



DOI: <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2024.2.5>

UDC 81'373.43:070

LBC 81.053.2

Submitted: 09.12.2023

Accepted: 27.02.2024

LEXICAL-AND-SEMANTIC FIELD “NEW SINCERITY”: NEOLOGISMS IN RUSSIAN AND CHINESE MEDIA DISCOURSE¹

Guo Lijun

Sun Yat-Sen University, Guangzhou, China

Anna V. Shchetinina

Ural Federal University named after the first President of Russia B.N. Yeltsin, Yekaterinburg, Russia

Abstract. The ideographic description of new vocabulary and the linguistic units within the lexical-and-semantic field of the idiom *new sincerity* in particular, is being considered. It is noted that in addition to its cultural significance, this expression has also acquired two new meanings: marketing technology and communicative practice. It is precisely in these meanings that the idiom *new sincerity* is studied in this research. Using component, contextual, and interpretive methods of analysis, with the support of the ideographic dictionary compiled by one of the authors and examples of usage in media discourse texts, the vocabulary within the lexical-and-semantic field of “new sincerity” has been identified and described. Most of the linguistic units in this group have been established to be neologisms. The presented ideographic network has a frame structure and reflects the fragments of modern reality represented in the linguistic worldview by new vocabulary. The authors have identified 5 segments (slots) of the ideographic network: “new sincerity” as a tactic in internet communication, social-and-political communication, as a basis for uniting people, a form of expressing aggression, and as a communicative practice in the conditions of the coronavirus pandemic. Each segment includes a set of ideograms that unite lexical representatives – neologisms. It is noted that the expression *new sincerity* is not used in Chinese media texts. However, there has been an increasing interest in open expression of feelings and sharing personal stories by participants in modern Chinese shows, which corresponds to the practice of “new sincerity” in virtual and real life.

Key words: new sincerity, ideography, lexical-and-semantic field, neologism, social vocabulary, Russian language, Chinese language.

Citation. Guo Lijun, Shchetinina A. V. Lexical-and-Semantic Field “New Sincerity”: Neologisms in Russian and Chinese Media Discourse. *Vestnik Volgogradskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya 2. Yazykoznanie* [Science Journal of Volgograd State University. Linguistics], 2024, vol. 23, no. 2, pp. 57-69. (in Russian). DOI: <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2024.2.5>

УДК 81'373.43:070

ББК 81.053.2

Дата поступления статьи: 09.12.2023

Дата принятия статьи: 27.02.2024

ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧЕСКОЕ ПОЛЕ «НОВАЯ ИСКРЕННОСТЬ»: НЕОЛОГИЗМЫ В РОССИЙСКОМ И КИТАЙСКОМ МЕДИАДИСКУРСЕ¹

Го Лицзюнь

Университет им. Сунь Ятсена, г. Гуанчжоу, Китай

Анна Викторовна Щетинина

Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б.Н. Ельцина,
г. Екатеринбург, Россия

Аннотация. В статье рассматривается вопрос идеографирования новой русской лексики, в частности языковых единиц, входящих в лексико-семантическое поле идиомы *новая искренность*. Отмечено, что, помимо культуроведческого, у данного выражения появилось еще два значения: одно репрезентирует «новую

искренность» как маркетинговую технологию, а другое – как коммуникативную практику. Методами компонентного, контекстного и интерпретационного анализа с опорой на идеографический словарь, составленный одним из авторов статьи, и примеры употребления в текстах медиадискурса выявлены лексические единицы, входящие в лексико-семантическое поле «Новая искренность». Установлено, что большинство из них составляют неологизмы. Представленная идеографическая сетка имеет фреймовую структуру и отражает фрагменты современной действительности, которые репрезентированы в языковой картине мира. Авторами выделено 5 сегментов (слотов) идеографической сетки: «новая искренность» как тактика интернет-коммуникации, социально-политической коммуникации, как основа объединения людей, форма выражения агрессии, а также как коммуникативная практика в условиях пандемии коронавируса. Каждый сегмент включает в себя «лесенку» идеограмм, объединяющих языковые репрезентанты – неологизмы. В китайских медиатекстах аналог идиомы *новая искренность* отсутствует. В то же время в современных китайских шоу наблюдается интерес к открытому выражению его участниками своих чувств, рассказу о своей жизни, что соотносится с практикой «новой искренности» в виртуальной и реальной действительности.

Ключевые слова: новая искренность, идеография, лексико-семантическое поле, неологизм, социальная лексика, русский язык, китайский язык.

Цитирование. Го Лицзюнь, Щетинина А. В. Лексико-семантическое поле «Новая искренность»: неологизмы в русском и китайском медиадискурсе // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2, Языкознание. – 2024. – Т. 23, № 2. – С. 57–69. – DOI: <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2024.2.5>

Введение

Результаты проведенного ранее анализа употребления словосочетания *новая искренность* в медиадискурсе дали возможность определить его устойчивый характер, поскольку именно в таком сочетании существительного *искренность* с прилагательным *новая* поиск в сети Интернет показывает более 1 млн употреблений [Леонтьева, Щетинина, 2022]. Кроме того, исследование содержательной части контента медийных текстов (см. об этом: [Леонтьева, Щетинина, 2022]) позволило сформулировать и зафиксировать в словаре два лексико-семантических варианта значения идиомы *новая искренность*: ‘технология коммуникации в маркетинговой, политической и других сферах, предполагающая откровенный рассказ о себе, открытое выражение испытываемых эмоций в публичном пространстве (СМИ, социальные сети и др.) с целью оказать влияние на аудиторию’ (Щетинина, с. 99) и ‘коммуникативная практика, характеризующая цифровое общество, в основе которой лежит признание значимости и культивирование феномена откровенного рассказа о себе в публичном пространстве, открытое выражение испытываемых эмоций в СМИ, социальных сетях и др.’ (Щетинина, с. 147). Выявленные значения характеризуют «новую искренность», с одной стороны, как инструмент коммуникации в ин-

ституциональной сфере, с другой стороны, как коммуникативную практику в социальной неинституциональной сфере.

Развитие новых значений отражает особенности практики интернет- и медиакommunikаций, по поводу чего М.А. Гладко, исследовавшая материал белорусских теле- и радиопередач, отмечает: «Чувствительность и публичная откровенность становятся значимыми коммуникативными стратегиями медиадискурса, что, на наш взгляд, обусловлено поисками медиа новых ненавязчивых, латентных инструментов воздействия» [Гладко, 2022, с. 18].

