

## КОНЦЕПЦИЯ ЦИФРОВОЙ НЕОРИТОРИКИ

Бушев Александр Борисович

*Тверской государственный университет, г. Тверь, Россия*

*Аннотация.* В работе представлена программа исследования прагматически ориентированных цифровых дискурсов в связи с неориторическими и цифровыми компетенциями субъекта речедеятельности. В статье выделены языковые и риторические особенности новой фактуры речевой деятельности – неустно-неписьменного электронного дискурса. Представлены тематические сферы новой риторики цифрового века в тесной связи с задачами речедеятеля в каждом тематическом дискурсе. Современный этап риторики проходит в условиях информационной революции и цифрового общества.

*Ключевые слова:* неориторика, электронный дискурс, язык интернета, стилистика, функции языка, прагматика, тематические дискурсы в Интернете, речевая деятельность.

### **Введение. Проблематика исследования**

Электронный формат коммуникации оказался сегодня привлекательным для многих людей. Блоги, комментарии, реплики в чатах, темы (беседы) отражают поразительную полифонию общества. Все это общение в электронной неустно-неписьменной форме конвергирует на экран технического устройства – смартфона. Сюда же приходят тексты книг, масс-медиа, документы, кино, игры, видео, аудио и т.д. Налицо изменение характеристик и условий повседневной коммуникации.

Для социологической науки XXI века показательным оказалось осмысление феномена виртуальности. Интернет-коммуникация стала предметом осмысления в теориях виртуализации и киберкультуры, с которыми выступили А. Крокер, А. Бюль, Д. В. Иванов, Н. А. Носов, А. Е. Иванов и др. [18, 48]. В этих работах складывается представление о новом этапе культуры. Виртуальную реальность характеризуют отношения порожденности и интерактивности. Ее объекты взаимодействуют с объектами порождающей реальности как онтологически равноправные. Свойствами виртуальности являются порожденность, актуальность, автономность и интерактивность; наиболее перспективными отраслями применения являются образование и развлечения. В психологии считается, что ощущение характера протекания психических процессов в самообразе и есть виртуальные переживания.

При этом коммуникативная виртуальная реальность понимается как искусственно созданная информационная среда, основанная на технологиях виртуальной реальности, основной целью существования и функционирования которых является коммуникация, т.е. передача или взаимообмен информацией между людьми. Ряд исследователей считает, что осуществляется обмен не информацией, а коммуникацией, этим теория виртуализации отличается от теорий информационного общества, представления о котором сложились по мере того, как Запад вошел в постиндустриальную эру (Д. Белл, З. Бжезинский, А. Тоффлер, Я. Масуда, Дж. Несбит).

Показательна важность тиражирования, трансляции, в не производства или интерпретации знания. Вплоть до парадокса: более информированным в новой культуре оказывается человек, который участвует в большем количестве коммуникаций, а не больше знает.

Цифровизацию характеризует иллюзорность и гиперреальность. В центре виртуальности находятся рекомбинантные знаки, разрушающие связь между процессами передачи сообщения и его смыслом, виртуальная культура – рекомбинантная – приравнивается к пользованию операционной системой.

Описывается общество, в котором производство, распределение и коммуникация в значительной мере происходят в виртуальном пространстве. Виртуализация понимается и как опосредованный и вызванный компьютеризацией процесс замещения реально существующих

структур виртуальными конструктами. Основной сферой виртуальности является уничтожение настоящей мысли и замена ее симулякром. При этом показательны условность, эфемерность, «киберпротезирование» (создание виртуального аналога реальности), иная стратификация в виртуальном общении.

Для такого общества показательной является ключевая роль коммуникации, широкое распространение новых средств коммуникации, виртуализация всех сфер жизни, преобладание знания большинства над знанием экспертов. Разделять онлайн и офлайн больше смысла нет. Д. В. Иванов полагает, что коммуникация в современном обществе предполагает не рациональную денотацию объекта, а создание его образа, мобилизующего эффективные коннотации. В этой логике реклама не является информационной поддержкой товара, а занимается созданием его привлекательного образа при помощи СМИ, информационные войны которых представляют собой войну за создание выгодного заказчику образа событий, а не за монополию на передачу информации. Коммуникация – это операция между сообществом и интерпретируемым. Отсюда строится игровая теория виртуализации. Показательными являются мнения о внедрении принципов игры, ее эвристических моментов в прагматику жизни.

Выдвинуто понятие киберпротезирования общества, означающее процессы замещения в основных институциональных сферах вещей образами (симуляциями), выступающими в качестве основной характеристики виртуальной реальности. Еще раз отметим, что под информацией создатель этой концепции Д. В. Иванов понимает прежде всего механизмы коммуникации [18].

Разрабатывается методология анализа влияния Интернета на социальную сферу, экономику, политику, личность (А. Е. Войскунский). В качестве влияния на социум изучается создание и функционирование интернет-сообществ Сидорова [22, 24].

Произошло изменение баланса между приватными и публичными коммуникациями, между межперсональной и массовой коммуникацией: личные коммуникации стали восприниматься как часть общественных, масс-медиа имеют гибридную аудиторию – конкретную и массовую, на массовое обсуждение выносятся межперсональное общение.

Показателен лично-публичный характер сетевой 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.

Психологическая значимость блогинга для личности была выявлена уже в ходе опроса блогеров Живого журнала, проведенного в 2005 году [14], когда были выделены следующие функции блогов:

- коммуникативная функция, общение со знакомыми и расширение круга общения;
- функция самопрезентации;
- функция развлечения – блоги представляют собой неисчерпаемый источник развлекательного чтения;
- функция сплочения и удержания социальных связей (поддержание прервавшихся социальных связей и создание виртуальных сообществ, организация рабочих групп);
- функция мемуаров, отложенная коммуникация с самим собой и желание общаться с другими мемуаристами.

Обеспечивают достижение этих задач современные новейшие (сетевые) масс-медиа. Целью настоящего исследования является выделение наиболее значимых видов риторической деятельности в среде Интернет. Актуальность таких исследований заключается в том, что для языкового капитала представляются важными как знания структуры языка, так и умение пользоваться языком, в том числе в цифровом пространстве. В центре таких исследований находится следующий ракурс научной проблематики языкового и культурного капитала субъекта речевой деятельности: цифровизация языка и дискурса, позволяющая по-новому посмотреть на известные сферы использования (бытования, существования) языка. на возникающие вопросы в отношении специфики Интернет-языка и видов интернет-дискурса.

На эти вопросы отвечает наша исследовательская программа неориторики цифрового дискурса.

### **Методы и материал исследования**

Методом в данной работе выступает анализ деятельности риториков при постановке и решении риторических задач с использованием сетевой среды, материалом – многочисленные разножанровые тексты различных интернет-дискурсов. Методы классического риторического анализа, как известно, отталкиваются от стиля, от формы текста (но вовсе не сводятся к стилистическому анализу) и пытаются пролить свет на функцию, задачу речевого поступка, рассматривая последние как результат текстовой деятельности.

Цифровой дискурс явно неоднороден: спонтанный дискурс серьезно отличается от стиля оцифрованных документов и подготовленных текстов. Известные цифровые дискурсы педагогики, политики, маркетинга, многих сфер находят свои отражения в цифровом дискурсе. Так, говорят, например, о цифровой дипломатии.

Налицо следующие выделяемые сферы [8]:

- интернет-дискурс как образовательный инструмент
- интернет и сети как источник медийного контента;
- интернет-дискурс как медиум культуры и «виртуальные протезы»;
- интернет и сети: контент для хобби;
- интернет-дискурс как инструмент политической мобилизации;
- интернет-дискурс как инструмент экономической активности;
- интернет-дискурс для внутреннего мира человека (Интернет и общение).
- проведение социологических исследований в Интернете;
- общение с государственными органами.

В связи с виртуализацией коммуникации в последние годы нами представлена программа исследования интернет-коммуникации.

Отметим, что в данной первоначальной классификации отсутствовало использование Интернета для получения информации о деятельности государственных органов, информации социального характера, государственный и социальный PR или, скажем, Интернет-дискурс творчества.

### **Обсуждение материала**

#### **Языковая ткань общения**

Несомненно, что цифровизация влияет и на судьбы языков в мире, и на индивидуальную языковую личность. Отдельным, первым исследовательским вопросом выступает специфика цифрового языка и цифрового дискурса. Идет накопление наблюдений над преобразованиями в языке, вызванными цифровой средой [2, 15, 17, 20, 21, 22, 23, 28, 30, 37]. Какова специфика функционирования языка в пространстве Интернета в его цифровой форме? Такая научная проблематика разнообразна и связана с традиционным анализом языка в стилистике. Как изменяется форма слова, как представлено региональное разнообразие языка в интернете?! Вплоть до сакраментального: не является ли, например, глобальный английский языком-пиджином? Сохраняются ли в новых электронных фактурах речи старые, докомпьютерные представления о просторечии, о сниженности разговорного стиля, насколько цифровой век поддерживает особенности коллоквиального синтаксиса в новых условиях коммуникации. Нами исследовались язык и текстовое общение в чатах, в мобильных сообщениях, в комментариях к блогам, мы обращались и к существующим многочисленным глоссариям [33, 34, 35, 40, 41, 42, 44, 45, 46, 50, 53, 59, 56, 61, 62].

Интересны не только особенности языка, но и особенности коммуникации в этих средах. Этому подчинены и некоторые руководства по современной журналистике [1], демонстрирующие особенности и русского языка, и языков вообще, и специфики такой риторики, и структуры такого гипертекста.

