

# СЕТЕВОЙ ДИСКУРС

## NETWORK DISCOURSE

УДК: 81-114.4; 81'42

DOI: 10.31249/chel/2022.02.05

**Бушев А.Б.**

### **ЦЕЛИ СЕТЕВОГО ДИСКУРСА КАК ОСНОВАНИЕ ЕГО КЛАССИФИКАЦИИ<sup>1</sup>**

*Тверской государственный университет,  
Россия, Тверь, Bushev.AB@tversu.ru*

*Аннотация.* В данной статье рассматриваются виды сетевых дискурсов, подразделенных автором в зависимости от функции: академической, коммерческой, медийной, культурно-развлекательной, межличностного общения, автокоммуникации и психотерапевтической. Приводятся примеры дискурсов, обсуждается специфика коммуникации в каждом из видов сетевого дискурса. Анализируется специфика межличностного и языкового общения в блогах в тесной связи с явлением буллинга. Методологией исследования выступает дискурс-анализ текстов языковой личности.

*Ключевые слова:* сетевой дискурс; целевая классификация сетевого дискурса; блогеры; блоги; психологические особенности коммуникации блогеров; межличностная коммуникация; буллинг.

Поступила: 31.10.2021

Принята к печати: 24.01.2022

---

<sup>1</sup> © Бушев А.Б., 2022

**Bouchev A.B.**

**The purpose of the social net discourse  
as the foundation for its classification<sup>1</sup>**

*Tver State University, Russia, Tver;  
Bushev.AB@tversu.ru*

*Abstract.* The article discusses the classification of net discourses, based upon functional criteria, i.e. academic, commercial, media, recreational and cultural, interpersonal and auto-communicative (psychotherapeutic). The author gives vivid examples of the aforementioned discourses in each of the subtypes of net communication. The idea is to discuss the specificity of interpersonal communication and language communication with the emphasis on the phenomenon of bullying. The methodological approach is that of the analysis of language personality and the texts of the latter.

*Keywords:* net discourse; purpose of discourse; classification based on purpose; blogging; bloggers; psychological characteristics of bloggers and blogging; interpersonal communication; bullying.

Received: 31.10.2021

Accepted: 24.01.2022

## **Введение**

Роль сетевой коммуникации невозможно, да и не нужно оценивать однозначно. Ведь перед нами очень разные причины, вызывающие эту коммуникацию, и очень разный контент. Несомненно, однако, то, что мгновенность распространения сетевого дискурса, его лично-массовый характер («по секрету всему свету»), ускорение темпа жизни людей, совершенствование периферических устройств экранной культуры, необходимость самопрезентации, дефицит общения и атомизация, отчуждение людей вызывают обращение к этой форме коммуникации все большего числа людей, часть из которых поселяется в социальных интернет-сетях и испытывает определенные психологические проблемы и фрустрацию при лишении такой формы коммуникации (что проявилось, например, при отключении Фейсбука в октябре 2021 г.). Целевая классификация сетевого дискурса предстаёт предметом рассмотрения в настоящей статье.

---

<sup>1</sup> © Bouchev A.B., 2022

Этот новый вид коммуникации активно рефлексруется. Многочисленные исследования коммуникации в соцсетях стараются ответить на ключевые вопросы в отношении сетевого дискурса [Иванов, 2002; Как новые медиа ... , 2016; Кастельс, 2016; Социальные сети, 2021; Bühl, 2000; Kroker, 2001; Rheingold, 1993]. Роль сетей подчеркивается в журналистике, рекламе, массовой информации, политической мобилизации, развлечениях, образовании, эдьютейнменте, социальной коммуникации, управлении и т.д. [Крюкова, 2018; Ларионова, Карасик, 2019; Почепцов, 2005; Солопов, 2020; Социально-психологические проблемы, 2021; Frau-Meigs, 2021; Frechette, Williams, 2016].

Показателен лично-публичный характер коммуникации. В качестве целей читателей блогов называются получение информации, развлечение, отслеживание реакции публики на те или иные действия (перед нами огромная фокус-группа), чтение ради социализации и ощущение себя причастным к жизни селебритиз.

Надо сказать, что еще на заре возникновения сетевой коммуникации предпринимались попытки сделать целеполагание коммуникации основанием классификации. Так, в ходе опроса блогеров Живого журнала, проведенного в 2005 г., были выделены следующие функции блогов [Волохонский, 2006]: коммуникативная, самопрезентации, развлечения, удержания социальных связей, мемуаров.

### **Методология анализа сетевого дискурса**

Первое, что бросается в глаза в сетевом дискурсе, – своеобразие текста и своеобразие языка в сетевом дискурсе. О языке сетей есть немало работ [Асмус, 2005; Трипольская, Гончарова, 2014; Калашникова, 2011; Язык и речь, 2019; Язык и речь, 2020].

