

Новые медиа в лингвостилистическом освещении

О. В. Орлова

ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

Аннотация. Представлено теоретическое обоснование методологического кризиса современной лингвостилистики относительно языка новых медиа. Выявляются ключевые факторы и противоречия, объясняющие экспланаторную редукцию теорий языковой и стилистической нормы как единого эталонного образца для отбора и организации языковых средств и литературного языка как высшей формы языкового существования. Переход от общенациональной вертикальной конвенциональности в рече- и нормотворчестве на конвенциональность горизонтальную, конвенциональность интернет-сообществ, стимулируется освобождением авторства (возможностью и реальностью приобщения к свободной публичной текстовой деятельности неограниченного круга языковых личностей) в новых медиа, а также сменой конструктивного принципа социальной коммуникации в интернет-медиа сфере в целом с иерархического на сетевой, гетерархический. В качестве одного из актуальных для стилистики предлагается определение новых медиа как любых информационно-коммуникативных ресурсов сети Интернет, обладающих качествами публичного распространения и свободного приобщения пользователей в форме рецептивной и продуктивной текстовой деятельности.

Ключевые слова: новые медиа, стилистика, освобождение авторства.

УДК 81.42

Орлова О. В. Новые медиа в лингвостилистическом освещении // Критика и семиотика. 2020. № 2. С. 413–426.

ISSN 2307-1737. Критика и семиотика. 2020. № 2
© О. В. Орлова, 2020

DOI 10.25205/2307-1737-2020-2-413-426

Контактная информация: Орлова Ольга Вячеславовна, доктор филологических наук, доцент, профессор кафедры теории языка и методики обучения русскому языку историко-филологического факультета Томского государственного педагогического университета (Томск, Россия, o.orlova13@yandex.ru)

Без сомнения, новые медиа как феномен современной информационной реальности – один из самых актуальных объектов во всех без исключения областях гуманитарного знания. Однако до сих пор ни в одной из этих областей нельзя говорить о дефинитивной и интерпретативной определенности данного феномена. В современной когнитивно-дискурсивной лингвистике новые медиа осмысляются как глобальный дискурс, языковая реальность которого вследствие взрывного динамизма собственного развития кардинально опережает имеющиеся на сегодняшний момент эвристики ее научного осмысления.

В большинстве работ, претендующих на теоретизацию новых медиа и современных медиа вообще, постулируется меж- и полидисциплинарность как априори исходная презумпция любых *media studies*: «современный научный процесс в области теоретизации медиа нуждается в применении широкого междисциплинарного спектра знаний о медиа как объекте и предмете научного анализа» [Вартанова, 2018, с. 165].

Как изначально комплексное научное направление «интегративного типа, которое должно соединять подходы и методологию различных лингвистических дисциплин: социолингвистики, психолингвистики, лингвистики текста, при этом формируя и свой собственный исследовательский инструментарий» [Горошко, 2007, с. 232], позиционируется интернет-лингвистика, изучающая «интернет-коммуникацию, под которой понимается коммуникативное взаимодействие в глобальной компьютерной сети Интернет пользователей с различным культурным уровнем и уровнем образованности» [Ахренова, 2016, с. 13]. При этом «сложная природа как сети Интернет, так и общения на ее основе, привела к тому, что исследования этого формата общения имеют чаще всего междисциплинарный или полипарадигмальный характер» [Горошко, 2015, с. 22].

В настоящее время уже нельзя говорить о тотальной неизученности феномена новых медиа, о чем ярко свидетельствуют работы аналитико-обобщающего характера. Так, А. Я. Сарно выделяет в континууме исследовательских подходов к новым медиа три основные парадигмы: культурно-историческую, социально-психологическую и лингвистическую. В рамках последней, по мнению ученого, изучается «стилистическая диффузия и многоязычие в Интернете <...>, языковые изменения на лексическом, синтаксическом, грамматическом и других уровнях, соотношение вербального

и изобразительного компонентов сообщения, дискурсивные особенности коммуникативных практик в сети и т. п.» [Сарно, 2014, с. 88–89].

О. С. Рогалева и Т. В. Шкайдерова [2015], резюмируя опыт филологической рефлексии над новыми медиа, прослеживают эволюцию подходов к определению феномена и аспектов его рассмотрения. Что касается определения, то от закономерной на начальном этапе отстройки инновационного от традиционного, т. е. противопоставления новых медиа «старым», традиционным, функционирующим вне интернет-пространства (ср. частотное употребление терминов *Интернет* и *новые медиа* как взаимозаменяемых, синонимичных, например, в [Варганова, 2008]) линия развития двигалась к выявлению, описанию и обобщению спецификаций новых медиа с результирующей в виде списка их существенных особенностей. Системными параметрами новых медиа называют конвергенцию (объединение СМИ в единую технологическую мультимедийную платформу), дигитализацию (перевод содержания СМИ во всех его формах – текстовой, графической, звуковой – в цифровой формат [Луканина, 2006, с. 208]), интерактивность и принадлежность медиаресурсов к сетевому пространству [Пастухов, 2015, с. 187].