Изучение сетевых и медиапрактик позволило специалистам выявить особенности эмоциогенной репрезентации участников коммуникации. А.Н. Фортунатов и Н.Г. Воскресенская, анализируя влияние Интернета на формирование личности молодого человека, говорят о *декогнитивации* и *сенсibiliзации* как императивах, выявляющих особенности манипулятивного воздействия, которое ограничивает время понимания индивидом увиденной на экране информации только 15 секундами, в результате чего «возникает повышенная, гипертрофированная чувствительность, заменяющая собой мыслительные процессы, переводящая область смыслов в сферу чувственно осваиваемого восприятия» [Фортунатов, Воскресенская, 2021, с. 283]. При этом неотъемлемой частью коммуникации становится использование эмоциональных,

эпатажных высказываний, которые можно назвать *новой искренностью*, являющейся «способом атаки виртуального субъекта как на реальный, так и на цифровой мир» [Фортуна-тов, Воскресенская, 2021, с. 284].

Рассматривая коммуникативные практики цифровой реальности, Н.Н. Кошкарлова и Е.М. Яковлева говорят о дискурсе новой эмоциональности, которую исследователи определяют «как модусный компонент высказывания, когда задается такая эмоциональная модель общения, при которой главным становится выражение чувств и эмоций индивида, а целью коммуникативных практик является формирование агрессивной и чувствительной информационной среды» [Кошкарлова, Яковлева, 2019, с. 148].

В XXI в., как отмечает О.С. Иссерс, актуальной стала технология «новой политической искренности», поскольку «с усилением общественных разочарований, массовые представления о том, как должен общаться политик “со своим народом”, резко изменились» [Иссерс, 2020, с. 219], что обусловило поиск политиками нового языка общения со своим электоратом.

Изучение феномена «новой искренности» как коммуникативной практики и маркетинговой технологии в текстах социальных сетей и массмедийного пространства, получившее отражение в ряде публикаций (помимо упомянутых выше см.: [Антропова, Маркова, 2023; Демшина, 2021; Колбина, Романовская, 2022; Корниенко, 2021; Кошкарлова, 2021; Кребель, 2017; Ульшина, Чернавский, 2023; Шаброва, 2020; и др.], только началось и имеет перспективы исследования.

В основе нашей работы находится гипотеза о том, что функционирование феномена «новой искренности» в разных сферах жизни: художественной, медийной, сетевой, с одной стороны, и институциональной и неинституциональной, с другой стороны, – позволяет осуществить идеографическую реконструкцию данных фрагментов действительности посредством выявления лексических репрезентантов, маркирующих их в русской языковой картине мира. Составление идеографической сетки основывается на идее включения в лексические множества слов и выражений, объединенных общими семами как в ассертивной части значения, так и в пресуппозиции.

Кроме того, результаты исследования семантики и употребления отдельных слов и идиоматических выражений или групп языковых единиц могут быть использованы в практике сопоставительного анализа разных языков, в частности русского и китайского, поскольку процессы неологизации в них имеют свои особенности.

Материал и методы

Актуальность «новой искренности» как маркетинговой и коммуникативной практики позволяет предположить, что значительный пласт слов, связанных с этим феноменом, составляют неологизмы. В данной статье мы ограничили круг языковых единиц, включаемых в лексико-семантическое поле «Новая искренность», группой лексем, появившихся или актуализировавшихся в XXI веке. Для их выявления мы обратились к словарю, составленному одним из авторов данного исследования «1000 слов единения и вражды начала XXI века. Идеографический словарь» (Щетинина). С целью подтверждения правильности включения лексем в те или иные идеограммы поля мы обращались к анализу примеров речевого употребления², собранных на интернет-ресурсах (АА) и извлеченных из Национального корпуса русского языка (НКРЯ).

В процессе работы были использованы методы компонентного, контекстного и интерпретационного видов анализа, а также идеографической реконструкции. Прежде всего мы определили ряд семантических маркеров, которые представляют собой связанные с семантикой искренности лексемы, составляющие синонимические ряды, и их дериваты: *искренний* (*неподдельный, непритворный, нелицемерный*) (Словарь синонимов, т. 1, с. 441), *откровенный* (*открытый, чистосердечный*) (Словарь синонимов, т. 2, с. 95) и др. Данные семантические маркеры выявляются как компоненты в ядерной зоне значения слова и на периферии, а также в прагматической презумпции, то есть в речевом употреблении лексемы. Кроме того, в круг семантических маркеров включались языковые единицы *верный, преданный, приверженный, любимый* и т. п., а также их производные, поскольку они косвенно отражают искреннее

отношение к кому- или чему-либо, что проявляется в создании словосочетаний по моделям «искренне преданный / любимый / уважаемый и др.», «искренне любить / говорить / уважать / верить и др.». Ср., например:

(1) Приглашение умных, знающих и харизматичных людей в качестве бренд-амбассадоров тоже оправданный ход. Но такие «послы» должны себя позиционировать более независимо – так, чтобы не выглядеть купленными. То есть **говорить искренне** и действительно **уважать** свой продукт (АА: Маркетинговая модель: бренд-амбассадор // Коммерсантъ Business Guide. 2010).

Рассмотрим несколько примеров. Родственные слова, которые функционируют в маркетинговой сфере: *евангелизм, евангелист, евангелистский* – имеют в значении сему ‘искренне’, которая идентифицирует отношение клиентов к бренду благодаря работе евангелистов, то есть семантика искренности реализуется на периферии значения, в семантической презумпции: ‘форма маркетинга, развивающая у клиентов настолько глубокое признание продукта или услуги компании, что они искренне, добровольно и бесплатно становятся сторонниками бренда и распространителями информации о нем’ (Щетинина, с. 41). В контекстном окружении каждого из трех родственных слов обнаруживается семантика искренности. Например, в следующем высказывании наречие *сильно*, обозначающее образ действия, выраженного глаголом *верить*, является контекстуальным синонимом наречия *искренне*:

(2) Я определяю **евангелизм** как «заставлять людей **верить** в то, во что ты веришь, так же **сильно**, как ты (АА: «Никогда не верьте человеку, у которого меньше фолловеров, чем у вас» // Коммерсантъ. 01.11.2013).

