

Явleckая Наталья Владимировна

**НЕСОГЛАСИЕ КАК ДВИЖУЩАЯ СИЛА СОВРЕМЕННОЙ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ (НА МАТЕРИАЛЕ ФРАНЦУЗСКИХ МЕДИАБЛОГОВ)**

Актуальность работы связана с необходимостью пересмотреть общеизвестные факты об особенностях массовой коммуникации в СМИ: линейный характер взаимодействия журналиста и его читателей, в котором информация излагается "сверху вниз", а обратная связь затруднена либо невозможна. Научная новизна работы определяется тем, что на примере французских медиаблогов подтверждается существование нового типа массовой коммуникации, в котором читатель участвует в построении дискурса наравне с журналистом. Причем стимулом для развития массовой коммуникации считается несогласие читателя: с точкой зрения журналиста или других читателей, с их стилем изложения, а также с темой и даже самой сутью описываемого события.

Адрес статьи: [www.gramota.net/materials/2/2014/3-1/61.html](http://www.gramota.net/materials/2/2014/3-1/61.html)

Источник

**Филологические науки. Вопросы теории и практики**

Тамбов: Грамота, 2014. № 3 (33): в 2-х ч. Ч. I. С. 211-214. ISSN 1997-2911.

Адрес журнала: [www.gramota.net/editions/2.html](http://www.gramota.net/editions/2.html)

Содержание данного номера журнала: [www.gramota.net/materials/2/2014/3-1/](http://www.gramota.net/materials/2/2014/3-1/)

**© Издательство "Грамота"**

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: [www.gramota.net](http://www.gramota.net)

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: [voprosy\\_phil@gramota.net](mailto:voprosy_phil@gramota.net)

Глаголы, образованные по конверсии от основ прилагательных, составляют численно намного меньшую группу, чем отсубстантивные глаголы, и представлены одной моделью с **инхоативным значением**, которое может быть описано формулой «становиться таким, как обозначено основой прилагательного»: *schlappen, schlaffen, tiefen, kandideln* – сев.-нем. разг. (от *kandidel* – веселый) – «sich einen kandideln» = выпивать. С. Эшенлор связывает это с тем, что семантический объем этих моделей невелик и представлен тремя значениями: «статичность», «инхоативность» и «каузативность», для передачи которых давно используется префиксация [Ibidem, S. 85].

Таким образом, наиболее многочисленную группу в исследовании составили коллоквиальные конвертированные глаголы, образованные от основ существительных по модели «осуществлять / делать то, что обозначено основой глагола» (дуративные глаголы), а также по модели «вести себя или действовать подобно лицу или объекту, обозначенному производящей основой» (компаративные глаголы).

#### Список литературы

1. **Зеленецкий А. Л., Новожилова О. В.** Теория немецкого языкознания. М.: Издательский центр «Академия», 2003. 400 с.
2. **Altmann H.** Prüfungswissen. Wortbildung. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht, 2011. 221 S.
3. **Bergenholtz H., Mugdan J.** Ist Liebe primär? Über Ableitung und Wortarten // Deutsche Gegenwartssprache: Entwicklungen, Entwürfe, Diskussionen / hrsg. P. Braun. München: Fink Verlag., 1979. S. 339-354.
4. **Erben J.** Einführung in die deutsche Wortbildungslehre. 4. Auflage. Berlin: Erich Schmidt Verlag, 2000. 191 S.
5. **Eschenlohr S.** Vom Nomen zum Verb: Konversion, Präfigierung und Rückbildung im Deutschen. Hildesheim: Georg Olms Verlag, 1999. 261 S.
6. **Fleischer W.** Wortbildung der deutschen Gegenwartssprache. Leipzig: VEB Bibliographisches Institut, 1969. 326 S.
7. **Fleischer W., Barz I.** Wortbildung der deutschen Gegenwartssprache. Tübingen: Niemeyer, 1995. 382 S.