Вместе с развитием технологических возможностей Сети расширялся и список ресурсов, включающихся исследователями в реестр новых медиа. Если в начале 2000-х под новыми медиа подразумевались интернет-площадки официальных офлайн-СМИ, зачастую просто дублирующие в электронном виде свои бумажные, телевизионные или радиальные основные версии, то с наступлением эпохи Web 2.0 статус новых медиа приобрели пришедшие с этой эпохой интернет-ресурсы: от СМИ, существующих исключительно в интернет-формате, до блогосферы, социальных сетей, виртуальных сообществ и т. д. (см.: [Горошко, 2015; Рогалева, Шкайдерова, 2015]).

Перечень же частноаспектных исследований языка новых медиа вряд ли исчерпаем в принципе, поскольку тексты сетевых коммуникаций, во-первых, находятся в фокусе всех без исключения актуальных направлений современной лингвистики (так, только список трудов по виртуальному жанроведению (см.: [Горошко, Жигалина, 2010]) будет далеко не одностраничным), а во вторых, активно включаются в контекст индивидуальных исследовательских оптик отдельных ученых и научных направлений. Так, в поле наших собственных научных интересов включены проблемы медиаконцептологии [Орлова, 2010], специфики прецедентности в новых медиа [Орлова, Кабанков, 2015] и сетевых социолектов [Орлова, 2018].

Если обобщить наш краткий обзор подходов к исследованию новых медиа, можно сделать два немаловажных вывода относительно дефинитивной и интерпретативной определенности новых медиа в современной русскоязычной лингвистике. Вывод первый: большинство попыток лингвистической рефлексии связаны с крайними на гносеологической оси ча-

стности – глобальности позициями: новые медиа изучаются или с позиций глобальной (в научно-познавательном смысле) трансдисциплинарности и принципиально открытого выхода за пределы «внутренней лингвистики», или с позиций разработанных «до новых медиа» таких актуальных частных штудий, как лингвистическое жанроведение, теория интертекстуальности, теория коммуникативных стратегий и тактик и мн. др. В то же время «срединные» столпы лингвистического знания, традиционные науки лингвистического цикла, призванные объяснять динамику языково-речевых трансформаций, тем более столь крупных, как в новых медиа, в их реальной социокультурной текстовой экзистенции (здесь мы имеем в виду, прежде всего, лингвистическую семантику, стилистику, речеведение и т. д.), пока не дали внятного ответа на запрос о лингвистически релевантном определении новых медиа.

Вывод второй: характеристика новых медиа через порядок признаков (конвергенцию, дигитализацию, интерактивность, сетевую принадлежность), вернее – сами эти признаки, при их колоссальном воздействующем на язык эффекте, снова подчеркнем – сами по себе, сущностно не лингвистичны, лингвистически нерелеванты, поскольку ничего не говорят о произошедших с приходом новых медиа кардинальных изменениях в процедурах порождения и восприятия главного объекта лингвистического познания – текста, а следовательно – изменениях в закономерностях отбора и организации языковых средств, а следовательно – изменениях в стилистической системе языка. В итоге факт общепризнанности лингвистическим комьюнити поистине революционного характера перемен пока не приводит к созданию аргументированных и целостных объяснительных концепций, способных сформировать язык описания, адекватный положению дел в языке и стиле новых медиа.

Что касается лингвистилистики, то высказанная в фундаментальной работе 2005 г. «Наш язык в действии» претензия В. Г. Костомарова по поводу «ориентированной по старинке прежде всего на употребление языка в художественной, преимущественно классической, литературе» науке стилистике, которая «слабо осмысляет живые процессы коммуникативного существования современного общества» [Костомаров, 2005, с. 10], в отношении новых медиа отчасти снята достижениями медиастилистики и интернет-стилистики [Клушина, 2014; 2015].

