

Федуленкова Татьяна Николаевна
Владимирский государственный университет
г. Владимир, Российская Федерация
fedulenkova@list.ru

**Стилевые доминанты интернет-коммуникации. Рецензия на книгу:
Клушина Н. И., Николаева А. В. Введение в интернет-стилистику. М.:
ФЛИНТА, 2020. 240 с.**

Аннотация

В рецензируемом труде впервые представлена концепция интернет-стилистики как новой вузовской дисциплины с её собственными целями и задачами, трактовкой базовых понятий и терминов. В фокусе авторов – стилиевые доминанты интернет-коммуникации (кликбейт, холивар, хайп и др.), сообщающие интернет-дискурсу специфический ракурс структурирования. Тонкому анализу подвергаются (а) понятия о стилиевых доминантах, (б) характеризующие их признаки и (в) темы, в которых они могут быть реализованы. В книге рассматриваются также вопросы стилистики интернет-жанров, обсуждаются их основные дефиниции и новые феномены транслирования информации в общество (фейки и постправда), новые интернет-стратегии (троллинг, элфинг, хейтспич). Описание коммуникативных пространств через систему функционально-стилевых доминант даёт автору понимание стилистической специфики данных пространств, а также возможность их оценивания по шкале «конструктивная – неконструктивная – деструктивная коммуникация». Отмечая корреляцию понятия стилиевой доминанты с понятием конструктивно-стилевой вектор (КСВ) и с понятием дискурсивной доминанты, авторы обнаруживают, что конструктивно-стилевой вектор реформирует систему функциональных стилей литературного языка, но не оказывает влияние на структуризацию коммуникативных пространств. Авторы убедительно аргументируют обусловленность имплицитности в межкультурной коммуникации принятыми в каждой культуре нормами общения, которые определяются рядом факторов: (а) доминирующая социальная дистанция, (б) тип распределения власти в малой группе, (г) степень эмоционального самоконтроля участников общения.

Ключевые слова: интернет-коммуникация, стилиевые доминанты, межкультурная коммуникация, конструктивная / неконструктивная / деструктивная коммуникация

© Федуленкова Т. Н. 2025

Для цитирования: Федуленкова Т. Н. Стилевые доминанты интернет-коммуникации. Рецензия на книгу: Клушина Н. И., Николаева А. В. Введение в интернет-стилистику. М.: ФЛИНТА, 2020. 240 с. // Теоретическая и прикладная лингвистика. 2025. Вып. 11, № 1. С. 198–202. <https://doi.org/10.22250/24107190-2025-11-1-198>

Tatiana N. Fedulenkova
Vladimir State University
Vladimir, Russian Federation
fedulenkova@list.ru

**Stylistic dominants of Internet communication. A book review:
Klushina N. I., Nikolaeva A. V. Introduction to Internet stylistics. Moscow:
FLINTA Press, 2020. 240 p.**

Abstract

The reviewed book presents the innovative concept of Internet stylistics as a part of university curriculum with its own goals, interpretation of basic concepts and terms. The authors focus on the stylistic dominants of Internet

communication (clickbait, holivar, hype, etc.) that give Internet discourse a specific perspective of structuring. The authors scrutinize (a) the concepts of stylistic dominants, (b) their characteristics, and (c) the themes where they can be implemented. The book also examines the stylistics of Internet genres and discusses their main definitions and new phenomena of information transmission to society (fakes and post-truth), new Internet strategies (trolling, elfing, and hate-speech). The description of communicative spaces through a system of functional and stylistic dominants gives the author an understanding of the stylistic specifics of these spaces and enables to evaluate them on the scale “constructive – non-constructive – destructive communication”. Noting the correlation of the stylistic dominance concept with the concept of constructive-stylistic vector and the discursive dominance concept, the authors discover that the constructive-style vector reformats the system of functional styles of the literary language but does not affect the structuring of communicative spaces. The authors convincingly argue that implicitness in intercultural communication is conditioned by the communication norms accepted in each culture and determined by a number of important factors: (a) dominant social distance, (b) the type of distribution of power in a small group, (d) the degree of emotional self-control communication participants.