Наконец, насколько цифровой дискурс выступает в качестве определенной специфичной лингвокультуры компьютерной сферы субкультуры, столь важной для носителя языка?! Отсюда следует и практическая значимость исследуемой проблематики. Например,

каковы возможности использования цифровых инструментов в лингводидактике и в преподавании перевода?!

Перед нами новая фактура речи – неустно-неписьменная речь электронной фиксации [38, 49]. Отмечаемыми отличительными чертами являются универсальность сокращений [58], значение CAPS LOCK регистра, знаков препинания [58], скобок, нарочитых ошибок, стилизации и сленга [51, 57]. Показательно размывание нормы в такой речи. Стилистически интересным является то, как строятся фразы, каковы виды приветствий, каковы виды одобрений, вообще междометия. Значима роль невербалики – иконические знаки (эмотиконы), роль графики. Явственен крен в сторону повышения визуализации коммуникации (мемы). Как правило, обучать этому не надо, сам коммуникант быстро усваивает языковое оформление высказывания – это самое простое. Языковой универсалией является наличие самого стиля электронной коммуникации [12].

Но это, так сказать, формальные характеристики языка такого общения. Интересным является и то, как в таком тексте проявляются классические функции языка – например, фатическая, метаязыковая, волюнтативная, эстетическая.

В таких рассуждениях мы отталкиваемся от классификации Р. Якобсона и представлений о функциях языка. Многие коммуникации осуществляются не ради информации, а ради фатики. Вообще поставлен вопрос о том, с какими целями осуществляются электронные неформальные коммуникации. Интересным является и то, как осуществляется волюнтативная функция языка (воздействие, убеждение), как проявляет себя поэтическая функция языка. Исследователей диалогического и полилогического общения интересует то, как происходит развитие темы в полилоге, каковы вклады вкладов коммуникантов в тему, конвенции полилога. Показательна, например, неявная когерентность тем в чате.

Интересным является и то, насколько кодифицировано такое общение (метаязыковая функция). Лексический материал исследуемой фактуры речи формирует представление о компьютерном жаргоне, профессиональном говоре, профессиональных терминах. Как правило, компьютерный жаргон совмещен с молодежным сленгом, с общим арго, со сниженностью речи и лингвокреативностью жаргона. В языковой ткани такого общения находят отражение «поэзия простого человека» – городское просторечье XXI века.

### **Риторика общения**

Поднимаясь от языкового оформления высказывания к его замыслению, далее мы не можем не заинтересоваться условиями такого общения, психологическими установками ратора и т.д.

Функция обратной связи в коммуникации представляется чрезвычайно важной. Это имеет параллель в медиа – журналисты-стримеры обращаются к чату, предлагают аудитории писать вопросы, реплики в чат, находят новые повороты темы, новую драматургию беседы. Однако среди участников такой коммуникации могут появиться коммуниканты со своей темой, «застрявшие» на ней, люди со своим речевым эмболом, неспособные к такой коммуникации, где выполняются требования П. Грайса к диалогическому общению.

Конвенции вежливости, отказ от коммуникации также привлекают наше внимание. Санкции (бан) по отношению к некорректным коммуникантам вызываются личными оскорблениями, матом, резко отличной политической или этической позицией, продвижением рекламы, капслоком.

Показательно стремление к самопрезентации коммуникантов. Не будем забывать, что формат лично-публичной коммуникации есть формат коммуникации малознакомых людей, формат самопредставления, с особенностями ников, особенностями аватарок.

Поликодовость общения предполагает использование вербальных, графических, аудиовизуальных модальностей мультимедийного общения. Например, феномен стрима и чата в нем имеет особенность в том, что именно аудиовизуальное выступление вызывает к жизни чат. Насколько эти потоки связаны между собой? Насколько текстовое общение

вызвано визуальным? Насколько оно вызвано вербальным стимулом стримера, репликами участников чата?

Санкции и конвенции являются обратной стороной конфликтогенности такого общения. Поскольку мы видим, что организаторы общения удаляют «комменты» (феномен модерации общения) – стало быть и блогер, и тема общения могут быть предметами агрессии, «холивара», оскорблений.

Психологический смысл общения для самой личности коммуниканта понятен: в разработке этого аспекта мы концентрируемся на психологии коммуникации – развитии процессов памяти, рефлексии, критического мышления, самопрезентации (солипсизм), межличностного взаимодействия.

Специфика условий коммуникации в Интернет-дискурсе показательна. Мы отмечаем, 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, атомизация, отчуждение людей вызывают обращение к этой форме коммуникации все большего числа людей, часть из которых поселяется в сетях и испытывает определенные психологические проблемы при лишении такой формы коммуникации

Среди характеристик сетевого дискурса отмечают гипертекстовость, равный статус участников коммуникации, виртуальность, специальную компьютерную этику, специальный язык, эмоциональность, сжатость, личностность, использование «письменной разговорной речи», креативность, толерантное отношение к нормативности речи, коллективное авторство, трансграничность, мультимедийность, интерактивность и т.д

Здесь поставленным нами вопросом является прагматика и риторика цифрового дискурса. Цифровой дискурс явно неоднороден: спонтанный дискурс чата серьезно отличается от стиля оцифрованных документов и подготовленных текстов. Известные, дотоле письменные и устные дискурсы педагогики, политики, маркетинга, также находят свои отражения в цифровом дискурсе. Так, говорят, например, о цифровой дипломатии, цифровой памяти, цифровой политике, цифровом маркетинге, сетературе [18, 19, 24, 26, 48, 60]. За этими явлениями стоит прагматика дискурсов с их риторическими установками.

Этот новый вид коммуникации активно рефлексивируется. Многочисленные исследования коммуникации в соцсетях стараются ответить на ключевые вопросы в отношении сетевого дискурса. По нашему мнению, они таковы:

- Как аудитория участвует в медиапроизводстве контента блогеров?
- Насколько визуальный контент предпочитается текстовому?
- Насколько показательно создание цифровых сообществ?
- Насколько широко оказываются представленными игровые практики?
- Какие каналы дистрибуции контента используются - сайт, соцсети, мессенджер, рассылки, новостные агрегаторы?
- Как можно судить о потреблении медиаконтента?

Показателен вопрос о креолизации дискурса (поликодовости, «текст плюс картинка»). И вообще, что такое нелинейность контента? Какие «инфомолекулы» входят в контент – фотолента, фотогалерея, слайдшоу, карикатура с анимацией, интерактивная видеоколонка, мультискрипты, инфографика, таймлайн, карта, лонгрид, боты, виртуальная и дополнительная реальность? Это смыкается с изучением интермедиаальности литературы, т. е. её взаимодействия с новыми информационными технологиями.

Несомненно важным представляется то, что новый, современный этап риторики проходит в условиях информационной революции и цифрового общества. Какими видятся цели риторики в новых условиях цифрового общества? Что меняется в риторическом каноне? Какие сферы цифрового общества нуждаются в речевой инженерии? Почему это важно и для кого? Меняется ли риторика? Что должен знать специалист о современной риторике?

Представляется, что указанная тематика является концептуальным продолжением изданной в ИНИОН работы Н. А. Безменовой тридцатилетней давности [3]. Автор одной из

первых поставила вопрос о специфике неориторике, указала на роль современных французских и бельгийских риторик (группы Мю, т.н. Льежской группы и т.д.) [52, 54]. Этот компонент является заявлен в нашей исследовательской программе необходимым, нужен анализ литературы и сайтов по риторике в сети Интернет, отражающих интересы в области как преподавания классики риторики, так и новые тенденции [55].

В нашей исследовательской программе планируется к рассмотрению следующий ракурс научной проблематики языкового и культурно капитала субъекта речедеятельности: цифровизация языка и дискурса, позволяющая по-новому посмотреть на известные сферы использования языка. За последние пятьдесят лет существенно изменилась устная речь, поменялись традиционные фактуры речи и появились новые (прежде всего электронные), по-новому нормируются жанры и стили речи, существенно меняется картина городской разговорной речи, широко распространяется сниженная речь, претерпела существенные изменения медиаречь. Например, в какой мере устная неграмотная речи может быть ориентиром сегодня и как это связано с электронной фактурой общения?! Или уж совсем странный вопрос: почему люди перестали смущаться говоров, диалектов?!

Показателен в мировой и российской науке XX века поворот лингвистики от изучения системы и структуры языка (языков) к исследованию человека говорящего, коммуницирующего. Риторика является безусловным ядром речемыслительных действий и гуманитарного знания. В этой связи нами обсуждаются задачи современного риторического направления в филологии, представленного в свете трудов конца XX столетия (ренессанс русской риторики). Не может не привлекать и «обратная сторона риторики», представленная герменевтикой [4]. Риторика и герменевтика рассматриваются как две стороны одной медали – риторико-герменевтической парадигмы (коммуникативной, смысловой парадигмы деятельности в филологии). Сегодня довольно остро стоит задача массового обучения наиболее эффективным речевым действиям всех видов. Знание видов словесности, их смысловых возможностей, отношения к другим видам культуры представляются составляющими риторической грамотности. Так, риторика – учение о развитии мысли в слове – получает новое гражданство в нашем обществе конце XX века, выходит из забвения. Активно расширяется проблематика неориторике, имеющей в качестве своего предмета описание принципов построения любых словесных произведений; проблемы устной интерпретации литературы, нацеленной на понимание художественного произведения, речевой педагогики, дебатирования, множества прагматичных дискурсов цифровой формы. Явственно отмечается вторжение в неориторику новой терминологии из теории коммуникации, психологии, социологии, семантики, информационных технологий.

