

**Оригинальная статья / Original article**

УДК 81'23

**Специфика дискурса о современной  
литературно-художественной книге в новых медиа:  
прагмастилистический аспект книжного блогинга****Г.А. Пескишев<sup>1</sup>** 

<sup>1</sup>Вятский государственный университет (ВятГУ)  
ул. Московская, д. 36., г. Киров 610000, Российская Федерация

 e-mail: grishapeskishev@mail.ru

**Резюме**

В статье рассмотрены выявленные автором особенности применения прагмастилистических средств в блог-текстах, которые предлагаются рассматривать как «любительские» микрорецензии на литературно-художественное произведение. Целью статьи является прагмастилистическая характеристика непрофессионального медийного дискурса о книгах, которая позволяет выявить аксиологически значимую специфику этого объекта через когнитивные доминанты, репрезентируемые в субъективно-оценочной плоскости.

В качестве эмпирического материала использовались медиатексты с рецензиями на роман Э. Лимонова «Это я – Эдичка», в которых зафиксированы различные, нередко противоречивые, оценки произведения. На основании тематического принципа концептуального взаимодействия в дискурсе о книге в качестве доминант выделены концепты «жанр», «сюжет», «язык», «скандал» и «автор» и дана характеристика средств их репрезентации в оценочных суждениях авторов рецензий. Установлено, что направление воздействия на ментальные структуры в когнитивном сознании адресата определяют средства языка, обладающие прагмастилистическим потенциалом. К ним относятся оценочные эпитеты, перифразы, элементы гипержаргона, семантико-прагматические компоненты высказывания, отрицание, пейоративы и мелиоративы.

Специфика дискурса о современной литературно-художественной книге в новых медиа состоит в сочетании разнообразных средств выражения субъективной оценки как в стилистическом, так и в функциональном отношении. Наряду с информативной и развлекательной функцией, книжный блогинг может выполнять функцию продвижения книги, вызывая определенные реакции адресата в случае совпадения концептуальных систем автора и читателя, пресуппозиционального фонда культурных знаний и эмоциональности способа выражения отношения рецензента к репрезентируемому объекту.

Исследование выполнено с применением когнитивно-дискурсивного подхода и метода прагмастилистического анализа, который позволил установить способы реализации оценки произведения в рамках выявленных когнитивных доминант медиатекстов рецензий в книжном блогинге.

**Ключевые слова:** книжный блогинг; сетевая микрорецензия на книгу; когнитивная доминанта; прагмастилистический аспект.

**Конфликт интересов:** Автор декларирует отсутствие явных и потенциальных конфликтов интересов, связанных с публикацией настоящей статьи.

**Для цитирования:** Пескишев Г. А. Специфика дискурса о современной литературно-художественной книге в новых медиа: прагмастилистический аспект книжного блогинга // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Лингвистика и педагогика. 2022. Т. 12, № 3. С. 77-86.

Статья поступила в редакцию 21.06.2022    Статья подписана в печать 14.07.2022    Статья опубликована 06.09.2022

## The Specifics of the Discourse about the Modern Literary and Artistic Book in New Media: the Pragmamilistic Aspect of Book Blogging

Grigory A. Peskishev<sup>1</sup> 

<sup>1</sup>Vyatka State University  
36 Moskovskaya str., Kirov 610000, Russian Federation  
 e-mail: grishapeskishev@mail.ru

### Abstract

*The article discusses the features identified by the author of the use of pragmamilistic means in blog texts, which are proposed to be considered as "amateur" microrecensions on a literary and artistic work. The purpose of the article is a pragmamilistic characteristic of the non-professional media discourse about books, which allows us to identify the axiologically significant specificity of this object through cognitive dominants, represented in the subjective-evaluative plane.*

*As an empirical material, media texts with reviews of E. Limonov's novel "This is Me – Eddie" were used, in which various, often contradictory, assessments of the work were recorded. Based on the thematic principle of conceptual interaction in the discourse about the book, the concepts of "genre", "plot", "language", "scandal" and "author" are identified as dominant and the means of their representation in the evaluative judgments of the review authors are characterized. It is established that the direction of influence on mental structures in the cognitive consciousness of the addressee is determined by the means of language with pragmamilistic potential. These include evaluative epithets, periphrases, elements of hyperargony, semantic and pragmatic components of utterance, negation, pejoratives and melioratives.*

