

Влияние цифровой среды на публицистический стиль

Оганян Артур

DOI: <https://doi.org/10.58726/27382915-2025.2hs-55>

Ключевые слова: цифровой сдвиг, медиасреда, интернет-пространство, социальная коммуникация, язык СМИ, трансформация стиля

Введение

В современном социокультурном пространстве наблюдается стремительная цифровая трансформация всех сфер общественной жизни, в том числе и сферы массовой коммуникации. Это приводит к коренному изменению не только форматов подачи информации, но и принципов организации текста, стратегии взаимодействия с аудиторией, а также к трансформации функционального назначения самих коммуникативных актов. Одной из наиболее подверженных этим изменениям областей является публицистика как вид речевой деятельности, направленной на выражение общественно значимой позиции, формирование и регулирование общественного мнения, а также на активное участие в социокультурном диалоге современности.

Нестабильность социальной ситуации переживаемого нами периода оказывает немало важное влияние на публицистику, на ее речевой облик, стилевые устремления. Новая цифровая среда предъявляет иные требования к организации текста, возникают принципиально новые вопросы для научного осмысления. Насколько традиционные лингвистические методы анализа адекватны применительно к мультимодальным высказываниям, где смысл рождается не только из слов, но и из визуальных, аудиальных и интерактивных компонентов? Все эти вопросы требуют не просто эмпирического описания новых форм, но и разработки теоретических оснований для их комплексного анализа.

Современная публицистика тесно связана с интернет-пространством. Эпоха интернета, бесспорно, является уникальным этапом развития научно-технического прогресса, поскольку кардинально меняет систему информационных связей во всех сферах жизни, это общемировое явление в относительно короткое время охватила абсолютное большинство населения земного шара, коренным образом изменив коммуникационные практики человечества.

«Цифровой сдвиг» (*digital shift*), следствием которого стала цифровизация всех процессов социальной коммуникации, оказал значительное влияние на способы создания, хранения, потребления и обмена медиаконтента. Фиксируются изменения структуры медиасреды, появление новых игроков и субъектов медиакommunikации, а также принципов производства и распространения информации в целом [7]. Сеть делает человека информационно компетентным, информационно активным, информационно открытым для проявления собственного «я» в электронном контексте. Иными словами, коммуникативная природа интернет-среды превращает ее в новое измерение культуры.

Интернет, социальные сети, блогосфера и мультимедийные платформы создали принципиально новые условия для функционирования публицистики. Изменились как технические средства распространения информации, так и требования к языку, стилю и формату подачи материалов. Профессор И. В. Кирия утверждает: «Современный человек скорее визуал (то есть предпочитает воспринимать информацию преимущественно в виде изображений), а количество альтернативных коммуникационных возможностей настолько велико (есть кино, телевидение, радио, интернет и т.д.), что ему проще бросить читать на полпути сложный

текст, чем дочитывать дальше. Удержать его поможет лишь «переупаковка» части текстовой информации в визуальную или аудиовизуальную» [4].

Сегодняшняя «картина мира» доказывает сохранение главных функций публицистического стиля: информационной и воздействующей. Конечно же, публицистика как способ выражения авторской позиции в социально значимом дискурсе не утратила своей актуальности, но существенно трансформировалась. Ранее публицистический стиль был преимущественно представлен в печатных изданиях – газетах, журналах, официальных обращениях. Он отличался логичностью, высокой степенью стандартизации, умеренной экспрессией. Однако с переходом в цифровую среду произошли кардинальные изменения.

Сетевая публицистика – это не какое-то отвлеченное языковое пространство, разделенное пропастью с традиционными СМИ, но скорее альтернативный информационный канал. Это непрерывный процесс говорения, все более сгущающийся вокруг профессиональных авторов и наиболее популярных сетевых ресурсов. Сегодня сеть в конечном итоге воздействует на нормы современного русского литературного языка [8].

В связи с этим, в актуальный анализ медиасреды должны быть включены не только традиционные СМИ, функционирующие в цифровой медиасреде, интернет-СМИ, не представленные за пределами цифровых медиакommunikаций, их новые субъекты (блогеры, инфлюэнсеры и т.д.), но и сами цифровые платформы.