#### STRUCTURAL-SEMANTIC PECULIARITIES OF GERMAN COLLOQUIAL VERBS FORMED BY CONVERSION FROM NOMINAL STEMS

**Yushkova Lyudmila Anatol'evna**, Ph. D. in Philology, Associate Professor  
Moscow State Pedagogical University  
jushkova1@yandex.ru

In the article the results of the structural-semantic analysis of the denominative converted verbs of the modern German colloquial vocabulary are presented, which purposes were the revelation of productive word-formative models within the limits of this word formation way and the description of the word-formative meaning of the revealed colloquial verbs. Besides the issue of conversion derivativeness direction determination is touched upon.

*Key words and phrases:* verbal word formation; colloquial vocabulary; conversion; word-formative meaning; word-formative model.

УДК 811.133.1

#### Филологические науки

*Актуальность работы связана с необходимостью пересмотреть общеизвестные факты об особенностях массовой коммуникации в СМИ: линейный характер взаимодействия журналиста и его читателей, в котором информация излагается «сверху вниз», а обратная связь затруднена либо невозможна. Научная новизна работы определяется тем, что на примере французских медиаблогов подтверждается существование нового типа массовой коммуникации, в котором читатель участвует в построении дискурса наравне с журналистом. Причем стимулом для развития массовой коммуникации считается несогласие читателя: с точкой зрения журналиста или других читателей, с их стилем изложения, а также с темой и даже самой сутью описываемого события.*

*Ключевые слова и фразы:* французский язык; дискурс СМИ; массовая коммуникация; социопрагматика; медиаблоги; полемика читателя и журналиста.

#### Явецкая Наталья Владимировна

Московский государственный лингвистический университет  
natalia.yavetskaya@yahoo.com

#### НЕСОГЛАСИЕ КАК ДВИЖУЩАЯ СИЛА СОВРЕМЕННОЙ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ (НА МАТЕРИАЛЕ ФРАНЦУЗСКИХ МЕДИАБЛОГОВ)<sup>©</sup>

Данная статья посвящена **коммуникации журналиста и его читателей** в рамках медиаблога. **Актуальность** работы связана с необходимостью пересмотреть идеи, которые ранее постулировались в работах по социопрагматике дискурса СМИ. Социопрагматика относится к ряду научных направлений, связанных со стремлением исследовать язык в его конкретной реализации [1, с. 13]. Во-первых, считалось, что адресат массовой коммуникации «склонен некритически принимать на веру пресуппозиции высказываний

журналиста» [3, с. 233]. Во-вторых, полагалось, что для массовой коммуникации свойствен тип изложения информации «сверху вниз» – от журналиста к читателю [4, с. 138]. Доступность информации в Интернете повлекла за собой повышение уровня осведомленности адресата, а функция «комментировать» сделала возможной его обратную связь с адресантом. Таким образом, интересная и важная информация сегодня может исходить не только от журналиста, но и от полемизирующих с ним читателей [7, р. 27], что влечет за собой изменения в присущем массовой коммуникации линейном типе изложения информации.

Особенно заметны эти изменения в медиаблогах (блогах журналистов-сотрудников изданий), которые существуют в качестве приложений к официальным сайтам общенациональных печатных изданий Франции [6, р. 80]. Журналист в данном случае не излагает информацию пассивно воспринимающим его читателям, а является инициатором коммуникации [Ibidem, р. 50]. Содержание медиаблога достраивается в совместной дискуссии всех пользователей, в диалоге, значение которого велико для коммуникации в различных видах текстов [2, с. 72]. Интересным представляется проследить, что именно в статье журналиста (и вне ее) способно вызвать отклик читателей и спровоцировать дискуссию в комментариях. В этой связи мы выдвигаем следующую гипотезу: в стремлении показать свою осведомленность читатель блога склонен подвергать сомнению и опровергать значительную часть информации, которую получает от автора.

**Материалом** для данного исследования послужили 60 статей (по 15 статей с медиаблогов «Big Picture» / «Биг Пикче» при «Монд» [8], «Great America» / «Грейт Америка» при «Либерасьон» [10], «Obamazoom» / «Обамазум» и «Lettres de Washington» / «Летр де Вашингтон» при «Фигаро» [9; 11]), к которым было оставлено от 15 до 150 комментариев.