Как анализировать «человека говорящего» в Сети? Мы имеем методологию анализа человека говорящего – языковой личности, ее проявлений в политическом, деловом, медийном и художественном дискурсах. Это и библейская проблема понимания человека в разговоре.

Существует панорама отечественных и зарубежных методологических подходов к трактовке образа автора дискурса, языковой личности автора. Эти методы позволяют на основе анализа

реализации языком языковой способности человека, т.е. употребления языка («как говорит и что говорит»), получать выводное знание о личности как об индивидууме и авторе произведенных им текстов.

## **Виды сетевых дискурсов**

В данной статье предполагается кратко обсудить виды современных (2021 г.) сетевых дискурсов (подразделенных нами в зависимости от функции).

### ***1. Интернет и сети как образовательные инструменты***

Академический и учебный контент был представлен в Сети с момента ее появления, но особенно это стало популярным в эпоху пандемии. Перспективность виделась в привлечении трансграничного контента в академических целях [Бушев, 2009], возможности привлечь необычный контент, оцифровать редкий контент.

Медиасоциализация аудитории (средний человек проводит в сети более десяти часов в день) потребовала пересмотра контента учебных дисциплин. Наряду с традиционным источником знаний – книги, библиотека – существенное место в обучении занимают электронные библиотечные системы (ЭБС). В Сети возникли многочисленные интерактивные курсы, осваиваются платформы для обучения.

Сказываются и виртуализация общественной жизни, «киберпротезирование» реальности. Они дают возможности изучения объекта, дотоле не представленного в реальности исследователя. Учиться добывать знания студенту должно быть интересно. И этому не обязательно должна способствовать игровая манера подачи знаний и проведения занятий, заигрывание с обучаемыми, «геймификация образования». Трудности разработки адекватного дистанционного обучения вызывают определенные разочарования в виртуальном дистанционном обучении.

### ***2. Интернет как маркетинговый инструмент***

Это прежде всего использование блогосферы для коммерческого и некоммерческого пиара [Владимиркина, 2017; Санкаускас,

2016]. Прочтение блогов на сайтах традиционно печатных некогда СМИ заставляет нас понять фигуру автора-потребителя – просьюмера.

Мы говорим о маркетинговом характере массовой коммуникации в Сети. В сетях представлены такие виды массовой коммуникации, как политическая коммуникация, реклама (существует более 40 видов интернет-рекламы!), пиар, журналистика, интегрированные маркетинговые коммуникации (ИМК). В деятельности автора сетевых произведений – копирайтера – слово должно отзываться увеличением объемов продаж, успехом нового товара.

Специальности коммуникативного круга претерпевают цифровизацию. Это сказывается и на подготовке студентов. Это видно по студенческим дипломным работам. Так, одна из работ 2021 г., выполненных под нашим руководством, обсуждает все механизмы продвижения косметических салонов, но делает акцент на трендах *digital*, что особенно актуально сегодня.

Маркетинг в социальных сетях включает в себя множество методов работы. Самые популярные из них – это построение сообществ бренда (создание представительств компании в социальных медиа), работа с блогосферой, репутационный менеджмент, персональный брендинг и нестандартное SMM-продвижение. При этом *digital* интегрируются в комплексные программы управления репутацией компании и бренда. Активные интернет-пользователи сами создают брендконтент, влияют на восприятие бренда другими пользователями (*online-reputation*). Актуален мониторинг бренда в сети.

Пример вышеуказанной разработки не единичен. Другой выпускник бакалавриата демонстрирует знакомство с работой Яндекс Директ, ссылается на персональный кабинет своего автотранспортного предприятия на этой площадке, демонстрирует знание настроек и ключевых слов поисковой рекламы, геотаргетинга, метрики и т.д. Автор показывает современные методы создания лендинговой площадки и т.д. Создание контекстной рекламы обсуждается в связи с отстройкой от конкурентов. Обсуждается столь популярный сегодня маркетинг в социальных сетях для автопредприятия.

Показательно внимание к более сложному контенту, обозначаемому как нативная реклама. Создание нужного контента – знание бизнес-коммуникации.

Как правило, компании, занимающиеся SEO, ведут полноценные ресурсные блоги о продвижении (хороший пример – популярный блог компании Texterra).

### ***3. Интернет и сети как инструмент политической мобилизации***

Указания на наличие свободной циркуляции информации, возможность найти разнообразную информацию, возможность отследить фокус-группу, возможность мгновенной и широкой коммуникации есть основания использования сетевого дискурса в политических целях. В 2008 г. Фейсбук, а в 2012 г. Твиттер сыграли роль в победах на президентских выборах в США. Это достижение фрагментированной аудитории, это влияние информации в социальных сетях на новостную повестку дня. Поддержку страт демонстрируют многочисленные некоммерческие ресурсы Сети.