Цель настоящего исследования – выявить и классифицировать новые формы публицистического высказывания, функционирующие в цифровом пространстве, определить их языковые, структурные и коммуникативные особенности. Для достижения указанной цели были определены **задачи** исследования:

1. комплексно рассмотреть феномен публицистического высказывания в цифровой среде как сложную лингвокультурную конструкцию;
2. выявить новые формы публицистики, возникающие в цифровой среде;
3. исследовать влияние цифровых платформ на стиль и структуру публицистических текстов.

Методологической основой исследования выступает комплексный подход, сочетающий методы дискурсивного анализа (выявление идеологических позиций, стратегий воздействия и структурных элементов дискурса), медиалингвистики и мультимодального анализа (описание взаимодействия текста, изображения, видео, аудио и их роли в коммуникации). Эмпирическую базу составляют тексты, собранные из различных цифровых платформ – Telegram, Twitter (X), TikTok, YouTube, подкаст-платформ и новостных порталов.

Таким образом, **актуальность исследования** определяется необходимостью научного осмысления радикальных изменений в природе публицистического высказывания, вызванных цифровой трансформацией медиaprостранства, а также переосмысления роли публицистики в обществе, где традиционные каналы коммуникации дополняются или даже вытесняются цифровыми платформами. Теоретическая и практическая значимость работы заключается в том, что её результаты могут быть использованы как в рамках лингвистического анализа медиатекста, так и при разработке курсов по цифровой журналистике, медиакommunikации, риторике и культуре речи.

Основная часть

Публицистика традиционно рассматривается как функционально-стилевая разновидность литературного языка, предназначенная для воздействия на массового адресата посредством выражения суждений, оценок, с целью формирования общественного мнения.

Публицистический стиль сочетает в себе логичность изложения, эмоциональную окраску и призывный характер. В контексте цифровой среды это сочетание сохраняется, но

проявляется в новых формах и стратегиях, «главным становится не столько содержание информации, сколько факт коммуникации по поводу информации» [3, 3].

Публицистический стиль как разновидность литературного языка, сохраняя свои основные черты, со временем терпит серьезные изменения, всё чаще становится полем взаимодействия официального и разговорного, нормативного и экспрессивного, рационального и эмоционального начала. Это реакция языка на изменяющуюся коммуникативную ситуацию в обществе.

Современная цифровая среда породила новые формы публицистического высказывания, среди которых:

1. Блог, микроблог (Twitter, Telegram, Instagram) – одна из самых распространённых форм цифровой публицистики, которая объединяет черты традиционной статьи, эссе и дневника. Характеризуется выраженной авторской позицией, тематической направленностью. Это краткие и сатирические высказывания в форме афоризмов (политика, урбанистика, экология и др.), неформальный, часто разговорный стиль, допускаются просторечия, ирония, сленг, активное взаимодействие с аудиторией, лаконичные посты в 300-500 символов, использование хэштегов («#Справедливость #РеформаЗдравоохранения»), символов, эмодзи как стилистических средств, комментарии и обсуждения.

Публицистический стиль дополняется приемами кинематографа и визуального нарратива, эмоциональное воздействие достигается не только через текст, но и визуальные коды (цвет, монтаж, звук). Пример: Блог Александра Невзорова в Telegram – это пример современной политической публицистики, где ирония, образность, авторская интерпретация сочетаются с общественно значимым содержанием.

2. Видеопублицистика или видеонарратив (YouTube- и TikTok-обзоры с публицистической составляющей) – форма, в которой публицистическое сообщение передаётся с помощью коротких видеороликов, сопровождаемых субтитрами, звуковыми вставками, визуальными метафорами. Характеризуется визуализацией проблемы, использованием монтажа, инфографики, эмоциональным воздействием через интонацию, мимику, визуальные акценты. Видеонарратив выступает как средство социальной критики и гражданского выражения, а текст становится частью мультимедийного дискурса. Пример: Проект «Редакция» Алексея Пивоварова сочетает журналистское расследование, авторскую позицию и визуальное повествование.