### **Виды цифрового дискурса**

*Дискурс цифровой политики* подчеркивает возможности политической мобилизации сторонников посредством интернет-дискурса [39]. Как известно, одним из первых на создание горизонтальных сообществ поддержки политиков обратил внимание М. Кастельс. Сеть Интернет и социальные сети для политика – прекрасная возможность реализации стратегий саморезентации, конфликта и поиска сторонников.

При анализе этого дискурса были поставлены исследовательские задачи – обсудить различные подходы к выборам и подвергнуть исследуемые речи риторическому анализу, ответив на вопросы, каковы предмет речи, концепции, образ оратора и образ аудитории, наконец, стилистические и смысловые особенности построения текста таких речей. Как строится предвыборная риторика? Каковы жанры общения с аудиторией в преддверии выборов? Каков удельный вес невербальной коммуникации и креолизованных сообщений в такой коммуникации? Всякая ли предвыборная коммуникация политическая? Насколько весомы использующиеся в исследуемой коммуникации социальные сети (цифровая риторика)?

Качественная социология и контент-анализ аудитории связаны с развитием техник понимания сообщений [5].

С этим фрагментом азональной политической риторики тесно связана проблематика конфликтологии цифровой среды. При этом необходимо понимать, что большинство межличностных конфликтов сегодня связано с использованием цифровых технологий, так как агональный дискурс чаще всего разворачивается в Интернете. Для этого дискурса характерны ирония, оценочность, агрессия. Оскорбление – одна из наиболее распространенных форм агрессии, как правило, выражается в грубом обращении, оскорбительных комментариях и необоснованных замечаниях. Негативная оценка объекта сменяется в дискуссии взаимными негативными оценками сторон диалога, агрессией, инвективами и буллингом. Показательно наличие не только явных инвектив, но и косвенных стратегий негативной оценки собеседника. С языковой точки зрения оценка может быть выражена прямо и метафорически, сниженно и иронически, риторически через стратегии обобщения, стереотипизации, умаления, гиперболизации, необоснованных замечаний. При том, что оценка может быть выражена прямо, гораздо важнее оценка, выраженная косвенно.

Это направление работы рассматривает новый, цифровой этап конфликтов с использованием языка – например, цифровой конфликт по поводу поста, где негативная оценка объекта сменяется в дискуссии взаимными негативными оценками сторон диалога, агрессией, инвективами и буллингом [13]. Здесь актуально исследование языковых стратегий собеседника, речевых оскорблений и. д. 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.). Мы подчеркиваем, что это общение лично-публичного характера, для которого характерны анонимность, безнаказанность, карнавализация, бесчисленные легкие возможности самопрезентации.

Отдельную тему представляет сетевая конфликтология и изучение речевой агрессии в сети. Ирония, оценочность, агрессия могут быть направлены как против автора поста, так и предмета поста [9].

*Цифровой дискурс в маркетинге* (диджитал в маркетинге) на родном и неродном языке вызывает интерес обучаемых: обучаемый хочет идти в ногу со временем, пользоваться соцсетями, участвовать в о всеобщем рынке товаров и услуг [19]. Нами показана необходимость таких умений и для первичной, и для вторичной языковой личности в связи с цифровизацией и медиасоциализацией. На протяжении длительного времени нами изучается медиапроизводство в маркетинге [7],

За последнюю четверть века существенно изменилась медиакommunikация – от традиционных медиа до ее сегодняшнего сетевого варианта лично-публичного характера. Эта коммуникация сегодня представляет собой обмен гипертекстовыми креолизированными мультимедийными, текстами, построенными с установкой на интерактивность, с риторическим учетом гипотетического собеседника («подстройкой» к аудитории). Все дисплейные тексты характеризует и новый метод доставки – принципиальная конвергентность на экран мобильного устройства. Представления о массовой, однородной и пассивной аудитории уходят в прошлое, для XXI века оказывается характерна так называемая индивидуализация коммуникаций.

Исследование электронной речи, языковых ее особенностей выводит нас к более частному вопросу исследования риторики дисплейного текста с маркетинговой установкой. Интернет-маркетинг можно рассматривать как часть классического маркетинга, так как он использует те же основные принципы и методы, что и традиционный маркетинг. Однако интернет-маркетинг отличается от классического маркетинга тем, что он основан на использовании цифровых каналов коммуникации, таких как веб-сайты, социальные сети, электронная почта, поисковые системы и другие.

Показателен учет фактора обратной связи в цифровой коммуникации. Кроме того, интернет-маркетинг позволяет учитывать поведение и предпочтения потребителей в режиме реального времени, благодаря чему маркетологи могут быстро адаптироваться к изменяющейся ситуации и оптимизировать свои маркетинговые стратегии. Это делает

интернет-маркетинг более гибким и эффективным инструментом, чем классический маркетинг.

Основные мероприятия цифрового маркетинга, как известно, таковы: поисковая оптимизация (SEO), поисковый маркетинг (SEM), контент-маркетинг, маркетинг влияния (influencer marketing), автоматизация создания контента, маркетинг в электронной коммерции, маркетинг социальных медиа (SMM), прямые рассылки, контекстная реклама, реклама в электронных книгах, программах, играх и других формах цифровой продукции. Также используются каналы, не связанные непосредственно с сетью интернет: мобильные телефоны (SMS и MMS), звонки и т.д. [19]. Анализ обратной связи в такой коммуникации представлен прежде всего анализом статистики участия в такой коммуникации – анализом метрик. Организация отслеживает общий трафик на своем веб-сайте, включая общее количество посетителей, уникальных посетителей и их источники (такие как органический поиск, прямой трафик, ссылки из социальных сетей). Это позволяет им понять, какие маркетинговые каналы наиболее эффективны в привлечении аудитории.

Основными тенденциями развития социальных медиа являются развитие нишевых, специализированных и бизнес-ориентированных социальных сетей; развитие нетекстового контента (видео, инфографика, интерактив) в социальных сетях; усиление влияния инфлюэнсеров на мнения аудитории; честность и открытость в размещении контента для доверия аудитории социальных медиа. Приводятся примеры креолизованной коммуникации на сайте, построения «продающей площадки», обсуждаются принципы организации коммуникации на сайте, правила продвижения сайта в соцмедиа.

Показательно выполнение таким текстом прагматической функции, способность привлекать внимание – кликбейт. Принципы построения такого текста происходят с учётом гипертекстового маршрута. Показательно понимание структуры гипертекста как метафоры хранения знаний в памяти человека. Работы как теоретиков медиатекста, так и лингвистов и психолингвистов заставляют нас размышлять о научной проблеме «лингвистика гипертекста». Показателен новый вид бытования текста – гипертекст. Здесь характерны и индивидуальность маршрута, и креолизованный характер текста (мультиmodalность), и особые характеристики диалогизма и интенция интерактивности в таком тексте и т.д.

Показательна и особая установка на нарративность, также приводящая к расширению репертуара общения.

Так, в одном из наших исследований было продемонстрировано, что киберспортивная команда Team Spirit продвигает себя с помощью широкого спектра инструментов интернет-маркетинга, которые включают в себя использование социальных сетей, электронной почты, контент-маркетинга, партнерских программ и спонсорских соглашений. В этой связи привлекают внимание такие результаты работы, как принципы описания создания контента, участие в мероприятиях, SEO, использование метрик.

Отметим перспективы данных медиапедагогических исследований. Прежде всего, они не могут не затрагивать оценку использования нейросетей в генерации коммерческих электронных сообщений. На основании изучения литературы вопроса можно сделать вывод, что нейросеть быстро справляется с поставленными задачами: генерация идей, текста, изображений, определение аудитории, SWOT-анализ, написание контент-плана, преобразование информации в таблицы, в нейросети, специализированные на SMM, встроены модели, такие как рекламная (AIDA). В наших экспериментах время генерации нейросети не занимало больше 20 секунд. Из недостатков, которые наблюдались в работе можно выделить: выдача неточных, а порой и неверных данных, поверхностный анализ конкурентов, текст рекламных объявлений может выходить не креативным, лишенным новизны, есть вероятность, что изображения не выйдут подходящими под запрос.

В нашем исследовании была рассмотрена компания «Сибур» и проведен ее контентный анализ в интернете, а также было разработано предложение по разработке SMM-стратегии с применением возможностей нейросетей для сообщества «ВКонтакте» «Сибур Тверь». На каждом этапе создания стратегии продвижения генерировался текстовый или визуальный

контент при помощи нейросетей. По результатам практического исследования, можно сделать вывод, что нейросети могут быть полезным инструментом в SMM.

Нейронные сети являются частью искусственного интеллекта, представляя собой имитацию нейронов человеческого мозга. Благодаря расширению технических возможностей, искусственные нейронные сети вошли во множество видов деятельности, в том числе в рекламную.

Наибольшую популярность в последнее время обрели генеративно-состязательные нейросети (GAN), поскольку их можно использовать в качестве развлечения и инструмента для работы. Нейросетей такого вида в настоящее время существует большое количество, самыми популярными являются: ChatGPT, Midjourney, YandexGPT, Kandinsky. Анализ специфики нейросетей показал, что они могут генерировать текст, изображения, видео, проводить диалог с пользователем. Немаловажной особенностью нейросетей является обучение и обучение без «учителя»: обновленные версии нейросетей значительно превосходят качество генераций, благодаря их усовершенствованию и пополнению базы данных, на основе которой генерируются результаты.

Наблюдается рост интеграции нейросетей среди компаний в качестве инструмента для решения различных задач, таких как: автоматический сбор отзывов, создание текстового контента, создание уникального дизайна, создание чат-ботов с нейросетями. Благодаря использованию данной технологии, компании оптимизируют и автоматизируют свою работу, экономя ресурсы и время.

