УДК 81'42 + 801.7 : 321.019.5

DOI 10.17516/2311-3499-017

ПУБЛИЧНОЕ ИЗВИНЕНИЕ КАК ЖАНР ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ**Н.Н. Кошкарлова**

Статья посвящена анализу публичного извинения как жанра компьютерно-опосредованной коммуникации. Обосновывается необходимость жанроведческого подхода к исследованию коммуникативных практик в сети Интернет, проводится связь между жанром публичного извинения и ценностными приоритетами участников интернет-коммуникации. Жанроведческий подход к изучению компьютерно-опосредованной коммуникации представляется весьма актуальным и востребованным, так как он дает возможность адаптировать теорию речевых жанров к тому многообразию речевого поведения коммуникантов, свидетелями которого мы являемся в настоящее время. Другим преимуществом заявленного подхода является то, что происходит фиксация новых жанровых форм не постфактум, а в момент их функционирования в рамках того или иного национально-культурного сообщества. Наконец, жанроведческий подход – это средство прогнозирования развития жанрового пространства компьютерно-опосредованной коммуникации, предлагающей нами все новые формы текстов и коммуникативных практик. Описывается структура жанра публичного извинения, рассматривается его связь с такими коммуникативными феноменами, как клевета, диффамация и слухи. Дается разграничение между клеветой и диффамацией, выделяются стадии развития слухов как приема манипулятивного воздействия. Намечаются перспективы исследования и описания жанрового корпуса компьютерно-опосредованной коммуникации.

Ключевые слова и фразы: публичное извинение; жанр; клевета; оскорбление; слухи; ценности; речевая агрессия; компьютерно-опосредованная коммуникация.

PUBLIC APOLOGY AS INTERNET COMMUNICATION GENRE**N.N. Koshkarova**

The paper is devoted to the analysis of the public apology as the genre of the computer-mediated communication. The necessity of the genre studies approach to the Internet communicative practices' exploration is justified, the connection is made between the genre of the public apology and axiological priorities of the Internet communication participants. The genre studies approach to the analysis of the computer-mediated communication seems to be topical and relevant as it gives the opportunity to adapt the theory of the speech genres to the variety of the communicators' speech behaviour which we are witnessing at the present moment. Another advantage of the genre studies approach as it keeps record of the new genre forms not after the event but at the moment of their functioning in the framework of this or that national and cultural society. The genre studies approach is also a valid means of the genre development forecasting of the computer-mediated communication which creates new forms of texts and communicative practices. The article describes the structure of the genre of the public apology, analyses its connection with slander, defamation and gossip. The distinction between slander and defamation is made, the stages of the gossip development are described. The perspectives of the study of the genre corpus of the computer-mediated communication are outlined.

Key words and phrases: public apology; genre; slander; defamation; insult; gossip; values; speech aggression; computer-mediated communication.

Развитие интернет-коммуникации (компьютерно-опосредованной коммуникации, электронной коммуникации, виртуальной коммуникации, компьютерной коммуникации, сетевой коммуникации) носит в последнее время такой стремительный, уникальный и парадоксальный характер, что ученые-представители различных научных направлений сталкиваются все с большим числом неразрешенных вопросов, с необходимостью поиска методов описания исследовательского объекта, с определением авторского и уникального предмета исследования. Е.И. Горошко выделяет следующий круг вопросов, заслуживающих внимания при изучении компьютерно-опосредованной коммуникации (КОК):

- проблемы восприятия компьютерного текста при отсутствии целостности его графического представления;
- влияние цветового (или звукового) оформления КОК и его связь с различными коммуникативными платформами (чатом, блогом, форумом, веб-страницей);
- влияние временного и технологического факторов на порождение и восприятие текстов в электронной среде;
- влияние психофизиологических особенностей личности на протекание коммуникации в сети;
- проблемы презентационных и самопрезентационных практик в этой среде;
- взаимосвязь КОК с явлениями билингвизма и многоязычия в целом, а также интерференция английского языка и латинского алфавита на другие языки с другими алфавитами (например, использующие кириллицу), функционирующими в национальных сегментах сети Интернет;
- воздействие электронных текстов и всей компьютерной коммуникации на отдельную личность и общество в целом;
- взаимосвязь языкового сознания и образа электронного мира личности и наоборот; проблемы нейропсихологии сети (связь между функциональной асимметрией мозга и организацией электронного пространства текста или лингвистическим дизайном веб-страницы);
- национально-культурная специфика КОК;
- проблема авторства электронных текстов;
- проблема электронного стиля и жанра;
- эмоциональный уровень компьютерного общения, выражение эмоций в электронной среде и методы изучения эмоционального компонента КОК;
- влияние КОК на детскую речь (например, ребенок начинает общаться с помощью компьютера, а не карандаша и бумаги);
- влияние КОК на патологию речи и взаимосвязь КОК и речи людей с ограниченными физическими возможностями;
- реализация психолингвистических экспериментов через КОК или использование Интернета в качестве психолингвистического инструментария [Горошко 2008: 6].