3. Мемы – один из наиболее показательных примеров новой формы публицистического высказывания, краткое визуально-вербальное высказывание, отражающее социально значимый контекст в сжатой форме, использование культурных шаблонов и цитат, мгновенно узнаваемых в интернет-среде. Мемы, несмотря на свой развлекательный характер, выполняют важные коммуникативные и социальные функции. Они способны выражать политические взгляды, критику, мобилизационные призывы. Мем создаёт моментальное узнавание и эффект «вирусности», за счёт которого публицистическое содержание распространяется быстрее, чем традиционная статья. Мем функционирует как визуально-семантический маркер и концентрат смысла: он короткий, яркий, легко перерабатывается и реплицируется. В цифровой публицистике мем становится не только средством выражения позиции, но и способом критики, инструментом иронии и сарказма. На политических акциях или в предвыборных кампаниях он способен выполнять функции агитации и демонизации. Пример: «Где деньги, Зин?» – в публикациях о коррупции в социальных сетях (форма критической публицистики в культурно-кодированном формате).

4. Подкасты и стримы с авторским комментарием – аудиоформат (15-60 мин), ориентированный на диалог/полилог, интервью, аналитические размышления, обзор или открытое обсуждение. Он даёт возможность глубокого раскрытия темы в доступной, неформальной форме и характеризуется риторической импровизацией, наличием ведущего и приглашённого

ного эксперта, стилистической гибкостью. Пример: подкасты о социальных конфликтах, политике, гендерной культуре.

5. Пост – в соцсетях может быть как экспрессивным личным мнением, так и аналитическим мини-очерком. Характеризуется краткостью, доступностью, высокой скоростью распространения, возможностью моментальной обратной связи, высокой плотностью смысла, использованием цитат, акцентом на рациональность, убедительностью. Краткий, но структурированный текст (до 1000 символов), содержащий тезис, аргументацию, оценку. Часто сопровождается изображением или ссылкой. Пример: Telegram-каналы экспертов, политологов, культурных обозревателей.

Платформы, на которых публицист высказывается, напрямую влияют на форму его сообщения: Twitter/X ограничивает длину текста, что стимулирует лаконичность, меткость и экспрессию, Instagram и TikTok поощряют визуальное повествование – тексты сокращаются до подписей, визуальных цитат, субтитров. Telegram и YouTube позволяют публиковать длинные, аналитические материалы, но требуют вовлекающего формата.

По мнению А. Антонова-Овсеевского публицистика в цифровую эпоху требует от журналиста не только владения традиционными навыками, но и способности адаптироваться к новым форматам подачи информации, включая мультимедийные и интерактивные элементы [1].

Для анализа современных форм публицистики необходимо оперировать понятием дискурса как совокупности языковых практик, организующих социальную реальность. Публицистический дискурс – это совокупность текстов, нацеленных на освещение общественно значимых тем, с выраженной субъектной позицией, а также с установкой на воздействие и переубеждение.

Важной формой реализации дискурсивных практик в цифровой среде является медиадискурс, включающий как профессиональные, так и пользовательские тексты, циркулирующие в медийном поле.

По определению Т. Добросклонской, медиадискурс – «это совокупность процессов и продуктов речевой деятельности в сфере массовой коммуникации во всём богатстве и сложности их взаимодействия» [2].

Таким образом, подача становится не менее значимой, чем содержание. Эти формы публицистического высказывания отличает:

- Персонализация – переход от обезличенной информации к субъективной, авторской точке зрения.
- Полифоничность – сосуществование различных точек зрения.
- Интерактивность – включение читателя в диалог, возможность немедленной обратной связи (комментарии, репосты, обсуждения).
- Мультимодальность – использование текста, аудио, видео и визуальных элементов одновременно.
- Постправда – распространение информации, апеллирующей к эмоциям, а не к фактам.
- Интенсификация авторской позиции – многие блогеры и журналисты подчёркивают субъективность. Пример: «Это моё мнение, и я имею право его озвучить!».
- Измеримость – доступны счетчики количества просмотров публикации.
- Мгновенность – практически сиюминутная скорость доставки сообщений от автора читателю.
- Реплицируемость – возможность тиражирования, копирования, ремикса и распространения с минимальными затратами.