*The specificity of the discourse about the modern literary and artistic book in new media consists in a combination of various means of expressing subjective assessment both stylistically and functionally. Along with the informative and entertaining function, book blogging can perform the function of promoting a book, causing certain reactions of the addressee in case of coincidence of the conceptual systems of the author and the reader, presuppositional fund of cultural knowledge and emotionality of the way of expressing the reviewer's attitude to the represented object.*

*The research was carried out using a cognitive-discursive approach and the method of pragmamilistic analysis, which allowed us to establish ways to implement the evaluation of the work within the framework of the identified cognitive dominants of media texts of reviews in book blogging.*

**Keywords:** book blogging; network micro bookreview; cognitive dominant; pragmamilistic aspect.

**Conflict of interest:** The Author declare the absence of obvious and potential conflicts of interest related to the publication of this article.

**For citation:** Peskishev G.A. The Specifics of the Discourse about the Modern Literary and Artistic Book in New Media: the Pragmamilistic Aspect of Book Blogging. *Izvestiya Yugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Lingvistika i pedagogika = Proceedings of the Southwest State University. Series: Linguistics and Pedagogics.* 2022, 12(3): 77-86 (In Russ.).

Received 21.06.2022

Accepted 14.07.2022

Published 06.09.2022

\*\*\*

### Введение

Массовый (непрофессиональный) медиадискурс о современной литературно-художественной книге становится объектом лингвистических исследований по ряду причин, и прежде всего как языковое пространство, в котором наблюдаются активные процессы развития медиаречи, которую можно отнести к инструмен-

там онлайн-взаимодействия в области культуры.

Сфера новых медиа, или сетевого дискурса, образует практически безграничное оценочное поле любого произведения искусства, в том числе в сфере литературного творчества. Особое место в этом дискурсивном пространстве занимают эпатажные произведения, которые

вызывают в читательской аудитории наиболее живой отклик в силу нестандартной позиции писателя, его специфичной картины мира и творческого решения передачи мироощущения героев, их поведения, устремлений и личностных ценностей. Цель статьи – дать прагматистическую характеристику дискурса о таких произведениях на примере рецензий на роман Э. Лимонова «Это я – Эдичка» и рассмотреть аксиологически значимую специфику этого объекта через когнитивные признаки, репрезентируемые в субъективно-оценочной плоскости авторами рецензий.

Читательские отзывы о книге, в которых пользователи сетей передают свою оценку прочитанного, можно рассматривать как медиатекст, который тесно связан с жанром интернет-рецензии, так как для него присущи следующие черты: поликодовость, нечеткость жанровой модели, обращенность к массовой аудитории, открытость для интерпретаций, диалогичность, экспансия разговорности, ироничность, высокая степень вербальной агрессии, использование приемов языковой игры [1, с.123].

В современном медиадискурсе тексты о книгах, свободно размещаемые в социальных сетях, образуют коммуникативные культуры нового типа. По мнению исследователей, это «автономные, особого качества нормативно ценностные системы, возникающие на цифровых платформах сетевых каналов, обладающие лингвокоммуникативной спецификой («стилевым» своеобразием): символическим инструментарием публичного общения, нормами речевого поведения и способами презентации посланий, форматами общения, речевыми стратегиями и тактиками, принципами самоорганизации и самовоспроизводства» [2, с. 229]. Следовательно, медиатексты о литературе в социальных сетях и блог-платформах можно выделить в особую группу, сходную с другими формами интернет-ре-

цензий, к примеру, с обзорами кинопродукции.

В социальных сетях блогеры могут выступать в роли экспертов литературной и иной продукции вне зависимости от своих профессиональных интересов и качеств; при этом они используют возможность определять границы и глубину чтения, охватывать широкий тематический объем произведений, а также акцентировать внимание читателя на новизне или актуальности произведения. В результате субъективное восприятие и индивидуальная картина мира адресанта может повлиять на понимание текста аудиторией блогера, которая может скорректировать собственную программу чтения [3].

