

ВЛИЯНИЕ КАНАЛА ПЕРЕДАЧИ ИНФОРМАЦИИ НА ЯЗЫКОВЫЕ ОСОБЕННОСТИ МЕДИАДИСКУРСА: СОПОСТАВЛЕНИЕ TELEGRAM-КАНАЛОВ И САЙТОВ СМИ

© *В.А. Куликова*

НИУ ВШЭ – Нижний Новгород

Исследование направлено на анализ языковых особенностей медиатекстов, распространяемых в интернет-пространстве по разным каналам передачи информации. Цель – проследить, как конвергенция влияет на медийный текст, сопоставив стилистические, жанровые, композиционные особенности текстов в Telegram-канале и веб-версии СМИ. Результатом исследования является описание специфики медиатекстов в Telegram-каналах российских СМИ: трансформации жанровых форм, типичных композиционных приемов построения текстов, способов компрессии текста и средств воздействия. Выявленные характеристики обусловлены техническими особенностями канала передачи информации, а также коммуникативными функциями, характерными для данного дискурса.

Ключевые слова: конвергентные медиа, жанры медиатекстов, композиция медиатекстов, компрессия текста, средства речевого воздействия.

Для современных медиа характерна конвергентность, то есть совмещение различных способов распространения информации: в печатном виде, по телевидению, на онлайн-платформах [Журналистика и конвергенция 2010]. Конвергенция существенно влияет на характеристики медиатекста: «Интернет в силу своих феноменологических и технологических особенностей усложняет медиадискурс в целом и медиатекст в частности, лишая его статичности, ограниченности, оформленности, законченности и иногда ставя под вопрос уникальность авторства» [Клушина, Смирнова, Касперова, Иванова, Барышева 2018]. В последние годы конвергенция характеризуется также тем, что медиа в онлайн-пространстве осваивают различные платформы и помимо основной электронной версии на сайте публикуют тексты в социальных медиа, в частности, в Telegram. Для исследования были отобраны три таких издания, занимающих лидирующие позиции в рейтинге цитируемости российских СМИ [Медиалогия, [http](http://)]: «Известия», «Коммерсантъ», «Комсомольская правда». Материал был собран методом рейдового контент-анализа за апрель 2023 г. из Telegram-каналов данных изданий. Тексты Telegram-канала были сопоставлены с материалами сайта, опубликованными в тот же временной промежуток. Для верификации данных на более продолжительном временном промежутке был использован инструмент поиска по ключевым словам. Общий объем собранного корпуса текстов составил 50 665 слов.

В ходе исследования тексты были классифицированы в первую очередь на основании того, является ли материал оригинальным для Telegram-канала

или имеет соответствие на сайте. В результате были выявлены различия в медийных стратегиях трех исследованных изданий, в «Известиях» 83% текстов в Telegram-канале имеют оригинальный характер, в то время как в Telegram-канале издания «Коммерсантъ» выявлена противоположная тенденция: 82% текстов имеет отсылку к оригинальной публикации на сайте. В «Комсомольской правде» треть текстов имеет эквивалент на сайте. Вероятно, это мотивировано различной функцией Telegram-канала для изданий: он может представлять собой самодостаточный новый канал передачи информации, либо служить увеличению охвата аудитории для оригинальных текстов на сайте.

Несмотря на то, что в некоторых случаях текст Telegram-канала имеет отсылку к оригинальному тексту на сайте, такие тексты не являются идентичными. Текст, изначально опубликованный на сайте, для размещения в Telegram-канале изменяется с учетом нового канала передачи информации. В изданиях «Коммерсантъ» и «Известия» изменения связаны с жанровыми и композиционными особенностями текста, а языковые изменения обусловлены его компрессией: публикация в Telegram-канале, как правило, представляет собой сокращенную версию публикации на сайте и предполагает копирование некоторых предложений из первого абзаца статьи. В издании «Комсомольская правда» текст для Telegram-канала не только сокращается, но и перерабатывается с точки зрения подаваемой информации и языковых средств.

В ходе сопоставительного анализа текстов сайта и Telegram-канала были выявлены следующие особенности текстов в Telegram-каналах изданий «Известия», «Коммерсантъ», «Комсомольская правда».