Все это усиливает эффект воздействия на аудиторию, при этом сохраняя свои главные цели – информирование, оценку и влияние на общественное мнение. Это приводит к следующим изменениям и сдвигам в традиционной публицистике:

1. Фрагментарность, сокращаемый объем текстов и сужение жанрового разнообразия при представлении их читателям (слушателям, зрителям) во всемирной Сети: короткие абзацы, кликабельные заголовки, инфографика. Эти особенности обусловлены форматом платформ (твит - 280 символов, сторис - 15 секунд и т.д.). Например «Обыски у активистов. Что ищут - не объясняют. Связано с акцией?», «200 млрд на армию. А на школы - снова ноль. Случайность?», «Ты не поверишь, что сделали власти в этом городе!»

2. Активное использование разговорной лексики, смешение стилистических пластов, включая просторечия, англицизмы, интернет-сленг. Публицистика апеллирует не только к разуму, но и к чувствам. Отсюда – активное использование выразительных, порой разговорных средств, обеспечивающих воздействие на массового читателя.

Полноценное словарное богатство происходит в основном за счет заимствованных из английского языка интернациональных лексических единиц, относящихся к сфере информационных технологий. Это естественным образом обусловлено особым статусом английского языка и его носителей в данной области. Среди типов таких заимствований можно выделить, прежде всего, материальные заимствования, когда перенимается как значение (либо одно из значений) английской единицы, так и ее материальный экспонент. Например: «сайт», «чат», «хакер», «бан», «провайдер», «постинг». При этом заимствуются не только отдельные языковые единицы, но и сложносокращенные слова. Например: «блог», «эмотикон», «модем». В дальнейшем заимствованные слова подвергаются фонетической и грамматической **«русификации»**. Причём последующий процесс словообразования идет в соответствии с правилами русской словообразовательной системы. Например: «хакерство», «логиниться», «запостить», «почтаться». В процессе освоения заимствованных слов используются словообразовательные модели, характерные для разговорной речи и просторечия: суффиксы *-юк*, *-ак*, *-ятник*, например, «*сервак*» (server); суффиксы *-юш*, *-иш*, *-к(а)*, например, «*превьюшка*» (preview), «*эксплика*» (Windows XP), «*флешка*» (flash disk). С целью самовыражения и ломки стереотипов общения сознательно употребляется сниженная, просторечная лексика и сленг.

3. Игнорирование литературных нормы русского языка, нарушение норм орфографии и пунктуации. Подобная речевая свобода и раскрепощенность в интернете пугает филологов и заставляют их поднимать проблемы экологии языка и культуры, загрязнения языковой среды. Хорошо, что в интернете создаются сервисы проверки орфографии (к примеру, Яндекс-Query-based speller), чутко реагирующие на возникшие в языке перемены, способствующие нормализации и закреплению отдельных перемен в узусе и отсеку значительной части ошибочных написаний и новообразований. Однако все они не смогут решить данную проблему.

4. Увеличение экспрессии: широкое использование риторических вопросов, восклицаний, эмоционально окрашенной лексики. Риторические вопросы часто используются для выражения возмущения, иронии или сарказма: «Разве это демократия?», «Кто вообще отвечает за это безумие?» – такие формулировки стимулируют отклик аудитории и создают иллюзию диалога. Часто используются сериями, усиливая эффект: «Почему цены растут? Куда смотрит правительство? Где антикризисный план?». Здесь восклицания используются чаще, свободнее и ярче. Например: «Мы не боимся! Мы не сдадимся!», «Как мы дошли до такого?!», «Это не ошибка – это преступление!».

5. Упрощённая синтаксическая структура, использование эллиптических конструкций, короткие, отрывистые предложения вместо связного текста, построение высказываний по правилам разговорной речи, короткие предложения, нередко с пропуском подлежащего, часто отсутствует вступление, вывод, связки - стиль ближе к телеграфному, все эти особенности «способствуют доступности и легкости восприятия информации» [5]. Например

«Рекорд побит», «Выборы - скоро», «Закон принят. О правах - ни слова. Видео - у нас», «Он сказал - нет. Мы вышли. Они молчали».