Синонимичным наречию *искренне* является неидиоматическое выражение *готов на все*, которое в некоторых контекстах сочетается с ним, ср.:

(3) За месяц было выявлено 7 **евангелистов бренда** – людей, **готовых ради Microsoft на все** (АА: Работа с аудиторией нишевых сообществ на примере Professional.ru // Коммерсантъ. 15.12.2009);

(4) Филипп был **искренне готов на все**, лишь бы уберечь Джейн от тирании родственников (НКРЯ: Холт Черил. Путь сердца).

Часть лексем, называющих феномены, связанные с «новой искренностью», репрезентируют семантику искренности только в прагматической презумпции. Так, однокоренные неологизмы: *блог, блогинг, блогер, блогерский* – в ядре значения и на периферии реализуют значение «создание контента ради популяризации его автора как эксперта с целью получения дохода». Однако в примерах речевого употребления выявляются потенциальные семы ‘открытый’, ‘искренний’, идентифицирующие работу блогера с практикой или технологией «новой искренности», например:

(5) Но **блогинг** я не воспринимаю как работу. Для меня это хобби, возможность помочь людям, выстраивать общение. **Стараюсь всегда быть открытым, искренним**, давать простой, полезный и интересный контент (АА: Врач-предприниматель Анна Дегтярева: «Кибермедицина приближает пациентов к получению качественной помощи» // Коммерсантъ Саратов. 17.01.2023).

Таким образом, семантика «новой искренности» в значениях языковых единиц может быть представлена как ядерными и периферийными компонентами семантемы, так и потенциальными семами, выявляемыми на основе анализа прагматической презумпции.

Результаты и обсуждение

«Новая искренность» в русской языковой картине мира

Активные процессы неологизации в русском языке XXI в. демонстрируют формирование новых фрагментов действительности, которые в доинтернетовскую эпоху либо отсутствовали (например, формы виртуального взаимодействия), либо находились на периферии общественной жизни (например, публичное освещение личных психологических проблем). Выполненная по результатам исследования языковых единиц, извлеченных из словаря «1000 слов единения и вражды начала XXI века» (Щетинина), идеографическая реконструкция лексического фонда слов и выражений, верифицированная посредством анализа медийного и сетевого дискурсов, позволила выделить 5 сегментов, составляющих лексико-семантическое поле «Новая искренность». Они связаны с

особенностями современной организации институциональной (маркетинговой) и неинституциональной (некоммерческие паблики, форумы и др.) социальных сфер. Каждый сегмент организован в виде лесенки идеограмм, которые объединяют ряды синонимичных или эквивалентных языковых фактов (всего выявлено более 350 слов, здесь приведены типовые примеры в силу ограничений объема статьи). Ниже представлена идеографическая сетка как фреймовая структура, где каждый сегмент соотносится с определенным фрагментом действительности.

Сегмент 1. «Новая искренность» в интернет-коммуникации

«новая искренность как тактика интернет-коммуникации» (*риторика искренности, цифровая искренность*)

«сфера использования тактики новой искренности» (*блогосфера, Интернет, киберпространство* и др.)

«место коммуникации в сети Интернет, где используется тактика новой искренности» (*аккаунт, блог, паблик, подкаст, сайт, форум* и др.)

«вид интернет-коммуникации, в которой реализуется тактика новой искренности» (*амбассадорство, блогинг, евангелизм, инфлюенсерство, шипперинг* и др.)

«относящийся к виду интернет-коммуникации, в котором реализуется тактика новой искренности» (*амбассадорский, блогерский, евангелистский* и др.)

«заниматься деятельностью, связанной с интернет-коммуникацией, в которой реализуется тактика новой искренности» (*инфлюенсить, шипперить* и др.)

«инструмент реализации тактики новой искренности» (*контент, мем, пейринг* и др.)

«относящийся к инструменту новой искренности» (*месседжевый, сторителлинговый, сторисный*)

«использовать тактики новой искренности» (*постить, репостить, селфить* и др.)

«участник интернет-коммуникации, использующий тактику новой искренности» (*авторка, агент влияния, медиаюзер, нетизен, новоискренник, форумчанка* и др.)

«характеризующий участника коммуникации, использующего тактику новой искренности» (*амбассадорский, блогерский, юзерский* и др.)

«испытывать / испытать, выражать чувства в отношении тактики новой искренности» (*агриться, вайбить, вкрашивать, кринжевать* и др.)

«чувство, испытываемое человеком как реакция на новую искренность» (*вайб, кринж* и др.)

«относящийся к чувству, испытываемому человеком» (*вайбовый, кринжевый, рофловый* и др.)

«реагировать / среагировать на использование тактики новой искренности» (*банить, дизлайкнуть, лайкнуть, развидеть* и др.)

«знак реакции на новую искренность» (*бан, дизлайк, лайк, отписка* и др.)

Сегмент 2. Агрессия как тактика «новой искренности»

«информационный конфликт, в котором проявляется новая искренность» (*диванная война, клубничный бунт, холивар* и др.)

«люди, активно участвующие в информационной войне» (*диванные войска, диванный боец* и др.)

«трудности в общении, создаваемые новой искренностью» (*токсичность, флейм, черно-белое мышление*)

«создавать новой искренностью трудности в общении» (*душнить, токсить*)

«человек, который создает трудности в общении в результате новой искренности» (*душила, токсик, флеймер* и др.)

«оказывающий негативное воздействие из-за новой искренности» (*душный, токсичный* и др.)

«свойство кого- или чего-либо, связанное с новой искренностью» (*душность, душнота, токсичность* и др.)

«агрессия как повод для новой искренности насильника и/или жертвы» (*абьюз, бодишейминг, треш-стриминг, эйблизм, эйджизм* и др.)

«связанный с агрессией, являющейся поводом для новой искренности» (*абьюзивный, шеймерский, эйблистский, эйджистский* и др.)

«совершать акт агрессии, являющийся поводом для новой искренности насильника и/или жертвы» (*босить, буллить, газлайтить, моббить* и др.)

«человек, чьи действия становятся поводом для новой искренности его самого или его жертвы» (*абьюзер, хейтер, шеймер, эйблист, эйджистка* и др.)

«связанный с человеком, чьи действия становятся поводом для новой искренности его самого или его жертвы» (*буллерский, газлайтерский, неглектерский, мобберский* и др.)