Как видим, спектр проблем, стоящих перед исследователями компьютерно-опосредованной коммуникации, достаточно широк: некоторые из них уже получили (или получают) описание в ряде лингвистических работ, другие находятся в стадии разработки, какие-то вопросы еще ждут своего решения. На наш взгляд, одной из самых актуальных задач при изучении компьютерного дискурса (равно как и других форм речевой деятельности человека, например, политической коммуникации) является вопрос о жанровом пространстве компьютерно-опосредованной коммуникации человека. Как справедливо отмечает Н.В. Кобрин, «общение коммуникантов и производимый коммуникантом текст в любой его форме (медиа контент) упорядочивается с помощью системы жанров определенным образом», а жанр автор определяет как «текст, который может быть ограничен одним высказыванием, с определенной коммуникативной целью, представляющий собой формализацию социального взаимодействия адресанта и адресата» [Кобрин 2016: 109–110].

Действительно, общение (даже в интернет-среде) подчиняется определенным коммуникативным, технологическим и социальным правилам, другое дело, что не каждый участник компьютерно-опосредованной коммуникации обязан следовать этим нормам и установкам. Коммуникативная ситуация в интернет-пространстве меняется с такой скоростью, что теория жанроведения не успевает фиксировать социокоммуникативные образования, созданные в сети Интернет, которые вполне справедливо могут претендовать на статус речевых жанров. Как следствие – появление определенных лакун в теории и практике речевых жанров, заполнить которые и призваны работы, посвященные описанию новых форм компьютерно-опосредованного общения.

В качестве одного из факторов, определяющих коммуникацию в современном медиапространстве, И.М. Дзялошинский и М.А. Пильгун называют общую систему ценностей коммуникантов, «которая сегментирует коммуникативное пространство, определяет выбор партнера и отношение к нему, продолжительность контакта, готовность предоставить информацию, успешность решения коммуникативных задач» [Дзялошинский, Пильгун 2014: 51]. О ценностно-регулирующей функции интернет-СМИ пишут и авторы пособия «Интернет-СМИ: теория и практика»: «Интернет-СМИ способны выполнять ценностно-регулирующую функцию, присущую СМИ в целом» [Интернет-СМИ 2013: 97]. Такая возможность определяется такими характеристиками интернет-общения, как оперативность, интерактивность и гипертекстуальность.

По нашему мнению, к числу аксиогенных (ценностнопоражающих) жанров – в терминологии В.И. Карасика [Карасик 2015] – можно отнести набирающий все большую популярность жанр публичного (принудительного, вынужденного) извинения. Приведем список наиболее популярных роликов из этой серии:

1) 9 декабря 2017 г. в сети Интернет был размещен ролик, в котором студента РАНХиГС Олега Терещенко заставляют извиниться за комментарий в социальной сети «ВКонтакте» о том, что традиции запрещают чеченским девушкам встречаться с русскими, хотя по закону нельзя ограничивать их свободу;

2) 11 декабря того же года генеральный директор Comedy Club Production Андрей Левин вынужден был извиняться за шутку про ингушскую девушку из эскорт-агентства в выпуске шоу «Comedy Woman» после того, как несколько десятков ингушей приехали в офис компании выяснять отношения с руководством канала;

3) 14 декабря 2017 г. канал ТНТ выпустил ролик, в котором прощения перед ингушскими зрителями просят сразу несколько сотрудников канала, на котором вышел скетч в юмористической программе.

Не вызывает сомнения тот факт, что ролики в жанре публичного извинения появились не в 2017 г., а намного раньше. Необходимо отметить, что в зарубежной лингвистике жанр публичного извинения описан в некотором количестве публикаций [Boyd 2011; Kim, Jaram, Jaeseung 2015; MacLachlan 2015]. В указанных и других работах жанр публичного извинения рассматривается в связи с проблемами бизнеса и его социальной ответственности, за редким исключением – в политической сфере. В отечественной лингвистике жанр публичного извинения еще не получил своего описания. Возможно предположить, что жанр и в дальнейшем получит развитие и новые формы своего бытования. Однако уже в настоящее время можно выделить некоторые каноны, по которым строится жанр публичного извинения:

1) публичное извинение – это всегда реакция на оскорбительное высказывание в адрес другого национально-культурного сообщества, действия или бездействия властей, руководства различного уровня;

2) ролик в жанре публичного извинения всегда построен по формату гипертекста: устанавливаются связи между извинением, которое приносит «обидчик», и изначальным роликом, в котором была высказана та или иная обида (жалоба) – в кадре показывают скриншот или фрагмент ролика;

3) часто целью ролика-извинения является стремление установить мотивы поведения его автора: это может быть привлечение внимания через распространение ложной информации, банальное обогащение, желание улучшить свои жилищные условия и др.;

4) основной прагматический потенциал ролика в жанре публичного извинения можно определить как извинение за клевету или диффамацию;

5) герой репортажа приносит свои извинения, признавая свою неправоту.

Иногда на ролик-извинение может последовать реакция стороны, чьи чувства и убеждения были оскорблены изначальным репортажем. Так, в ответ на ролик телеканала ТНТ с извинениями по поводу шутки об ингушке, работающей в эскорте, последовало заявление главы Ингушетии Юнус-Бека Евкурова, согласно которому ролик с извинениями перед ингушским народом, записанный многонациональным составом ТНТ, был лишним. Безусловно, жанр публичного извинения еще требует нормативно-правового регулирования с точки зрения уголовно-процессуального кодекса и «Закона о СМИ».

В настоящее время публичное извинение может и должно трактоваться с точки зрения лингвистической интерпретации этого нового для российского общества явления. Так, актуальным в этой связи является разграничение понятий *клевета* и *диффамация*. В своих предыдущих работах [Кошкарлова 2011] мы уже обращались к проблеме разграничения таких явлений, как клевета, оскорбление и диффамация, с точки зрения права и языка. Повторим, что клевета – это распространение заведомо ложных сведений о каком-либо лице, сообщение заведомо неверной информации о конкретных фактах, касающихся потерпевшего. Диффамация – это распространение порочащих сведений в СМИ. Диффамация может содержать истинные сведения, тогда как клевета содержит заведомо ложные данные. В зависимости от соответствия распространяемых сведений действительности и субъективного отношения распространителя к своим действиям можно выделить следующие ее виды:

1) распространение заведомо ложных порочащих сведений – собственно клевета, о которой речь шла выше;

2) неумышленное распространение ложных порочащих сведений – неумышленная недостоверная диффамация;

3) распространение правдивых порочащих сведений – собственно диффамация.

Безусловно, что клевета и диффамация – это явления деструктивного характера, функционирующие в рамках конфликтного дискурса. Клевета и диффамация тесным образом связаны с таким приемом речевой агрессии, как слухи. Слухи, являясь элементом массового общения, представляют собой специфический вид межличностной коммуникации, отражающий некоторые реальные или вымышленные события, созданные с целью манипулятивного воздействия на целевую аудиторию и несущие элементы речевой агрессии [Кошкарлова 2009: 190]. В настоящее время благодаря возможностям компьютерно-опосредованной коммуникации распространение слухов стало настолько стремительным, что они упрощаются до уровня, доступного для восприятия самой широкой читательской и зрительской аудиторией.

Мы полагаем, что слухи в своем развитии с целью реализации агрессивного потенциала проходят следующие стадии:

а) контакт с базовым фактом, служащим основой создания слуха;

б) создание сообщения на основе полученных сведений;

в) передача информации при помощи тех или иных средств массовой информации;

г) потребление слухов, изменение установок и ценностных ориентаций целевой аудитории, непосредственная реализация речевой агрессии;

д) продолжение воздействия на психику массового потребителя слухов, возможное манипулирование общественным сознанием;

е) реакция субъекта искаженной информации, про которого создаются слухи, которая иногда может привести к необходимости публичного извинения со стороны автора клеветнического, диффамационного сообщения или слухов.

Таким образом, жанроведческий подход к изучению компьютерно-опосредованной коммуникации представляется весьма актуальным и востребованным, так как он дает возможность адаптировать теорию речевых жанров к тому многообразию речевого поведения коммуникантов, свидетелями которого мы являемся в настоящее время. Другим преимуществом заявленного подхода является то, что происходит фиксация новых жанровых форм не постфактум, а в момент их функционирования в рамках того или иного национально-культурного сообщества. Наконец, жанроведческий подход – это средство прогнозирования развития жанрового пространства компьютерно-опосредованной коммуникации, предлагающей нами все новые формы текстов и коммуникативных практик.

