

Волкова Ирина Ивановна

ТЕСТ В ИНТЕРНЕТ-ЖУРНАЛИСТИКЕ: ОСОБЕННОСТИ ИГРОВОГО ФОРМАТА

Статья посвящена анализу теста, как нового игрового формата интернет-коммуникаций. Выдвигается и проверяется гипотеза о том, что журналист, используя тестовую модель, может максимально эффективно взаимодействовать с аудиторией рунета. Рассмотрены примеры резонансных тестов популярных медиаресурсов: "Коммерсант", "Ведомости", "Эхо Москвы".

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/2/2014/12-3/10.html

Источник

Филологические науки. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2014. № 12 (42): в 3-х ч. Ч. III. С. 40-42. ISSN 1997-2911.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/2.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/2/2014/12-3/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: phil@gramota.net

на сочетаемость слов. Ограничение может быть обусловлено как по одному компоненту коннотации, так и по двум компонентам одновременно. Реже наблюдаются случаи, когда ограничения проявляются по трём или четырём компонентам коннотации.

В заключении необходимо отметить, что одну из функций предписания и ограничения сочетаемости в экспрессивно окрашенных словах выполняет коннотативный компонент лексического значения слова, характеризующийся наличием в них коннотативно-селективных сем. В силу того, что данный компонент имеет достаточно сложную структуру, ограничения на сочетаемость лексем могут быть обусловлены эмоцией, оценкой, экспрессивностью и интенсивностью или стилистической принадлежностью сочетающихся слов. Иными словами, коннотативно-селективные семы в значениях слов способны ограничивать их сочетаемость с другими словами по принципу избирательности того или иного компонента коннотации. Для выявления соотносимых составляющих коннотации в сочетающихся словах может быть использован такой метод лингвистического исследования, как коннотативно-синтагматический анализ.

Список литературы

1. Арнольд И. В. Семантическая структура слова в современном английском языке и методика её исследования. Л., 1966. 191 с.
2. Влавацкая М. В. Комбинаторная лексикология: структура и содержание // Вестник Челябинского государственного педагогического университета. Научный журнал. 2009. № 09. С. 197-210.
3. Говердовский В. И. Опыт функционально-типологического описания коннотации: автореф. дисс. ... к. филол. н. М.: МГУ, 1977. 20 с.
4. Комлев Н. Г. Компоненты содержательной структуры слова. М.: Едиториал УРСС, 2003. 192 с.
5. Пирманова Н. И. Культурные коннотации фразеологизмов библейского происхождения // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2014. № 9. Ч. 2. С. 129-132.
6. Русский язык. Энциклопедия русского языка [Электронный ресурс]. URL: <http://ruskiyazik.ru/420/> (дата обращения: 11.11.2014).
7. Стернин И. А. Проблемы анализа структуры значения слова. Воронеж: Изд-во Воронежского ун-та, 1979. 155 с.
8. Телня В. Н. Русская фразеология. Семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты. М.: Языки русской культуры, 1996. 288 с.

CONNOTATIONAL RESTRICTIONS ON COMBINABILITY OF WORDS

Vlavatskaya Marina Vital'evna, Doctor in Philology
Nobosibirsk State Technical University
vlavatskaya@list.ru

The article is devoted to identifying connotational restrictions on combinability in the lexical meaning of a word. In the expressive meanings connotation can serve as a restraint on combinability of words depending on which component (or components) of connotation (expressivity, emotionality, valuation, intensity, stylistic register) is actualized in the context. To identify these components the author provides the connotational and syntagmatic analysis with a view to reveal the prescriptions and restrictions on combinability in expressive words.

Key words and phrases: combinability; connotation; connotational component; connotational and syntagmatic analysis; selective component; expressivity; emotionality; valuation; intensity; stylistic register.