Нами был подробно рассмотрен «Сибур», который является одной из крупных нефтегазохимических компаний в России. Компания сформировала свою корпоративную культуру, ценности, миссию, фирменный дизайн. Среди основных ценностей наблюдаются: партнерство, взаимоуважение, сохранение экологии для будущих поколений. «Сибур» работает в B2B сегменте, но в целях повышения лояльности к бренду ему необходимо проводить рекламные кампании на широкую аудиторию. Для этого используются таргетированная реклама, размещения в СМИ и Telegram-каналах, интерактивные билборды, баннеры, привлекаются блогеры, контент, которых сходится с ценностями компании. Подробнее было рассмотрено сообщество «ВКонтакте» «Сибур Тверь», где освещается деятельность «Сибур-ПЭТФ», для дальнейшей работы с ним, а именно создания SMM-стратегии с применением нейронных сетей.

Мы рассмотрели сообщество, разработали цели, выявили целевую аудиторию, провели SWOT-анализ, анализ конкурентов, разработали контент-план на месяц, создали посты и рекламное объявление. При выполнении этих этапов мы каждый раз обращались к нейросетям. Для работы с текстом использовали ChatGPT, Алиса ПРО, AiBot, для работы с изображениями «Шедеврум» и Leonardo.Ai.

В результате были выявлены ряд преимуществ и недостатков. Среди преимуществ налицо высокое быстродействие, выполнение задач, которые требуют большого количества объема данных и времени, знания нейросети о SMM. Среди недостатков были выявлены недостоверная информация, которая требует проверки, случаи некачественного генерирования изображений.

На основе практической работы сформулируем аспекты, которые стоит учитывать при дальнейшем исследовании: при анализе конкурентов необходимо обращаться к нейросети в несколько шагов для полного составления более полного образа потенциальной аудитории, а также проводить наибольшее количество генераций, по результатам которых можно создать уникальную SMM-стратегию и контент-план.

Особая маркетинговая риторика продающего текста – в центре как интересов обучаемого, так и преподавателя в такой области медиапедагогики, как использование медиа для экономической деятельности.

Показательной привлекательностью обладает креолизованность такого текста, создание лендинга, особенности электронных презентационных технологий контента и т.д.

Выводы в исследовании такой коммуникации связаны с современным маркетинговым подходом к учету обратной связи в маркетинговой коммуникации, особенностями риторики продающего текста и электронного общения в целом.

Показателен и новейший русский (? – А. Б.) язык, сформировавшийся в этом виде деятельности.

Мы видим на примере анализа деятельности студентов и созданных ими текстов в практической работе то, что медиапедагогика приближается к социально значимой тематике бизнес-коммуникации с использованием самых современных сред такой коммуникации [25].

Наше внимание привлекли практики реализации цифровой памяти *Цифровая память* [26] показана нами в работах по цифровой мемуаристике [10].

Особым видом дискурса выступает цифровое искусство, *цифровая литература и литературоведение*. В этой связи исследовательский интерес вызывают как цифровизация и интернетизация традиционной литературы, как рецепция литературы в социальных сетях, так и создание оригинальной сетературы (гипертекст, тексты коллективного авторства, фанфикшен, видеопозия, лонгрид и т.д.). Наряду с сетературой [23] возникает *новое цифровое искусство и новое понимание текста* [6],

*Педагогический Интернет-дискурс* реализуется в онлайн-образовании. Лингводидактика давно апроприировала цифру – т.е. в той или иной мере поставила информационные компьютерные технологии себе на службу. Об это свидетельствует экспоненциально растущее число работ в области лингводидактики, где показано, что сайты, чаты, блоги, компьютерные библиотеки, электронные образовательные среды, медиа, тренажеры являются неотъемлемой частью обучения. Активно разрабатывается методика внедрения генеративных сетей в процесс обучения языкам. Но закономерно возникает вопрос о том, чем же новые информационные технологии лучше старых?! Или они просто дешевле и удобней? Насколько эффективно дистанционное обучение, заменяет ли оно очное? Почему в ФРГ ширится движение «Школа без компьютера»? Ответ на этот вопрос должны дать социо- и психолингвистические исследования компьютерно-опосредованного дискурса, сетевого дискурса, которых пока мало. Вопросы скорее пока только поставлены, проблематика обозначена, ответов пока мало [36, 47].

Среди лингводидактических медиаресурсов продвинутого уровня, на наш взгляд, особенно актуальны три направления. Во-первых, это цифровые ресурсы культуры языкового коллектива, во-вторых, актуальная медийная повестка, в-третьих – профессиональный пласт языковой личности. Показателен отбор материалов для обучения, степень его устности, разговорности, формальности, аутентичности, подготовленности (спонтанности). В наших работах продемонстрированы особенности форматов работы с медийным материалом на продвинутой ступени обучения, направленные на развитие принципиально иных, характерных для цифровой среды обучения навыков речевой деятельности.

Особенно это актуально для неродного языка на начальных этапах его освоения. Уровень языкового и культурного капитала обучаемого (мигранта), да и автохтонного населения, достаточный для социального участия, обеспечивается прежде всего языком. Иными словами, язык, уровень владения им становится предварительным условием актуальной для мигранта меры понимания мира,

Сетевой дискурс исследуется и активно применяется в **лингводидактике**, на ее современном медиапедагогическом этапе, которому мы являемся свидетелями. Современный этап работы с медиа характеризует наличие пользовательского контента, видеохостингов, блогов, сайтов, медиатизацию жизни («чего нет в жизни – нет в медиа, чего нет в медиа – нет в жизни»), наличие большого количества конвергентных медиа.

Появилась возможность читать и смотреть любые аутентичные медиа, что даёт новые возможности для лингводидактики. Этого, конечно, не было до интернетизации, некоторые дискурсы были малодоступны. Масс-медиа дают широкий тематизм – представляют панораму от политики до культуры и спорта, плотно социальной жизни, культуры, экономики, что особенно важно на фоне медиатизации жизни и медиасоциализации современного человека.

Применение цифровых технологий в образовании – педагогический дискурс в цифровом варианте, включает и проблемы мотивации, контроля занятий в цифровой среде. Здесь же обсуждается и цифровизация ресурсов для педагогического дискурса, для обучения языку, риторике на продвинутом этапе. Генеративные сети – новое направление, весьма перспективное именно для лингводидактики.

*Цифровой дискурс для социологических исследований*, имеет показательный коррелят в социологии новых методов опроса при помощи интернета [16]. Это используется для исследований в социолингвистике, социологии, журналистике. Да и сама беседа представляется идеальной фокус-группой.

*Цифровые технологии для научных исследований* нашли свое применение в науке, например, в области лингвистики и филологии. Так, например, проблематика социолингвистического варьирования языков представлена в работах А. Д. Швейцера, Г. А. Вейхмана, А. И. Домашнева, Г. В. Степанова, Н. Н. Трошиной, и др. исследователей. Она стала научным достоянием по мере углубления контактов с отдельными лингвокультурами. Исследуются акценты, проблема формы и фонетики слова. Известны похожие исследования и на материале русского языка, хотя вес и значимость диалектов в разных языках различна. Изучаются территориальные варианты языка (Ф. П. Филин, Т.Ф. Новикова, диалектология, русская диалектная речь (повсеместно вузах России как региональный компонент программы родного языка). Здесь мы часто сталкиваемся с инерцией научных установок, например, изучение так называемых говоров, давно уже не существующих в реальности. Представляется необходимым хотя бы декларировать, что это диахронные исследования.

Известны исследования аналогичного плана на испанском материале (Н. Ф. Михеева), на французском материале. Показано, что для анализа можно использовать выборку носителей в социальных сетях, современные методики фиксации нормы произношения, что повышает достоверность таких исследований.

Близка к обсуждаемой и практика социолектов, профессионального просторечья. Однако сленг, жаргон представляют собой исключительно лексические явления, они паразитируют на языке, по меткому выражению В. М. Жирмунского. Это не диалекты.

Сегодня мы видим беспрецедентно большое количество источников из разных стран распространения языков, разных социальных сред, особенно мультикультурной. Интернет-дискурс – это не только научная, деловая, медийная и художественная речь, но и звучащая разговорная речь. Представлены записи звучащей речи, в том числе спонтанной. Например, возможным становится изучение географической, социальной и фоностилистической вариативности английского произношения. Более важным становятся усвоение современных произносительных тенденций, орфоэпический компонент культуры речи, усвоение актуальных тенденций в молодёжной речи.

Эти материалы полезны для исследований социофонетики английского языка как методологии изучения звуковой формы языка в социальном контексте.

Необходимо посмотреть материалы по акцентам английского языка:

- ☒ <https://www.youtube.com/watch?v=IL2MJ8rQ12E>
- ☒ [https://www.youtube.com/watch?v=mXpW\\_WyZpmQ](https://www.youtube.com/watch?v=mXpW_WyZpmQ)
- ☒ <https://www.youtube.com/watch?v=H1KP4ztKK0A>
- ☒ <https://www.youtube.com/watch?v=TH1SZmgvUs0>
- ☒ <https://www.youtube.com/watch?v=64myS6bmNsM>
- ☒ <https://www.youtube.com/watch?v=9LJtRKQCzrg>
- ☒ <https://www.youtube.com/watch?v=OT16yUEh7-0>
- ☒ <https://www.youtube.com/watch?v=dfsjVgujCMY>
- ☒ <https://www.youtube.com/watch?v=Pl5fteMgrZ0>
- ☒ <https://www.youtube.com/watch?v=nFk3xQLCZFA>
- ☒ <https://www.youtube.com/watch?v=1m94y7cj-00>

В дидактическом плане стоит предложить студентам найти и другие Интернет-

материалы по тематике акцентов и региональных вариантов произношения в английском языке (<https://www.youtube.com/watch?v=1m94y7cj-00>.)