Н. И. Клушина, считая интернет-стилистику «подразделением» медиастилистики, вводит в ее исследовательский оборот исключительно тексты, которые «можно в полной мере считать продуктом Интернета», т. е. «тексты, созданные **по законам новых медиа** (выделено нами. – О. О.) или трансформированные под эти законы». Далее ученый поясняет: «Эти тексты структурируются по определенным жанровым моделям, выработанным интернет-коммуникацией: блоги, чаты, комменты, медиарецензии и т. п., а также складываются в специфические текстовые формации (объе-

диненные темой, интенцией, прагматическим эффектом): сайты, форумы, электронная переписка и др. И здесь мы можем говорить об интернет-стилях различных интернет-жанров и типов текстов» [Клушина, 2015, с. 32]. Здесь возникает закономерный вопрос: что, кроме эндемичных, выработанных интернет-коммуникацией и имманентно присущих ей, жанровых моделей и текстовых формаций, можно считать результатом и спецификой текстовой деятельности **по законам новых медиа**? Каковы эти законы и закономерности? В частности, можно ли считать новыми медиа частную электронную переписку в любых ее форматах – от электронной почты до обмена приватными сообщениями в мессенджерах?

Представляется, что инновационность новых медиа ни в коей мере не отменяет основного свойства медиа как таковых, а именно – облигаторности публичного, массового, а также, в идеале, неограниченного и свободного приобщения адресата к медиатексту. Другое дело, что кардинально изменилось качество этого приобщения и роль рядового участника публичной интернет-коммуникации: из пассивного потребителя текстово-речевой реальности он, массовый адресат, превратился в ее активного продуцента. Этот факт регулярно отмечается авторами. Так, Н. С. Болотова под «медиасредой в широком смысле» понимает «совокупное многоканальное коммуникативное пространство, в которое погружен человек, в **котором каждый является и автором, и адресатом** (выделено нами. – О. О.), включающее разные сферы общения, массовую и межличностную коммуникацию» [2015, с. 42]. Однако поистине глобальные стилистические следствия данного тектонического, на наш взгляд, коммуникативного сдвига для языка медиа, сдвига, давшего возможность **каждому являться и автором, и адресатом** публичного слова, обычно остаются за рамками исследований.

Теперь о тех следствиях, которые трансформация в сетевой публичной коммуникации моноролевой модели *автор-адресат* в поли- и сменноролевою стимулировала и в стилистике как совокупности объяснительных концепций по поводу закономерностей функционирования языка в текстовой деятельности, и в конкретизации этих концепций относительно языка и стиля новых медиа. Причем следствия эти столь весомы, что дают основания ученым назвать статью «Лингвистика новых медий как один из вызовов лингвистической традиции прошлого» [Горошко, Павлова, 2015] или «констатировать исчерпанность «традиционной» методологической модели <...> в исследовании новых медиа» [Балмаева, 2013, с. 159].

Будучи вынужденными согласиться с категоричностью данных утверждений, попытаемся конкретизировать причины очевидного методологического кризиса лингвостилистики относительно новых медиа – т. е. обозначить главные, экстремально-пороговые факторы изменений ментально-языковых и коммуникативных процессов, а также называть те классические, фундаментальные, традиционные, складывающиеся в отечественной

лингвостилистике десятилетиями, эмпирически подтвержденные и многократно апробированные теории, которые, как ни болезненно это признавать, перестали обладать реальной объяснительной силой по отношению к языково-речевой реальности новых медиа.

На наш взгляд, наибольший методологический кризис испытывает теория едино-нормативного идеально-эталонного образца для отбора и организации языковых средств – теория языковой и стилистической нормы литературного языка (в том числе динамическая теория нормы), а вместе с ней и теория литературного языка как высшей формы языкового существования. Ср.: «С точки зрения нормированного литературного языка традиционной культуры язык современной медиакультуры представляется макароническим («смесь французского с нижегородским»), т. е. варваризованным и стилистически сниженным» [Клушина, 2019, с. 160]. Парадоксальность ситуации в том, что именно этот «макаронический, варваризованный и стилистически сниженный» язык занимает сегодня доминирующее положение на шкале социокультурной значимости среди форм языкового существования текущего момента.

Что касается корневых факторов и противоречий, стимулировавших кризис традиционных объяснительных моделей, их экспланаторную редукцию, то, как нам представляется, их, этих факторов и противоречий, как минимум два, и они, будучи разноприродными, тесно связаны идеей транзита от иерархии к гетерархии.

Первого из них мы уже касались выше, говоря о смене в сетевой публичной коммуникации моноролевой модели *автор-адресат* на поли- и сменно-ролевую. Оно собственно коммуникативной природы, и это противоречие между условной избранностью / элитарностью / единичностью творца (автора) ортологических прескрипций в традиционных (доцифровых) публичных лингвокреативных практиках и освобождением авторства (термин будет пояснен ниже) в современной публичной сетевой коммуникации.