УДК 070.1

Филологические науки

Статья посвящена анализу теста, как нового игрового формата интернет-коммуникаций. Выдвигается и проверяется гипотеза о том, что журналист, используя тестовую модель, может максимально эффективно взаимодействовать с аудиторией рунета. Рассмотрены примеры резонансных тестов популярных медиаресурсов: «Коммерсант», «Ведомости», «Эхо Москвы».

Ключевые слова и фразы: тест; тестирование; интернет-журналистика; игровой формат; игра.

Волкова Ирина Ивановна, к. филол. н., доцент
Российский университет дружбы народов
volkova.docent@gmail.com

ТЕСТ В ИНТЕРНЕТ-ЖУРНАЛИСТИКЕ: ОСОБЕННОСТИ ИГРОВОГО ФОРМАТА[©]

В современной мультимедийной интернет-журналистике автор текста и читатель (зритель, слушатель) коммуницируют в алгоритме сетевой модели, сменившей управленческую: было «один ко многим» – стало

«многие ко многим» [4]. Экранное пространство, которое возникает вокруг журналистского материала, уравнивает всех обитателей рунета, и это накладывает определенные обязательства на профессиональных коммуникаторов – модераторов этого пространства и авторов первичного текста. Пропагандистские оценочные материалы, которые эффективны в традиционных однонаправленных медиа, в рунете нередко работают как перевертыши: они подвергаются ироничному переформатированию и в измененном варианте (напр., в виде демотиваторов) вирусно тиражируются, девальвируя или полностью меняя первоначальный замысел автора. Журналист должен учитывать, что интернет-аудитория будет активно «играть» с его текстом: комментировать, цитировать, копировать, сокращать, превращать в инфографику, пародировать, дописывать и даже экранизировать и озвучивать. Таким образом, исходный интернет-текст самим фактом своего появления запускает процесс собственной трансформации, который осуществляется методом краудсорсинга (аудитория сама для себя создает обновленный информационный продукт). Если коммуникатор изначально предусматривает в своем сообщении *игровой код* (установка на равноправное взаимодействие по правилам, которые понятны и добровольно приняты участниками), то от непредсказуемых эффектов можно отчасти застраховаться, сохранив при этом оценочный публицистический посыл. В новых медиа появились необычные для журналистской практики примеры успешной реализации подобного подхода. Речь об *игровых форматах*.

Первичный толчок к творческой игре в Сети дает сама форма текста, а не содержание, поэтому для мультимедийной экранной журналистики в качестве важнейшего инструментального понятия выступает *формат* (технологичная матрица подачи материала), а не жанр. Автор работает с исходной информацией по игровой модели, которая на выходе обеспечит эффективную коммуникацию при не вполне очевидной (но существующей) авторской позиции. Один из таких форматов – *тест* (тестирование). Журналистские тесты регулярно появляются в интернет-изданиях «Сноб», «Эсквайр», «Большой город».

Что мы знаем о тестировании на уровне бытового сознания? Во-первых, тестирование (от англ. *test* – опыт, проба) используется в психологии и педагогике для выявления знаний, навыков, социально-психологических характеристик испытуемого. Во-вторых, с помощью тестов люди с удовольствием снова и снова познают и проверяют себя, даже если полученные результаты для них не слишком приятны. Тест – это своего рода эксперимент, который приносит удовольствие в процессе его осуществления.

Тест, как игровой формат журналистики, может выполнять различные функции: информирует, развлекает, формирует общественное мнение, просвещает, воспитывает. В журналистских тестах смысловую нагрузку несут и вопросы, и развернутые варианты ответов, которые обычно имеют актуальное, социальное значение. Плюс иллюстрации и гиперссылки дают дополнительную информацию из первичных источников.