М. Кастельс [Кастельс, 2016] писал о создании сообщества как самоорганизующейся локальной сети реально взаимодействующих в интернете людей, использующих для этого то или иное, но общее для всей группы средство общения. Показательна ценность горизонтальной и свободной коммуникации, глобальной свободы слова. Ясным становится то, что сегодня властные отношения имеют медиатора в виде сетей.

### ***4. Интернет и сети как источники медийного контента***

Эта функция близка к образовательной, но имеет несколько более широкую аудиторию: медийный контент, потребление медиа являются частью повседневности большего числа людей. Медиа – источник знаний о мире, индоктринации представлений элит и т.д.

При знакомстве с медийными источниками видны особенности дискурса этой новой медикультуры: гипертекстовость, трансграничность, мультимедийность, интерактивность и т.д. [Зубкова, 2021].

В условиях сетевизации политической культуры показательно замещение реальной жизни виртуальной, что приводит к не-

серьезному отношению к фактам, логике. Осадок – это и есть конечная цель фейка, который формирует параллельный мир постправды.

Исчезла также и одна из самых важных функций прессы – отфильтровывать непроверенную информацию, ложные или искаженные факты и возмутительные претензии, предназначенные не только для того, чтобы злить публику, но и подстрекать целые группы людей, радикализировать их.

Показателен, например, исследуемый нами сетевой дискурс альтрайтистов (от *Alternative right*, *alt-right* – ультраправое националистическое движение). Идеологический посыл подается зачастую в максимально простой, сжатой и понятной постмодернистской аудитории форме интернет-мемов, где эксплуатируется как правило образный ряд современных же произведений массовой культуры, уже устоявшиеся образы, связанные с теми или иными меметическими рядами, так или иначе понятными аудитории. Так, важнейшую роль в дискурсе альтрайтистов играет лягушонок Пепе – символ новых правых и всего их дискурса, а также тройные скобки используемые правыми для указания на чуждость кого-то или чего-то.

Обратная сторона рассмотренного – навыки современного построения текста в медиа – творческое письмо, понимание современного творческого письма в блоге, а затем и виртуальная реакция. И это не только оперативность (24/7), не только умение быть мультимедийным. Это иные стандарты текстов, иные стандарты общения, иной тематический репертуар, это журналистика общения, поставившая интересы читателя в центр своих устремлений.

## **5. Интернет и сети как медиумы культуры**

Инновацией в нашей деятельности является желание связать новые медиа и культуру. На наших глазах происходит медиатизация культуры. Об этом размышляют сами творцы художественного. Не случайно в Сети наличие большого количества лекций, кураторских экскурсий.

Наличествуют блоги, посвященные анализу повседневности – что тоже входит в культуру в широком смысле слова.

Мы видим, что некоторые проекты предусматривают, наряду с культуртрегерскими, и коммерческие, маркетинговые цели (продажи, организацию целевой аудитории).

## **6. Интернет и сети: медиатизация хобби**

По тематической направленности блоги многочисленны, как и хобби. Обычно персональные блоги носят личный характер. Блогосфера обладает множеством средств влияния на процессы массовой коммуникации. Это представление новых дискурсов, виртуализация некоторых дискуссий, краудсорсинг целевых аудиторий, интерактивность, широкое распространение любительского контента и т.п. Сети, сетевое взаимодействие расширяют возможности конкретного человека по достижению и коммуникативному приобщению к разнообразным дискурсам.

## **7. Интернет и сети как инструмент межличностной коммуникации**

Самым интересным является то, что вся коммуникация в блогах служит для изменения читательской онтологии. Это одна из важных функций сетевого дискурса: интернет и внутренний мир человека, его общение. Лично-публичная интерактивная коммуникация оказывает влияние на психологический статус личности.

При этом наблюдаемое нами многоголосие комментариев напоминает толпу на античном форуме. Уже при первых исследованиях общения в сети высказывались наблюдения над характером коммуникации в ней (ироничность, агрессивность, аддикция, безграничные игровые возможности при анонимности масок и т.д.). Для новой коммуникации характерно такое явление, описанное социологами еще в конце прошлого века, как социальный солипсизм [Язык и речь, 2019; Язык и речь, 2020].

Приведем примеры вербального поведения из популярных блогов на платформе Яндекс Дзен и в Тиньков-журнале.