Для классических литературных рецензий и литературной критики характерны следующие признаки: интерпретация, обобщение, полемика, просвещение. В медийных блог-текстах в общем виде они сохраняются, но уступают свое место субъективным оценочным суждениям, а также самопрезентации блогера. Информационная и культурно-просветительская функции дополняются развлекательной. Такая смена парадигм своеобразного творчества в блогистике сопровождается особым стилем подачи личных мнений и оценок – это связано с общеязыковыми тенденциями в социальных сетях и медиа. К последним относят сочетание разных стилистических начал и регистров, диалогичности, информативности, субъективности, экспрессивности [4].

С развитием и коммерциализацией дискурса в социальных сетях на первый план для рецензии как разновидности медиатекста выходит стратегия «продвижения», т.е. нацеленность на формирование читательских предпочтений исходя из прагматических задач книжного рынка. Аудиторию интернет-пользователей в книжном блогинге привлекает «неформальное, искреннее общение, и именно честные эмоции» [5, с. 571]. Вместе с тем на уровне речевой коммуникации важную роль в продвижении книги игра-

ют особые средства языка, которые способствуют деформализации общения и выражению эмоций, вызываемых прочитанным произведением. Признавая категорию медиастиля, которая тесно связана с понятием прагмастистики, в контексте реализации стратегии продвижения книги необходимо выявить прагмастистические средства, вызывающие нужный эффект у читателей блог-текстов о книгах.

Прагмастистика понимается как междисциплинарное направление, в рамках которого изучается «коммуникативная эффективность восприятия текста с учетом языкового и речевого варьирования стилистических средств всех уровней» его структуры [6, с. 85]. Понятие эффективности восприятия тесно связано с категорией персуазивности. Для достижения результата коммуникации авторы персуазивных текстов обычно обращаются к использованию стилистических средств, которые создают особый эффект, выступая сигналами эстетической информации, выполняющими прагматическую функцию «настройки» читателя [7, с. 102]. Также обращение к категории персуазивности связано с тем, что она позволяет выразить степень уверенности говорящего в достоверности сообщаемого [8, с. 98]. Важно отметить, что данные средства должны быть адекватны виду дискурса, а также отвечать прагматическим функциям и задачам, которые стоят перед ними.

Поскольку восприятие текста – область когнитивного исследования дискурса, целесообразно учитывать когнитивно-доминантный принцип организации речевого взаимодействия. Вслед за Н.Н. Болдыревым и В.С. Григорьевой, под когнитивной доминантой мы понимаем «конкретные концепты и категории, концептуально-тематические области, системы ценностей и оценок, стереотипы, модели и схемы восприятия и репрезентации мира в языке» [9, с. 15]. Как считает О.И. Колесникова, одним из речевых инструментов репрезентации оценок в

медиапространстве продвижения книги выступают лингвокультурные. Они подчеркивают принадлежность к рекламному дискурсу, а также являются эстетически значимыми носителями персуазивности. Благодаря культурным единицам в дискурсе издательских аннотаций возникает «поле притяжения» читательского внимания, а также возникает увлеченность самого чтения произведения литературы как объекта маркетингового предложения [10, с. 128].

### **Материалы и методы**

На основании изложенных положений о языке книжного блогинга была проанализирована эмпирическая база исследования. Материалом для анализа послужили 130 микрорецензий в сети Instagram, а также тексты на блог-платформах LiveJurnal и Яндекс.Дзен. База сформирована в виде текстов микрорецензий методом сплошной выборки с учетом популярности (количества просмотров, лайков, вхождения в топ-100 самых популярных публикаций) по хештегам #Лимонов #ЭтоЯ, Эдичка #Эдичка. В рамках используемого дискурс-анализа применялся прагмастистический анализ текстового материала, позволяющий рассмотреть его языковую ткань с точки зрения выполнения дискурсивными единицами прагматических задач.