Keywords: Internet communication, style dominants, intercultural communication, constructive / non-constructive / destructive communication

© Fedulenkova T. N. 2025

For citation: Fedulenkova, T. N. (2025). *Stilevye dominanty internet-kommunikatsii. Retseziya na knigu: Klushina N. I., Nikolaeva A. V. Vvedenie v internet- stilistiku. M. : FLINTA, 2020. 240 s. [Stylistic dominants of Internet communication. A book review: Klushina N. I., Nikolaeva A. V. Introduction to Internet stylistics. Moscow: FLINTA Press, 2020. 240 p.]*. *Teoreticheskaya i prikladnaya lingvistika [Theoretical and Applied Linguistics]*, 11 (1), 198–202. <https://doi.org/10.22250/24107190-2025-11-1-198>

Новая книга в области интернет-коммуникации всегда интересна филологу и языковеду. Особый интерес эта книга вызывает тогда, когда она представляет новое направление стилистики, которое занимается изучением современной интернет-коммуникации.

Согласимся с автором рецензируемой книги: в современной филологической науке только стилистика способна дать адекватное и непротиворечивое описание и интерпретацию интернет-коммуникации на основе собственных стилистических методов и стилистического категориального аппарата. Вполне очевидно, на наш взгляд, что наиболее перспективной для изучения интернет-коммуникации становится новая область стилистики – интернет-стилистика, главными объектами изучения которой Н. И. Клушина и А. В. Николаева называют два типа медиатекстов: а) медиатексты традиционных средствах массовой информации, б) медиатексты особого типа, или интернет-тексты.

Наследуя ведущие параметры классического текста, интернет-текст получает особые характеристики, связанные с новыми технологическими особенностями интернет-коммуникации.

Любое коммуникативное пространство структурируется с помощью стилевых доминант, которые, с одной стороны, объединяют тексты, циркулирующие в данном пространстве на основе каких-либо качественных их характеристик, а с другой стороны, позволяют дифференцировать различные коммуникативные пространства по наличию / отсутствию в них определённых стилевых доминант. Описание коммуникативных пространств через систему функционально-стилевых доминант даёт авторам понимание стилистической специфики данных пространств, а также возможность их оценивания по шкале «конструктивная – неконструктивная – деструктивная коммуникация».

Анализируя понятие стилевых доминант, которое первоначально разрабатывалось в идиостилистике, входящей в стилистику художественной речи [Золян, 1989 ; Северская, 1991 и др.], Н. И. Клушина и А. В. Николаева отмечают, что понятие *стилевой*

доминанты, коррелирует с понятием *конструктивно-стилевой вектор* (КСВ) и с понятием *дискурсивной доминанты*. Термин *конструктивно-стилевой вектор* был введен в метаязык лингвистики В. Г. Костомаровым [Костомаров, 2005 ; Ржанов, 2018] для описания системы функциональных стилей не на основании ведущей функции языка, а на основании векторного принципа развития стилистики. При таком подходе пятистильная система функциональных стилей трансформируется и получает иную конфигурацию: 1) книжные специальные тексты; 2) книжные неспециальные тексты; 3) разговорные тексты; 3) тексты массовой коммуникации.

Подвергая критике представленную концепцию описания функционально-стилевой системы литературного языка, в которой функция языка не исключается, а становится дополнительным, второстепенным основанием для типологии, авторы обнаруживают, что конструктивно-стилевой вектор переформатирует систему функциональных стилей литературного языка, но не оказывает влияние на структуризацию коммуникативных пространств. Отличие стилевой доминанты от дискурсивной автор находит в области сопоставления части и целого. Обращая внимание на факт, что дискурс и коммуникативное пространство являются синонимическими терминами, авторы показывают, что стилевые доминанты организуют дискурс наравне с его тематическими, концептуальными, когнитивными, лингвокультурологическими, аксиологическими и др. доминантами, и приходит к выводу о том, что стилевые доминанты – это отличительные стилистические черты, присущие целостной коммуникации.

В интернет-коммуникации формируются новые стилевые доминанты, которые определяют её специфику, по сравнению с медиакоммуникацией доинтернетовской эпохи, а также отличают интернет-коммуникацию от коммуникации в офлайне. К ведущим стилевым доминантам Н. И. Клушина и А. В. Николаева относят кликбейт, холивар, хайп и др., которые обязательно сообщают интернет-дискурсу особый вид структурирования, нацеленный на привлечение максимального внимания читателей к авторскому тексту. При этом тонкому анализу подвергаются понятия о стилистических доминантах, характеризующие их признаки и темы, в которых они могут быть реализованы.

