

УДК 81'27

Т. И. Стексова

Институт филологии, массовой информации и психологии
Новосибирского государственного педагогического университета
ул. Вилюйская, 28, корп. 3, Новосибирск, 630126, Россия

E-mail: steksova@inbox.ru

ОБЪЕКТЫ КОММЕНТАРИЕВ В ИНТЕРАКТИВНОЙ ГАЗЕТНОЙ СТАТЬЕ

Статья посвящена интернет-коммуникации, в ней анализируются комментарии читателей электронных СМИ и выявляются объекты-стимулы этих комментариев.

Ключевые слова: интернет-коммуникация, комментарии, объекты, средства массовой информации.

С развитием Интернета, с повышением компьютерной грамотности общества фокус внимания журналистов, лингвистов, социологов, политологов, психологов начинает сдвигаться в сторону интернет-коммуникации, так как, по верному замечанию О. В. Балясниковой, Интернет как открытое информационное пространство предоставляет возможности непосредственного участия читателей в диалоге, который строится вокруг события, вызывающего противоположные или неоднозначные реакции [2013. С. 169].

Многие информационные сайты намеренно программируют возможность для читателей выразить свое мнение о прочитанном материале, вводя форму «комментарии». Это одна из форм проявления общественного мнения наряду с блогами, интернет-чатами и т. п. В последние годы лингвисты все чаще обращаются к исследованию тех или иных форм проявления общественного мнения. Так, Г. К. Гималетдинова исследует интерактивную газетную статью, которая представляет собой продукт совместной деятельности журналиста и читателей в виде онлайн-комментариев читателей к электронной газетной статье. По ее мнению, электронные статьи и читательские комментарии к ним в совокупности представляют

собой целостное явление, имеющее общую цель: интерактивный обмен мнениями ради поиска решения насущных проблем общественно-политической жизни. Следовательно, интерактивная газетная статья представляет собой новый жанр публицистики. Именно с этой точки зрения она анализирует ее структурную и содержательную стороны [Гималетдинова, 2012]. По наблюдениям исследователя, статья журналиста и читательские комментарии «используют различные средства и приемы, создающие своеобразную среду для интерактивного обмена мнениями, например, приемы синтаксические (риторические вопросы), графико-пунктуационные (использование многоточия, тире, курсива, полужирного шрифта, типичных для электронной коммуникации смайликов и т. д.), лексические и стилистические (различные значения многозначного слова, эпитеты, ирония, сарказм, аллюзия), прагматические (средства диалогической связи, побуждающие к полемике) и др.» [Там же. С. 146]. В целом соглашаясь с утверждениями о неразрывном единстве электронной статьи и комментариев к ней, считаем целесообразным обратиться к анализу того, что именно вызывает комментарий читателя, выяснить, что же более всего в статье задевает читателя, провоцирует

его на выражение своего мнения, другими словами, попытаемся выявить объекты комментариев.

Для анализа были собраны комментарии, размещенные на Российском коммуникационном портале Mail.ru. Причем тематика комментируемых материалов разнообразна: светские новости, городские события, события всероссийского масштаба, происшествия, криминал. Представляется, что языковой материал интернет-коммуникации очень важен, так как спонтанная речевая деятельность, как лакмусовая бумажка, проявляет истинные настроения, господствующие в обществе. К сожалению, «минусом» этого материала является то, что анонимность не позволяет учесть такие факторы, как возраст, образование, социальное положение авторов комментариев. Слово *комментарии* в данной статье используется во втором значении, как «рассуждения, пояснительные и критические замечания о чем-н.».

Отметим, что комментарии могут быть как солидарными, так и конфликтными, причем их характер может быть обусловлен и лингвистическими, и экстралингвистическими факторами. Попробуем представить типологию объектов, порождающих комментарии читателя.