### **Результаты и обсуждение**

Результаты анализа текстов рекомендательных аннотаций новинок художественной прозы позволяют говорить о том, что аксиологическая плоскость дискурса о книге в новых медиа включает следующие тематические категории, в рамках которых авторы выражают свои оценки прочитанного произведения и презентируют свое отношение. На основании тематического принципа концептуального взаимодействия в дискурсе о произведении Э. Лимонова в качестве доминант нами выделены концепты

«жанр», «сюжет», «язык», «скандал» и «автор». Именно они на прагматистическом уровне детерминируют направление воздействия на ментальные структуры в когнитивном сознании адресата медиатекста о произведении «Это я – Эдичка». Необходимо отметить ярко выраженный индивидуальный характер репрезентируемой в сетевом дискурсе оценки книги и ее различных сторон.

1. «Жанр» как тема речевого события и коммуникативного действия в дискурсе не всегда имеет субъективный характер, о чем свидетельствует частотность нейтрального наименования «автобиографический роман», показывающий отношение к произведению через призму внеязыковой реальности, а именно знание о жизненном пути писателя. При выражении положительной оценки авторы подчеркивают одобрение через оценочные эпитеты и атрибутивы, прямо характеризуя качества прочитанного: «Роман очень жёсткий... не прикрытый красивой ширмой» (@book\_lover.on). Субъективная оценка книги, как правило, всегда аргументируется, например: «Для меня это роман-взросление, полный оголенной рефлексии и кристальной правдивости» (@chudanechka). Авторы микрорецензий в сетях передают преимущественно свои индивидуальные реакции, часто представляя их в лингвокреативном ключе, например: «роман кричит и пугает натужным и реалистичным воплем» (@4itatel.skiy\_dnevnik) – используется прием персонификации; «элементарно, трушиность и откровенность» (@books-band) – с переходом на гипержargon на фоне индивидуально-авторской неологизации.

Еще одно направление вербализации положительной оценки романа – своеобразная «романтизация» произведения Э. Лимонова – так, многие читатели воспринимают его как исповедь: «исповедь уехавшего» (@bookinessa), «роман-исповедь непринятого американским обществом» (@Kindsbooks). При этом акцен-

тируется печальная тональность произведения «Роман-истерика, вольь, страдание» (@sammy\_chita), хотя встречается и более оптимистичная оценка: «Жизнеутверждающая боль и радость» (@tanyabaturins). Негативная оценка обобликивается при акцентуации разнообразных жанровых признаков, чаще через снижение значимости, упрощение: «эротический фанфик» (@ivan\_reads), «записи из жизни в форме дневника» (@samoilovff\_ff) или перенос с жанра книги на жанр плаката: «это отличный демотиватор для вас, как для писателей» (@verygoodbooks).

2. Книга Э. Лимонова нередко концептуализируется авторами сетевых микрорецензий как литературное событие, которое произвело своего рода культурный шок. Это позволило выделить в качестве одной из доминант концепт «Скандал», свидетельствующий, на наш взгляд, о включении когнитивного признака «скандальное событие в жизни литературы» в своеобразную плоскость привлечения внимания читателей к роману «Это я – Эдичка». Часто авторы блог-текстов акцентируют провокационную / скандальную сущность книги в позитивном оценочном поле: «Книга реальный скандал!», «даже спустя более 40 лет... она не перестаёт быть, на мой взгляд, самой скандальной русскоязычной книгой», «скандальная книга, пронизанная болью, любовью, страданием и частично политическими взглядами», «Скандал и откровенность на страницах переливаются через край».

Отметим, что на прагматистическом уровне блог-дискурса зафиксированы импликатуры в виде семантико-прагматических компонентов высказывания, отсылающих читателя к известному, но лишь подразумеваемому смыслу. В следующем примере в читательском сознании адресата микрорецензии осторожное отношение к книге Лимонова формируется через пресуппозицию – знание глубинного смысла известной

фразы из романа М. Булгакова «Мастер и Маргарита»: «*Так вот... бойся своих желаний. Вернее, так: не бойся экспериментировать, читать книги, оставившие след в истории, но... готовься получить провокацию, скандал*» (@doma\_s\_knigoy). Аллюзия является здесь удачным способом «предупреждающего» воздействия на потенциального читателя: образование ассоциативно-смысловой связи с концептуально важным высказыванием Булгакова («бойся своих желаний – они имеют свойство сбываться») может сформировать разную реакцию у адресата – как отторжение, так и, наоборот, заинтересованность.