Показательно изучение психологических особенностей коммуникации, исходя из представленных текстов – неграмотность и нарочитая неграмотность (*Ох ты божешь ты мой; алкашь; рожжа ходить ходуном; А хто енто?*)), разговорность (*неофициальное трудоустройство это какая-то печалька; в метро я падаю в соц-*



*сеточки), сниженность дискурса (захейтил; Ёшкин кот, только у меня бомбит на тему ремонтов и покупок мебели в съемные хаты?), ироничность (Очень интересный мужчина. Аж, захотелось с ним познакомиться), агрессивность (и второй вопрос – а вы случайно не аспер? Просто очень уж похоже), публичность частного, оценочность дискурса (это полная жесьть; брехло; сыч 80 уровня; слава роботам!)*

Показательна презумпция возможности судить всех и вся. (О Лосеве): *А уже много лет спустя тайный монах печатается в журнале «Коммунист». Как это, все-таки, согласовать?*

Показательна оценка «информации» читателями: *Ничего нового, все давно известно. Информация интересная. Никакие факты про него уже не интересны.*

Показательно «угадывание намерений» авторов: *Статья явно заказная и хочет из серого волка сделать мягкого и пушистого зайца. Статья фейковая.*

Постоянны фамильярность, панибратство, амикошонство стиля общения. (В комментариях о Евтушенко): *А ведь Бродя ему завидовал за мегапопулярность.*

Гиперкритичность, агрессивность, оскорбления, оскорбительная ирония особенно показательны, если речь идет о фигурах политики и власти.

Такие агрессивные оценки – проявление кибербуллинга. Оскорбление – одна из наиболее распространенных форм агрессии, как правило, выражается в грубом обращении, оскорбительных комментариях и необоснованных замечаний [Вербальный буллинг, 2018; Ильин, 2014; Кожухарь, 2014; Сидорова, 2009].

Как и когда-то телефон, Интернет приватизирован болтушками: темы банальны. Не последнюю роль играет психологический феномен, называемый нами «на одной ноге со знаменитостью».

Приведем примеры – подписчики «приобщаются к знаменитости». Обсуждают свои психологические проблемы и межличностные проблемы, укоряют совершенно незнакомых людей (*Зачем вы так? Какая вы алчная*). Показательно, что о героине пишут и во втором, и в третьем лице. Сама Т.А. Тарасова выкладывает свои фото в Инстаграм. Монетизируется и рекламирует себя автор блога «Говорит звезда». Не забывает о саморекламе и Первый канал. Элементы буллинга выделены нами жирным курсивом.

StarSays (22 021 подписчик – Подписаться)

**Здоровье тренера Татьяны Тарасовой** (26 января – 39 тыс. прочитали)

<...> 73-летняя звезда в начале декабря призналась в том, что здоровье не позволяет ей появиться на соревнованиях... <...> Она передвигается на инвалидной коляске, но немного ходит по дому. К сожалению, из-за сильных болей в спине и ноге звезда фигурного катания не может долго ходить.

Несмотря на своё состояние, Татьяна Анатольевна не забывает своих поклонников <...>. Так, недавно она поздравила подписчиков с Новым годом. В своём аккаунте в социальной сети Instagram она пожелала подписчикам здоровья и успехов. И поблагодарила всех за поддержку и любовь! Подписывайтесь на наш канал STARSAYS и ставьте пальчик вверх, чтобы ваша лента пестрела только самыми топовыми и интересными публикациями!

Фото взято: [instagram.com/t.a.tarasova/youtube.com/](https://www.instagram.com/t.a.tarasova/youtube.com/)

Не пропустите новые публикации **StarSays**

Подписаться

635 нравится

Поделиться

Наталья Метелица: Здоровья Вам Татьяна Анатольевна. Такие как Вы должны долго жить и не болеть, а радовать нас. Здоровья Вам красавица наша.

Евгения Давыдова: Здоровья ей и долгих лет жизни!

Светлана Погуляева: **Татьяна Анатольевна, используйте гель "Амелотекс" и поднимитесь на 3 этаж. Вы же его рекламируете сидя в коляске инвалидной!**

Надежда Н.: Светлана, зачем Вы так?!

Светлана Погуляева: **Надежда, а потому что "им" все мало - ладно-бы от нужды, а то сидит впаривает на старости лет. Это антиреклама.**

Наргиз Раджабова: **Надежда, Злая она! Сколько слез пролили по её милости молодые спортсмены. Предпочтение отдаёт своим любимчикам, остальных не щадит, ломает им психику((( Так нельзя!**

Дина Тихомирова: **Татьяна Анатольевна ! Здоровья Вам, берегите себя! Может стоит обратиться к Елене Малышевой... Доктора Шубин и Гальперин помогут Вам.**

*лариса: Танечка Здоровья тебе помню люблю и вспоминаю твоя сокурсница по учебе в институте*

*Варвара Пионова: Пора сидеть дома и не раздражать никого своим визгливым голосом. Ушло ваше время, да обидно, но ушло.*

Блогеры читают и комментируют друг друга, ссылаются друг на друга и таким образом создают свою субкультуру. При этом феномен блогосферы состоит в том, что за несколько лет самозародилось новое информационное пространство, быстрее реагирующее, более независимое и сложнее контролируемое. Следует, впрочем, учитывать, что чтение блогов и авторство – два разных по содержанию процесса.