Пропозитивное содержание текста-стимула. Большая часть комментариев, как и следовало ожидать, это реакции на сам факт, событие, лежащие в основе электронной статьи. Так, в статье «Экспертов привлекли к делу ЮКОСа» говорится о том, что «Ведомостям» стали известны причины отъезда из России Сергея Гуриева. Он давал отрицательное заключение на второй приговор Михаилу Ходорковскому. Теперь эксперт может быть обвинен в противодействии правосудию, а бывшему олигарху грозит третий срок. Комментаторы реагируют на событийное содержание статьи: *Ну, теперь у власти есть «более лучшие» эксперты, зарекомендовавшие себя в деле Pussy Riot; Жесть, конечно. Скоро начнут привлекать тех, кто покупал бензин на АЗС Юкоса* (здесь и далее примеры даны с сохранением авторской орфографии, пунктуации и грамматики. – Т. С.). Если данные комментарии демонстрируют ироничное отношение коммуникантов к содержанию статьи, то в других случаях комментарии солидаризируются с мнением, высказанным в интернет-публикации. Так, на статью

«В Сибирских регионах борются с рекламой наркотиков на стенах домов» последовали отклики: *Всё правильно! Если – бы в нашей СТРАНЕ, за наркату ставили К СТЕНКЕ, как в КИТАЕ. ТО этого БАРДАКА НЕ БЫЛО-БЫ! А у нас за сорванный пучёк редиски, с колхозного ПОЛЯ, накрутят по всей КАТУШКЕ! Ни чего не поделаешь. КАКАЯ ВЛАСТЬ, ТАКИЕ И ЗАКОНЫ!!!* Трактовка события, описываемого в статье «Вытекший из нового Renault бензин поджег иномарки на парковке», вызывает недоверие и резкую эмоциональную реакцию: *Звездец! КАК бензин мог сам воспламениться!? Такой дубак ночью, и бензин имеет свойство испарять быстро... поди сволочь какая поджигала опять, а нам втирают...*

Персонаж / герой текста-стимула. Нередко объектом комментария становится не само событие, а лицо, упомянутое в публикации. Читатели выражают свое личное отношение к данному лицу, чаще всего негативное, и тем самым выражают свое критичное отношение и ко всей статье: *Охх ты бедный, горемычный «мэр»!!! Стоит он несчастный как все, ай-я-яй! Да из-за этого барана как раз и пробки! Столько лет ездить и только щас додуматься изменить что-то! Понавключают своих кастрюл и несутся, а простые горожане стоят по два часа! О НАРОДЕ БЫ ПОДУМАЛ ФАНТАНОВЕД ДОЛБАН-Н-ЫЙ. чмошник этот Шепелев!!! Что ж у этих путинских министров рожки дегенеративные такие... где он эту шоблу подбирает, на зоне, что ли... Ну и, что этот Данияр хороший специалист? Только ему и проводить совещание.*

Пропозитивное содержание другого комментария. Интерактивность электронной коммуникации позволяет читателям реагировать не только на саму публикацию, но и на уже появившиеся комментарии к ней. И в таком случае комментарии перерастают в дискуссию с четким противопоставлением разных позиций, как, например, это произошло после публикации о животных, больных бешенством: *Собак бродячих надо почаще отстреливать. Не дай бог такая укусит, потом весь год лечится + последствия от лекарств.* Этот комментарий вызвал активную ответную реакцию: *такие как вы гораздо хуже бродячих собак... Тебя отстрелить надо. Дай хоть один достоверный случай того, что собака, больная бешенством, укусила кого-либо?*

Автор / журналист текста-стимула. Комментаторы реагируют не только на содержание статьи, с которым они не всегда согласны, но и выявляют логические нестыковки в тексте, считают, что журналисты обнаруживают непроверенную информацию: *на выборной тоже отключили, зачем писать неправду; Эй, Майлру, ты гонишь как всегда; к «Здесь отключено 2 369 объектов, на всех улицах кроме ул. Выборной.» – живу на выборной, воды нет! не пойму, зачем писать такие новости, которые вообще не отражают реальной обстановки?! или автор дурак или совсем не о чем писать стало или хотят выяснить мнение читателей о ценах!!! Глупая статья.и к ней такие же отзывы... Наши журналюги такого понапишут!!!! Как то не в тему, заголовок, как высказались то? Ничего не сказано.*