Медиаблог, как и любой блог, представляет собой веб-сайт, содержащий регулярно добавляемые записи (текст, изображения, аудио и видео) и комментарии пользователей [6, р. 11]. Записи (статьи, заметки) журналиста отсортированы в хронологическом порядке, и к каждой отдельной статье читатели могут оставить комментарии. Именно эта часть позволяет прийти к важным выводам относительно массовой коммуникации в Интернете и выяснить, что именно в статье журналиста (и за ее пределами) генерирует наибольшее количество комментариев [5, с. 76]. После сопоставительного анализа текстов статей и комментариев к ним мы выяснили, что, прежде всего, толчком к дискуссии обычно служит несогласие читателей с журналистом.

Во-первых, несогласие читателей может вызвать угол зрения журналиста на проблему, которую он поднимает в своей статье. Например, в статье «*Les démocrates répondent à Romney: —Brig it on*» / «*Демократы отвечают Ромни: —Brig it on*» (8.10.2012, «Биг Пикче») журналист пишет:

«Qu'il a une fois de plus prononcé quelques contre-vérités, notamment sur les accords de libre-échange (contrairement à ce que le républicain a indiqué, Barack Obama en a signé trois)» [8]. / «Он еще раз солгал, в том числе о соглашениях по свободе торговли (вопреки тому, что сказал этот республиканец, Барак Обама подписал три таких соглашения)».

Журналист эксплицитно выражает негативное оценочное суждение о том, что М. Ромни якобы сказал неправду о соглашениях по свободе торговли. В ответ на это высказывание пользователь *Patrick* пишет:

«Corine: Tu es si partisan que parfois tu ne vois pas bien les nuances. [...] Romney a dit NEW accords de libre-échange. [...] 3/20 sur ton analyse de discours de Romney!...» [Ibidem]. / «Корин, ты так предвзят, что иногда я не совсем понимаю детали. [...] Ромни сказал про НОВЫЕ соглашения по свободе торговли. [...] Двойка тебе за анализ речи Ромни...».

Читатель, обращаясь к автору на «ты», делает ему замечание и подробно объясняет, что журналист неправильно понял речь М. Ромни в силу своего предвзятого отношения к Республиканской партии. Читатель, которому обычно в дискурсе СМИ не предоставляется возможность полноценно общаться с журналистом и противоречить ему [4, с. 138], на медиаблоге может в шутку поставить автору блога плохую оценку за недостаточно хороший, на его взгляд, анализ.

Заметим, что всего одна фраза в статье журналиста может стать поводом для дискуссии в полилогической части медиаблога. В статье «*Les Républicains sont déjà au pouvoir*» / «*Республиканцы уже у власти*» (07.06.2012, «Обамазум») автор пишет:

«Les Républicains ont voulu faire peur aux Américains en leurs faisant croire que la politique de 44th allait conduire les Etats-Unis sur la voie de la Grèce [...]» [11]. / «Республиканская партия захотела напугать американцев, заставив их думать, что политика 44-го президента США приведет страну на путь Греции [...]».

Журналист не сравнивает ситуацию в США с происходящим в Европе и не высказывает своего мнения по поводу экономической ситуации в Греции или других европейских странах. Из этого примера можно вывести следующую экспликурату автора: «Республиканская партия хочет заставить американцев думать, что политика президента доведет страну до тяжелой экономической ситуации». В ответ на это пользователь *Nusoo* пишет:

«Les US se portent comme une fleur comparés a l'Europe, la quintessence du socialisme [...] que vous semblez défendre!» [Ibidem] / «США великолепно себя чувствуют по сравнению с Европой, которая является квинт-эссенцией социализма [...], что вы, кажется, защищаете!»

Экпликурату читателя можно описать следующим образом: «Нельзя сравнивать тяжелейший кризис в Европе и экономическую ситуацию в США». По-видимому, эта реакция скорее эмоциональная, и вызвана она тем, что читателя не вполне устраивает угол зрения автора на проблему, а дальнейшее сопоставление экономик двух континентов вызвано желанием опровергнуть слова журналиста.

Реакцию читателей может вызвать даже одно слово в статье автора блога. Например, слово «Dégage!» / «Убирайся!» в заголовке статьи «*Le Parti Républicain à Romney: —Dégge*»! / «*Республиканская партия*

<sup>1</sup> Здесь и далее орфография и пунктуация комментирующих сохранены.