На сайте газеты «Ведомости» существует специальная рубрика «Тесты», в ее архиве более тридцати материалов и почти каждый из них имеет информационный повод и, соответственно, просветительское актуальное содержание. Например, тест «Что вы знаете об отношениях России и Китая» был приурочен к подписанию Россией газового контракта с Китаем на 400 млрд долл., а материал «Что вы знаете о Крыме?» – к принятию Крыма и Севастополя в состав России на правах субъектов федерации. Есть тесты с публицистической окраской. Например, тесту «Запрещено или нет?» предпослан следующий лид: «Запретительный азарт депутатов Госдумы дошел до иностранных слов и тувель на каблуках. За последние годы власти запретили или предложили запретить такое количество вещей, что в их инициативах начинаешь путаться. Проверьте себя – насколько хорошо вы разбираетесь в том, что сейчас запрещено в России, а что нет» [2]. Словосочетания «иностранных слов» и «туфель на каблуках» отсылают читателя к публикациям «Ведомостей» по поводу некоторых нелепых думских инициатив, а последующий подбор вопросов и ответов неизбежно наталкивает на размышления о некомпетентности депутатов. Определенный гражданский пафос несут и итоговые результаты. После тестирования следующий «диагноз» был поставлен, к примеру, автору данной статьи: «Вы отличаете уже вступившие в силу законы от законопроектов и не существующих в природе документов, но кое-какую путаницу в вашу голову властям уже удалось внести. Их, депутатов, много, а вы один, за всеми инициативами не уследишь» [2]. Существенным недостатком тестов «Ведомостей», на наш взгляд, является отключение функции комментирования.

Попробуем выявить основные элементы тестовой игровой модели на удачном резонансном примере. Ставший популярным (3646 репостов только в Фейсбуке) тест «Владеете ли вы дипломатическим русским?» был размещен в «Коммерсанте» в период острого дипломатического противостояния в связи с событиями на Украине: Россия против европейского сообщества. Восемнадцати вопросам предшествует короткое вступление: «Каким бы серьезным ни был международный конфликт, дипломаты в силу своей профессии вынуждены оставаться сдержанными и вежливыми. Тест «Ъ» позволит вам определить, можете ли вы сохранять такую же невозмутимость, как российский МИД» [1]. В этих словах пока не читается критический настрой, он станет очевидным позже. Дает подсказку непротокольная фотография министра иностранных дел России С. Лаврова (автор Д. Духанин): улыбка неестественна, похожа на гримасу, это вариант визуализации выражения «делать хорошую мину при плохой игре». В то же время фотография иронически обыгрывает слова о невозмутимости МИДа: легко заметить, что С. Лавров с помощью мимики едва сдерживает недовольство. Интересно, что фотографий на самом деле две, вторая находится в подборке и может быть увеличена по желанию читателя. На ней уже совсем другая улыбка: выражение глаз и сомкнутые губы транслируют не агрессивный, а скорее увещательный посыл (невольно вспоминается киноизображение из фильма «Бриллиантовая рука»: «Семен Семеныч...»). Монтируясь с заголовком теста, две фотографии априори несут игровой код, который очевиден не для каждого. Те читатели, которые следили за репортажами с международных саммитов

и для которых стилистика выступлений министра иностранных дел не новость, легко считывали ироничный импульс авторов: своеобразное приглашение к игре под условным названием «Представь себя министром С. Лавровым и продемонстрируй недипломатический стиль». Вот что пишет в комментарии Михаил Сарго: «Кто хоть пару пресс-релизов читал, тот не промахнется» [1]. Вопреки заголовку и лиду, якобы выражающим цель тестирования, читателю следует настроиться на правила игры «от противного»: искать в вариантах ответов самые неподходящие (с точки зрения дипломатического протокола) выражения. Если тестируемый не владеет контекстом, он пойдет по очевидному варианту, тщательно избегая пропагандистской риторики, отвергаемой официальной дипломатией, и получит неожиданный итоговый результат: «Вы дипломатический нуль». Но все объясняет следующее поясняющее заключение: «Никогда вам не работать в МИДе». Правильные ответы на вопросы снабжены ссылкой на сайт МИДа РФ, где можно изучить первоисточники – официальные пресс-релизы, по которым составлялись вопросы теста. Отметим, что поскольку тестируемому доступен только его собственный результат, у него возникает желание узнать и о других возможных резюме, поэтому тест проходится еще и еще раз. Подчеркнем, что в данном игровом формате обличительный пафос прочитывается (хотя и не сразу), но не навязывается. Этот материал был многократно обсужден на различных интернет-площадках, в форумах и блогах, социальных сетях, на сайте «Коммерсанта» его продолжают комментировать. Если бы та же самая информация была «упакована» в традиционную аналитическую статью о недопустимости пропагандистских и стилистически сниженных оценочных выражений в официальных речах, подобного эффекта не было бы.