Во всех трех изданиях тексты в Telegram-каналах значительно короче. Самая большая разница наблюдается в «Известиях», где средняя длина текста на сайте составляет 1310 слов, а в Telegram-канале – 117 слов.

Были выявлены композиционные различия текстов на сайте и в Telegram-канале.

Во-первых, композиционные различия нередко мотивированы компрессией текста. Тексты в Telegram-канале имеют типовую композицию: первый абзац состоит из одного или двух двусоставных синтаксически полных предложений, кратко передающих суть события, которому посвящен текст (таким образом, первый абзац является эквивалентом заголовка и лида традиционного медийного текста); второй или второй и третий абзацы раскрывают содержание новости, при этом, как правило, включают в себя числовые данные либо цитату для повышения информативности и авторитетности текста. Например: *Стоимость привлечения клиентов МФО растет* (абзац 1). *На фоне кризиса в экономике, ужесточения регулирования и ухода из РФ части крупных рекламных площадок микрофинансовые организации (МФО) столкнулись с ростом стоимости привлечения клиентов – в зависимости от компании рост на каждого нового клиента*

составил 10–30%. И в 2023 году цена клиента продолжит расти для отрасли на фоне снижения спроса со стороны граждан одновременно с сужением воронки одобрения (абзац 2) (Коммерсантъ, 10.04.2023, текст в Telegram). Такая композиция соответствует принципу перевернутого треугольника (перевернутой пирамиды), заключающегося в том, что информация должна размещаться в порядке убывания ее важности [Добросклонская 2020]. Ученые отмечают, что такой принцип построения текста характерен для рекламы [Добросклонская 2020], новостей [Лашук 2014] и текстов таблоидных СМИ различных жанров [Федорова 2016]. Если текст Telegram-канала отсылает к сайту, то текст на сайте имеет более сложную композицию, содержит не только сообщение о событии, но и его интерпретацию, комментарии нескольких экспертов или участников событий, а также аналитические данные. Таким образом, пост в Telegram-канале выполняет информативную функцию, кратко сообщая суть события, и рекламную функцию, побуждая обратиться за более обширной информацией на сайт. Типовая композиция текста также мотивирована скоростью публикации в социальных медиа.

Еще одна особенность композиции текстов в Telegram-канале, обусловленная стремлением к краткости, – представление информации в виде списков, где в форме тезисов передается краткая информация по теме. Этот композиционный прием встречается в текстах разных жанров: обзор, заметка, дайджест.

Во-вторых, композиционные различия между текстами сайта и Telegram-канала обусловлены наличием в Telegram элементов композиции, обеспечивающих гипертекстуальность: хэштегов, создающих гипертекст внутри канала, гиперссылок на сайт. Гипертекстуальность внутри Telegram-каналов своеобразно проявляется в том, что тексты могут отсылать к другим ранее опубликованным на этом же канале текстам, дополняя информацию. Таким образом, реализуется характерная для интернет-пространства нелинейность подачи и восприятия информации [Клушина, Смирнова, Касперова, Иванова, Барышева 2018].

С композицией текста связаны и жанровые особенности. Во-первых, в Telegram-канале не представлены жанры аналитической статьи, интервью, которые представлены на сайте. Тексты в Telegram-канале стремятся к краткости и информативности, поэтому данные жанры заменяются разновидностями жанра заметки, который исследователи характеризуют как короткое информационное сообщение, отмечая его типичность для интернет-медиа [Гуськова, Балабанова 2016]. Среди поджанров заметки исследователи выделяют «молнии» – срочные новости «одной строкой» [Гуськова, Балабанова 2016]. Тексты поджанра «молнии» в исследованном материале составляют 32% выборки.

Во-вторых, в Telegram-каналах некоторые жанры трансформируются. Так, активно используемые жанры фото- и видеорепортажа

трансформируются в сторону краткости за счет сокращения вербальной составляющей. Например, видеорепортажи, как правило, представляют собой видео до 2 минут с места событий, снятые журналистами или очевидцами происшествий, сопровождаемые одним или двумя предложениями текстового комментария. При этом видеоряд нередко формируется за счёт использования непрофессиональной съемки, приобретая черты видео-блога, что сокращает дистанцию между СМИ и аудиторией.