«объединение людей, чья агрессивная публичная критика кого- или чего-либо связана с тактикой новой искренности» (*хейт-группа*)

«преступление на почве ненависти, являющееся проявлением тактики новой искренности» (*хейт-крайм*)

«контент, содержащий агрессию как прием новой искренности» (*хейт-дискурс, хейт-спич, холивар* и др.)
 «человек, оказывающий воздействие на кого-либо посредством вынуждения к новой искренности с целью совершения преступления» (*группер* и др.)
 «воздействие на человека или группу лиц посредством вынуждения к новой искренности с целью совершения преступления» (*чайлд глуминг, онлайн-глуминг*)
 «оказание воздействия на человека или группу лиц посредством вынуждения к новой искренности с целью его или их опорочивания» (*аутинг*)

«человек или группа лиц, публично осуждающие участников коммуникации, которые допускают ошибки» (*граммар-наци*)

«намеренно или ненамеренно позволять собеседнику провоцировать на новую искренность» (*кормить тролля*)

«намеренное или ненамеренное провоцирование, подогревание конфликта» (*кормление тролля*)

«публично, открыто осуждать человека» (*канселить, отменять* и др.)

«изгнание из группы» (*кэнселлинг, отмена, культура отмены* и др.)

«характеризующий открыто порицаемого человека» (*отмененный*)

«новая искренность как инструмент борьбы с насилием, дискриминацией» (*антибуллинг, антимоббинг, антиэйблизм, антиэйджизм* и др.)

«относящийся к новой искренности как инструменту борьбы с насилием, дискриминацией» (*антибуллинговый, антиэйджистский* и др.)

«открытое объявление о собственной идентичности» (*каминг-аут* и др.)

«идея защиты себя от негативного воздействия» (*культура виктимности*)

Сегмент 3. «Новая искренность» в социально-политической коммуникации

«инструмент социально-политического влияния, предполагающий открытость» (*публичная политика, движение #MeToo / Я тоже, аутинг* и др.)

«открытый, публичный протест» (*акция протеста, гражданское неповиновение, демонстрация протеста* и др.)

«участники протестной деятельности, использующие прием новой искренности или мотивирующие к ней других людей» (*агент влияния, несистемный оппозиционер, несогласные* и др.)

«место открытого, публичного протеста» (*город бесов, город храбрых, фургаловск*)

Сегмент 4. Объединения людей, которым свойственно использование тактики «новой искренности»

«субкультурное сообщество, объединяющее людей, которым свойственно использование тактики новой искренности» (*ванильки* и др.)

«относящийся к субкультурному сообществу, объединяющему людей, которым свойственно использование тактики новой искренности» (*ванильный* и др.)

«участники субкультуры, объединяющей людей, которым свойственно использование тактики новой искренности» (*ванилька, ванильная девушка* и др.)
 «субкультурное сообщество, объединяющее людей, которым свойствен образ жизни и мировоззрение в стиле новой искренности» (*коттеджкор, темная академия, инди кид*)

Сегмент 5. «Новая искренность» в условиях пандемии новой коронавирусной инфекции COVID-19

«распространение негативной информации в период пандемии, наносящее вред здоровью человека» (*индофемия, вакцинобесие*)

«мероприятие в период пандемии, в котором используется прием новой искренности» (*диванстрация, изоизоляция, ковид-вечеринка, карантинида, карантинник*)

«относящийся к мероприятию в период пандемии, в котором используется прием новой искренности» (*балконный*)

«инструмент новой искренности в период пандемии» (*карантинка*)

«человек, открыто выражающий свое отношение к пандемии и мерам борьбы с ней» (*антиваксер, антикарантинист, антиковидник, антимасочник, антимасочница, антимасочник-разумный, ковид-диссидентка* и др.)

«относящийся к открытому выражению своего отношения к пандемии и мерам борьбы с ней» (*антиваксерский, безмасочный, ковид-диссидентский* и др.)

«человек, которого открыто осуждают за его отношение к пандемии и мерам борьбы с ней» (*барановирусник* и др.)

«открыто выражаемая идея отношения к пандемии и мерам борьбы с ней» (*антимасочничество, вакцинофилия* и др.)

«характеризующий отношение к пандемии и мерам борьбы с ней» (*антимасочный, ковид-диссидентский*)

В рамках статьи охарактеризуем ядро лексико-семантического поля – первого сег-

мента (слота) ««Новая искренность» в интернет-коммуникации», который отражает особенности взаимодействия носителей языка в виртуальном пространстве. «Новая искренность» реализуется здесь как тактика общения и самопрезентации участников в институциональной (маркетинг, политика и др.) и неинституциональной (неформальное общение в сетях и др.) сферах.

Закономерно, что одна из сфер, в которой применяется «новая искренность» как коммуникативная тактика, – это интернет-пространство, где осуществляется активное взаимодействие пользователей по обусловленным виртуальным форматом правилам (*блогосфера, интернет, киберпространство, маркетинг* и др.), например:

(6) Но ситуация подогрета еще и тем, что феномен **интернета** впервые в истории позволил огромным массам подростков и молодых людей публично выражать свое мнение по любому поводу... Именно в этой среде мощно развился запрос на «**новую искренность**» (АА: В. Лакодин. Как маркетологи присвоили новую искренность и «пробили» циничную молодежь // textterra.ru. 2023).

Кроме того, в широком виртуальном пространстве коммуникативная практика осуществляется в определенном месте (*аккаунт, блог, паблик, форум* и др.), например:

(7) ...Не так давно одного известного учителя словесности уволили с работы из-за невероятно страстного, романтического и увлекательного **блога** его ученицы-старшеклассницы. И мне непонятно, почему эта, вызревшая (а, по мнению некоторых, даже перезревшая) по ту сторону компьютерного экрана «**новая искренность**», она же «новая приватность» и, в то же самое время, «новая публичность», не стала еще мощным, как хочется сказать в эти постоллимпийские дни, допингом для писательств (АА: А. Наринская. Да здравствует император! // Weekend. Коммерсантъ. 03.03.2006).

«Новая искренность» как тактика реализуется в разных видах деятельности и форматах коммуникации, в институциональном и неинституциональном взаимодействии (*амбассадорство, евангелизм* и др.), например:

(8) В мире, где вся интернет-активность превратилась в SMM, **искренность** стала важным ин-

струментом **продвижения** (АА: В. Лакодин. Искренность в SMM: опасная вольность или выгодная стратегия? // SMMplanner. 13.05.2020).