Субъективизм журналиста является неотъемлемой частью его профессии, именно им обусловлен отбор фактов и их интерпретация в тексте. Но некоторые комментаторы обвиняют журналистов в необъективности, ангажированности, тем самым в непрофессионализме: *Архитекторы высказались по поводу точечной застройки И? подготовке «кадров»? МУДрая статья, в стиле мыловарни! Невольно вспоминаешь дедушку Крылова: «Кукушка хвалит Петуха, за то, что хвалит тот кукушку!»*

Часто, по мнению комментаторов, информационный повод для статьи слишком мелок, ничтожен. *Ну и пусть проходит совещание, зачем это в новостях писать? Пряма такая важная новость? При обрушении грунта, надо не совещание МЧС проводить, а строителям лопатой работать... Специально замануху-заголовок выставили, чтобы привлечь внимание к статье, которая, в общем-то, ни о чем. Вот и доверяй после этого журналистам mail.ru! Опять журналюшки хотят липовую сенсацию!!!*

В других случаях мотивом, побудившим написать комментарий, становятся опечатки, неудачные обороты речи и другие собственно лингвистические причины. *«Движение груза не связано с гидравлическими испытаниями,...» – Движение ГРУНТА! Ув. журналисты! Вы читаете то, что пишете? «рассказали в ходе штаба по подготовке к отопительному сезону 7 августа.» А это как понимать? Что за долбанутая фраза – хлопок в цистерне, от хлопков люди не погибают, от хлопков они ну на край*

пукнуть могут. Журналюги дабы не шокировать терминами типа: «взрыв паров горючего», керосина или бензина пишут «хлопок»))))), теперь взрывы газа будут называть хлопками))))).

Автор другого комментария. Очень часто, выражая несогласие с каким-либо комментарием, читатели «переходят на личности» и уже оценивают не содержание комментария, а его автора: *За шаблонной фразой «Очень хорошая статья», начинается бред сумасшедшего, это каким же нужно быть остоолопом, что бы всё собрать в одну кучу и потом смачно размазать? Да, так может написать или вор или ещё до пенсии далековато. Слышь ты, Али, не совался бы ты и не мешался, когда люди разговаривают. Тебе разве давали слово?*

Я смотрю здесь одни шумахеры и мастера вождения собрались, сами то давно научились ездить???? Читаешь комментарии – такие правильные здесь собираются. Забыли уже, как сами вчера с дач в левом ряду пилили. Какой ты шустрый! Смотри не долетайся! Скоростной режим надо соблюдать, и дистанцию нормальную держать! А то приклеются к задку машины и подгоняют! А на дороге всякое может случиться. В этой группе комментариев отчетливо проявляется оппозиция свой / чужой. Все, с чьим мнением не согласен комментатор, воспринимаются как чужие и оцениваются резко отрицательно. Поэтому здесь активно используется негативно окрашенная оценочная лексика, ты-номинация по отношению к незнакомым людям. В качестве наглядного примера приведем часть комментариев на статью «Голодают лисы в уникальном научном питомнике Академгородка», где наряду с реакциями на содержание статьи очень большая часть резких комментариев является реакцией на следующую запись: *то поколение которым сейчас по 40–60 лет и кто воспитан быдлантиной, чем больше и дороже – тем круче. На одну шубку уходит 40–50 зверьков. Отметим, что бурную реакцию вызвало не само суждение читателем, а употребление им оскорбительной лексемы «быдлантина»: Ну где нам 40 летним быдлантинам до вас 20 летних!? Сейчас молодежь – то свя такая воспитанная и девушки 20 летние все из института благородных девиц, не пьют, не курят, ни выражаются, ну прямо любо дорого смотреть! Молодой человек, а маме*

то Вашей сколько лет? Если ещё и нет срока, то обязательно будет. Её тоже ненавидеть будешь? Это кого это этот щенок быдлятиной называет, а? Ты, свинья противная, дотянись сперва до нашего уровня, чмо на Джастине Бибере настоящее! Ты никому не интересен, нравственный импотент! Да и пес с ним, с гоём! Сам информационный повод в подобных случаях остается без внимания.