В-третьих, в Telegram-каналах реализуются жанры, не представленные на сайтах СМИ. Так, актуальным для Telegram-каналов является жанр дайджеста [Вахрамеева, Курбангалеева 2008], представляющий собой список, где каждый пункт – простое двусоставное предложение, передающее некую новость и содержащее гиперссылку на материал с сайта, причем внутри списка новости тематически не связаны. В газете «Коммерсантъ» такие дайджесты публикуются регулярно дважды в день под специальными хэштэгами *#главноеутру* и *#главноевечеру*. Таким образом повышается информативность канала в целом: в Telegram публикуется меньше материалов, чем на сайте, из-за технических особенностей платформы (тексты находятся в единой ленте), соответственно, дайджесты позволяют отметить в канале больше новостей без существенного удлинения ленты. Кроме того, в Telegram публикуются отдельные тексты, состоящие из цитаты какого-либо публичного деятеля, как правило, политика. В иных формах онлайн-медиа используется жанр «комментарий специалиста» [Гуськова, Балабанова 2016], являющийся поджанром заметки и состоящий из новости, сопровождающейся кратким комментарием от первого лица. В Telegram же цитаты публикуются отдельно и без связи с какими-либо новостями, поскольку в таких случаях высказывание само по себе представляет новость.

В целом, ядром новых жанров являются традиционные жанры [Ерицян 2021], адаптированные для новых каналов передачи информации. К чертам интернет-медиа, мотивирующим жанровые трансформации, исследователи относят мультимедийность, интерактивность и диалогичность, виртуальность; мозаичность / клиповость, синкретичность жанровых форм [Ким, Пак 2020].

Кроме того, были выявлены стилистические особенности текстов в Telegram-каналах, заключающиеся в специфическом подборе и использовании речевых средств и единиц иных знаковых систем.

Так, в Telegram-каналах расширяется набор средств поликодовости, являющейся характерной чертой онлайн-медиа: в публикациях активно используются эмоджи (присутствуют в 52% текстов выборки). Ученые отмечают, что поликодовый компонент может передавать как денотативную, так и коннотативную информацию [Ворошилова 2007]. В Telegram-каналах в 98% случаев использования эмоджи они передают денотативную

информацию, дублируя какой-либо элемент вербально передаваемого смысла.

Несмотря на то, что для онлайн-медиа характерна установка на развлекательность [Карпенко, Лобановская 2019], что в том числе проявляется в использовании средств языковой игры на сайтах СМИ, для исследованных Telegram-каналов языковая игра не характерна. В текстах Telegram выявлено 3 случая языковой игры, в то время как на сайтах соответствующих СМИ языковая игра используется в 36% выборки. Вероятно, это связано в том числе с техническими особенностями платформ: на сайте в общей ленте представлены только заголовки и лиды, поэтому заголовок должен выполнять рекламную функцию, побуждая открыть полный текст, в то время как в Telegram-канале тексты в ленте представлены целиком.

Также в стилистике текстов Telegram выделяется группа особенностей, обусловленных стремлением к компрессии текста.

Можно предположить, что в Telegram-каналах информативная и эмотивная функция доминируют над воздействующей, поскольку в целях компрессии текста исключаются средства воздействия:

– отсылки к прецедентным феноменам: *Важность улыбки подтверждают различные исследования. Ученые уверяют, что улыбка помогает стать успешнее и даже укрепляет иммунитет. Недаром еще тот самый Мюнхгаузен завещал: «Улыбайтесь, господа! Улыбайтесь!»* (Комсомольская правда, 09.04.2023, текст на сайте) – *Важность улыбки подтверждают различные исследования. Ученые уверяют, что улыбка помогает стать успешнее и даже укрепляет иммунитет* (Комсомольская правда, 09.04.2023, текст в Telegram);

– перифразы: *Красивые морские птицы чайки могут стать источником серьезных проблем. Местные «голуби» буквально захватили Магадан, прочно поселившись в городе* (Комсомольская правда, 09.04.2023, текст на сайте) – *Морские чайки буквально захватили Магадан, прочно поселившись в городе* (Комсомольская правда, 09.04.2023, текст в Telegram).

