

**Речевая структура комического комментария в сетевом издании**

**Научный руководитель – Дускаева Лилия Рашидовна**

*Лебединская Екатерина Юрьевна*

*Студент (магистр)*

Санкт-Петербургский государственный университет, Институт "Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций Кафедра речевой коммуникации,

Санкт-Петербург, Россия

*E-mail: lebedinskaya.ekaterina.97@mail.ru*

В работе исследуется речевая реализация категории комического в новостном гипертексте на примере жанра комментария. Актуальность исследования обусловлена формированием в сетевых СМИ установки на комическую интерпретацию новостной информации, что вызывает потребность в изучении наблюдаемого языкового процесса. Цель работы состоит в определении роли комментария в новостных потоках и изучении лексико-стилистических средств репрезентации в нем комического смысла. Эмпирической базой исследования служат медиатексты в жанре комического комментария в сетевом издании «Новая газета», ставшие откликом на актуальные события: президентские выборы в Белоруссии и отравление Алексея Навального. Исследуемые события характеризуются высокой степенью конфликтности, что обусловило длинные и интенсивные информационные волны. Хронологические рамки исследования: 8 августа - 14 сентября 2020 года и 20 августа - 24 сентября 2020 года соответственно. В работе используется метод стилистического анализа. Результаты исследования интерпретированы в соответствии с концепциями развития новостного гипертекста, предложенными А.В. Болотновым [1], Л.Р. Дускаевой [3] и Т.И. Рязанцевой [6]. Стилистический анализ медиатекстов позволяет сделать следующие выводы:

Медиатексты в жанре комического комментария появляются на стадии спада оценочного периода информационной волны как следствие реализации фатической функции журналистики [4]. Фатические смыслы, пронизывающие исследуемые тексты, позволяют создать атмосферу лично ориентированного общения и сформировать круг единомышленников [5].

В исследуемых медиатекстах представлены смысловые позиции сторонников и оппонентов издания, стимулирующие оценочное комментирование [2]. Смысловая позиция может быть отражена в тексте с помощью цитирования или пересказа чужого высказывания, а также упоминания медиаперсоны при учете прагматической пресуппозиции читателя - его представлений о конвенционально-оценочных характеристиках третьего лица. Преимущественно авторская модальность выражается посредством комической тональности текста.

Выбор формы комического коррелирует с идеологической приверженностью третьего лица: по отношению к сторонникам - юмор, к оппонентам - ирония или сарказм. Часто журналист притворяется приверженцем позиции оппонента: последовательно приводит аргументы в поддержку данной точки зрения, которые в действительности опровергают её. Подобное речевое поведение можно объяснить с помощью Pretense theory of irony Г. Кларка и Р. Геррига [8].

Комические смыслы в исследуемых комментариях организуются в определенного рода паттерны, представленные в работе в виде моделей. Маркеры комического модуса рассредоточены по тексту. Лексико-стилистические средства позволяют не только имплицитно оценивать отношение к предмету речи, но и маркировать (и впоследствии идентифицировать) места-разломы (семантические сдвиги) в тексте, возникающие в результате

столкновения семантических сценариев и порождающие комический смысл. Данный вывод основывается на теории оппозиции семантических сценариев С. Аттардо и В. Раскина [7,9].

В текстах встречаются следующие модели комического переосмысления события: комическая номинация оппонента / его позиции, комическое представление смысловой позиции оппонента, доведение смысловой позиции оппонента до абсурда, сатирический портрет оппонента (высмеивание особенностей внешнего вида, поведения и речи), приписывание нереализованных речевых конструкций (потенциальных реплик, мыслей и чувств). Однако нередко данные модели обретают форму деструктивной оценочности. В текстах также используются приемы стилистического контраста, языковой игры и антифразиса, позволяющие обнаружить существующее противоречие.

В медиатекстах активно реализуются паратекстуальные и метатекстовые возможности гипертекстового пространства. Наложение вербального и иконического компонентов способствует порождению и репрезентации комических смыслов, а также формированию семиотически и стилистически многослойного (гетерогенного) текстового пространства.

Широкое использование прецедентных феноменов отвечает следующим категориям гипертекстового пространства: сближению разноудаленных денотатов (несоразмерность денотатов усиливает комический эффект) и минимизации читательской пресуппозиции (возможность восстановить смысловую лауну через обращение к системе гиперссылок) [6].

Таким образом, проведенное исследование позволяет осмыслить место комментария в потоке новостного гипертекста и определить лексико-стилистические особенности репрезентации в нем категории комического.

#### Источники и литература

- 1) Болотнов А.В. Информационные волны и их типы в современном медиадискурсе // Вестник Томского государственного педагогического университета. 2015. Вып. 7. С. 146-150.
- 2) Дускаева Л. Р. Диалогическая природа газетных речевых жанров. СПб.: С.-Петербург. ун-т, 2012. 274 с.
- 3) Дускаева Л.Р. Речевая структура новостных текстов сетевых изданий // Вестник Пермского университета. Российская зарубежная филология. Вып.1. 2014. С. 179-183.
- 4) Дускаева Л.Р. Гипермедиатекст новости // Медиалингвистика в терминах и понятиях: словарь-справочник / Под ред. Л.Р. Дускаевой. – М.: Флинта, 2018. С. 363-368.
- 5) Корнилова Н.А. Фатическая речь в массмедиа: композиционно-стилистические формы: автореф. дис. ... канд. филол. наук. – СПб, 2004.
- 6) Рязанцева Т.И. О категориях гипертекста // Медиалингвистика. Том 6. №3. 2019. С. 327-340.
- 7) Attardo S. The general theory of verbal humour // The Routledge Handbook of Language and Humor. 2017. 126-143 p.
- 8) Clark, H.H., Gerrig, R. On the pretense theory of irony // Journal of Experimental Psychology. 1984. 121-126 p.
- 9) Raskin V. Script-based semantic and ontological semantic theories of humour // The Routledge Handbook of Language and Humor. 2017. 109-125 p.