#### **8. Сетевой дискурс повседневности: мемуаристика, устная история, автокоммуникация и межличностное общение**

Как и традиционный бумажный дневник, блог, помимо новых функций, может осознаваться и как исполняющий функцию мемуаров, места для каких-то записей, которые могут пригодиться в будущем, способа не забыть о подробностях тех или иных событий своей жизни. Пользующиеся этой функцией респонденты полагают, что ведут дневник для себя, для того чтобы потом читать, для того чтобы записывать что-то, что хочется помнить. И подумать об этом позже. Авторы создают нечто вроде отложенной коммуникации с самим собой. Метод устной истории и его цифровизация предоставляют материалы, полезные многим специалистам – историкам, социологам, социальным психологам, филологам и т.д. [Кротов, 2016; Радзишевский, 2004; Ростовцев, 2018; Споров, 2021].

В приведенном ниже типичном отрывке самописание реакции на текст выделено нами жирным шрифтом:

*Никитские ворота: Дядя Костя расхаживал по квартире в полосатой пижаме и все время что-то чинил*

*17 сентября – 3,4 тыс. прочитали*

Читатель канала Виктор Терехов родился и вырос у Никитских ворот – в Мерзляковском переулке, 15. Специально для «Московских историй» он рассказывает о многочисленных соседях своей коммуналки – о тете Шуре, которая работала кассиршей в магазине «Консервы», фотографе Мише, приучивших соседей слушать музыку, и других интересных личностях. (Ссылки – внизу).

Фото: Наш двор у Никитских ворот. Я - с ногой на мяче. Примерно 1965 г. Из архива автора. <...>

Комментарии 36

л п: **У Вас такие образные описания. Сразу картинка становится живой.**

Нина: **Под конец статьи слеза навернулась. Живы наши соседи и друзья, одноклассники, родные пока мы помним их.**

mfvb: **Тоже родился у Никитских ворот. Переехали в Беляево в 1967, так что только детство там провел. У деда была отдельная квартира, правда, без горячей воды. Остальные квартиры во дворе были коммунальные. У деда был телевизор "Темп". Довольно часто ломался. Помню, иногда ходил с бабушкой смотреть телевизор в одну из коммунальных квартир. Там это было вполне нормально - коллективный просмотр :)**

Елена Горская: **Спасибо! Нравится мне читать такие рассказы! В них есть все: и теплые воспоминания, и точные описания характеров... И нет озлобленности, и недовольного ворчания**

Alena Agasoy: **Не очень понимаю, вторая фотография, где площадь у Никитских...магазин "Ткани" – это там, где сейчас сбербанк? и магазин посередине продовольственный – ведь он снесен? Сзади церковь Вознесения?**

Психотерапевтическая функция (работа с памятью блогеров выделена нами жирным курсивом) начинает замечаться и отмечаться в таком общении.

Отдельно можно упомянуть блоги, сознательно решающие психологические проблемы авторов.

Эта функция либо предполагалась заранее, либо была осознана в процессе ведения записей – «выплеснуть эмоции», «изложить наболевшее», «для успокоения нервов, в конце концов». Это способ пожаловаться на жизнь множеству людей сразу и получить в ответ успокоительные «поглаживания». Некоторые также отме-

чают, что публичность дневника вынуждает их продолжать его вести, а также заставляет учиться грамотнее структурировать свои мысли, что помогает им самим лучше понять переживаемые события. Ждут своих исследователей цифровой феномен флирта и секстинга [Зайцева, 2021].

Функция саморазвития, или рефлексии выражается в том, что автор растет в плане опыта коммуникации. Эта функция связана с тем, что блог предоставляет возможность участникам создать образ иного «Я», возможно, такого, к которому автор стремится. («Я начинал журнал как упражнение в открытости и спонтанности»). Это ведет к совершенствованию и усложнению компетенций письма и коммуникации.

## Выводы

Представляется, что сетевая коммуникация выполняет разнообразные функции и может быть классифицирована в зависимости от функции. Показательно восприятие читателей блога как большой фокус-группы, высказывающей разнообразные ценные суждения и оценки. Значимы маркетинговая роль и психологическая роль сетевой коммуникации. Показательны проведенные исследования языковых особенностей блоггинга, но не менее интересна психологическая сторона общения в такой коммуникации (работа с памятью, автокоммуникация, рефлексия коммуникации, психотерапевтическая функция, кибербуллинг).