Второй фактор имеет системно-онтологические основания. Речь идет о смене конструктивного принципа социальной коммуникации в медиасфере в целом с иерархического на сетевой. В самом предварительном приближении эту смену можно описать посредством оппозиций с последовательным переходом от первого их члена ко второму: *вертикальное – горизонтальное, центростремительное – диффузное, четкое – размытое, стабильное – лабильное, инвариантное – вариативное, системно-структурное – диссипативное*. В результате превалирующий в новых медиа сетевой, гетерархический и горизонтальный способ информационно-коммуникативных интеракций пришел в противоречие с иерархическим императивным диктатом традиционных правил языкового употребления (относительно жесткой системой языковых, стилистических и культурно-речевых предписаний и норм).

Н. Л. Соколова отмечает, что социально-культурное значение новых медиа «обусловлено распространением массовых креативных практик и радикальным изменением роли массового интернет-пользователя: от потребителя к реальному “(со)участнику” культурного производства и просьюмеру (потребителю, ставшему производителем)» [2010, с. 9]. Для лингвиста из данных умозаключений культуролога вытекают такие закономерные следствия, как культурная легитимация массовых лингвокреативных практик, а также беспрепятственного доступа рядового носителя языка не только к потреблению, но и производству (порождению) медиатекстов. Сегодня финальная (но только финальная!) часть высказывания В. Г. Костомарова: «Стилистика поставила перед собой цель изучать то, что реально есть в употреблении языка данным обществом на данном этапе его исторического развития, прежде всего опыт наиболее влиятельных, читаемых авторов – ученых, политиков, производственников и, конечно, признанных писателей» [2005, с. 8], – по отношению к языку новых медиа теряет свою релевантность по причине наличия в сетевой коммуникации без преувеличения миллионов авторов, влиятельных и авторитетных в тех или иных читательских сообществах.

Несмотря на существующую среди представителей традиционных наук гуманитарного цикла «снисходительность» к теоретическим построениям практиков медиабизнеса, мы уже не в первый раз (см.: [Орлова, 2019, с. 573–574]) привлекаем внимание к выдвинутому А. А. Мирошниченко [2011] понятию *освобождение авторства*. На наш взгляд, в этом понятии наиболее удачно терминологизирована и концептуализирована фактически существующая сегодня реальность приобщения к неограниченной публичной устной и письменной коммуникативной активности неограниченного круга языковых личностей. А. А. Мирошниченко называет освобождение авторства третьим освобождением текста (первое связано с возникновением и демократизацией письма, второе – с изобретением книгопечатания). Мы же полагаем, что именно произошедшее в новых медиа освобождение авторства **деиерархизировало, деформализовало, демонополизировало и диверсифицировало** традиционные общеконвенциональные ортологические прескрипции общественной коммуникации, в том числе – речедеятельностные.

Обосновывая свою теорию взрывного авторства, исследователь в 2011 г. приводит поражающие воображение факты: «...за всю историю цивилизации человечество выдвинуло из своих рядов 200–300 миллионов авторов, опубликовавших свои идеи для других людей. Сегодня свободный доступ к публичному авторству имеют одновременно 2 миллиарда человек, у которых есть выход в Интернет» [Там же, с. 133]. Сегодня порядок цифр по сравнению с 2011 г. вырос более чем в 2 раза. Мы же, вспомнив университетский курс истории русского литературного языка, а также оглавление и содержание учебника по этому предмету, заметим, что А. С. Пуш-

кину, его предшественникам и последователям: писателям, поэтам, публицистам – посвящены отдельные персональные, подчеркнем – персональные, разделы. Иначе говоря, количество языковых личностей, персон, произведших и опубликовавших для свободного массового приобщения публичный (а следовательно, в книжную, домедийную эпоху неминуемо бумажно-письменный) продукт, как и общее количество этого продукта – при всей беспрецедентности культурно-исторической, лингвоэстетической и «языконормотворческой» значимости и этих личностей, и этого продукта – по сравнению с объемом современной сетевой экзистенции мысли, выраженной в слове, – чрезвычайно мало.