Трансатлантический американский акцент широко представлен в Сети:

- ☒ <https://www.youtube.com/watch?v=IL2MJ8rQ12E>
- ☒ [https://www.youtube.com/watch?v=mXpW\\_WyZpmQ](https://www.youtube.com/watch?v=mXpW_WyZpmQ)
- ☒ <https://www.youtube.com/watch?v=H1KP4ztKK0A>
- ☒ <https://www.youtube.com/watch?v=TH1SZmgvUs0>
- ☒ <https://www.youtube.com/watch?v=64myS6bmNsM>
- ☒ <https://www.youtube.com/watch?v=9LJtRKQCzrg>
- ☒ <https://www.youtube.com/watch?v=OT16yUEh7-0>

Аутентичный дискурс на видеохостингах выполняет и функцию демонстрации разных вариантов дискурса, разных социолектов, социально престижной произносительной нормы:

- ☒ <https://www.youtube.com/watch?v=YvbEODnJVTc>
- ☒ [https://www.youtube.com/watch?v=aEMMtKjYx\\_w](https://www.youtube.com/watch?v=aEMMtKjYx_w)
- ☒ <https://www.youtube.com/watch?v=KtZWaCbxdB0>
- ☒ <https://www.youtube.com/watch?v=55HjaOB7gSg>
- ☒ <https://www.youtube.com/watch?v=Iup1gJq0dsE>
- ☒ <https://www.youtube.com/watch?v=lo-goB8tK1c>
- ☒ <https://www.youtube.com/watch?v=LLoqm0Bls-w>
- ☒ <https://www.youtube.com/watch?v=5vSwCp4NwPc>
- ☒ <https://www.youtube.com/watch?v=ji6vURnWfrk>

Для анализа можно использовать выборку носителей в социальных сетях, современные методики фиксации нормы произношения, что повышает достоверность таких исследований: опросы, анкетирование, наблюдение аутентичного речевого поведения включенное наблюдение.

*Цифровой дискурс* может быть применим для изучения культуры языкового коллектива. Известно, что Шекспировский дискурс – средоточие английской культуры. Наряду с Библией, именно эти тексты являются каноническими на английском языке и на языке перевода, составляют общий фонд культурного наследия образованного слоя британцев.

Рецепция Шекспира хорошо известна. Известна и работа Т. Л. Щепкиной-Куперник, М. М. Морозова, А. А. Аникста, С. Я. Маршака по представлению наследия Шекспира советскому читателю. Эта работа отражена шекспировской энциклопедией [32] и сайтом «Мир Шекспира» [31]. На последнем перечислены переводчики, исследователи, постановщики Шекспира.

На новый уровень такая работа выходит в связи с тем, что шекспировский дискурс становится общедоступным. При помощи Интернета становятся доступными тексты пьес, шекспировская мультипликация, записи спектаклей, аудиозаписи, сцены из спектаклей Британского театра «Глобус», Национального Шекспировского театра.

С тематикой конференции о взаимоотношениях в семье перекликаются, например, отдельные темы «Отелло» (<https://www.youtube.com/watch?v=OW82AddEgZk>)

Возможным стал просмотр различных версий «Лира» – вспомним его отношения с дочерьми:

- ☒ <https://www.youtube.com/watch?v=Pdn07wgUrno>
- ☒ [https://www.youtube.com/watch?v=\\_MpGb0nJ3eM](https://www.youtube.com/watch?v=_MpGb0nJ3eM)

Тема семейная есть и в «Гамлете» ([https://www.youtube.com/watch?v=tsPPI\\_7x1dk](https://www.youtube.com/watch?v=tsPPI_7x1dk))

Семейная тема есть и в исторических хрониках Шекспира, в ряде комедий («Укрощение строптивой», «Напрасные усилия любви» и т.д.)

Возможным становится знакомство с творчеством выдающихся актеров шекспировского театра – Иэном Маккелленом, Джуди Денч, Лоуренсом Оливье, Джоном Гилгудом, Хеллен Миррен, Ричардом Бёртоном и т.д.

Это дискурс дополняют фрагменты телепередач, лекции, выступления, выступления непрофессиональных театров, рассказы литературоведов – Г Блума, А. Аникста, Э. Смит и т.д. (<https://www.youtube.com/watch?v=9U4VirRjA8c>).

Показателен рассказ актера о современных постановках, например «Отелло» (<https://www.youtube.com/watch?v=jyoCIwJn9Ic>)

В интернете представлены шекспировские лекции выдающихся актеров, обогащающие наши представления о театре, визуализирующие их (<https://www.youtube.com/watch?v=Jmwv8kmcejK>).

Немаловажным моментом является присутствие обучаемых на самом выступлении театрального актера – учащейся наблюдает, как держится артист, что говорит, как предваряет, как оценивает свою работу. Выдающиеся актеры читают сонеты (<https://www.youtube.com/watch?v=VZO-K1EiJ0>).

Инкультурации способствуют разнообразные аспекты представления Шекспира на русскоязычных и особенно аутохтонных сайтах: коллизии и образы, шекспировский ямбический пентаметр, эмблематичность языка, метафоры, цитаты. Показательны трактовки Шекспира иными семиотическими системами: Шекспир в искусстве балета, мюзикла, оперы. Представлению шекспировского дискурса может способствовать тематическая мультипликация, например о театре Елизаветинской эпохи ([https://www.youtube.com/watch?v=QimS\\_rHvPnA](https://www.youtube.com/watch?v=QimS_rHvPnA)).

Для обучаемых – это и знакомство с британской и мировой театральной традицией, достижениями Ф. Джефферли и т.д., выдающимися современными трактовками (братья Коэны) (<https://www.youtube.com/watch?v=13WWN6rhxM4>).

Эта работа способствует пониманию и формированию языка как средства знакомства с культурой. Этому же способствует работа переводчиков (работа школы советских переводчиков-кашкинцев, Р. Райт, Н. Галь, К. Чуковского и т.д., современные художественные переводы).

*Цифровая коммуникация для психологической устойчивости* – перспективное, междисциплинарное с психологией изучение дискурса межличностной коммуникации в Интернете. Цифровой дискурс используется в психологии общения. Мы задаемся вопросом, какую функцию вообще выполняет неформальная ИТ- коммуникация. Важны не только ее языковые, но и ее социальные, психологические особенности.

На коммуникативном уровне нас привлекают феномен буллинга и агрессии, языка вражды [13]. Значимы психологические особенности исследуемой коммуникации, например, карнавальность, ироничность, агрессивность такой коммуникации, баланс самопрезентации и информации и т.д.. Это не лингвистические (не языковые). а коммуникативные явления. Это, скорее, эпархия риторики новой фактуры речи.

Феномен социологических эффектов новых форматов коммуникации находит отражение, например, в рассмотрении и развитии темы в краудсорсинге («общем мозговом штурме»). Это имеет параллель в медиа – журналисты-стримеры обращаются к чату, предлагают аудитории писать вопросы, реплики в чат, находят новые повороты темы, новую драматургию беседы.

Психологический аспект просматривается и в выявлении функций коммуникации в блогах – кроме информационной, коммуникативной и развлекательной. Психотерапевтическая функция либо предполагается заранее, либо осознается в процессе ведения записей — «выплеснуть эмоции», «изложить наболевшее», «для успокоения нервов, в конце концов». Данная функция традиционного дневника, ведущегося в укромной тетрадке, неоднократно упоминается различными авторами и, по всей видимости, приобрела новую форму и новые возможности, как способ пожаловаться на жизнь множеству людей сразу и получить в ответ успокоительные «поглаживания». Некоторые также отмечают, что публичность дневника вынуждает их продолжать его вести, а также заставляет учиться более грамотно структурировать свои мысли, что помогает им самим лучше понять переживаемые события. 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 способностей письма и коммуникации.

Сегодня активно обсуждаются плюсы и минусы интернет-коммуникации в самых разных ситуациях и условиях. Самым интересным является то, что вся Интернет-коммуникация служит для изменения читательской онтологии. Это одна из важных функций сетевого дискурса: интернет и внутренний мир человека и его общение. Лично-публичная интерактивная коммуникация оказывает влияние на психологический статус личности.

В новых условиях можно говорить о ряде факторов, определяющих и характеризующих вербальное поведение в комментариях. Одной из существенных характеристик большого числа блогеров является вербальная агрессия, проявляющаяся прежде всего в инвективности языка.

Кроме самих постов, ценна возможность интеракции, комментирования (краудсорсинг). Многоголосие комментариев – это как толпа на античном форуме. «Коменты» ироничны и даже токсичны, агрессивны, содержат вербальную агрессию, инвективы, иронию, языковую игру. Они полны оценочности, субъективности. Они указывают на уровень подготовки и уровень дискуссии аудитории. 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.).

Привлекает к себе внимание межличностная коммуникация феномена блогосферы. Следует учитывать, что чтение блогов и авторство – два разных по содержанию процесса. Люди, пользующиеся коммуникативными возможностями блогов вне контекста ведения собственного блога, отмечают возможности общения с людьми, с которыми они не имеют возможности общаться непосредственно, например, с друзьями, живущими в других городах. И это не общение «один на один». Не последнюю роль играет психологический феномен, называемый нами «на одной ноге со знаменитостью».