## Список литературы

- Асмус Н.Г. Лингвистические особенности виртуального коммуникативного пространства : автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Челябинск : ЧГУ, 2005. – 24 с.
- Бушев А.Б. Дидактика и лингводидактика проекта международного дистанционного образования // Открытое и дистанционное образование. – 2009. – № 3(35). – С. 34–40.
- Вербальный буллинг в соцсетях и иноязычном медиадискурсе : материалы Международной заочной научной конференции / отв. ред. О.В. Кравец. – Ростов-на-Дону : РГЭУ (РИНХ), 2018. – 263 с.
- Владимиркина С.С. Кризисные коммуникации нефтегазовых компаний. – Санкт-Петербург : СПбГУ, 2017. – 157 с.
- Волохонский В.Л. Психологические механизмы и основания классификации блогов // Личность и межличностное взаимодействие в сети Internet. Блоги : новая

- реальность / под ред. Волохонского В.Л., Зайцевой Ю.Е., Соколова М.М. – Санкт-Петербург : СПбГУ, 2006. – С. 118–131.
- Зайцева О.В.* Секстинг : правовой статус, экспертная практика и особенности нарратива // Социальные сети : комплексный лингвистический анализ : монография : в 2 т. / под науч. ред. Н.Д. Голева ; отв. ред. Л.Г. Ким. – Кемерово, 2021. – Т. 1. – С. 70–91.
- Зубкова Л.В.* Youtube как основа медиакommunikации // Актуальные проблемы гуманитарных наук. – Нижневартовск, 2021. – С. 439–442.
- Иванов Д.В.* Виртуализация общества. Версия 2.0. – Санкт-Петербург : Петербургское востоковедение, 2002. – 96 с.
- Ильин Е.П.* Психология агрессивного поведения. – Санкт-Петербург : Питер, 2014. – 368 с.
- Как новые медиа изменили журналистику. 2012–2016 / *Амзин А., Галустян А., Гатов В., Кастельс М., Кульчицкая Д., Лосева Н., Паркс М., Паранько С., Силантьева О., ван дер Хаак Б.* ; под науч. ред. С. Балмаевой и М. Лукиной. – Екатеринбург : Гуманитарный университет, 2016. – 304 с. – URL: <http://newmedia2016.digital-books.ru/> (дата обращения: 07.11.2021).
- Калашиникова А.А.* Языковая личность в русско-язычном блоге (когнитивно-прагматический аспект) : дис. ... канд. филол. наук. – Ростов-на-Дону : ЮФУ, 2011. – 188 с.
- Кастельс М.* Власть коммуникации. – Москва : ВШЭ, 2016. – 700 с.
- Кожухарь Г.С.* Феноменология разных форм психологического насилия в молодежной среде : зарубежные исследования // Психологическая наука и образование ([www.psychedu.ru](http://www.psychedu.ru)). – 2014. – № 2. – С. 230–234.
- Кротов Н.И., Лунаев А.П.* Устная история, или Доктор память. – Москва : Экономическая летопись, 2016. – 105 с.
- Крюкова Е., Савельев Д.* Интернет-маркетология : сто хаков как получить трафик и конвертировать его в продажи. – Москва : Альпина Паблишер, 2018. – 303 с.
- Ларионова В.А., Карасик А.А.* Цифровая трансформация университетов : заметки о глобальной конференции по технологиям в образовании EDCRUNCH URAL // Университетское управление : практика и анализ. – 2019. – № 23(3). – С. 130–135.
- Почепцов Г.Г.* Революция.com. Основы протестной инженерии. – Москва : Европа, 2005. – 532 с.
- Радзишевский В.* Изгой с допотопным магнитофоном : жизнь после катастрофы // Знамя. – 2004. – № 12. – URL: <https://magazines.gorky.media/znamia/2004/12/izgojs-dopotopnym-magnitofonom-zhizn-posle-katastrofy.html>
- Ростовцев Е.А.* Российская наука об устной истории // Вестник Санкт-Петербургского университета. История. – 2018. – Т. 63, вып. 2. – С. 522–545.
- Санкаускас А.* PR-коммуникации в условиях кризисной ситуации : на примере компании «Volkswagen». – Санкт-Петербург : СПбГУ, 2016. – 94 с.
- Сидорова Е.Ю.* Вербальная агрессия как коммуникативно-прагматическое явление // Вестник Томского государственного университета. – 2009. – № 319. – С. 28–31.