Литература

- Горошко Е.И. Психолингвистика Интернет-коммуникаций // Вопросы психолингвистики. 2008. № 7. С. 5–11.
- Дзялошинский И.М, Пильгун М.А. Технология диалога в современном медиaprостранстве: анализ и перспективы // Вопросы теории и практики журналистики. 2014. № 5. С. 42–54.
- Интернет-СМИ: Теория и практика: учеб. пособие для студентов вузов. М.: Аспект Пресс. 2013. 348 с.
- Карасик В.И. Языковое проявление личности. М.: Гнозис. 2015. 384 с.
- Кобрин Н.В. Твиттинг – новый социокommunikативный жанр Интернет-коммуникации // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2016. № 9(63). Ч. 3. С. 109–111.
- Кошкарлова Н.Н. Слухи как прием речевой агрессии в СМИ // Континуальность и дискретность в языке и речи: материалы II Международная научная конференция. Краснодар, 2009. С. 181–182.
- Кошкарлова Н.Н. Клевета, оскорбление, диффамация: критерии разграничения и пути преодоления // Юрислингвистика-11: Право как дискурс, текст и слово: межвузовский сборник научных трудов. Кемерово, 2011. С. 250–252.
- Boyd D.P. Art and Artifice in Public Apologies // J Bus Ethics. 2011. No 104. Pp. 299–309.
- Kim H., Jaram P., Meeyoung C., Jaeseung J. The Effect of Bad News and CEO Apology of Corporate on User Responses in Social Media // PLoS ONE. May2015. Vol. 10. Issue 5. Pp. 1–21.
- MacLachlan A. «Trust Me, I'm Sorry»: The Paradox of Public Apology // The Monist. 2015. No 98. Pp. 441–456.

References

- Goroshko E.I. Psikholingvistika Internet-kommunikatsiy [Psycholinguistics of Internet Communication]. *Voprosy psikholingvistiki*, no 7, p. 5–11.
- Dzyaloshinskiy I.M, Pil'gun M.A. Tekhnologiya dialoga v sovremennom mediaprostranstve: analiz i perspektivy [Dialogue technology in modern meadi-space: analysis and perspectives]. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki*, 2014, no 5, p. 42–54.
- Internet-SMI: Teoriya i praktika : ucheb. posobie dlya studentov vuzov [Internet mass-Media: theory and practice]. Moscow, Aspekt Press Publ., 2013, 348 p.
- Karasik V.I. Yazykovoe proyavlenie lichnosti [Individual's speech demonstration]. Moscow, Gnozis Publ, 2015, 384 p.
- Kobrin N.V. Tvitting – novyy sotsiokommunikativnyy zhanr Internet-kommunikatsii [Twitting as a new social and communicative genre of Internet communication]. *Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki*, 2016, no 9(63), Part 3, p. 109–111.
- Koshkarova N.N. Slukhi kak priem rechevoy agressii v SMI [Gossip as a means of speech aggression in the mass-media]. *Kontinual'nost' i diskretnost' v yazyke i rechi: materialy II Mezhdunar. nauch. konf* [Continuity and individuality in language and speech], Krasnodar, 2009, p. 181–182.

Koshkarova N.N. Kleveta, oskorblenie, diffamatsiya: kriterii razgranicheniya i puti preodoleniya [Slander, insult and defamation: distinction criteria and ways of overcoming]. *Yurislilingvistika-11: Pravo kak diskurs, tekst i slovo: mezhvuzovskiy sbornik nauchnykh trudov*, Kemerovo, 2011, p. 250–252.

Boyd D.P. Art and Artifice in Public Apologies. *J Bus Ethics*, 2011, no 104, p. 299–309.

Kim H., Jaram P., Meeyoung C., Jaeseung J. The Effect of Bad News and CEO Apology of Corporate on User Responses in Social Media. *PLoS ONE*, 2015, Vol. 10, Issue 5, p. 1–21.

MacLachlan A. «Trust Me, I'm Sorry»: The Paradox of Public Apology. *The Monist*, 2015, no 98, p. 441–456.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ:

Кошкарлова Наталья Николаевна, доктор филологических наук, профессор кафедры международных отношений и зарубежного регионоведения.

Южно-Уральский государственный университет,

Россия, 454000, Челябинск, главпочтамт, до востребования

E-mail: nkoshka@rambler.ru

ABOUT THE AUTHOR:

Koshkarova Natalia Nikolaevna, Doctor of Philology, Professor of the Department of international relations and foreign regional studies.

South-Ural State University,

Central Post-Office, Post Restante, Chelyabinsk 454000 Russia

E-mail: nkoshka@rambler.ru