В целом очень редко, но все-таки встречается негативная реакция на комментарии подобного типа: *Что народ такой злой? По-моему, вполне позитивная новость. В каком мире живем! Ну и Комменты!*

Ассоциативные связи. Нередко электронная статья становится лишь формальным поводом, породившим комментарии. Представляется, что их авторами являются люди, имеющие «идею фикс», готовые высказывать ее при любом удобном случае. Как таковой обратной связи в таких случаях нет, комментарий написан не по поводу статьи, а в ответ на ассоциацию, появившуюся при ее прочтении. Так, стимулом для ассоциации является упоминание имен известных чиновников, политических деятелей, звезд шоу-бизнеса и т. п. Например, статья «Виктор Толоконский вручил государственные награды жителям Новосибирской области» вызвала реакции не только на само событие. Упоминание имени В. Толоконского породило комментарии, выражающие отношение к персоналиям, а не к событию: *Толоконского в Губернаторы, васю в зашей; в тюрьму толоконского. и городецкого в придачу! Полномочный представитель президента – лишняя штатная (бюджетная) единица... придумана для отставных губернаторов-пенсионеров, чтоб жилось не хило...)).* Разумеется, в подобных случаях никакого логического обоснования не приводится. Это только выплеск эмоций, выражение субъективного отношения к определенным лицам, которое никак не зависит от излагаемых в электронной статье фактов. Более того, иногда в публикуемом материале вообще нет упоминания лиц-раздражителей, как в статье, посвященной сильнейшему ливню, который превратил улицы города в реки: *Ну да, в мегаполисе... на какие... Офигеть! Эта новость, по ходу, гимн российскому человеку, который умудряется выжить даже тогда, когда ему открыто вредит такой человеколюбче, как жид*

городецкий. чиновников по жскх расстрелять.

Итак, интернет-комментарии могут иметь разные объекты: содержание электронной статьи или другого комментария, журналист или другой читатель-комментатор, герои публикаций или персонажи, всплывшие в памяти по ассоциации. Но в любом случае все комментарии отражают то, как читатели воспринимают публикации журналистов, их отношение к происходящему в реальной действительности и к тому, как эта реальность освещается в средствах массовой информации. Это дает возможность социологам, политологам, психологам не только отслеживать «температуру» в обществе, но и как-то на нее реагировать. Ярким примером того является факт, что Д. Пескову пришлось объясняться из-за фото В. Путина со щучкой. Пресс-секретарь президента Дмитрий Песков был вынужден разубеждать читателей, которые в Интернете обвинили кремлевских журналистов в недостоверности информации. На портале mail.ru сообщается: *Отдельно Д. Песков ответил тем пользователям, которые объявили, что Кремль солгал о весе пойманной рыбы. Блогеры заявили, что пойманная президентом рыба не может весить 20 кг, только если она не была в бронежилете от ФСО. Теперь же пресс-секретарь рассказал: «Особенно меня поразил блогер Кох, написавший, что рыба не могла быть 20 кг. Я лично видел весы и присутствовал при взвешивании».*

Именно потому, что народ уже не безмолвствует, изучение интернет-комментариев представляется чрезвычайно важным.

Список литературы

Балясникова О. В. Психосемантика конфликта в интернет-текстах // Материалы X Междунар. конгр. междунар. о-ва по прикладной психолингвистике. М., 2013. С. 169.

Гималетдинова Г. К. Лингвистические основы интерактивной газетной статьи: к постановке вопроса // Политическая лингвистика. 2012. № 3. С. 143–148.

Список источников

Аргументы и факты Новосибирск // Аргументы и факты: федеральный сайт. URL: <http://www.nsk.aif.ru/>

Ведомости. URL: <http://www.vedomosti.ru/>
Газета.ru. URL: <http://www.gazeta.ru/>
САН: Сибирское агентство новостей Новосибирск. URL: <http://nsk.sibnovosti.ru/>

Сибкрай.ru: информационный портал.
URL: <http://sibkrai.ru/>

Материал поступил в редколлегию 04.09.2013

T. I. Steksova

THE OBJECTS OF COMMENTS IN THE INTERACTIVE NEWSPAPER ARTICLE

The article is devoted to online communication, it analyzes the comments of readers of electronic media and identifies objects incentives of the comments.

Keywords: online communication, comments, objects, media.