Компрессия также нередко реализуется за счет сокращения атрибутивных и обстоятельственных членов предложения:

– оценочного характера: *Спустя три года в Японии отменили набивший оскомину масочный режим* (Комсомольская правда, 09.04.2023, текст на сайте) – *Спустя три года в Японии отменили масочный режим* (Комсомольская правда, 09.04.2023, текст в Telegram);

– описательного характера, передающие характеристики объектов, которые восстанавливаются из контекста, либо являются наименее важными в данном тексте: *В то же время опрошенные «Известиями» эксперты уверены, что в основном статистика увеличивается за счет мелких правонарушений, например фиктивной постановки иностранцев на регистрационный учет* (Известия, 10.04.2023, текст на сайте) – *В то же*

время опрошенные эксперты уверены, что в основном статистика увеличивается за счет мелких правонарушений, например фиктивной постановки иностранцев на регистрационный учет (Известия, 10.04.2023, текст в Telegram).

Для компрессии текста используются конструкции с отглагольными существительными: *Минобороны **сообщило**, что сегодня в результате переговоров возвращены 106 российских военнослужащих, которым в плену грозила смертельная опасность* (Коммерсантъ, 10.04.2023, текст на сайте) – *Минобороны РФ **сообщило о возвращении** 106 российских военнослужащих в результате обмена с Украиной* (Коммерсантъ, 10.04.2023, текст в Telegram).

Распространены сложные предложения различной структуры, которые являются результатом компрессии двух предложений текста с сайта: *Эксперты «Авито Работы» подвели итоги первого квартала 2023 года на платформе в сфере рынка труда. Как говорится в пресс-релизе (есть у «Ъ») по итогам исследования, средняя зарплата в России по итогам января–марта составила 53 096 руб. в месяц* (Коммерсантъ, 10.04.2023, текст на сайте) – *Средняя зарплата в РФ по итогам первого квартала 2023 года составила 53 тыс. руб., подсчитали эксперты «Авито Работа»* (Коммерсантъ, 10.04.2023, текст в Telegram).

Выявлено использование определено-личных предложений со сказуемым в формах 1 лица множественного числа: *Рассказываем, кто еще попал в топ-10* (Коммерсантъ, 10.04.2023, текст в Telegram). Подобные конструкции способствуют компрессии текста, когда заменяют двусоставное предложение, а также выстраивают тональность общения с аудиторией, создавая более личностную подачу материала.

Кроме того, в издании «Комсомольская правда» выявлены языковые особенности текстов Telegram-канала, обусловленные стремлением к менее официальной тональности коммуникации.

Так, в целях создания экспрессивности и установления контакта с аудиторией используются разговорные и просторечные элементы: *Дайверы нашли храм в дельте Нила. Сокровища при нем. Ну и не обошлось без **брехни**. Храм реально вот он. Нил нес свой ил, море опускалось, античный храм оказался под водой. Дело обычное. Конечно, при храме были и сокровища. Показывают вот эту монету и серьгу. Про серьгу ничего сказать не можем, не носим такое. А вот про монету **набрехали**, что она античная, царя Птолемея **и все такое*** (Комсомольская правда, 09.04.2023, текст в Telegram). Следует отметить, что разговорные и просторечные элементы встречаются и в веб-версии «Комсомольской правды», однако они, как правило, либо используются в заголовках как средство языковой игры, либо встречаются в цитируемой прямой речи. Например, использованное в тексте Telegram-канала просторечие *брехня* [Малый академический словарь русского языка 1999] на сайте за все время встречается 3 раза только в прямой речи интервьюируемых.

Эмоциональность текста Telegram-канала повышается за счет использования междометий *ого*, *вау*, *ах*, которые в текстах на сайте встречаются только в цитируемой прямой речи: *Одну из ведущих ролей получил Джуд Лоу (ого!)* (Комсомольская правда, 08.04.2023, текст в Telegram).