Цифровизация открывает новые возможности, но и порождает проблемы: фейки и постправда (публикации часто строятся не на фактах, а на эмоциях), упрощение дискурса (в погоне за охватом снижается качество анализа и аргументации), поляризация аудитории (цифровые алгоритмы формируют «информационные пузыри», из-за чего публицистика утрачивает объективность). Одной из ключевых проблем становится потеря доверия к источникам информации, «достоверность сведений в сети – обязательная для традиционной журналистики - уже не является основополагающей ценностью, в качестве каковой сегодня зачастую выступают приоритет, эксклюзивность и привлекательность. Глобальная аудитория отличается от аудитории традиционных СМИ тем, что она всеядна, доверчива и склонна к потреблению маскарадного, клипированного контента» [6, 4]

Алгоритмические ленты новостей (feed), рекомендательные системы и цифровые фильтры создают так называемые «информационные пузыри», в которых пользователь получает лишь подтверждение своих взглядов. Одновременно резко увеличивается объём фейков, конспирологических теорий и поддельных нарративов. Цифровая публицистика нередко становится каналом распространения дезинформации – особенно в виде вирусных мемов, «анонимных» постов и нарезок без контекста. Проверка фактов затруднена, поскольку потребитель информации часто ориентируется не на источник, а на эмоциональное восприятие и общее настроение высказывания.

Данные закономерности обусловлены особенностями электронной среды коммуникации, ментальностью наиболее активных участников электронного общения, а также принципами экономии языковых средств и речемыслительных усилий.

Заключение

Проведённое исследование позволило выявить и систематизировать ключевые тенденции трансформации публицистического высказывания в условиях цифровой среды, охарактеризовать их некоторые прагматические установки и коммуникативные механизмы.

Публицистика современного русского языка – это динамично развивающееся социальное явление. Она находится под сильным влиянием новых вызовов, что требует переосмысления её роли, форм и языковых средств. Цифровая среда радикально изменила публицистический стиль, превратив его в многоголосное, динамичное и персонализированное явление, преобразовав как структуру самого высказывания, так и модели его восприятия и интерпретации. В этих условиях особенно важно сохранять ответственность за слово, стремиться к объективности и языковой культуре даже в условиях быстрой и массовой коммуникации.

Можно сделать вывод о том, что современная публицистика получила новые возможности для развития в цифровой среде. Исследователи уделяют большое внимание тому, как цифровизация меняет публицистику, «цифровая публицистика» становится перспективной областью науки, занимающейся теоретическими и практическими проблемами трансформационных изменений, которые уже сегодня начинают определять новую конфигурацию цифрового пространства. Таким образом, современная цифровая публицистика представляет собой уникальное явление на стыке языковой, социальной и технологической сфер. Она нуждается в комплексном изучении, включающем лингвистические, культурологические, семиотические и медиатехнологические подходы. Дальнейшее исследование должно быть направлено как на теоретическую рефлексию процессов трансформации, так и на выработку прикладных инструментов анализа и этической регуляции медиадискурса в цифровую эпоху.

Լիտերատուրա

1. Антонов-Овсеев А. А. Журналистика XXI: Новые СМИ и свобода слова. Москва: Фолио, 2017, -265 с.
2. Добросклонская Т. Г. Медиадискурс как объект лингвистики и межкультурной коммуникации. Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика, № 2, 2006, с. 20-33.
3. Больц Н. Азбука медиа. Москва: Европа, 2011, -136 с.
4. Кирия И. В. Что такое мультимедиа? Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные? Москва: 2010, с. 12-62.
5. Минибаева С. В., Алексеева И. В. Синтаксические особенности современной публицистики (на материале регионального издания). Филология: научные исследования. Тамбов: Грамота, 2017, № 8(74) в 2-х ч., ч. 1, с. 112-114.
6. Самарцев О. Р. Цифровая реальность. Журналистика информационной эпохи: факторы трансформации, проблемы и перспективы. Москва: 2021, -120 с.
7. Тышинская А. Ю. Цифровые платформы и современные медиакommunikации: актуальные исследовательские подходы, 2023, выпуск 4.
8. Черноризкая О. Л. Энтропия.net (Публицистика в сети). Вопросы литературы. Москва, 2006, № 1, с. 5-35.