С одной стороны, смена иерархического «избраннического» права доступа к публичной письменной (и устной) речи на гетерархический и массовый способна привести к негативным многократно описанным в алармистских публикациях о порче языка и бескультурье в Интернете последствиям, с другой – послужить выработке новых или существенной модернизации уже имеющихся механизмов социокультурной самоорганизации публичной речедеятельности. С одной стороны, «языковой материи (письменного слова) становится все больше и больше, но слово оказывается похороненным в братской могиле этого инфляционного котлована. На всякое излишнее развитие и количественное «разбухание» неизбежно последует элиминация языковой практики» [Загидуллина, 2018, с. 61]. С другой стороны, в «тысячах тонн словесной руды» выковываются те – «единого слова ради» – речевые образцы, которые потенциально способны воплотиться в новые нормы массовых речевых практик, наметить тенденции развития языка, стать базисом для новых социокультурных конвенций по поводу публичного языкового употребления.

«Теперь все делают медийную работу сами: ищут актуальную информацию, стремятся интересно ее подать, сопроводив уместной иллюстрацией и броским заголовком. Человек не просто становится обязательным публикатором, у него появляется настоятельная потребность к улучшению своих текстов. С учетом всей массы желающих разместить информацию в сети мы получаем целую среду публикаторов, беспрестанно улучшающих свои навыки» [Мирошниченко, 2011, с. 133]. Следовательно, в массовой лингвокреативной лаборатории новых медиа, где право публичного слова приобрели и осуществляют миллионы, идет интенсивная коллективная «обработка» языка (ср. с хрестоматийным высказываем М. Горького о литературном языке как языке, «обработанном мастерами»). В то же время в условиях, когда ««классические» нормы литературного языка <...> утрачивают операциональность для медийной практики» [Клушина, 2018, с. 29], факторы, средства, способы, результат и сам процесс этой «обработки» пока не отрефлексированы и вряд ли могут быть отрефлексированы в рамках традиционных иерархических нарративов. Место литературной нормы с ее диктатом абстрактной правильности и уместности

занимает способность мобилизовать и адаптировать языковые ресурсы способом, наиболее адекватным коммуникативной интенции медиарайтера в данных конкретных коммуникативных обстоятельствах.

Н. И. Клушина говорит о «комплексе массмедийных норм, отличающихся от остальных (тоже или даже в первую очередь!) литературных норм меньшей категоричностью / императивностью, большей вариативностью и установкой на разговорность» [2017, с. 51]. Мы же полагаем, что в коммуникативном пространстве новых медиа именно динамический процесс установления множества групповых конвенций о том, каким может и должен быть язык общения в рамках определенных сетевых сообществ, регламентирует отбор и организацию языковых средств, а также обеспечивает меньшую категоричность / императивность и большую вариативность массмедийных практик письма. Под сетевыми сообществами подразумеваются сколь угодно варьирующиеся по количественному составу социальные и лингвокультурные солидарности – от относительно малочисленных конкретных групп в соцсетях, например, филателистов, до теоретически моделируемых глобальных общесетевых сообществ, например, представителей левых политических взглядов.

Как отмечает В. Зверева, конструируя себя в языке, «настраивая» язык для выражения значимых для себя смыслов, «группы вырабатывают свои конвенции в отношении того, каким способом допустимо и недопустимо говорить друг с другом, <...> как “правильно” комментировать тексты и писать свои сообщения» [2012, с. 11]. Так происходит смена общенациональной вертикальной конвенциональности в языко- и нормотворчестве на конвенциональность горизонтальную, конвенциональность сообществ, причем «один и тот же человек в Сети использует язык разными способами в зависимости от ситуации и чаще всего умеет правильно выбирать язык и “переключать регистры”, менять лексику и стиль» [Там же, с. 86]. Не случайно интернет-существование современного человека часто описывается посредством метафор серфинга или цифрового кочевничества как манифестаций «нормальности» характеристик нестабильности, текучести, гибридности и вариативности, в том числе скользкой языковой нормы.

Представляется, что именно в плоскости признания «нестабильных онтологий» [Клягин, 2017] и преодоления иерархических установок по отношению к закономерностям языкового употребления в новых медийных дискурсивных практиках, во всестороннем изучении как самих этих практик, так и лежащих в их основе плюралистических конвенций, стимулирующих полинормативность публичного сетевого речетворчества, заключается один из плодотворных путей поиска языка описания для стилистики новых медиа.

В качестве одного из актуальных для стилистики мы предлагаем следующее определение новых медиа. Новые медиа – это любые информаци-

онно-коммуникативные ресурсы сети Интернет, которые обладают качествами публичного распространения и свободного приобщения пользователей в форме рецептивной и продуктивной текстовой деятельности.

Список литературы

Ахренова Н. А. Интернет-лингвистика: новая парадигма в описании языка Интернета // Вестник Моск. гос. обл. ун-та. Серия: Лингвистика. 2016. № 3. С. 8–14.