говорит Ромни: —Убрайся!» (16.11.2012, «Обамазум») представляется пользователю *Dégagetoto* неприемлемым. Он / она пишет:

«Je trouve le terme «dégage» est assez cynique. Le candidat républicain a fait une très belle campagne... [...] Alors arrêtez!!!!» [Ibidem] / «Я считаю слово —убрайся» достаточно циничным. Кандидат от Республиканской партии провел прекрасную кампанию... [...] Так что прекратите!!!!»

Читатель выражает свое несогласие с авторским выбором слова для заголовка статьи, так как находит его неуместным. Он / она аргументирует свою точку зрения, приводя доводы в пользу М. Ромни, и требует от журналиста корректного лингвистического поведения при упоминании имени этого политика. Эмоциональное отношение комментирующего подчеркивается использованием им пунктуационных средств: четырех восклицательных знаков в конце высказывания.

Читатели находят нужным аргументировать свою точку зрения в комментариях и ожидают того же от журналиста. В том случае, если они не находят должной, на их взгляд, аргументации в постах медиаблога, это вызывает у них несогласие и даже возмущение. Например, пользователь *Patrick* упрекает журналиста в недостаточной обоснованности статьи «*Sensation socialiste chez les Français d'Amérique*» / «Предчувствие социализма у французов в Америке» (03.06.2012, «*Greïm Америка*»):

«Comme d'habitude avec les journalistes vous faites des commentaires sans donner les faits [...]» [10]. / «Как обычно бывает с журналистами, вы комментируете ситуацию, не опираясь на факты [...]».

Журналиста обвиняют в манипулировании неподкрепленными суждениями, что, по мнению читателя, свойственно представителям этой профессии и характеризует работников сферы массовой коммуникации не лучшим образом.

Указание на недостатки работы может быть облечено в довольно грубую форму. Например, пользователь *Robert* оставил следующий комментарий к статье «*Les Républicains sont déjà au pouvoir*» / «Республиканцы уже у власти» (07.06.2012, «Обамазум»):

«Reportage complètement déséquilibré et honteux. L'auteur ferait bien de lire un peu plus le «Wall Street Journal» et un peu moins le «New York Times» pour mieux comprendre ce qui se passe aux Etats-Unis [...]» [11]. / «Непродуманный и постыдный репортаж. Автору следовало бы почаще читать «Уолл Стрит Джорнэл» и по реже — «Нью Йорк Таймс», чтобы лучше понимать, что происходит в США [...]».

Читатель напрямую высказывает свое резко отрицательное отношение к работе, проделанной журналистом, характеризуя представленный материал прилагательным с отрицательной коннотацией «déséquilibré» / «непродуманный» и «honteux» / «постыдный». Кроме того, комментирующий поучает опытного журналиста, считая возможным давать советы о том, из каких источников следует черпать информацию.

Наконец, журналиста могут обвинить во лжи, как это сделал пользователь *FoxRenard* в комментарии к статье «*Les sondages sont pour Obama, mais les Républicains y croient*» / «Результаты в пользу Обамы, а Республиканцы в это верят» (04.11.2012, «*Temp de Вашингтон*»):

«Mensonge sur les sondages donnant Obama gagnant et mensonge sur le fait qu'Obama ait stabilisé quoique ce soit dans le pays, la situation étant pire qu'il y a 4 ans» [9]. / «Ложь о результатах опроса в пользу Обамы и ложь о факте, что Обама стабилизировал что бы то ни было в этой стране, учитывая, что ситуация хуже, чем четыре года назад».

Читатель привлекает внимание к свойственной автору этого блога (по его мнению) некомпетентности, незнанию истинного положения вещей, неспособности преподнести верную информацию. Комментирующие считают себя вправе указывать журналисту на то, где брать информацию, как следует ее интерпретировать, как излагать факты, какими ссылками их подкреплять и в какие слова облекать свои мысли. Анализ данных примеров подтверждает, что мысль, которая раньше постулировалась в работах по прагматике дискурса, — «адресат склонен некритически принимать на веру пресуппозиции высказываний» [3, с. 233] — утратила свою актуальность. В стремлении показать свою осведомленность читатель блога склонен не соглашаться (порой в резкой форме) с информацией, которую получает от автора.