3. Третьей тематической доминантой в мирорецензиях на скандальный роман Лимонова является сюжет. При его оценочной интерпретации в большинстве отзывов отмечена негативная оценка: «*сюжета в книге никакого нет, просто автор рассказывает о...*» (@lysaya\_chika), «*в ней практически нет нормального сюжета*» (@samoilovff\_ff). Прямое, подчеркнутое отрицание реализуется в форме категоричных негативных суждений, что усиливает воздействие на читателя, обусловленное фактическим обесцениванием такого художественного качества произведения, как сюжет. Интересный случай – отсылка адресата к пресуппозициональному фонду знаний, или к фактам внеязыковой реальности: «*Мне кажется, благодаря некоторым небезызвестным интервью, сюжет и так известен, поэтому я сразу с места в карьер прыгну в своё оценочное суждение*» (@to\_read\_or\_).

Следует отметить, что если обычно авторы исследуемых блог-текстов балансируют между мелиоративами и пейоративами, которые используют для характеристики отдельных аспектов объекта, то для этой когнитивной доминанты типичным будет случай, когда рецензент чаще выбирает средства негативной оценки сюжета, а точнее, его отсутствия в романе, что подчеркивает известную

особенность критического блог-дискурса (прямая оценочность).

4. Тематическая доминанта «Язык, слог произведения» является константным признаком дискурса о книге, как профессионального, так и непрофессионального. В нашем материале можно отметить два противоположных мнения рецензентов о языке романа Лимонова. Положительная оценка сопровождается такими pragmatischeскими характеристиками, как мелиоративы: «*И как раз не из-за слога пишет Лимонов гладко и стройно*» (@my\_book\_space); «*Лимонский слог приятен. Он не изобилует красотами, какими грешат современные авторы*» (@chudanechka); в том числе окказиональные: «*манера изложения понравились с первых же страниц. Сразу почувствовалось что-то родственное. Я люблю, когда аутентично*» (@mrs.on\_the\_8th\_floor); неожиданное сравнение: «*Язык Лимонова, по своей вкусности и точности хотелось бы сравнить с швейцарскими часами, завёрнутыми в шоколадный фондэн*» (@to\_read\_or\_); развернутая метафора: «*Роман написан живым языком, с перманентным ароматом дурманящих средств, чрезмерно сдобрен обсценной лексикой*» (@4itatel.skiy\_dnevnik).

Выделены факты перифрастической характеристики, которые создают необходимость для адресата провести аналогию с соответствующими объектами. Например, в оценочной фразе «*набоковский язык*» романа Э. Лимонова (@to\_read\_or\_) передается, на наш взгляд, необоснованное суждение – несомненно, для реализации pragmatischeской цели повысить оценку стиля Лимонова. Единственный адекватный признак такой аналогии – эротизм, хотя и совершенно несравнимый по художественному исполнению в «Лолите» и «*Это я – Эдичка!*». У этого же блогера мы встречаем характеристику «*довлатовский юмор*», указывающую на такие общие признаки творчества писателей, как гротеск, злая ирония и абсурд. Подобные элементы дискурса можно отне-

сти к лингвокультурерам, требующим пресуппозициональных знаний в сфере литературы.

В группе фактов с негативными оценками, наряду с метафорическим описанием субъективных впечатлений, например: «Я спотыкалась практически в каждом абзаце, пробиралась через довольно своеобразный авторский слог» (@oly\_books), отмечаются стилевые признаки гипержаргона: «Сильно брутальный мозг скажет сопли розовые» (@limonadoks), «вкрапления английских слов на кириллице подбешивают местами, но в остальном эдакий постмодернистский рейвчик» (@eat\_after\_read), усиливающие прагматический эффект рецензии.