Թվային միջավայրի ազդեցությունը հրապարակախոսական ոճի վրա

Օհանյան Արթուր

Ամփոփում

Հանգուցային բառեր. *թվային տեղաշարժ, մեդիամիջավայր, ինտերնետային տարածք, սոցիալական հաղորդակցություն, ՋԼՄ-ների լեզու, ոճի փոխակերպում*

Թվային լրատվամիջոցների ազդեցությունը հրապարակախոսական ոճի վրա կարևոր և արդիական թեմա է տեղեկատվական ու հաղորդակցական տեխնոլոգիաների արագ զարգացման պայմաններում ուսումնասիրության համար: Թվային լրատվամիջոցները ստեղծել են լրագրողական տեքստերի տարածման համար հիմնարար նոր պայմաններ: Մեդիատարածքի թվայնացումը հանգեցնում է հրապարակախոսական ոճի կառուցվածքի և բնույթի մի քանի հիմնական փոփոխությունների: Նյութի ներկայացման նոր ժանրեր և ձևեր են ի հայտ գալիս: Լրագրողներն ու հրապարակախոսական տեքստերի հեղինակները հարմարեցնում են ներկայացման ավանդական մոտեցումները՝ անխթեզելով տեղեկատվությունը պատկերների, տեսանյութերի և գրաֆիկայի միջոցով, ինչը նպաստում է ավելի մատչելի և արագ ընկալվող բովանդակության ստեղծմանը: Նշվում է հիպերտեքստայնության դերի ուժեղացումը հրապարակախոսության մեջ, որը ազդում է հրապարակումների կառուցվածքի վրա, պահանջում է նոր մոտեցում տեքստի տրամաբանական կառուցման և կազմակերպման նկատմամբ, ինչպես նաև փոխում է ընթերցողի կողմից նյութի ընկալումը: Կարևոր է նաև նշել, որ սոցիալական ցանցերի և այլ թվային հարթակների զարգացման հետ մեկտեղ ի հայտ է գալիս լսարանի հետ հաղորդակցման նոր ձևաչափ՝ ակնթարթային հետադարձ կապ: Ի տարբերություն զանգվածային լրատվամիջոցների ավանդական ձևերի, որտեղ տեղեկատվությունը ստանալու գործընթացը միակողմանի էր, թվային միջավայրը խթանում է տեղեկատվության փոխանակման երկկողմանի գործընթաց և հետադարձ կապի բազմաթիվ ձևեր, ինչը, իր հերթին, փոխում է լրագրողական նյութերի կառուցվածքը և նպատակը:

The Influence of the Digital Environment on Publicistic Style

Ohanyan Artur

Summary

Key words: *digital shift, media environment, Internet space, social communication, media language, style transformation*

The influence of digital media on journalistic style is an important and relevant topic for studying in the condition of rapid development of information and communication technologies. Digital media has created fundamentally new conditions for the dissemination of journalistic texts. Digitization of media space leads to several key changes in the structure and character of journalistic style.

New genres and forms of material submission are emerging. Journalists and authors of journalistic texts adapt traditional approaches to exposition, synthesizing information with the help of images, videos and graphics, which contributes to more accessible and quickly perceived content.

The strengthening of the role of hypertextuality in journalism is noted, which has an impact on the structure of publications, requires a new approach to the logical construction and organization of the text, and also changes the reader's perception of the material.

It is also important to note that with the development of social networks and other digital platforms, a new format of communication with the audience appears: instant feedback. Unlike traditional forms of mass media, where the process of obtaining information was one-way, the digital environment stimulates a two-way process of information exchange and multiple forms of feedback, which, in turn, changes the structure and purpose of journalistic materials.

Ներկայացվել է	10. 05. 2025 թ.
Գրախոսվել է	30. 05. 2025 թ.
Ընդունվել է տպագրության	26. 11. 2025 թ.