Как и традиционный бумажный дневник, блог, помимо новых функций, может осознаваться и как несущий функцию мемуаров, места для каких-то записей, которые могут пригодиться в будущем, способом 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.

Осмысление принципиальности отличий новой языковой личности авторы начинают с постановки междисциплинарных проблем. Важный вопрос, волнующий психологов и педагогов и доступный для изучения филологам, заключается в том, способна ли цифровая среда на фоне новых открывающихся когнитивных возможностей, угнетать те или иные когнитивные способности. В частности, внимание ученых привлечено к способностям созерцания и самопознания... Экстимный дневник блогосферы наследует эту функцию классического интимного дневника» [17]. Многочисленные наблюдения над коммуникацией в формате электронной речи, анализ литературы вопроса подводят к мысли о роли такой ауто- и межличностной коммуникации в процессах памяти, выражения и отреагирования эмоций, совершенствования способностей к коммуникации, расширение репертуара общения, расширение аудитории общения, совершенствование нарративности, карнавальности, преодолению алекситимии (дефицита описания эмоций).

*Цифровые медиа.* Многочисленные исследования показывают, что медиапотребление сегодня практически полностью представлено в его цифровом варианте. Рамки статьи не позволяют привести анализ электронного медиадискурса, которому посвящены наши публикации с начала XXI века.

## Выводы

Итак, представлена программа исследования прагматически ориентированных цифровых дискурсов в связи с неориторическими и цифровыми компетенциями субъекта речедеятельности. Эти научные исследования способствуют оценке научной доказательности цифровой школы и академии XXI века. В статье выделены языковые и риторические особенности новой фактуры речевой деятельности – неустно-неписьменного электронного дискурса. Представлены тематические сферы новой риторики цифрового века.

Несомненно важным представляется то, что новый, современный этап риторики проходит в условиях информационной революции и цифрового общества. Какими видятся цели риторики в новых условиях цифровом обществе? Что меняется в риторическом каноне? Какие сферы цифрового общества нуждаются в речевой инженерии? Почему это важно и для кого? Меняется ли риторика? Что должен знать специалист о современной цифровой риторике? Эти вопросы поставлены и ждут исследователей.

## Список источников:

1. Амзин А. А. Интернет-журналистика. М.: АСТ, 2021. 400с.
2. Асмус Н. Г. Лингвистические особенности виртуального коммуникативного пространства: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Челябинск, 2005. 23 с.
3. Безменова Н. А. Очерки по теории и истории риторики. ИНИОН АН СССР. Москва : Наука, 1991. 215 с.
4. Богин Г. И. Обретение способности понимать: введение в филологическую герменевтику. URL: <https://www.klex.ru/2s6> (Дата обращения: 08.03.2024)
5. Бушев А. Б. Блоги и чаты: гигантские фокус-группы// Лингвокультурные универсалии в мировом пространстве. Материалы V Международной научной конференции. Воронеж, 2024. С. 92–99.
6. Бушев А. Б. Гипертекст в российском актуальном искусстве // Кострома. Genus Loci : альманах, Вып. 7. Кострома : Костромской государственный университет, 2024. С.79-83.
7. Бушев А. Б. Дополнительное образование в области медиапроизводства для предпринимательства // Вестник Калужского университета. Серия 1. Психологические науки. Педагогические науки. 2024. Т. 7. № 1 (22). С. 41–48
8. Бушев А. Б. Информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности: сетевой дискурс : учебное пособие для вузов . Санкт-Петербург : Лань, 2023. 180 с.
9. Бушев А. Б., Золотова Н. О. Конфликтология цифровой среды: проблемы и решения// Вестник Тверского государственного университета. Серия «Филология». 2024. №1 (80), с. 89–96.
10. Бушев А. Б. Меморатные источники, устная память и краеведение в журналистике // Новые тренды журналистики и медиакommunikаций – 2023. Сборник научных статей II Международной научно-практической конференции. Москва, 2023. С. 52-60.
11. Бушев А. Б. Память о городе в рассказах непрофессионалов: информанты устных историков, блогеры, стримеры и чатлане // Вестник культурологии. 2024. № 3(110). С. 67–87.
12. Бушев А. Б. Языковые и риторические особенности электронной речи // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2024. № 6 (887). С. 18–24.
13. Вербальный буллинг в соцсетях и иноязычном медиадискурсе: мат. Междунаро. заоч. науч. конф. Ростов н/Д. : Издательско-полиграфический комплекс РГЭУ (РИНХ), 2018. 265 с.
14. Волохонский В. Л. Психологические механизмы и основания классификации блогов // Личность и межличностное взаимодействие в сети Internet. Блоги: новая реальность. СПб.: Издательство СПбГУ, 2006. С. 118–131.
15. Галичкина Е. Н. Специфика компьютерного дискурса на английском и русском языках (на материале жанра компьютерных конференций): автореф. дис. ... канд. филол. наук. Волгоград, 2001. 18с.
16. Докторов Б. З. От соломенных опросов к постгэллаповским опросным методам. М.: Директ-медиа, 2013. 72 с.
17. Евтушенко О. В. Детские болезни цифрового роста в языке, коммуникации и когнитии // Русский язык и русская литература в цифровую эпоху : коллективная монография / Московский гос. лингвистический ун-т ; под ред. И. А. Краевой и др. Казань : Бук, 2022. С. 24–36.
18. Иванов Д. В. Виртуализация общества. Версия 2.0. Санкт-Петербург : Петербургское востоковедение, 2002. 96 с.
19. Интернет-маркетинг и digital-стратегии. Принципы эффективного использования : учеб. пособие. Новосибирск : РИЦ НГУ, 2015. 327 с.
20. Казнова Н. Н. Трансформация языковой личности в Интернет-коммуникации (на примере французской блогосферы): дис. ... канд. филол. наук. Пермь, 2011. 24 с.
21. Калашникова А. А. Языковая личность в русскоязычном блоге: когнитивно-прагматический аспект: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Ростов-на-Дону, 2011. 19 с.

22. Космарская И. В. Новейшие технологии и русский язык: перспективы исследований // Русский язык и русская литература в цифровую эпоху: коллективная монография. Казань : Бук, 2022. С. 8–16.
23. Маринова Е. В. Язык Рунета в Сети и за ее пределами: от вербализации ключевых идей интернет-пространства до обновления художественного дискурса. М.: URSS, 2022. 304 с.
24. Лебедева Т. Ю., Минаева Л. В. Теория и практика цифровой политической культуры: взгляд французской школы коммуникативистики // Вестник Московского университета. Серия 25: Международные отношения и мировая политика. 2023. Т. 15. № 1. С. 188–208.
25. Новые компетенции цифровой реальности: теория и практика их развития у обучающихся: сб. докл. и науч. ст. IV Всерос. науч.-практ. конф. Чуваш. гос. ун-т им. И.Н. Ульянова. Чебоксары, 2023. 410 с.
26. Павловский А. Ф. Цифровые рамки коллективной памяти: куда ведет цифровой поворот в memory studies? // Память в Сети: цифровой поворот в memory studies. Санкт-Петербург : Издательство Европейского университета в Санкт-Петербурге, 2023. С.7–12.
27. Речевая коммуникация в сетевых структурах: между глобальным и локальным. Сб. науч. трудов РАН. ИНИОН. Отдел языкознания; отв. ред. Потапов В.В., Казак Е.А. М., 2022. 280 с
28. Сидорова М. Ю. Интернет-лингвистика: Русский язык. Межличное общение. М. : 1989.ru, 2006. 190 с.
29. Социальные сети и виртуальные сетевые сообщества: Сб. науч. тр. РАН. ИНИОН. Центр социал. науч.-информ. исслед. Сер.: Информация. Наука. Общество. М., 2013. 360 с.
30. Трофимова Г. Н. Языковой вкус интернет-эпохи в России: Функционирование русского языка в Интернете: концептуально-сущностные доминанты. М.: Изд-во РУДН, 2004. 440 с.
31. Электронная Энциклопедия «Мир Шекспира». URL: <https://world-shake.ru/ru/encyclopaedia/3672.html> (дата обращения :10.03.2024)
32. Шекспировская энциклопедия. URL: <https://rus-shakespeare-enc.slovaronline.com/> (дата обращения : 10.03.2024)
33. Acronyms.bbs. URL: <http://www.eff.org/pub/Netculture/Linguistics/acronyms.bbs> (дата обращения 16.01.2024).
34. BBS-WebEncyclopedia. URL: <http://www.lep.lg.ua/IBM866/Library/mirror/w3encyc/bbs001.htm3>. (дата обращения 16.01.2024).
35. Computer Terminology. URL: <http://www.geocities.com/Athens/Agora/5949/Help/computer3.html> (дата обращения 16.01.2024).
36. Core Principles of Media Education. URL: <https://namle.net/resources/core-principles/> (дата обращения 16.01.2024).
37. Crystal D. Language and the Internet. Cambridge : Cambridge University Press, 2001. 284 p.
38. Doueili M. Qu'est-ce que le numérique? Paris: Presses Universitaires de France, 2013. 64 p.
39. Eyries A. La communication politique 3.0? La politique a l'épreuve du numérique. Dijon: Éditions Universitaires de Dijon, 2021. 125 p.
40. Hypertext- Web Encyclopedia. URL: <http://www.lep.lg.ua/IBM866/Library/nvrror/w3encyc/worl002.htm> (дата обращения 16.01.2024).
41. Internet Dictionary Smiley. URL: <http://www.private.peterlink.ru/convell/smile.htm> (дата обращения 16.01.2024).
42. Internet Encyclopedia Flame. URL: <http://www.wwwli.com/translation/netglos/glossary/glossary.htm> (дата обращения 16.01.2024).
43. Internet FAQ. URL: <http://www.delphi.com/naunet/faq/news.html> (дата обращения 16.01.2024).
44. Internet Student's Dictionary. URL: <http://raven.ubalt.edu/staffyMou/throp/hvperext/Intertextualilvl 0133.html> (дата обращения 16.01.2024).
45. Internet Terms. Letter A. URL: <http://www.infimtywebtech.com/Glossary.htm> (дата обращения 16.01.2024).
46. Internet Terms. Newbie. URL: <http://www.denken.or.jp/local/misc/JARGON/body-n/n ewbie.html> (дата обращения 16.01.2024).
47. Journal of Media literacy education. URL: <https://digitalcommons.uri.edu/jmle/> (дата обращения 16.01.2024).
48. Kroker A. Weinstein M. Data Trash: The Theory of Virtual Class. Montreal, New World Perspectives, 2001. 160 p.
49. Lafrance J.-P. La civilisation du Clic. La vie moderne sous l'emprise des nouveaux médias. Paris: L'Harmattan, 2013. 242 p.
50. Mail Netiquette. URL: <http://www.glasnet.ru/~iunior/netiq/pegasus.html> (дата обращения 16.01.2024).
51. Matisse E. Matisse's Glossary of Internet Terms. URL: <https://www.matisse.net/files/glossary.html> (дата обращения 16.01.2024).
52. Morier H. Dictionnaire de poetique et de rhetorique. Paris, 1998. 1263 p.
53. MUD PC Web Definitions. URL: <http://www.pcwebopaedia.com/MUD.htm> (дата обращения 16.01.2024).
54. Perelman Ch., Olbrechts-Tyteca L. Traité de l'argumentation: La nouvelle rhétorique. 2e ed. Bruxelles: Ed.de l'Inst. de sociologie, 1970. 734 pp.
55. Rhetoric: A Tradition in Transition : in Honor of Donald C. Bryant with a Reprinting of His "Rhetoric, Its Functions and Scope" and "Rhetoric, Its Functions and Scope' Rediviva" Ed.. Walter R. Fisher Michigan State University Press, 1974. 315 p.