Авторы предваряют своё исследование детальной характеристикой текста и его основных параметров, тщательным анализом вопросов стилистики текста, структуры текста, функционально-коммуникативного аспекта текста. Рассматривая текст как структурную единицу с грамматически оформленным содержанием, авторы обращают внимание на его следующие важнейшие параметры: 1) текст – медиатекст – интернет-текст; 2) генезис интернет-текста; 3) медиастиль; 4) медиатекст; 5) интернет-текст.

Генезис интернет-текста восходит к текстам публицистического стиля. В данном стиле автор выделяет три подстиля, реализующих три базовые стилевые интенции: информационный подстиль (интенция информирования), публицистический подстиль (интенция убеждения в заданной автором идее), развлекательный подстиль (интенция развлечения).

Авторы прослеживают историю девальвации термина *публицистический текст* и его закономерное вытеснение – под влиянием появившегося в новом тысячелетии нового канала для передачи информации – Интернета – термином *медиатекст*.

Рассматривая авторские концепции медиатекста, автор отмечает, что наиболее авторитетные из них – это концепция М. Ю. Казак и концепция Т. Г. Добросклонской, которые ведущими признаками медиатекстов считают медийность, массовость, интегративность, или поликодовость, текста, открытость текста [Добросклонская, 2008 ; Казак, 2011].

В современной стилистике, как подчеркивают Н. И. Клушина и А. В. Николаева, термин *медиатекст* является «зонтичным», или гиперонимичным, обозначающим все виды текстов в СМИ: в соответствии с типологией, основанной на канале связи, это может быть газетный текст, радиотекст, телетекст, интернет-текст.

В связи с бурным развитием Интернета интернет-текст становится доминирующим текстом в СМИ. Авторы выявляют существенные отличия интернет-текста от классического, линейного текста: а) нелинейность, «гипертекстовость», б) текучесть и индукция границ за счёт гиперссылок и читательских комментариев, в) соавторство с читателем (в теме, сюжете и др.), г) интерактивность и вытекающая из неё инверсия ролей автор/читатель, д) принципиальная мультимедиальность и поликодовость интернет-текста (равноправие вербального и невербального кодов коммуникации).

В отдельной главе авторы рассматривают типы и функции заголовков. Текст без заголовка не существует, поскольку именно заголовок играет различительную и разграничительную роль, разделяя тексты между собой. Структура заголовка может быть любой, роль заголовка на себя могут брать не только вербальные знаки, но и любые другие знаки графического дизайна. Заголовок, считают авторы, – есть самая сильная позиция в тексте, поскольку он манифестирует текст: раскрывает его тему и идею и задаёт текстовые границы. Акцентируя внимание на полифункциональности заголовка, авторы обозначают такие его базовые функции, не несущие стилистической нагрузки, как графическая, номинативная, семантическая.

Базовым функциям заголовков противопоставляются их факультативные функции, для которых характерна стилистическая маркированность: а) символическая функция (название романа Ф. М. Достоевского «Преступление и наказание» имеет прямое значение – в романе герой совершает преступление и получает за него наказание, и символическое – не просто убийство человека и последовавшая за ним каторга, но убийство морали и муки совести); б) рекламная функция (заголовок привлекает к себе внимание, чтобы адресат прочитал именно данный текст); в) экспрессивная функция (заголовок включает в себе экспрессивную коннотацию – оценку и/или эмоцию, выражаемую стилистико-риторическими средствами языка).

Обнаруживая, что в современной медиастилистике доминируют два типа заголовков – информативные стилистически нейтральные заголовки и экспрессивные стилистически маркированные заголовки, – авторы называют важнейшее требование к заголовкам интернет-текстов – их *кликабельность*. В информативных заголовках кликабельность достигается интересом аудитории к поднимаемой в СМИ теме, её новизной или неожиданностью. Поэтому частотны лексемы *впервые, сейчас, экстренно, неожиданно* и т. п., создающие интригу и вызывающие произвольный интерес у адресата.

Экспрессивные заголовки строятся на использовании всевозможных риторико-стилистических средств языка. Наиболее частотным стилистическим приёмом является языковая игра, построенная на семантической двуплановости заголовка, который начинает напоминать ребус. Стилистический ребус в заголовке не только привлекает внимание читателя, но и льстит ему, а разгадка – когнитивная операция, работающая на запоминание. Не случайно такого рода заголовки успешно были освоены рекламой, что иллюстрируется обилием контекстуальных примеров. В интернет-коммуникации экспрессивные заголовки вызывают мощный прагматический эффект в борьбе с конкурентами.

