-konversatsionnyy-analiz>

Makeeva L.B. *Teoriya relevantnosti, pragmatika i problema znacheniya*. [Relevance Theory, Pragmatics, and the Problem of Meaning]. In: *Filosofskiy zhurnal*. [Philosophical Journal]. 2022. Vol. 15. No. 3.

McLuhan M. *Ponimanie sredstv kommunikatsii: Prodolzhenie cheloveka*. [Understanding Communication Media: The Continuation of Man]. New York, 1964.

Machnev V.Ya. *Sotsial'nyy i emotsional'nyy intellekt*. [Social and Emotional Intelligence]. Samara, 2022.

Sachs H., Schegloff E., Jefferson G., Korbut A. *Prosteyshaya sistematika organizatsii ocherednosti v razgovore*. [The Simplest Taxonomy of Turn-Taking Organization in Conversation]. In: *Sotsiologicheskoe obozrenie*. [Sociological Review]. 2015. No. 1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/prosteyshaya-sistematika-organizatsii-ocherednosti-v-razgovore>

Sosnovskaya A.M. *Delovaya kommunikatsiya i peregovory*. [Business communication and negotiations]. St. Petersburg, 2011.

Charykova O.N., Popova Z.D., Sternin I.A. *Osnovy teorii yazyka i kommunikatsii*. [Fundamentals of the theory of language and communication]. Moscow, 2010. URL: http://sterninia.ru/files/757/15_Studentam_i_aspirantam/Osnovy_kommunikacii.pdf?ysclid=lte2y6h73l97207918

Shelestyuk E.V. *Asimmetrichnost' kommunikatsii kak faktor ideologicheskogo vozdeystviya*. [Asymmetry of communication as a factor of ideological influence]. In: *Vestnik ChelGU*. [Bulletin of Chelyabinsk State University]. 2010. No. 29. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/asimmetrichnost-kommunikatsii-kak-faktor-ideologicheskogo-vozdeystviya>

Katz E., Peters J.D., Liebes T., Orloff A. *Canonic Texts in Media Research: Are There Any? Should There Be? How About These?* Cambridge, 2002.

Gerbner G. *Toward a General Model of Communication*. In: *Audio-Visual Communication Review*. No. 4. 1956.

Heritage J. *Garfinkel and Ethnomethodology*. Cambridge, 1984. URL: <https://archive.org/details/garfinkelethnome0000heri/page/n3/mode/2up>

List of Sources

Matveeva T.V. *Polnyy slovar' lingvisticheskikh terminov*. [Complete dictionary of linguistic terms]. Rostov on/D., 2010.

Novyy slovar' inostrannykh slov. [New dictionary of foreign words]. URL: https://dic.academic.ru/contents.nsf/dic_fwords/

Russkiy yazyk. Entsiklopediya. [Russian language. Encyclopedia]. Moscow, 1997.

Entsiklopedicheskiy slovar'-spravochnik lingvisticheskikh terminov i ponyatiy. Russkiy yazyk. Elektronnyy resurs. [Encyclopedic dictionary-reference book of linguistic terms and concepts]. Vol. 1. Moscow, 2014.