56. Search Engine Terms. URL: <http://www.cadenza.Org/searchengineterms/srchad.htm#seta>
57. Social media slang URL: [http://www.chatslang.com/terms/social\\_media](http://www.chatslang.com/terms/social_media) (дата обращения 06.02.2024)
58. Social networking abbreviations URL: [http://www.allacronyms.com/social\\_networking/topic](http://www.allacronyms.com/social_networking/topic) (дата обращения 06.02.2024).
59. Terms Glossary <http://www.delphi.com/navnet/glossary/d.html> (дата обращения 16.01.2024).
60. The JournalismAI Report: New Powers, New Responsibilities Beckett, C. (November 2019). London School of Economics and Political Sciences. URL: <http://www.matisse.net/files/glossary.html> (дата обращения 06.02.2024).
61. Virtual reality Web Encyclopedia. URL: <http://www.pcwebopaedia.com/virtualrealitv.htm> (дата обращения 06.02.2024).
62. Web online Encyclopedia. URL: <http://www.lep.lg.ua/IBM866/Library/mirror/w3encyc/email001.htm> (дата обращения 06.02.2024).
63. What Do #FF, #TBT, #GFF, FOH, RLRT And Other Twitter & Instagram Hashtags & Terms Mean. URL: <http://www.ibtimes.com/what-do-ff-tbt-gff-foh-rlrt-other-twitter-instagram-hashtags-terms-mean-1021098> (дата обращения 06.02.2024).

## DIGITAL NEORHETORIC THEORY

**Alexandre B. Bouchev**

*Tver State University, Tver, Russia*

*Abstract.* The paper presents a program for studying pragmatically oriented digital discourses in connection with neo-rhetorical and digital competencies of the subject of speech activity. The article highlights the linguistic and rhetorical features of the new texture of speech activity - non-oral and non-written electronic discourse. Thematic spheres of the new rhetoric of the digital age are presented in close connection with the goals of the speaker in each thematic discourse. The modern stage of rhetoric functions in the conditions of the information revolution and digital society.

*Key words:* neo-rhetoric, electronic discourse, Internet language, stylistics, functions of language, pragmatics, thematic discourses on the Internet, speech activity.

### *References:*

1. Amzin A. A. Internet-zhurnalistsika. *[Internet journalism]* M.: AST, 2021. 400s.
2. Asmus N. G. Lingvisticheskie osobennosti virtual'nogo kommunikativnogo prostranstva: avtoref. *[Linguistic features of virtual communication space]* dis. ... kand. filol. nauk. Cheljabinsk, 2005. 23 s.
3. Bezmenova N. A. Ocherki po teorii i istorii ritoriki *[Essays on the Theory and History of Rhetoric]*. INION AN SSSR. Moskva : Nauka, 1991. 215 s.
4. Bogin G. I. Obretnenie sposobnosti ponimat': vvedenie v filologicheskuyu germenевtiku *[Gaining the Power to Understand: An Introduction to Philological Hermeneutics]*. URL: <https://www.klex.ru/2s6> (Data obrashheniya: 08.03.2024)
5. Bushev A. B. Blogi i chaty: gigantskie fokus-gruppy *[Blogs and Chats: Giant Focus Groups]* // Lingvokul'turnye universalii v mirovom prostranstve. Materialy V Mezhdunarodnoj nauchnoj konferencii. Voronezh, 2024. S. 92–99.
6. Bushev A. B. Gipertekst v rossijskom aktual'nom iskusstve *[Hypertext in Russian Contemporary Art]* // Kostroma. Genus Loci : al'manah, Vyp. 7. Kostroma : Kostromskoj gosudarstvennyj universitet, 2024. S.79–83.
7. Bushev A. B. Dopolnitel'noe obrazovanie v oblasti mediaproizvodstva dlja predprinimatelstva *[Further education in media production for entrepreneurship]* // Vestnik Kaluzhskogo universiteta. Serija 1. Psihologicheskie nauki. Pedagogicheskie nauki. 2024. T. 7. № 1 (22). S. 41–48
8. Bushev A. B. Informacionno-kommunikacionnye tehnologii v professional'noj dejatel'nosti: setevoy diskurs *[Information and communication technologies in professional activities: network discourse]*: uchebnoe posobie dlja vuzov . Sankt-Peterburg : Lan', 2023. 180 s.
9. Bushev A. B., Zolotova N. O. Konfliktologija cifrovoj sredy: problemy i reshenija *[Conflictology of the digital environment: problems and solutions]* // Vestnik Tverskogo gosudarstvennogo universiteta. Serija «Filologija». 2024. №1 (80), c. 89–96.
10. Bushev A. B. Memoratnye istochniki, ustnaja pamjat' i kraevedenie v zhurnalistsike *[Memorial sources, oral memory and local history in journalism]* // Novye trendy zhurnalistiki i mediakommunikacij – 2023. Sbornik nauchnyh statej II Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoj konferencii. Moskva, 2023. S. 52–60.
11. Bushev A. B. Pamjat' o gorode v rasskazah neprofessionalov: informanty ustnyh istorikov, blogery, strimery i chatlane *[Memory of the city in the stories of non-professionals: informants of oral historians, bloggers, streamers and chatlans]* // Vestnik kul'turologii. 2024. № 3(110). S. 67–87.
12. Bushev A. B. Jazykovye i ritoricheskie osobennosti jelektronnoj rechi *[Linguistic and rhetorical features of electronic speech]* // Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta. Gumanitarnye nauki. 2024. № 6 (887). S. 18–24.