От названий данных видов и форматов общения образованы прилагательные – характеристики предметов, явлений, процессов, которые также связаны с искренностью:

(9) ...**Инфлюенсерский** маркетинг может быть эффективным инструментом в продвижении брендов, но важно соблюдать этические принципы, чтобы кампании были **честными, подлинными** и ответственными (АА: О. Батог. Этические принципы в инфлюенсерском маркетинге: прозрачность, аутентичность и ответственность // vc.ru. 21.08.2023).

С «новой искренностью» связаны действия по ее воплощению в коммуникацию (*инфлюенсить, стримить* и др.), например:

(10) В подобном формате можно **стримить** практически любые занятия: начиная от совместных спортивных тренировок и заканчивая совместной уборкой (АА: FoxSociopath. Идеи для стриминга: форматы трансляций и как с ними работать // Uplify. 09.05.2023).

Тактика «новой искренности» реализуется путем использования различных инструментов. Это может быть контент в целом:

(11) На смену этой парадигме приходит эпоха **новой искренности**. <...> **Контент**, который мы видим в медиапространстве, все больше о правде, чувствах (АА: А. Семенова. Marketing Division: какие тренды задает эпоха новой искренности // Sostav.ru. 11.08.2021).

Инструментом выступают и отдельные жанры коммуникации типа *интервью, селфи, сторис* и др.:

(12) Итак, наш коктейль готов! Возьмите **искренность** – ваши реальные чувства здесь и сейчас. Смешайте с алиби – четким пониманием с чего это вы вдруг начали снимать **сторис** (НКРЯ: Завоевать доверие за 15 секунд. Телеведущий и медиатренер – о том, как научиться снимать сторис и зарабатывать на них // СОБАКА.RU).

С данными инструментами связаны различные феномены, имеющие отношение к практике «новой искренности», преимущественно в Интернете. Так, прилагательные

месседжевый, сторителлингвый, сторисный и др. встречаются в контекстах, рассказывающих об открытых взаимоотношениях людей:

(13) Мой **сторисный** этюд о том, как авангардисты искали себя, вызвал больше всего споров. <...> Что произошло? Мне кажется, они рискнули переступить грань видимого/ведомого. **Разрешили своим эмоциям, личному пролиться на холст. Обнажили себя ради себя...** (АА: Н. Пушкина. Матисс внутри меня // ВКонтакте. 30.05.2022).

О популярности «новой искренности» свидетельствует и количество (более 25 единиц) номинаций людей, которые так или иначе заинтересованы в ней:

(14) Тезис Гройса о том, что сегодня «**производством искренности и доверия** в современном мире занимаются все», может показаться слишком смелым, – но тем не менее в тех обсуждениях искренности, которые можно найти онлайн, участвует весьма значительное число **медиаюзеров** (АА: К. Боровикова. Как в России появилась «новая искренность». Отрывок из книги // Сноб. 20.01.2022).

Блогеры, авторы и авторки, подписчики, форумчане и другие юзеры используют тактику «новой искренности» для привлечения подписчиков на свой ресурс или вовлечения потенциальных покупателей в покупку своего продукта:

(15) Они [**блогеры**] способны разговаривать на языке своей аудитории, редактировать видео, продюсировать и очаровывать. Считается, что у них, молодых, **новая искренность** – проклинают, приносят извинения, вызывают на разборки, делают хирургические операции и даже иногда умирают в прямом эфире (АА: Н. Радулова. Лайк имущие // Коммерсант. 02.11.2020).

Другие пользователи применяют «новую искренность» для себя или для компании как инструмент продаж:

(16) Покупателя, который **увлечен брендом**, продуктом, услугой или бизнесом до такой степени, что **продолжает отстаивать** его перед другими, можно назвать **евангелистом** бренда. Они ручаются за продукт или услугу со своими друзьями и семьями (АА: Евангелист бренда: часто задаваемые вопросы // Global Indian).

Характеристики, связанные с участием коммуникатора, также включаются в один контекст с искренностью как инструментом взаимодействия:

(17) **Инфлюенсерский** подход – это стратегия, которая используется при раскрутке личного (или корпоративного) профиля в социальных сетях. <...> Возможное наполнение постов – 50 % экспертное по теме деятельности... остальные 50 % – **личный контент** (АА: И. Школьный. [Инфлюенсерский подход] // ВКонтакте. 17.09.2023).

Участники «новоискренней» коммуникации в процессе или в результате восприятия информации могут испытывать различные чувства, в том числе негативные (*агриться, вайбить, вкрашиться* и др. (*вайб, кринж / вайбовый, кринжовый* и др.)), например:

(18) ...Девушка ничего из себя хорошего не представляет, очень грубая, злая, раздражительная, **агрилась** на мою кошку словами «она там че, сдохла?»... (АА: Меня ненавидят люди, с которыми я начинаю дружить // Woman.ru. 19.01.2016).

В соответствии с испытываемыми чувствами реакция на использование тактики «новой искренности» различается. Например, можно *лайкнуть* и *дизлайкнуть*, *подписаться* и *отписаться*, *банить* / *забанить*, захотеть *развидеть*, знак реакции на «новую искренность» также возможен разный: *бан, дизлайк* или *лайк, подписка* или *отписка*. Например:

(19) Вашу нетерпимость уже все заметили... Идите читайте правила общения на форуме. Пока вас не **забанили**. Много вас тут агрессивных ходит. Где-то они теперь... Дифчонки-кошатницы-, я брызжу ядом?? (НКРЯ: Кошки форева! 2008).

Заметим, что агрессивное поведение и реакция на него воспринимаются участниками коммуникации не только негативно, но и как одно из проявлений приемлемых форм открытости:

(20) У **искренности** много лиц: кто-то кроет матом, кто-то ведет тихие разговоры «начистоту», кто-то вслух рассуждает о том, как и где он видел собеседника и что с ним бы сделал, а кто-то шутит колкие шутки, в которых шуток в лучшем случае половина. <...> Но **есть и полезная сторона** разговора «по душам» (АА: Агрессия искренность! // instukzia.com. 18.04.2018).