- Солопов Д.А. 10 заповедей коммуникационной войны: как победить СМИ, Instagram и Facebook. – Москва : Интеллектуальная литература, 2020. – 216 с.
- Социально-психологические проблемы современного общества в условиях цифровизации : личность, организация, управление / под ред. И.А. Бариляк, Е.Д. Короткиной, Е.С. Ребриловой. – Тверь : ТвГУ, 2021. – 358 с.
- Социальные сети : комплексный лингвистический анализ : в 2 т. / под науч. ред. Н.Д. Голева ; отв. ред. Л.Г. Ким. – Кемерово, 2021. – Т. 1. – 359 с.
- Споров Д.Б. Через частную историю проще увидеть разнообразие человеческой жизни // Историческая экспертиза. – 2018. – № 3. – С. 357–365. – URL: [https://web.archive.org/web/20210629195503/https://istorex.ru/uDrive/file/704/960184e0039a449213c4754aea3d4cff/%D0%98%D0%AD-18-3\\_%D1%81%D0%B0%D0%B9%D1%82.pdf](https://web.archive.org/web/20210629195503/https://istorex.ru/uDrive/file/704/960184e0039a449213c4754aea3d4cff/%D0%98%D0%AD-18-3_%D1%81%D0%B0%D0%B9%D1%82.pdf) (дата обращения: 29.01.2021).
- Трипольская Т.А., Гончарова Е.А. Динамические процессы в лексиконе языковой личности // Вестник Новосибирского государственного педагогического университета. – 2014. – № 3(19). – С. 57–67. – DOI: 10.15293/2226-3365.1403.06
- Язык и речь в Интернете : личность, общество, коммуникация, культура : сборник статей III Международной научно-практической конференции. Москва, РУДН, 25 апреля 2019 г. : в 2 т. / под общ. ред. А.В. Должиковой, В.В. Барабаша. – Москва : РУДН, 2019. – Т. 1. – 396 с.
- Язык и речь в Интернете : личность, общество, коммуникация, культура : сборник статей IV Международной научно-практической конференции. Москва, РУДН, 29 апреля 2020 г. : в 2 т. / под общ. ред. А.В. Должиковой, В.В. Барабаша. – Москва : РУДН, 2020. – Т. 2. – 376 с.
- Bühl A. Die virtuelle Gesellschaft des 21. Jahrhunderts: sozialer Wandel im digitalen Zeitalter. – Wiesbaden : Westdeutscher Verlag, 2000. – 200 S.
- Frau-Meigs D. Media education: a kit for teachers, students, parents and professionals. – URL: <http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/resources/publications-and-communication-materials/publications/full-list/media-education-a-kit-for-teachers-students-parents-and-professionals> (дата обращения 19.03.2021).
- Frechette J., Williams R. Media education for a digital generation. – Routledge, 2016. – 322 p.
- Kroker A., Weinstein M. Data trash: the Theory of Virtual Class. – Montreal : New World Perspectives, 2001. – 90 p.
- Rheingold H. The virtual community: homesteading on the electronic frontier. – 1993. – URL: <http://www.rheingold.com/vc/book/intro.html> (дата обращения 19.03.2021).

## References

- Asmus, N.G. (2005). *Linguistic features of the virtual communicative space*. Chelyabinsk: GU.
- Bushev, A.B. (2009). Didactics and linguodidactics of the project of international distance education. *Open and distance education*, 3(35), 34–40.
- Kravets, O.V. (ed.) (2018). *Verbal bullying in social networks and foreign language media discourse: Proceedings of scientific conf.* Rostov on Don: RGEU (RINH).