13. Verbal'nyj bullying v socsetjah i inojazychnom mediadiskurse [*Verbal bullying in social networks and foreign-language media discourse*]: mat. Mezhdunarod. zaoch. nauch. konf. Rostov n/D. : Izdatel'sko-poligraficheskij kompleks RGJeU (RINH), 2018. 265 s.
14. Volohonskij V. L. Psihologicheskie mehanizmy i osnovanija klassifikacii blogov [*Psychological mechanisms and bases for classification of blogs*] // Lichnost' i mezhlčnostnoe vzaimodejstvie v seti Internet. Blogi: novaja real'nost'. SPb.: Izdatel'stvo SPbGU, 2006. S. 118–131.
15. Galichkina E. N. Specifika komp'juternogo diskursa na anglijskom i ruskom jazykah (na materiale zhanra komp'juternyh konferencij) [*Specifics of computer discourse in English and Russian (based on the genre of computer conferences)*]: avtoref. dis. ... kand. filol. nauk. Volgograd, 2001. 18s.
16. Doktorov B Z. Ot solomennyh oprosov k postgijellapovskim oprosnym metodam [*From Straw Poll to Post-Gallup Survey Methods*]. M.: Direkt-media, 2013. 72 s.
17. Evtushenko O. V. Detskie bolezni cifrovogo rosta v jazyke, komunikacii i kognicii [*Digital Growing Pains in Language, Communication, and Cognition*]// Russkij jazyk i russkaja literatura v cifrovuju jepohu : kollektivnaja monografija / Moskovskij gos. lingvisticheskij un-t ; pod red. I. A. Kraevoj i dr. Kazan' : Buk, 2022. C. 24–36.
18. Ivanov D. V. Virtualizacija obshhestva. Versija 2.0 [*Virtualization of society. Version 2.0*]. Sankt-Peterburg : Peterburgskoe vostokovedenie, 2002. 96 s.
19. Internet-marketing i digital-strategii. Principy jeffektivnogo ispol'zovanija [*Internet Marketing and Digital Strategies. Principles of Effective Use*] : uceb. posobie. Novosibirsk : RIC NGU, 2015. 327 s.
20. Kaznova N. N. Transformacija jazykovoj lichnosti v Internet-kommunikacii (na primere francuzskoj blogosfery) [*Transformation of linguistic personality in Internet communication (using the example of the French blogosphere)*]: dis. ... kand. filol. nauk. Perm', 2011. 24 s.
21. Kalashnikova A. A. Jazykovaja lichnost' v ruskojazychnom bloge: kognitivno-pragmaticseskij aspect [*Linguistic personality in a Russian-language blog: cognitive-pragmatic aspect*]: avtoref. dis. ... kand. filol. nauk. Rostov-na-Donu, 2011. 19 s.
22. Kosmarskaja I. V. Novejšie tehnologii i russkij jazyk: perspektivy issledovanij [*Latest technologies and Russian language: research prospects*]// Russkij jazyk i russkaja literatura v cifrovuju jepohu: kollektivnaja monografija. Kazan' : Buk, 2022. S. 8–16.
23. Marinova E. V. Jazyk Runeta v Seti i za ee predelami: ot verbalizacii ključevyh idej internet-prostranstva do obnovenija hudozhestvennogo diskursa [*The language of RuNet on the Internet and beyond: from verbalization of key ideas of the Internet space to renewal of artistic discourse*]. M.: URSS, 2022. 304 s.
24. Lebedeva T. Ju., Minaeva L. V. Teorija i praktika cifrovoj politicheskoj kul'tury: vzgljad francuzskoj shkoly komunikativistiki [*Theory and Practice of Digital Political Culture: A View from the French School of Communication Studies*] // Vestnik Moskovskogo universiteta. Serija 25: Mezhdunarodnye otnoshenija i mirovaja politika. 2023. T. 15. № 1. S. 188–208.
25. Novye kompetencii cifrovoj real'nosti: teorija i praktika ih razvitija u obuchajushhijhsja [*New competencies of digital reality: theory and practice of their development in students*]: sb. dokl. i nauch. st. IV Vseros. nauch.-prakt. konf. Chuvash. gos. un-t im. I.N. Ul'janova. Cheboksary, 2023. 410 s.
26. Pavlovskij A. F. Cifrovye ramki kollektivnoj pamjati: kuda vedet cifrovoj povorot v memory studies? [*Digital Frameworks for Collective Memory: Where is the Digital Turn in Memory Studies Leading?*] // Pamjat' v Seti: cifrovoj povorot v memory studies. Sankt-Peterburg : Izdatel'stvo Evropejskogo universiteta v Sankt-Peterburge, 2023. C.7–12.
27. Rechevaja komunikacija v setevyh strukturah: mezhdru global'nym i lokal'nym [*Speech communication in network structures: between global and local*]. Sb. nauch. trudov RAN. INION. Otdel jazykoznanija; otv. red. Potapov V.V., Kazak E.A. M., 2022. 280 s
28. Sidorova M. Ju. Internet-lingvistika: Russkij jazyk. Mezhlčnostnoe obshhenie [*Internet linguistics: Russian language. Interpersonal communication*]. M. : 1989.ru, 2006. 190 s.
29. Social'nye seti i virtual'nye setevye soobshhestva [*Social networks and virtual online communities*]: Sb. nauch. tr. RAN. INION. Centr social. nauch.-inform. issled. Ser.: Informacija. Nauka. Obshhestvo. M., 2013. 360 s.
30. Trofimova G. N. Jazykovoj vkus internet-jepohi v Rossii: Funkcionirovanie russkogo jazyka v Internet: konceptual'no-sushhnostnye dominanty [*The Linguistic Taste of the Internet Era in Russia: Functioning of the Russian Language on the Internet: Conceptual and Essential Dominants*]. M.: Izd-vo RUDN, 2004. 440 s.
31. Jelektronnaja Jenciklopedija «Mir Shekspira» [*Electronic Encyclopedia "The World of Shakespeare"*]. URL: <https://world-shake.ru/ru/encyclopaedia/3672.html> (data obrashhenija :10.03.2024)
32. Shekspirovskaja jenciklopedija [*The Shakespeare Encyclopedia*]. URL: [https://rus-shakespeare-enc.slovaronline.com/\(data obrashhenija : 10.03.2024\)](https://rus-shakespeare-enc.slovaronline.com/(data obrashhenija : 10.03.2024))
33. Acronyms.bbs. URL: <http://www.eFF.org/pub/Netculture/Linguistics/acronyms.bbs> (data obrashhenija 16.01.2024).
34. BBS-WebEncyclopedia. URL: <http://www.lep.lg.ua/IBM866/Library/mirror/w3encyc/bbs001.htm3>. (data obrashhenija 16.01.2024).
35. Computer Terminology. URL: <http://www.geocities.com/Athens/Agora/5949/Help/computer3.html> (data obrashhenija 16.01.2024).
36. Core Principles of Media Education. URL: <https://namle.net/resources/core-principles/>(data obrashhenija 16.01.2024).
37. Crystal D. Language and the Internet. Cambridge : Cambridge University Press, 2001. 284 p.

38. Doueïhi M. Qu'est-ce que le numérique? Paris: Presses Universitaires de France, 2013. 64 p.
39. Eyries A. La communication politique 3.0? La politique a l'épreuve du numérique. Dijon: Éditions Universitaires de Dijon, 2021. 125 p.
40. Hypertext- Web Encyclopedia. URL: <http://www.lep.lg.ua/IBM866/Library/nvrror/w3encyc/worl002.htm> (data obrashhenija 16.01.2024).
41. Internet Dictionary Smiley. URL: <http://www.private.peterlink.ru/convell/smile.htm> (data obrashhenija 16.01.2024).
42. Internet Encyclopedia Flame. URL: <http://www.wwwli.com/translation/netglos/glossary/glossary.htm> (data obrashhenija 16.01.2024).
43. Internet FAQ. URL: <http://www.delphi.com/naunet/faq/news.html> (data obrashhenija 16.01.2024).
44. Internet Student's Dictionary. URL: <http://raven.ubalt.edu/staffyMou/throp/hvpertext/Intertextualilvl 0133.html> (data obrashhenija 16.01.2024).
45. Internet Terms. Letter A. URL: <http://www.infimtywebtech.com/Glossary.htm> (data obrashhenija 16.01.2024).
46. Internet Terms. Newbie. URL: <http://www.denken.or.jp/local/misc/JARGON/body-n/n ewbie.html> (data obrashhenija 16.01.2024).
47. Journal of Media literacy education. URL: <https://digitalcommons.uri.edu/jmle/> (data obrashhenija 16.01.2024).
48. Kroker A. Weinstein M. Data Trash: The Theory of Virtual Class. Montreal, New World Perspectives, 2001. 160 p.
49. Lafrance J.-P. La civilisation du Clic. La vie moderne sous l'emprise des nouveaux médias. Paris: L'Harmattan, 2013. 242 p.
50. Mail Netiquette. URL: <http://www.glasnet.ru/~iunior/netiq/pegasus.html> (data obrashhenija 16.01.2024).
51. Matisse E. Matisse's Glossary of Internet Terms. URL: <https://www.matisse.net/files/glossary.html> (data obrashhenija 16.01.2024).
52. Morier N. Dictionnaire de poetique et de rhetorique. Paris, 1998. 1263 p.
53. MUD PC Web Definitions. URL: <http://www.pcwebopaedia.com/MUD.htm> (data obrashhenija 16.01.2024).
54. Perelman Ch., Olbrechts-Tyteca L. Traité de l'argumentation: La nouvelle rhétorique. 2e ed. Bruxelles: Ed.de l'Inst. de sociologie, 1970. 734 pp.
55. Rhetoric: A Tradition in Transition : in Honor of Donald C. Bryant with a Reprinting of His "Rhetoric, Its Functions and Scope" and "Rhetoric, Its Functions and Scope' Rediviva" Ed.. Walter R. Fisher Michigan State University Press, 1974. 315 p.
56. Search Engine Terms. URL: <http://www.cadenza.Org/searchengineterms/srchad.htm#seta>
57. Social media slang URL: [http://www.chatslang.com/terms/social\\_media](http://www.chatslang.com/terms/social_media) (data obrashhenija 06.02.2024)
58. Social networking abbreviations URL: [http://www.allacronyms.com/social\\_networking/topic](http://www.allacronyms.com/social_networking/topic) (data obrashhenija 06.02.2024).
59. Terms Glossary <http://www.delphi.com/navnet/glossary/d.html> (data obrashhenija 16.01.2024).
60. The JournalismAI Report: New Powers, New Responsibilities Beckett, C. (November 2019). London School of Economics and Political Sciences. URL: <http://www.matisse.net/files/glossary.html> (data obrashhenija 06.02.2024).
61. Virtual reality Web Encyclopedia. URL: <http://www.pc webopaedia.com/virtualrealitv.htm> (data obrashhenija 06.02.2024).
62. Web online Encyclopedia. URL: <http://www.lep.lg.ua/IBM866/Library/mirror/w3encyc/email001.htm> (data obrashhenija 06.02.2024).
63. What Do #FF, #TBT, #GFF, FOH, RLRT And Other Twitter & Instagram Hashtags & Terms Mean. URL: <http://www.ibtimes.com/what-do-ff-tbt-gff-foh-rlrt-other-twitter-instagram-hashtags-terms-mean-1021098> (data obrashhenija 06.02.2024).