В октябре 2014 года редакция радиостанции «Эхо Москвы» совместно с Советом по внешней и оборонной политике запустила проект «Политический тест» [3]. Пройдя опросник (всего 16 вопросов), составленный социологами, зарегистрированный посетитель сайта может узнать, к какому политическому течению и к взглядам какого медийного персонажа он ближе всего. На призыв редакции сначала откликнулось семьдесят представителей различных партий, общественных деятелей и экономистов, в том числе С. Нарышкин, Г. Зюганов, В. Жириновский, С. Миронов, Д. Быков, И. Хакамада. На сайте теперь есть инфографика, где в системе координат (левый-правый, авторитаризм-демократичность, консерватизм-центризм) располагаются их фотопортреты. Здесь же Петр I, Иван Грозный, Ф. Рузвельт, М. Тэтчер, И. Сталин. Проект стал одним из самых обсуждаемых на сайте «Эха Москвы»: триста шестьдесят комментариев за пять дней! Они не только интересны сами по себе, в них формируется коммуникативная среда, в которой остро и бескомпромиссно обсуждаются и результаты теста, и его вопросы, возникают стихийные дискуссии об актуальных политических событиях.

Таким образом, подача журналистского материала в формате теста помогает, во-первых, привлечь внимание к теме, во-вторых, удержать это внимание (соблазн перейти на другой ресурс в интернете особенно велик), в-третьих, спровоцировать читателя на самостоятельно сделанные определенные выводы, которые, в итоге, отражают в той или иной степени позицию автора. В-четвертых, тест способствует формированию особого дискуссионного пространства. В данном случае журналиста можно сравнить с мастером игры, который организует совместную активность в альтернативной реальности и устанавливает свои правила. Вопрос лишь в том, насколько честен и граждански состоятелен журналист, и как он понимает свое профессиональное предназначение. Но это тема уже другой статьи.

Список литературы

1. **Владеете ли вы дипломатическим русским?** [Электронный ресурс]. URL: <http://www.kommersant.ru/doc/2467119> (дата обращения: 11.10.2014).
2. **Запрещено или нет?** [Электронный ресурс]. URL: <http://www.vedomosti.ru/tests/> (дата обращения: 11.10.2014).
3. **Пройдите политический тест!** [Электронный ресурс]. URL: <http://www.echo.msk.ru/blog/polititest/1413140-echo/> (дата обращения: 11.10.2014).
4. **Успенский И. В.** Интернет-маркетинг [Электронный ресурс]. URL: <http://www.aup.ru/books/m80/> (дата обращения: 11.10.2014).

TEST IN INTERNET JOURNALISM: SPECIFICS OF GAME FORMAT

Volkova Irina Ivanovna, Ph. D. in Philology, Associate Professor
Peoples' Friendship University of Russia
volkova.docent@gmail.com

The article is devoted to the analysis of test as a new game format of Internet-communications. The author advances and examines the hypothesis that a journalist can most efficiently interact with the Runet audience by test model. The researcher considers the examples of the sensational tests of popular media-resources: — «Kommersant», — «Vedomosti», — «Echo Moskvy».

Key words and phrases: test; testing; Internet journalism; game format; game.