Балмаева С. Д. Новые матрицы для понимания российских новых медиа // Вестник Гуманитарного университета. 2013. № 1. С. 159–161.

Болотникова Н. С. Публичная языковая личность и медиасреда: проблема речевого воздействия // Вестник Том. гос. пед. ун-та. 2015. Вып. 9 (162). С. 42–48.

Вартанова Е. Л. Новые медиа как фактор модернизации СМИ // Информационное общество. 2008. Вып. 5–6. С. 37–39.

Вартанова Е. Л. Теория медиа как перекресток научных подходов и методов // Вопросы теории и практики журналистики. 2018. Т. 7, № 1. С. 165–176.

Горошко Е. И. Лингвистика Интернета: формирование дисциплинарной парадигмы // Жанры и типы текста в научном и медийном дискурсе. 2007. № 5. 223–237.

Горошко Е. И. Мультимодальное компьютерное общение как еще один шаг в развитии лингвистики новых медий // Гипертекст как объект лингвистического исследования: Материалы IV Междунар. науч.-практ. конф. Самара, 2015. С. 21–30.

Горошко Е. И., Жигалина Е. А. Виртуальное жанроведение: устоявшееся и спорное // Вопросы психолингвистики. 2010. № 12. С. 105–123.

Горошко Е. И., Павлова Л. В. Лингвистика новых медий как один из вызовов лингвистической традиции прошлого // Вопросы психолингвистики. 2015. № 24. С. 43–54.

Загидуллина М. В. Панмедиатизация как основа ментально-языковых трансформаций // Ментально-языковые трансформации русской лингвокультурной личности: поиск идентичности в медиатизированном обществе. Челябинск, 2018. С. 41–79.

Зверева В. Сетевые разговоры: культурные коммуникации в Рунете. Bergen, 2012. 279 с.

Клушина Н. И. Медиастилистика // Экология языка и коммуникативная практика. 2014. № 2 (3). С. 69–77.

Клушина Н. И. Интернет-стилистика в России. Постановка проблемы // русский язык и литература в пространстве мировой культуры: Материалы XIII Конгресса МАПРЯЛ. Спб., 2015. Т. 13. С. 31–34.

Клушина Н. И. Языковая норма и ее роль в организации общественного сознания // Изв. Южного федерального ун-та. Филологические науки. 2017. № 4. С. 46–55.

Клушина Н. И. Национальный стиль и медийный вариант языка // Вестник Том. гос. пед. ун-та. 2018. № 4 (193). С. 26–31.

Клушина Н. И. Медиастилистика и эмотивная лингвистика // Изв. Волгоград. гос. пед. ун-та. 2019. № 1 (134). С. 158–161.

Клягин С. В. О моделях нестабильных онтологий в изучении цифрового кочевничества // Цифровое кочевничество как глобальный и сибирский тренд: Сб. материалов III Междунар. трансдисциплинарной науч.-практ. WEB-конференции. Томск, 2017. С. 150–157.

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

Луканина М. В. Текст средств массовой информации и конвергенция // Политическая лингвистика. 2006. Вып. 20. С. 205–215.

Мирошниченко А. А. Оцифрованное слово, взрывное авторство и другие дары Интернета // Человек. 2011. № 5. С. 130–142.

Орлова О. В. Жизненный цикл и миромоделирующий потенциал медиаконцепта // Вестник Том. гос. пед. ун-та. 2010. Вып. 6 (69). С. 79–84.

Орлова О. В. Лаовайский сетевой жаргон: китайский язык и культура в рецепции русскоязычных экспатов (введение в тему) // Вестник Том. гос. пед. ун-та. 2018. Вып. 2 (191). С. 103–108.

Орлова О. В. Лингвистика новых медиа: в поисках языка описания // Настоящее и будущее стилистики: Сб. ст. Междунар. науч. конф. (13–14 мая 2019 г.) / Науч. ред. Е. Л. Варганова; отв. ред. Н. И. Клушина, С. Ф. Барышева. М.: Флинта, 2019. С. 570–577.

Орлова О. В., Кабанков А. И. Динамика прецедентного мира творческой личности в дискурсе новых медиа: постановка проблемы // Сибирский филологический журнал. 2015. № 4. С. 182–187.

Пастухов А. Г. О границах медиа: новые медиа и новая медийная культура // Учен. зап. Орловского гос. ун-та. Серия: Гуманитарные и социальные науки. 2015. №1. С. 182–188.

Рогалева О. С., Шкайдерова Т. В. Новые медиа: эволюция понятия (аналитический обзор) // Вестник Ом. ун-та. 2015. № 1 (75). С. 222–225.