Помимо точки зрения автора блога и его стиля, дискуссию может спровоцировать само содержание статьи. Так, например, к статье «*Obama est Black: ni —light—, ni —vgo—*» / «Обама Black: ни —light—, ни —vgo—» (11.01.2010, «Обамазум») было оставлено более 60 комментариев. В качестве примеров приведем следующие высказывания:

(1) «Quelle honte, on parle toujours de la couleurs light black, blanc et quoi encore?» [11] / «Какой стыд, мы все еще говорим о light black, белом и что еще?» (комментарий пользователя *Scott*).

(2) «Je suis surpris de ce que la couleur de peau est une influence» [Ibidem]. / «Я удивлен тем, что цвет кожи все еще имеет значение» (комментарий пользователя *Yvon*).

(3) «Desolé en ce moment precis, je regrette qu'il y a de personnes qui activent la haine et la ségrégation entre l'homme blanc et homme noir, je vous en dis ces genres de personnes, sont des ignares, intellectuellement faibles c'est tout» [Ibidem]. / «Мне сейчас жаль, я сожалею, что есть люди, которые провоцируют ненависть и сегрегацию между белым человеком и черным, я говорю вам, что такие люди невежественны, слабоумны, вот и все» (комментарий пользователя *Abdelaziz*).

Несогласие и недовольство читателей могут вызвать такие насущные темы, как вопрос расовой и национальной принадлежности или сексуальной ориентации и отношение к этим проблемам в современном обществе. В данном случае дискуссия не затрагивает позицию автора блога, его компетентность и стиль.

Наконец, дискуссию может стимулировать комментарий одного из читателей. Например, пользователь *David* оставил следующий комментарий к статье «*Le Parti Républicain à Romney: —Dégge—!*» (16.11.2012, «Обамазум»):

«[...] Et si vous parliez des 600 000 bulletins des militaires engagés à l'étranger curieusement égarés et non encore comptabilisés!! Votre haine du Gop est pathologique !! Cela en devient inquiétant!!!» [Ibidem] / «[...] Если бы Вы сказали о 600 000 бюллетеней военных, проходящих службу за границей, которые были утеряны и не посчитаны!! Ваша ненависть к Республиканской партии патологическая!! Это начинает беспокоить!!!»

*David* полагает, что журналист не осветил аспекты события, о которых необходимо знать читателям, в силу своей «патологической ненависти к Республиканской партии США». Комментирующий крайне эмоционален, о чем свидетельствуют: 1) обилие восклицательных знаков (два-три в конце каждого предложения); 2) прилагательное «inquiétant» / «беспокоящий», которое он использует для описания личного отношения к материалам журналиста.

Данный комментарий вызвал оживленную реакцию других читателей. В качестве примера приведем следующие три:

(1) «David, pour Noël, faites vous offrir le –Style paranoïaque – Théories du complot et droite radicale en Amérique», de Richard Hofstadter écrit en 1965 et éditez en français aujourd'hui» [Ibidem]. / «Давид, пусть Вам подарят на Рождество книгу –Нараноидальный стиль: теории заговора и крайние правые в Америке», написанную Ричардом Хофштадтером в 1965 году и изданную на французском в наши дни» (комментарий пользователя *Frédéric*);

(2) «et votre amour pour Fox News est patologique aussi !!!» [Ibidem] / «А Ваша любовь к –Фокс Ньюз» тоже патологическая!!!» (комментарий пользователя *Lionel*);

(3) «Votre réponse illustre très bien votre ignorance dans la matière. Il serait prudent de connaitre le sujet avant de dire de sottises» [Ibidem]. / «Ваш ответ очень хорошо подтверждает Ваше неведение в данном предмете. Было бы разумно узнать тему прежде чем говорить глупости» (комментарий пользователя *Albrecht von Sachsen*).

Общим для всех трех комментариев являются: 1) несогласие с отношением комментирующего к Республиканской партии в силу его недостаточной осведомленности, 2) возмущение выбором слов, в которые он облакает свои мысли.