В оценках «слога» и «языка» прослеживается частотность обращения к обсценной лексике, причем как в фактах презентации положительного отношения («Лимоновский мат другой. Он всегда очень к месту», «в романе много матов, но он употребляется так уместно, что заражает на позитив» (@chudanechka)), так и негативного, с преобладанием последнего, например: «нецензурная брань покрывалом» (@doma\_s\_knigoy); «И да, тут много матов! Много нереально, тут на нем автор говорит и думает. Даже мне в какой-то момент стало тошно, прям передоз» (@lysaya\_chika). Из 130 комментариев изобилие нецензурных слов и выражений в произведении Лимонова отметили 33 рецензента.

5. Доминирующий тематический признак сетевого дискурса о книге «Автор» также объективируется прагматистическими средствами, вызывая реакцию адресата благодаря эмоционально-оценочным суждениям о неоднозначной личности писателя и человека. Положительная оценка реализуется в когнитивной плоскости «автор / Э. Лимонов – бунтарь» и сопровождается прежде всего семантико-прагматическими компонентами текста из когнитивной сферы «бунтарство» («приверженность к опроверже-

нию общепринятого, к решительным мерам, к ломке старого» [11]): «автор дерзкий, называет вещи своими именами и открыт читателю» (@aymurzin), «Лимонов был смутяном, но поэтом во всех смыслах этого слова» (@my\_book\_space), «пишет он замечательно! Думается мне, человек он был начитанный, образованный, думающий», «По мне это глубоко несчастный, ищущий себя человек, разрушающий все границы, у которого нет рамок», «Человек определенно грезил ломать стереотипы, и таки сделал это!», «Я в этом тексте узрела лишь травмированного человека, раненного, провокационного!» (@pere\_plet). Данная когнитивная доминанта особенно ярко подчеркивает значимость общности концептуальных систем участников сетевой коммуникации (уважение к смелому бунтарю).

Однако нельзя не отметить и негативные оценки писателя, реализуемые в агрессивной стилистической тональности: «Свой среди бездарностей» (@graf\_orlovskij); «Хотелось, чтобы автор больше пустил читателя в душу героя, а не в его постель» (@doma\_s\_knigoy); «Автор буквально обнажается перед читателем: и в прямом и переносном смысле, рассуждая порой на самые неподнадежные темы» (@book\_lover.on). Нередко в неодобрительном тоне, как и в фактах с положительной оценкой, указывается на образ жизни Лимонова: «в свободное время проявляет свою богемную сущность» (@limonadoks); «Он жил в ней (об Америке – Г.П.) привеваючи за чужой счет, но при этом обкакивал место существования» (@lysaya\_chika) и т.д. Сниженная лексика воздействует на восприятие адресата, выполняя прагматическую функцию настройки его сознания на осуждение личности автора. Подчеркнем, что в сетевой разновидности медиатекста становится привычной деформация привычных норм коммуникации [12]. Как правило, чем больше нарушаются коммуникативные нормы, тем сильнее нарушается система ожиданий от текста и привлекается дополнительное

внимание. Так, В.А. Марьянчик, систематизируя стилистические эффекты, спрашивает говорить об «инвективном эффекте», который провоцирует интенсивные эмоции адресата (возмущение, чувство оскорбленного достоинства) пейоративными номинациями и другими стилистическими средствами [13, с. 158]. Данная прагматическая задача эмоционального воздействия реализуется в микрорецензиях на достаточно высоком уровне осознаваемости нарушений этических правил выбора слов авторами микрорецензий.

### **Выводы**

Блог-текст о книгах может выполнять различные функции: просветительскую, информационную, развлекательную. Когнитивно-дискурсивный подход к книжному блогингу позволил выделить основные тематические когнитивные доминанты данной сферы и найти прагматистические особенности их объективации в сетевых микрорецензиях.

Различные способы номинации одной и той же когнитивной доминанты, представление ее в выгодном или невыгодном свете создают основу манипулятивных технологий в речевом общении. Это позволяет скрыто воздействовать на мнение читателя, к тому же немалую роль здесь оказывает и доверие к блогеру. В микрорецензиях отмечаются как достоинства, так и недостатки объекта суждения автора медиатекста. Баланс

между мелиоративными и пейоративными оценочными высказываниями позволяет препрезентировать самые разные смысловые значения. В рамках практически каждой когнитивной доминанты, выделенной нами по тематическому принципу, зафиксированы различные, в том числе противоположные, читательские реакции и оценки. В их основе лежит личностное восприятие автора блог-текста к произведению, субъективное отношение к писателю, культурный базис читателя и личный вкус.