Сарно А. Я. Анализ контента в исследованиях новых медиа // Вестник Волгоград. гос. ун-та. Серия 7: Философия. Социология и социальные технологии. 2014. № 3 (23). С. 88–98.

Соколова Н. Л. Популярная культура в эпоху «новых» медиа: социальный анализ культурных практик: Автореф. дис. ... д-ра филос. наук. Самара, 2010. 38 с.

Article metadata

Title: New Media in Linguistic and Stylistic Coverage

Author: O. V. Orlova

Author's e-mail: o.orlova13@yandex.ru

Author's affiliation: Tomsk State Pedagogical University (Tomsk, Russian Federation)

Abstract. The article presents the theoretical substantiation of the methodological crisis of modern stylistics concerning the language of new media. The key factors and contradictions that explain the explanatory reduction of the theories of linguistic and stylistic norms as a single reference model for the selection and organization of linguistic means and literary language as the highest form of linguistic existence are revealed. The transition from national vertical conventionality in speech and norm-making to horizontal conventionality, conventionality of Internet communities, is stimulated by the liberation of authorship (the possibility and reality of introducing an unlimited range of language personalities to free public textual activity) in new media, as well as the change of the constructive principle of social communication in the Internet media sphere as a whole from hierarchical to network, heterarchic. The definition of new media as any information and communication resources of the Internet with the qualities of public distribution and free communication of users in the form of receptive and productive textual activity is proposed as one of the topical for stylistics.

Key terms: new media, stylistics, authorship liberation

DOI 10.25205/2307-1737-2020-2-413-426

Reference literature (in transliteration):

Akhrenova N. A. Internet-lingvistika: novaya paradigma v opisaniyazyka interneta [Internet-linguistics: a new paradigm in the description of the language of the Internet]. *Bulletin of Moscow state regional University. Series: Linguistics*, 2016, no. 3, p. 8–14. (in Russ.)

Balmaeva S. D. Novye matritsy dlya ponimaniya rossijskikh novykh media [New matrices for understanding Russian new media]. *Humanitarian University Bulletin*, 2013, no. 1, p. 159–161. (in Russ.)

Bolotnova N. S. Publichnaya yazykovaya lichnost' i mediasreda: problema rechevogo vozdeystviya [Public language personality and media environment: the problem of speech influence]. *Tomsk State Pedagogical University Bulletin*, 2015, no. 9 (162), p. 42–48. (in Russ.)

Goroshko E. I. Lingvistika interneta: formirovanie distsiplinarnoj paradigmy [Linguistics of the Internet: formation of a disciplinary paradigm]. *Genres and types of text in scientific and media discourse*, 2007, no. 5, p. 223–237. (in Russ.)

Goroshko E. I. Mul'timodal'noe komp'yuternoe obshchenie kak eshchyo odin shag v razvitiy lingvistiki novykh medij [Multimodal computer communication

as another step in the development of linguistics of new media]. In: Hypertext as an object of linguistic research: Materials of the IV international scientific and practical conference. Samara, 2015, p. 21–30. (in Russ.)

Goroshko E. I., Pavlova L. V. Lingvistika novykh medij kak odin iz vyzovov lingvisticheskoj traditsii proshlogo [Linguistics of new media as one of the challenges of the linguistic tradition of the past]. *Issues of psycholinguistics*, 2015, no. 24, p. 43–54. (in Russ.)

Goroshko E. I., Zhigalina E. A. Virtual'noe zhanrovedenie: ustoyavsheesya i spornoe [Virtual genre studies: established and controversial]. *Issues of psycholinguistics*, 2010, no. 12, p. 105–123. (in Russ.)

Klushina N. I. Internet-stilistika v Rossii. Postanovka problemy [internet stylistics in Russia. The statement of problem]. In: Russian language and literature in the space of world culture: Materials of the XIII Congress of MAPRYAL. St. Petersburg, 2015, vol. 13, p. 31–34. (in Russ.)

Klushina N. I. Mediastilistika [Mediastylistics]. *Ecology of language and communicative practice*, 2014, no. 2 (3), p. 69–77. (in Russ.)

Klushina N. I. Mediastilistika i emotivnaya lingvistika [Mediastylistics and emotive linguistics]. *News of Volgograd state pedagogical University*, 2019, no. 1 (134), p. 158–161. (in Russ.)

Klushina N. I. Natsional'nyj stil' i medijnyj variant yazyka [National style and media language variant]. *Tomsk State Pedagogical University Bulletin*, 2018, no. 4 (193), p. 26–31. (in Russ.)