О значении искренней агрессии говорят и исследователи виртуальной коммуникации. Так, анализируя роль «диванных войск», активно участвующих в интернет-общении, политолог А.Б. Шатилов отмечает, что «на контрасте с официальными СМИ, они позволяют придать войне или конфликту “народное” звучание и “человеческое лицо”» [Шатилов, 2014, с. 58]. В связи с амбивалентностью проявления и оценки «новой искренности» в коммуникации, мы выделили в идеографической сетке сегмент 2 «Агрессия как тактика “новой искренности”», который объединяет лексико-семантические множества слов и выражений, называющих формы открытого проявления агрессии (*информационные войны, кибербуллинг, абьюзинг* и др.), людей, открыто выражающих агрессию (*треш-стример, хейтер, эйджист* и др.), контент, содержащий агрессию (*риторика ненависти, холивар* и др.), и т. д.

Таким образом, наблюдение за наполнением идеограмм новой лексикой показывает, что лексико-семантическое поле «Новая искренность» в ядерной части объединяет слова и выражения, связанные с применением данной тактики в интернет-коммуникации, которое подчеркивает ведущую роль виртуальных контактов во взаимодействии людей.

Китайский взгляд на феномен «новой искренности»

Изучение русского языка в Китае, расширяющиеся контакты двух стран обуславливают развитие интереса у китайских исследователей к новой лексике в русском языке и сопоставительному анализу процессов неологизации в обоих языках. Освоение русского языка китайцами предполагает не только чтение и прослушивание текстов русской художественной литературы, но и обращение к материалам других дискурсов. В связи с этим одним из подходов к изучению русского языка китайскими инофонами является анализ современных интернет-текстов и отдельных языковых фактов. Одним из них стало выражение *новая искренность*, которое входит в лексический минимум для китайских студентов-маркетологов, обучающихся в России. Языковая рефлексия обуславливает сопостав-

ление фактов чужого и родного языков. В этом отношении примечательно, что многие языковые единицы в русском и китайском языках не имеют аналогов. К таким единицам и относится идиома *новая искренность*. В то же время искренность традиционно важна для китайской культуры и является общественной ценностью, что связано с конфуцианскими и даосскими учениями, которые подчеркивают необходимость честности, искренности и подлинности в отношениях и поведении. Однако нельзя сказать, что в китайском обществе принята открытость в публичном выражении чувств.

Только в последние годы в медийном пространстве стали появляться шоу, в которых делается акцент на искреннем, откровенном разговоре. Так, Лю Юндун, рассматривая проблему формирования медийных образов, отмечает, что из-за массового производства однотипных шоу с одинаковыми образами героев, молодых и привлекательных, наблюдается эстетическая усталость зрителей [Lyu Yundun, 2021, p. 153]. Исключение составляет недавно появившееся шоу «Сестры, прорывающиеся через ветры», в котором 30-летние девушки откровенно рассуждают о себе, своем возрасте, семье, карьере: «Их видение собственной жизни, несомненно, сблизило героинь с молодыми женщинами, сталкивающимися с этими же вопросами в обществе, и позволило увидеть их истинный образ»³ [Lyu Yundun, 2021, p. 154].

Большую популярность в Китае имеет интернет-ведущий Дон Юйхуя, достигший ее во многом благодаря открытости и искренности, о чем свидетельствуют заголовки статей о нем: 善良和真诚是董宇辉成功的要素之 («Доброта и искренность Дон Юйхуя являются одним из факторов его успеха»), 真诚比才华走得更远 («Искренность идет дальше таланта»), 网络直播界的一股清流: 真诚, 质朴 («Свежий воздух в мире интернет-трансляций: искренность, простота») и др. Обратим внимание, что искренность в данном контексте рассматривается прежде всего как свойство личности, внутреннее чувство в его традиционном понимании, неслучайно лексема 真诚 (*искренность*) используется в паре со словами 善良 (*доброта*) и 质朴 (*простота*). Эквивалента выражению *новая искренность* в ки-

тайском публичном дискурсе мы не обнаружили, что подтверждает и отсутствие академических исследований на данную тему.

Можем предположить, что поскольку постмодернизм не получил широкого распространения и не сформировался в китайской культуре как направление, то и ответа на идеи постмодернизма идеей «новой искренности», как это было в России, не последовало. Данный термин не стал актуальным для китайской культуры. При этом тенденции к формированию культуры открытости в медийном пространстве уже начинают просматриваться.

Выводы

Лексико-семантическое поле «Новая искренность» в русском языке составляют неологизмы, в значениях которых представления об откровенности, открытости актуализируются как в семантической, так и в прагматической презумпции. «Новая искренность» как феномен современной коммуникации функционирует в сфере повседневного неинституционального общения (при обсуждении тем на форумах, в блогах; во взаимодействии людей, входящих в определенную субкультуру, отношениях членов коллективов и т. д.) и в сферах институционального взаимодействия (политиков с аудиторией, брендов с потребителями и т. д.). Выделение в идеографическом пространстве 5 сегментов, отражающих фрагменты действительности, запечатленные в языке, показывает, что явление «новой искренности» получило широкое распространение в российской жизни. При этом в ядре лексико-семантического поля находится лексика, которая связана прежде всего с интернет-взаимодействием. Семантика виртуального наблюдается на ближней и дальней перифериях поля, поскольку политические и субкультурные контакты осуществляются не только в реальном, но и в виртуальном пространстве. Период пандемии – новый этап, когда удаленная работа стала нормой жизни, а возможностей для открытой агрессии больше в Интернете в силу анонимности участников коммуникации. Таким образом, можно утверждать, что собранная авторами статьи новая лексика отражает современные реалии российского социума, представляющие интерес не толь-

ко для отечественных исследователей, но и для зарубежных.

Традиционно китайцам не свойственна публичная открытость, хотя в последние годы тенденция к выражению искренности журналистами, артистами, участниками реалити-шоу получает распространение в медийном пространстве. Социокультурные установки нации репрезентируются в языке, на примере феномена «новой искренности» мы обнаруживаем, что в китайском и русском языках не для всех слов и выражений, в частности новых, существуют эквиваленты. В связи с этим сопоставительное изучение процессов неологизации в обоих языках составляет перспективу исследования.

ПРИМЕЧАНИЯ

¹ Исследование выполнено при поддержке Министерства образования КНР, Национального фонда гуманитарных и социальных наук по программе «Сопоставительное исследование русских и китайских прилагательных, обозначающих психологические ощущения человека, с точки зрения словарных толкований» (грант № 21YJC740016).