В авторском блоге о книгах может быть реализована «продвигающая» функция, которая реализуется через прагматистические средства, помогающие сформировать определенное эмоциональное отношение к заложенной в тексте информации и, в идеале, побудить к определенному действию (найти и прочитать книгу, чтобы познакомиться с заинтересовавшей информацией). В качестве таких средств могут выступать оценочные эпитеты, перифразы, элементы гипержаргона, семантико-прагматические компоненты высказывания, отрицание, пейоративы и мелиоративы, лингвокультурные. Вызываемый ими коммуникативный эффект определяют такие факторы, как совпадение концептуальных систем адресанта и адресата, пресуппозициональный фонд культурных знаний, а также наличие средств выражения эмоциональности в микрорецензии.

### **Список литературы**

1. Басовская Е.Н. Жанр интернет-рецензии: взаимодействие стилевых стихий // Актуальные проблемы стилистики. 2018. № 4. С. 122-126.
2. Семилет Т.А., Витвинчук В.В., Фотиева И.В., Лукашевич Е.В. Социальные сети как культурные матрицы интернет-коммуникации // Культура и текст. 2019. № 3 (38). С. 226-242.
3. Селютина Е.А. Языковая личность и книжная культура: экспертирование литературных новинок в сетевых медиа // Языковая личность в современном коммуникативном поле. Челябинск: ООО Центр интеллектуальных услуг «Энциклопедия», 2017. С. 134-150.

4. Молитвина Н.Н. Литературная рецензия в современном медиадискурсе (жанрово-стилистический аспект): автореф. дис. ... канд. филол. наук. М.: Моск. гос. ун-т им. М.В. Ломоносова, 2017. 22 с.
5. Меншатова О.В. Книжный блогинг как способ продвижения книги и чтения // Актуальные тенденции социальных коммуникаций: история и современность. Ижевск, 2020. С. 568-573.
6. Клементьева Е.В., Максименко Е.В. Прагматические функции имплицитной информации как средства воздействия в рекламе // Культурная жизнь Юга России. 2014. № 3. С. 84-87.
7. Колесникова О.И. Сигналы эстетической информации как факторы персуазивности в книжной рекламе // Вестник Вятского государственного гуманитарного университета. 2014. № 4. С. 100-108.
8. Ламбардян С.П. О прагмалистическом потенциале модусной категории персуазивности // Русский язык на перекрёстке эпох: традиции и инновации в русистике. Ереван, 2016. С. 98-102.
9. Болдырев Н.Н., Григорьева В.С. Когнитивные доминанты речевого взаимодействия // Вопросы когнитивной лингвистики. 2018. № 4(57). С. 15-24.
10. Колесникова О.И. Персуазивный текст издательской аннотации: лингвокультурный аспект // Текст. Книга. Книгоиздание. 2020. № 22. С. 125-138.
11. Русский семантический словарь. URL:<http://slovari.ru/search.aspx?s=0&p=3068> (дата обращения: 25.05.2021).
12. Сомова Е.Г., Абрамова Г.А., Хлопунова О.В. Стилистические средства рекламного медиатекста // Вестник Адыгейского государственного университета. Сер. Филология и искусствоведение, 2017. Вып. 4. С. 187-193.
13. Марьянчик В.А. Стилистический эффект // Уральский филологический вестник. Серия: Язык. Система. Личность: лингвистика креатива. 2016. № 2. С. 153-161.