Подведем итог сказанному выше. Из комментариев читателей следует, что дискуссию в медиаблоге чаще всего стимулирует формулировка из статьи журналиста или тема заметки. При этом читатели указывают журналисту на недостатки его материала; советуют ему ознакомиться с авторитетными (на их взгляд) интернет-источниками; подшучивают над ним и могут быть некорректны. Несогласие читателей может спровоцировать один из комментариев, при этом комментирующего упрекают в том же, в чем и журналиста, – в незнании темы или в неправильном выборе слов. Несогласие читателей с журналистом и друг с другом стимулирует развитие общения, и дискурс современной массовой коммуникации достраивается в ходе сложного взаимодействия собеседников.

#### Список литературы

1. **Аврамов Г. Г.** Структура функционально-семантического поля персональности в современном французском языке // Филологические науки. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2013. № 11 (29). Ч. 2. С. 13-16.
2. **Гаркуша А. А.** К вопросу о методе моделирования в коммуникации на примере современной французской литературы // Филологические науки. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2013. № 11 (29). Ч. 2. С. 70-73.
3. **Кобозева И. М.** Лингвопрагматический аспект анализа языка СМИ // Язык средств массовой информации / под ред. М. Н. Володиной. М.: Альма Матер; Академический Проект, 2008. С. 221-236.
4. **Леонтьев А. А.** Психология воздействия в массовой коммуникации // Язык средств массовой информации / под ред. М. Н. Володиной. М.: Академический проект; Альма Матер, 2008. С. 133-146.
5. **Сидорова М. Ю.** Интернет-лингвистика: русский язык. Межличностное общение. М.: 1989.ру, 2006. 193 с.
6. **Berhin M.** Objectif blogs! Explorations dynamiques de la blogosphère / sous la rédaction de A. Klein. Paris: l'Harmattan, 2007. 244 p.
7. **Joannès A.** Le journalisme à l'ère électronique. Paris: Vuibert, 2007. 248 p.
8. **Lesnes C.** Big Picture [Электронный ресурс]: блог К. Лен, корреспондента «Le Monde» в Вашингтоне. URL: <http://clesnes.blog.lemonde.fr/> (дата обращения: 28.02.2013).
9. **Mandeville L.** Lettres de Washington [Электронный ресурс]: блог Л. Мандевилль, корреспондента «Le Figaro» в Вашингтоне. URL: <http://blog.lefigaro.fr/lettres-de-washington/> (дата обращения: 18.11.2013).
10. **Millot L., Rousselot F.** Great America [Электронный ресурс]: блог Л. Мийо и Ф. Руссло, корреспондентов «Libération» в Нью-Йорке. URL: [http://washington.blogs.liberation.fr/great\\_america/](http://washington.blogs.liberation.fr/great_america/) (дата обращения: 18.11.2013).
11. **Saint-Geours V., Stehli J.-S.** Obamazoom [Электронный ресурс]: блог В. Сен-Жур и Ж.-С. Стели, журналистов «Le Figaro». URL: <http://blog.lefigaro.fr/obamazoom/> (дата обращения: 18.11.2013).

#### DISAGREEMENT AS MOTIVE FORCE OF MODERN MASS COMMUNICATION (BY MATERIAL OF FRENCH MEDIA-BLOGS)

**Yavetskaya Natal'ya Vladimirovna**  
Moscow State Linguistic University  
[natalia.yavetskaya@yahoo.com](mailto:natalia.yavetskaya@yahoo.com)

The topicality of the article is connected with the necessity to reconsider well-known facts about the features of mass communication in mass media: the linear character of the interaction between the journalist and his readers, where information is given «top-down» and feedback is difficult or impossible. The research scientific originality is conditioned by the fact that by the example of the French media-blogs the existence of a new type of mass communication, where the reader as well as the journalist participates in discourse constructing, is confirmed. And a stimulus for mass communication development is considered to be the reader's disagreement with the journalist's or other readers' points of view, their style of exposition, a topic and even with the essence of described event.

*Key words and phrases:* French language; discourse of mass media; mass communication; sociopragmatics; media-blogs; controversy of reader and journalist.