The research is accomplished with the support of the Humanities and Social Science General Program, which is sponsored by the Ministry of Education of the People's Republic of China. Grant № 21YJC740016, entitled "Comparative Study of Russian and Chinese Adjectives Denoting Human Psychological Sensations in Terms of Dictionary Interpretations".

² Орфография и пунктуация источников сохранены.

³ Здесь и далее перевод с китайского наш.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Антропова В. В., Маркова Д. А., 2023. Технология «новой искренности» в российском рекламном дискурсе // Знак: проблемное поле медиаобразования. № 1 (47). С. 63–69.
- Гладко М. А., 2022. Лингвистическая репрезентация «новой искренности» и чувствительности в медиапространстве // Terra Linguistica. Т. 13, № 4. С. 7–21. DOI: 10.18721/JHSS.1340
- Демшина А. Ю., 2021. Чувствительность как категория современной цифровой культуры // Вестник Санкт-Петербургского государственного института культуры. № 3 (48). С. 18–24.
- Иссерс О. С., 2020. Грани «новой искренности» в современной политической коммуникации

- // Вестник НГУ. Серия: История, филология. Т. 19, № 6 : Журналистика. С. 216–227. DOI: 10.25205/1818-7919-2020-19-6-216-227
- Колбина Е. В., Романовская Л. В., 2022. Феномен «новая искренность» в публичных лекциях TED // Научная дискуссия: вопросы филологии и методики преподавания иностранных языков. Н. Новгород : Нижегород. гос. пед. ун-т им. Козьмы Минина. Вып. 6. С. 57–61.
- Корниенко А. В., 2021. Реакция СМИ на «новую политическую искренность» // Медиа в современном мире : 60-е Петербургские чтения : сб. материалов Междунар. науч. форума. В 2 т. Т. 2. СПб. : Медиапир. С. 206–208.
- Кошкарлова Н. Н., 2021. Аксиологические характеристики дискурса новой чувствительности: как реальность отражается в языке // Человек: Образ и сущность. Гуманитарные аспекты. № 2 (46). С. 53–68.
- Кошкарлова Н. Н., Яковлева Е. М., 2019. Дискурс новой эмоциональности: коммуникативные практики цифровой реальности // Политическая лингвистика. № 5 (77). С. 147–152. DOI: 10.26170/119-05-15
- Кребель И. А., 2017. Эстетика философского текста в ситуации масс-медийной искренности // Вестник Омского университета. № 4 (86). С. 66–70. DOI: 10.25513/1812-3996.2017.4.66-70
- Леонтьева Т. В., Щетинина А. В., 2022. Сочетание *новая искренность* в лексикографическом аспекте // Научный диалог. Т. 11, № 6. С. 183–201. DOI: 10.24224/2227-1295-2022-11-6-183-201
- Ульшина В. В., Чернавский А. С., 2023. Феномен «новой искренности» в брендинге современного публичного политика: тенденции развития // Youth World Politic. № 1. С. 12–21.
- Фортунатов А. Н., Воскресенская Н. Г., 2021. Цифровые компетенции и технологии новой искренности в эпоху Web 4 // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение. Журналистика. Т. 26, № 2. С. 276–285. DOI: 10.22363/2312-9220-2021-26-2-276-285
- Шаброва П. И., 2020. «Новая искренность» в политике: примеры практического применения в Ярославской области // Региональный парламентаризм в современной России: особенности становления и перспективы развития. Уфа : Башк. акад. гос. службы и управления при Главе Республики Башкортостан. С. 149–156.
- Шатилов А. Б., 2014. «Диванные войска» как новая форма информационно-пропагандистского сопровождения политических и военных конфликтов в начале XXI в. // Власть. № 7. С. 56–58.
- Lyu Yundon, 2021. 刘永东. 真实与真诚: 偶像养成类节目群体形象塑造研究 – 以《乘风破浪的姐姐》为例 // 西部广播电视. № 42 (01). 第 153–157 页.

ИСТОЧНИКИ

- АА – Архив авторов.
 НКРЯ – Национальный корпус русского языка.
 URL: <https://ruscorpora.ru>

СЛОВАРИ

- Словарь синонимов – Словарь синонимов русского языка : 2 т. М. : Астрель, 2001. 2 т.
 Щетинина – Щетинина А. В. 1000 слов единения и вражды начала XXI века. Идеографический словарь. Екатеринбург : Ажур, 2022. 586 с.

REFERENCES

- Antropova V.V., Markova D.A., 2023. Tekhnologiya «novoy iskrennosti» v rossiyskom reklamnom diskurse [The Technology of “New Sincerity” in Russian Advertising Discourse]. *Znak: problemnoye pole mediaobrazovaniya* [Sign: A Problematic Field of Media Education], no. 1 (47), pp. 63–69.
- Gladko M.A., 2022. Lingvisticheskaya reprezentatsiya «novoy iskrennosti» i chuvstvitelnosti v mediaprostranstve [Linguistic Representation of the “New Sincerity” and Sensitivity in the Media Space]. *Terra Linguistica*, vol. 13, no. 4, pp. 7–21. DOI: 10.18721/JHSS.1340
- Demshina A.Yu., 2021. Chuvstvitelnost kak kategoriya sovremennoy tsifrovoy kultury [Sensitivity as a Category of Modern Digital Culture]. *Vestnik Sankt-Peterburgskogo gosudarstvennogo instituta kultury* [Bulletin of the St. Petersburg State Institute of Culture], no. 3 (48), pp. 18–24.
- Issers O.S., 2020. Grani «novoy iskrennosti» v sovremennoy politicheskoy kommunikatsii [Dimensions of a “New Sincerity” in Modern Political Communication]. *Vestnik NGU, Seriya: Istoriya, Filologiya* [Vestnik NSU. Series: History and Philology], vol. 19, no. 6, pp. 216–227. DOI: 10.25205/1818-7919-2020-19-6-216-227
- Kolbina E.V., Romanovskaya L.V., 2022. Fenomen «novaya iskrennost» v publichnykh lektsiyakh TED [The Phenomenon of “New Sincerity” in TED Public Lectures]. *Nauchnaya diskussiya: voprosy filologii i metodiki prepodavaniya inostrannykh yazykov* [Scientific Discussion: Questions of Philology and Methods of Teaching Foreign Languages]. Nizhniy Novgorod, Nizhegor. gos. ped. un-t im. Kozmy Minina, iss. 6, pp. 57–61.