- Vladimirkina, S.S. (2017). *Crisis communications of oil and gas companies*. Saint-Petersburg: Saint-Petersburg State University.
- Volokhonsky, V.L. (2006). Psychological mechanisms and bases for the classification of blogs. Volokhonsky, V.L., Zaitseva, Yu.E., Sokolova, M.M. (eds.) *Personality and interpersonal interaction on the Internet. Blogs: a new reality* (pp. 118–131). Saint-Petersburg: SPbGU Publishing House.
- Zaitseva, O.V. (2021). Sexting: legal status, expert practice and features of narrative. In: Goleva, N.D., Kim, L.G. (rds.) *Social Networks: Complex Linguistic Analysis. Monograph*. Kemerovo. Vol. 1 (pp. 70–91).
- Zubkova, L.V. (2021). Youtube as the basis of media communication. In: *Actual problems of the humanities* (pp. 439–442). Nizhnevartovsk.
- Ivanov, D.V. (2002). *Virtualization of society. Version 2.0*. Saint-Petersburg: Petersburg Oriental Studies.
- Ilyin, E.P. (2014). *Psychology of aggressive behavior*. Saint-Petersburg: Peter.
- Balmaeva, S., Lukina, M. (eds.) (2016). *How new media has changed the world. 2012–2016*. Retrieved from: <http://newmedia2016.digital-books.ru/>
- Kalashnikova, A.A. (2011). *Linguistic personality in a Russian-language blog: a cognitive-pragmatic aspect*. Rostov-on-Don: SFU.
- Castells, M. (2016). *The power of communication*. Moscow: VSHE.
- Kozhukhar, G.S. (2014). Phenomenology of different forms of psychological violence in the youth environment: foreign studies. *Psychological science and education*, 2, 230–234.
- Krotov, N.I., Lipaev, A.P. (2016). *Oral history, or doctor memory*. Moscow: Economic chronicle.
- Kryukova, E., Savelyev, D. (2018). *Internet marketing: one hundred hacks – how to get traffic and convert it into sales*. Moscow: Alpina Publisher.
- Larionova, V.A., Karasik, A.A. (2019). Digital transformation of universities: notes on the global conference on technologies in education EDCRUNCH URAL. *University management: practice and analysis*, 23(3), 130–135.
- Pochepstov, G. G. (2005). *Revolution.COM. fundamentals of protest engineering*. Moscow: Europe.
- Radzishhevsky, V. (2004). *An outcast with an antediluvian tape recorder: life after the catastrophe*. Znamya, 12. Retrieved from: <https://magazines.gorky.media/znamia/2004/12/izgoj-s-dopotopnym-magnitofonom-zhizn-posle-katastrofy.html>
- Rostovtsev, E.A. (2018). Russian science of oral history. *Bulletin of St. Petersburg University. Story*, 63(2), 522–545.
- Sankauskas, A. (2016). *PR-communications in a crisis situation: on the example of the Volkswagen company*. Saint-Petersburg: Saint-Petersburg State University.
- Sidorova, E.Yu. (2009). Verbal aggression as a communicative and pragmatic phenomenon. *Bulletin of the Tomsk State University*, 319, 28–31.
- Solopov, D.A. (2020). *10 Commandments of the communications war: how to defeat the media, instagram and Facebook*. Moscow: Intellectual Literature.



- Tripol'skaya, T.A., Goncharova, E.A. (2014). Dynamic processes in the lexicon of a linguistic personality. *Novosibirsk State Pedagogical University Bulletin*, 3(19), 57–67. DOI: 10.15293/2226-3365.1403.06
- Barilyak, I.A., Korotkina, E.D., Rebrilova, E.S. (eds.) (2021). *Socio-psychological problems of modern society in the context of digitalization: personality, organization, management*: collective monograph. Tver: TVGU.
- Goleva, N.D., Kim, L.G. (rds.) *Social networks: complex linguistic analysis. Monograph*. Kemerovo. Vol. 1.
- Sporov, D.B. *Through private history it is easier to see the diversity of human life*. Retrieved from: [https://yandex.ru/search/?text=https%3A%2F%2Fstorex.ru%2Fsporov\\_db\\_cherez\\_chastnuyu\\_istoriyu\\_prosche\\_uvidet\\_raznoobrazie\\_chelovecheskoy\\_zhizni&clid=2318294](https://yandex.ru/search/?text=https%3A%2F%2Fstorex.ru%2Fsporov_db_cherez_chastnuyu_istoriyu_prosche_uvidet_raznoobrazie_chelovecheskoy_zhizni&clid=2318294)
- Dolzhikova, A.V., Barabash, V.V. (eds.) (2019). *Language and speech on the Internet: personality, society, communication, culture: collection of articles of the III International Scientific and Practical Conference*. Moscow: RUDN University. Vol. 1.
- Dolzhikova, A.V., Barabash, V.V. (eds.) (2019). *Language and speech on the Internet: personality, society, communication, culture: collection of articles of the III International Scientific and Practical Conference*. Moscow: RUDN University. Vol. 2.
- Bühl, A. (2000). *Die virtuelle Gesellschaft des 21. Jahrhunderts: sozialer Wandel im digitalen Zeitalter*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Frau-Meigs, D. (2021). *Media education: a kit for teachers, students, parents and professionals*: Retrieved from: <http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/resources/publications-and-communication-materials/publications/full-list/media-education-a-kit-for-teachers-students-parents-and-professionals>
- Frechette, J., Williams, R. (2016). *Media education for a digital generation*. Routledge.
- Kroker, A. Weinstein, M. (2001). *Data trash: the theory of virtual class*. Montreal: New World Perspectives.
- Rheingold, H. (1993). *The virtual community: homesteading on the electronic frontier*. Retrieved from: <http://www.rheingold.com/vc/book/intro.html>