## References

1. Basovskaya E.N. *Zhanr internet-retsenzii: vzaimodeistvie stilevykh stikhii* [Genre of Internet reviews: interaction of stylistic elements]. *Aktual'nye problemy stilistiki = Actual Problems of Stylistic*, 2018, no. 4, pp. 122-126.
2. Semilet T.A., Vitvinchuk V.V., Fotieva I.V., Lukashevich E.V. *Sotsial'nye seti kak kul'turnye matritsy internet-kommunikatsii* [Social networks as cultural matrices of the Internet-communications]. *Kul'tura i tekst = Culture and Text*, 2019, pp. 3 (38), pp. 226-242.
3. Selyutina E.A. [Linguistic personality and book culture: expert examination of literary novelties in online media]. *Linguistic personality and book culture: the expertise of literary novelties in network media*. Chelyabinsk, 2017, pp. 134-150 (In Russ.)
4. Molitvina N.N. *Literaturnaya retsenziya v sovremennom mediadiskurse (zhanrovo-stilisticheskii aspekt)*. Avtoref. diss. kand. filol. nauk [Literary review in the modern media discourse: genre and stylistic aspect. Cand. philol. sci. abstract diss.]. Moscow, 2017. 22 p.
5. Menshatova O.V. [Book blogging as a way to promote books and reading]. *Aktual'nye tendentsii sotsial'nykh kommunikatsii: istoriya i sovremennost'* [Current trends in social communications: history and modernity]. Izhevsk, 2020. P. 568-573 (In Russ.).
6. Klement'eva E.V., Maksimenko E.V., Pragmatische funktsii implitsitnoi informatsii kak sredstva vozdeistviya v reklame [Pragmatic functions of implicit information as a means of influence in advertising]. *Kul'turnaya zhizn' Yuga Rossii = Cultural life of the South of Russia*, 2014, no. 3, pp. 84-87.

7. Kolesnikova O.I. Signaly ehsteticheskoi informatsii kak faktory persuazivnosti v knizhnnoi reklame [The signals of the aesthetic information as factors of the persuasion in book reviews]. *Vestnik Vyatskogo gosudarstvennogo gumanitarnogo universiteta = Bulletin of Vyatka State University for the Humanities*, 2014, no 4, pp. 100-108.
8. Lambardzhyan S.P. [On the pragmamilistic potential of the modus category of persistence]. *Russkii yazyk na perekrestke epoch: traditsii i innovatsii v rusistike* [The Russian language at the crossroads of Epochs: traditions and innovations in Russian Studies]. Erevan, 2016, pp. 98-102 (In Russ.).
9. Boldyrev N.N., Grigor'eva V.S. Kognitivnye dominanty rechevogo vzaimodeistviya [Cognitive dominants of speech interaction]. *Voprosy kognitivnoi lingvistiki = Questions of Cognitive Linguistics*, 2018, no. 4(57), pp. 15-24.
10. Kolesnikova O.I. Persuazivnyi tekst izdatele'skoi annotatsii: lingvokul'turnyi aspect [The persuasive text of publisher's annotations: a linguocultural aspect]. *Tekst. Kniga. Knigoizdanie = Text. Book. Publishing*, 2020, no. 22, pp. 125-138.
11. *Russkii semanticheskii slovar'* [Russian semantic dictionary]. Available at: <http://slovarei.ru/search.aspx?s=0&p=3068> (accessed 25.05.2022).
12. Somova E.G., Abramova G.A., Khlopunova O.V. Stilisticheskie sredstva reklamnogo mediateksta [Stylistic means of advertising media text]. *Vestnik Adygeiskogo gosudarstvennogo universiteta. Ser. Filologiya i iskusstvovedenie = Bulletin of the Adygea State University. Ser. Philology and art history*, 2017, is. 4, pp. 187-193.
13. Mar'yanchik, V. A. Stilisticheskii effekt [Stylistic effect]. *Ural'skii filologicheskii vestnik. seriya: Yazyk. Sistema. Lichnost': lingvistika kreativa = Ural Philological Bulletin. Series: Language. System. Personality: linguistics of creativity*, 2016, no. 2, pp. 153-161.

### Информация об авторе / Information about the Author

**Пескишев Григорий Александрович**, аспирант кафедры русского языка, культуры речи и методики обучения, Вятский государственный университет, (ВятГУ), г. Киров, Российская Федерация,  
e-mail: grishapeskishev@mail.ru

**Grigory A. Peskishev**, Post-Graduate Student of the Department of Russian Language, Speech Culture and Teaching Methods, Vyatka State University, Kirov, Russian Federation,  
e-mail: grishapeskishev@mail.ru