- Kornienko A.V., 2021. Reaktsiya SMI na «novuyu politicheskuyu iskrennost» [The Reaction of the Media to the “New Political Sincerity”]. *Media v sovremennom mire: 60-e Peterburgskie chteniya: sb. materialov Mezhdunar. nauch. foruma. V 2 t. T. 2* [Media in the Modern World. The 60th St. Petersburg Readings. Collection of Proceedings of the International Scientific Forum. In 2 Vols. Vol. 2]. Saint Petersburg, Mediapapir Publ., pp. 206-208.
- Koshkarova N.N., 2021. Aksiologicheskiye kharakteristiki diskursa novoy chuvstvitelnosti: kak realnost otryazhaetsya v yazyke [Axiological Characteristics of the Discourse of the New Sensitivity: How Reality Is Reflected in Language]. *Chelovek: Obraz i sushchnost. Gumanitarnye aspekty* [Man. Image and Essence. Humanitarian Aspects], no. 2 (46), pp. 53-68.
- Koshkarova N.N., Yakovleva E.M., 2019. Diskurs novoy emotsionalnosti: kommunikativnyye praktiki tsifrovoy realnosti [The Discourse of New Emotionality: Communicative Practices of Digital Reality]. *Politicheskaya lingvistika* [Political Linguistics], no. 5 (77), pp. 147-152. DOI: 10.26170/119-05-15
- Krebel I.A., 2017. Estetika filosofskogo teksta v situatsii mass-mediynoy iskrennosti [Aesthetics of a Philosophical Text in a Situation of Mass Media Sincerity]. *Vestnik Omskogo universiteta* [Herald of Omsk University], no. 4 (86), pp. 66-70. DOI: 10.25513/1812-3996.2017.4.66-70
- Leontyeva T.V., Shchetinina A.V., 2022. Sochetaniye novaya iskrennost v leksikograficheskom aspekte [The Combination of New Sincerity in the Lexicographic Aspect]. *Nauchnyi dialog*, vol. 11, no. 6, pp. 183-201. DOI: 10.24224/2227-1295-2022-11-6-183-201
- Ulshina V.V., Chernavskiy A.S., 2023. Fenomen «novoy iskrennosti» v brendirovanii sovremennogo publichnogo politika: tendentsii razvitiya [The Phenomenon of “New Sincerity” in the Branding of a Modern Public Politician: Development Trends]. *Youth World Politic*, no. 1, pp. 12-21.
- Fortunatov A.N., Voskresenskaya N.G., 2021. Tsifrovyye kompetentsii i tekhnologii novoy iskrennosti v epokhu Web 4 [Digital Competencies and Technologies of New Sincerity in the Era of Web 4]. *Vestnik Rossiyskogo universiteta druzhby narodov. Seriya: Literaturovedeniye. Zhurnalistika* [Bulletin of the Peoples’ Friendship University of Russia. Series: Literary Studies. Journalism], vol. 26, no. 2, pp. 276-285. DOI: 10.22363/2312-9220-2021-26-2-276-285
- Shabrova P.I., 2020. «Novaya iskrennost» v politike: primery prakticheskogo primeneniya v Yaroslavskoy oblasti [“New Sincerity” in Politics: Examples of Practical Application in the Yaroslavl Region]. *Regionalnyy parlamentarizm v sovremennoy Rossii: osobennosti stanovleniya i perspektivy razvitiya* [Regional Parliamentarism in Modern Russia: Features of Formation and Prospects for Development]. Ufa, Bashk. akad. gos. sluzhby i upravleniya pri Glave Respubliki Bashkortostan, pp. 149-156.
- Shatilov A.B., 2014. «Divannyye voyska» kak novaya forma informatsionno-propagandistskogo soprovozhdeniya politicheskikh i voyennykh konfliktov v nachale XXI v. [“Sofa Troops” as a New Form of Information and Propaganda Support for Political and Military Conflicts at the Beginning of the 21st Century]. *Vlast* [Power], no. 7, pp. 56-58.
- Lyu Yundon, 2021. Pravdivost i iskrennost: Issledovanie formirovaniya gruppovogo imidzha v programmakh razvitiya idolov na primere “Sestry, osedlavshey veter i volny” [Reality and Sincerity: A Study on the Group Image Shaping in Idol Development Programs – Taking “Sisters Who Make Waves” as an Example]. *Zapadnoye radio i televidenie* [West Radio and TV], no. 42 (01), pp. 153-157.

SOURCES

- Arkhiv avtorov* [Archive of Authors].
Natsionalnyy korpus russkogo yazyka [National Corpus of the Russian Language]. URL: <https://ruscorpora.ru/>

DICTIONARIES

- Slovar sinonimov russkogo yazyka: 2 t.* [Dictionary of Synonyms of the Russian Language. 2 Vols.]. Moscow, Astrel Publ., 2001.
- Shchetinina A.V. *1000 slov edineniya i vrazhdy nachala XXI veka. Ideograficheskiy slovar* [1000 Words of Unity and Enmity of the Beginning of the 21st Century. Ideographic Dictionary]. Yekaterinburg, Azhur Publ., 2022. 586 p.

Information About the Authors

Guo Lijun, Doctor of Sciences (Philology), Associate Professor, Faculty of Russian Studies, Sun Yat-Sen University, Xingang West Road, 135, 510275 Guangzhou, China, guolj5@mail.sysu.edu.cn, <https://orcid.org/0000-0002-9711-4180>

Anna V. Shchetinina, Candidate of Sciences (Philology), Associate Professor, Department of Mass Communication Languages, Doctoral Student, Ural Federal University named after the first President of Russia B.N. Yeltsin, Chapaeva St, 16, 620085 Yekaterinburg, Russia, A.V.Shchetinina@urfu.ru, <https://orcid.org/0000-0002-9085-8697>

Информация об авторах

Го Лицзюнь, доктор филологических наук, доцент факультета русского языка, Университет им. Сунь Ятсена, ул. Синган-Си, 135, 510275 г. Гуанчжоу, Китай, guolj5@mail.sysu.edu.cn, <https://orcid.org/0000-0002-9711-4180>

Анна Викторовна Щетинина, кандидат филологических наук, доцент кафедры языков массовых коммуникаций, докторант, Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б.Н. Ельцина, ул. Чапаева, 16, 620085 г. Екатеринбург, Россия, A.V.Shchetinina@urfu.ru, <https://orcid.org/0000-0002-9085-8697>