В целях установления контакта с аудиторией используются глаголы в форме 2 лица множественного числа повелительного наклонения, выражающие просьбы, обращенные к читателям: *Водители предполагают, что местные аграрии перепахали поля из-за чего вся пыль и поднялась в воздух. В общем будьте осторожны и не лихачьте* (Комсомольская правда, 09.04.2023, текст в Telegram, орфография источника сохранена).

В целом, для текстов Telegram-каналов характерны общие черты публицистического стиля, в частности, сочетание экспрессии и стандарта, и типичные для данного стиля языковые средства: использование политических и экономических терминов, газетных штампов, экспрессивной лексики, вводных слов и конструкций, маркирующих ссылку на источник информации и др. Данные языковые черты подтверждают принадлежность Telegram-каналов к медиадискурсу. Сходства набора языковых средств для текстов Telegram-канала и сайта одного издания мотивированы общностью целевой аудитории, общей редакционной политикой.

Выявленные в ходе анализа особенности композиционного, жанрового, стилистического характера обусловлены техническими особенностями канала передачи информации, доминированием информативной функции текста, а также стремлением к компрессии текста.

Список литературы

1. Вахрамеева З.В., Курбангалеева И.В. Дайджест как продукт информационной деятельности // Библиосфера. 2008. № 2. С. 49–53.
2. Ворошилова М.Б. Креолизованный текст: аспекты изучения // Политическая лингвистика. 2007. № 1(21). С. 75–80.
3. Гуськова С.В., Балабанова Ю.Р. Трансформация жанров в работе региональных информационных интернет-агентств (на примере СМИ Центрального федерального округа) // Вестник ЧелГУ. 2016. № 1 (383). С. 50–56.
4. Добросклонская Т.Г. Медиалингвистика: теория, методы, направления. [б. м.]: [б. и.], 2020. 180 с.
5. Ерицян А.Е. Новые жанры журналистики: структурные и стилистические особенности // Архивариус. 2021. № 8 (62). С. 32–34.
6. Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные / под ред. А.Г. Качкаевой. М., 2010. 200 с.
7. Карпенко И.И., Лобановская Е.Ю. Геймификация в современной Российской интернет-журналистике // Вопросы журналистики, педагогики, языкознания. 2019. Т. 3. № 2. С. 263–269.
8. Ким М.Н., Пак Е.М. Жанры электронных СМИ. СПб.: Питер, 2020. Ч. 2. С. 336–443.
9. Клушина Н.И., Смирнова Н.В., Касперова Л.Т., Иванова М.В., Барышева С.Ф. Сетевые жанры: новость и комментарий в пространстве Интернета // Верхневолжский филологический вестник. 2018. № 3. С. 50–54.

10. Лашук О.Р. Композиционные особенности рерайтерских сообщений (на примере материалов агентств lenta. Ru и newsru. Com в 2000–2012 гг.) // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2014. № 1. С. 69–81.

11. Малый академический словарь русского языка. М., Русский язык, 1999. Т. 1–4 [Электронный ресурс]. – URL: <http://feb-web.ru/feb/mas/mas-abc/default.asp> (дата обращения: 03.04.2023).

12. Медиалогия [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.mlg.ru/> (дата обращения: 03.04.2023).

13. Федорова О.Е. Семантическая структура и схема реализации заголовка таблоидного онлайн-издания // Наука и современность. 2016. № 44. С. 132–136.

INFLUENCE OF INFORMATION TRANSMISSION CHANNEL ON LANGUAGE FEATURES OF MEDIA DISCOURSE: COMPARISON OF TELEGRAM AND MEDIA WEBSITES

© *V.A. Kulikova*

HSE Nizhny Novgorod

The study is aimed at analyzing the linguistic features of media texts distributed in the Internet through various channels of information transmission. The goal is to trace how convergence affects media texts; it is made by comparison of stylistic, genre, and compositional features of the texts in the Telegram and the web version of the media. The result of the study is a description of the specifics of media texts in the Telegram channels of Russian media: the transformation of genre forms, typical compositional techniques for constructing texts, methods of text compression and means of influence. The revealed characteristics are determined by the technical features of the information transmission channel, as well as by the communicative functions characteristic of this discourse.

Keywords: convergent media, genres of media texts, composition of media texts, text compression, means of speech impact.