Klushina N. I. Yazykovaya norma i ee rol' v organizatsii obshchestvennogo soznaniya [Language norm and its role in the organization of public consciousness]. *News of the southern Federal University. Philological science*, 2017, no. 4 (193), p. 46–55. (in Russ.)

Klyagin S. V. O modelyakh nestabil'nykh ontologij v izuchenii tsifrovogo kochevnichestva [On models of unstable ontologies in the study of digital nomadism]. In: Digital nomadism as a global and Siberian trend. Materials of the III International transdisciplinary scientific and practical WEB-conference. Tomsk, 2017, p. 150–157. (in Russ.)

Kostomarov V. G. Nash yazyk v dejstvii: Ocherki sovremennoj russkoj stilistiki [Our language in action: Essays of modern Russian stylistics]. Moscow, 2005, 287 p. (in Russ.)

Lukanina M. V. Tekst sredstv massovoj informatsii i konvergentsiya [The text of the media and convergence]. *Political linguistics*, 2006, no. 20, p. 205–215. (in Russ.)

Miroshnichenko A. A. Otsifrovannoe slovo, vzryvnoe avtorstvo i drugie dary interneta [Digitized word, explosive authorship, and other Internet gifts]. *Human*, 2011, no. 5, p. 130–142. (in Russ.)

Orlova O. V. Laovajskij setevoj zhargon: kitajskij yazyk i kul'tura v retseptsii russkoyazychnykh ekspatov (vvedenie v temu) [Laowai network jargon: the Chinese language and culture in the reception of Russian expats (introduction

to the topic)]. *Tomsk State Pedagogical University Bulletin*, 2018, no. 2 (191), p. 103–108. (in Russ.)

Orlova O. V. Lingvistika novykh media: v poiskah yazyka opisaniya [New media linguistics: in search of a language of description]. In: Present and future of stylistics: collection of scientific articles of the international scientific conference (May 13–14, 2019). Moscow, 2019, p. 570–577. (in Russ.)

Orlova O. V., Kabankov A. I. Dinamika pretsedentnogo mira tvorcheskoj lichnosti v diskurse novykh media: postanovka problemy [The dynamics of precedent world of a creative personality in the discourse of new media: the statement of problem]. *Siberian Philological Journal*, 2015, no. 4, p. 182–187. (in Russ.)

Orlova O. V. Zhiznennyj tsikl i miromodeliruyushchij potentsial mediakoncepta [Life cycle and world modeling potential of media concept]. *Tomsk State Pedagogical University Bulletin*, 2010, no. 6 (69), p. 79–84. (in Russ.)

Pastukhov A. G. O granitsakh media: novye media i novaya medijnaya kul'tura [About media boundaries: new media and new media culture]. *Scientific notes of Orel state University. Series: humanities and social sciences*, 2015, no. 1, p. 182–188. (in Russ.)

Rogaleva O. S., Shkajderova T. V. Novye media: evolyutsiya ponyatiya (analiticheskij obzor) [New media: evolution of the concept (analytical review)]. *Bulletin of Omsk University*, 2015, no. 1 (75), p. 222–225. (in Russ.)

Sarno A. Ya. Analiz kontenta v issledovaniyakh novykh media [Content analysis in new media research]. *Bulletin of Volgograd state University. Series 7: Philosophy. Sociology and social technologies*, 2014, no. 3 (23), p. 88–98. (in Russ.)

Sokolova N. L. Populyarnaya kul'tura v epokhu novykh media: sotsial'nyj analiz kul'turnyh praktik [Popular culture in the era of new media: social analysis of cultural practices]. Abstract dis. doct. filos. sci. Samara, 2010, 38 p. (in Russ.)

Vartanova E. L. Novye media kak faktor modernizatsii SMI [New media as a factor of modernization of the media]. *Information Society*, 2008, no. 5–6, p. 37–39. (in Russ.)

Vartanova E. L. Teoriya media kak perekrestok nauchnykh podkhodov i metodov [Media theory as a crossroads of scientific approaches and methods]. *Theoretical and practical issues of journalism*, 2018, vol. 7, no. 1, p. 165–176. (in Russ.)

Zagidullina M. V. Panmediatizatsiya kak osnova mental'no-yazykovykh transformatsij [Pan-mediatization as the basis of mental and language transformations]. In: Mental and linguistic transformations of the Russian linguocultural personality: the search for identity in a mediatized society. Chelyabinsk, 2018, p. 41–79. (in Russ.)

Zvereva V. Setevye razgovory: kul'turnye kommunikatsii v Runete [Network talks: cultural communication in Runet]. Bergen, 2012, 279 p. (in Russ.)