Нельзя не согласиться с авторами в том, что любой заголовок – информативный он или экспрессивный – должен быть ориентирующим, т. е. раскрывать анонсируемую им тему. Дезориентирующие заголовки вызывают у читателя негативный эффект обманутого ожидания. Устойчивое негативное «последствие» вырабатывает иммунитет: адресат не реагирует на экспрессию, распознавая её как наживку.

В книге рассматриваются также вопросы стилистики интернет-жанров и обсуждаются их основные дефиниции и новые феномены транслирования информации в общество (фейки и постправда). Значительное внимание уделяется новым интернет-стратегиям, таким, как троллинг, эльфинг, хейтспич.

В заключение отметим, что стилиевые доминанты интернет-коммуникации демонстрируют асимметрию публичного и межличностного интернет-общения в сторону доминирования негативных речевых стратегий, и поэтому актуальной становится выработка конструктивных стратегий ведения диалога в Интернете с целью развития осознанно корректного речевого поведения коммуникантов. Авторы рецензируемой книги Н. И. Клущина и А. В. Николаева успешно решают эту проблему.

Библиографический список

- Добросклонская, 2008 – Добросклонская Т. Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ. М. : ФЛИНТА : Наука, 2008. 263 с.
- Золян, 1989 – Золян С. Т. От описания идиолекта к грамматике идиостиля (на материале поэзии Л. Мартынова // Язык русской поэзии XX века. М. : Ин-т русского языка АН СССР, 1989. С. 238–259.
- Казак, 2011 – Казак М. Ю. Специфика современного медиатекста // Современный дискурс-анализ. 2012. № 1 (6). С. 30–41.
- Костомаров, 2005 – Костомаров В. Г. Наш язык в действии. Очерки современной русской стилистики. М. : Гардарики, 2005. 287 с.
- Ржанов, 2018 – Ржанов А. А., Ржанова С. А. Конструктивно-стилевой вектор массмедийности современного радиозэфира // Огарев-online. 2018. № 3. URL : <https://journal.mrsu.ru/arts/konstruktivno-stilevoj-vektor-massmedijnosti-sovremennogo-radioefira>
- Северская, 1991 – Северская О. И., Преображенский С. Ю. Функционально-доминантная модель эволюции художественных систем: от идиолекта к идиостилю // Поэтика и стилистика. 1988–1990 : сб. ст. / отв. ред. В. П. Григорьев. М. : Наука, 1991. С. 146–201.

References

- Dobrosklonskaya, T. G. (2008). *Medialinguistics: a systematic approach to learning the language of mass media* [Media linguistics: A systematic approach to learning the language of mass media]. Moscow : FLINTA Press : Nauka Press. (In Russ.).
- Zolyan, S. T. (1989). Ot opisaniya idiolekta k grammatike idioshtilya (na materiale poezii L. Martynova) [From the description of an idiolect to the grammar of an idiosyncrasy (Based on L. Martynov's poetry)]. *Yazyk russkoj poezii XX veka* [The language of Russian poetry of the 20th century] (pp. 238–259). Moscow : Institute for the Russian Language Press. (In Russ.).
- Kazak, M. Yu. (2012). Spetsifika sovremennogo mediateksta [The specifics of modern media text]. *Sovremennyy diskurs-analiz* [Modern discourse analysis], 1 (6), 30–41. (In Russ.).
- Kostomarov, V. G. (2005). *Nash yazyk v deystvii. Ocherki sovremennoy russkoj stilistiki*. [Our language in action. Essays on modern Russian stylistics]. Moscow : Gardariki Press. (In Russ.).
- Rzhanov, A. A., & Rzhanova, S. A. (2018). *Konstruktivno-stilevoy vektor massmediynosti sovremennogo radioefira* [Massmedia constructive-style vector of modern radio broadcasting]. *Ogarev-online*, 3. (In Russ.). <https://journal.mrsu.ru/arts/konstruktivno-stilevoj-vektor-massmedijnosti-sovremennogo-radioefira>
- Severskaya, O. I., & Preobrazhenskiy, S. Yu. (1991). Funktsional'no-dominantnaya model' evolyutsii khudozhestvennykh sistem: ot idiolekta k idioshtilyu [A functionally dominant model of the evolution of artistic systems: From idiolect to idiosstyle]. In V. P. Grigor'ev (Ed.), *Poetika i stilistika. 1988–1990* [Poetics and Stylistics. 1988–1990] (pp. 146–201). Moscow : Nauka Press. (In Russ.).