

Редакторская заметка

УДК 81'13

DOI: <https://doi.org/10.18721/JHSS.17301>

EDN: <https://elibrary/YJFFVA>



ЖАНРЫ В ЦИФРОВЫХ И СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА: СЛОВО РЕДАКТОРА

В.Е. Чернявская 

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого,
Санкт-Петербург, Российская Федерация

 chernyavskaya_ve@spbstu.ru

Аннотация. Тематический номер посвящен текстовым жанрам и языковой репрезентации в новых медиа, цифровых и социальных. Цифровые технологии получают статус «мета-медиа» по отношению к традиционным коммуникативным форматам. Новые медиа возвращают к основополагающим вопросам о жанре. Возникновение новых жанров напрямую обусловлено двумя ключевыми факторами: изменениями в обществе и в его институтах и распространением новых технологий. В цифровых медиа используются традиционные давно сложившиеся «старые» жанры и возникают новые. Языковая специфика и коммуникативные процедуры не только определяются техническими средствами, но возникают в результате взаимодействия между социальными и коммуникативными целями и формами коммуникации. В публикуемых статьях поднимаются значимые проблемы в связи с языком и иными семиотическими ресурсами выражения смыслов в зависимости от медийности, в связи со средствами выражения оценочности, используемыми стратегиями и коммуникативными техниками коммуникативного взаимодействия, поликодовыми структурам.

Ключевые слова: жанр текста, цифровые медиа, социальные медиа, метамедиа, гибридизация жанра.

Для цитирования: Чернявская В.Е. Жанры в цифровых и социальных медиа: слово редактора // Terra Linguistica. 2026. Т. 17. № 3. С. 7–11. DOI: 10.18721/JHSS.17301



GENRES IN DIGITAL AND SOCIAL MEDIA: FROM THE EDITOR

V.E. Chernyavskaya 

Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University,
St. Petersburg, Russian Federation

✉ chernyavskaya_ve@spbstu.ru

Abstract. The special issue examines text genres and linguistic representation in new media, digital and social. Digital media acquire the status of “meta media” in relation to traditional communication formats. New media bring us back to fundamental questions about genre. The emergence of new genres is determined by two key factors: changes in society and societal institutions, and the spread of new technologies. Digital media use both traditional, long established “old” genres and new ones that emerge. The linguistic features and communicative techniques are not only determined by technical means but also arise as a result of the interaction between social and communicative goals and forms of communication. The published articles address significant issues related to linguistic and other semiotic resources for expressing meanings, depending on the medium, as well as to the means of expressing evaluation, the strategies and communicative moves, and multimodal structures.

Keywords: Genre, digital media, social media, metamedia, genre hybridity.

Citation: Chernyavskaya V.E. Genres in Digital and Social Media: From the Editor, Terra Linguistica, 17 (3) (2026) 7–11. DOI: 10.18721/JHSS.17301

Понятие *новые медиа* выдвинулось в фокус языковедческих исследований. После провозглашения с 1990-х гг. медиального поворота (medial turn) в современном блоке языковедческих наук сложился новый вектор исследовательского интереса к медиальной обусловленности смысловыражения и привязанности смыслов к коммуникативным каналам. Новые медиа являются сегодня инструментом анализа коммуникации в ее принципиально мультимодальной природе. Одновременно новые медиа — это объект и точка кристаллизации исследовательского интереса к языковым явлениям и процессам, которые медиа транслируют и оформляют. Понятие «медиа», «медиальное» используется, как известно, в нескольких значениях. Прежде всего, медиа можно понимать как формат или канал коммуникации, по которому передается информация. Это основополагающее представление заложено моделью Клода Шеннона и Уоррена Уивера, американских инженеров и математиков. «Математическая теория коммуникации» [1] показала, что передаваемая информация всегда опосредуется каналом передачи и его, канала, спецификой. Термин «медиа» вытеснил из научного оборота «канал» и стал укорененным и доминирующим в социально-ориентированных теориях коммуникации вслед за канадским философом и культурологом Маршаллом Маклюэном. Известный афоризм, сформулированный им в 1964 г. [2], точно определяет суть новых объяснительных подходов: «The medium is the message» — «Коммуникативный канал создает эксклюзивность, избранность содержания». Технологическая экспансия дополнила традиционное для лингвистической науки разделение устного и письменного каналов высказывания. В современном контексте это обозначается как «старые медиа». Они противопоставляются «новым медиа», цифровым форматам, технически опосредованным. При этом нельзя не указать, что представление о медиа как о технически оснащенном носителе информации является самым распространенным, но не достаточным для понимания сути того, что анализируется как медиально опосредованные смыслы. Связь с техническим носителем информации и с техногенными процессами в современной коммуникации не



является единственным и исключительным качеством в определении медиа и в использовании этого термина. Медиа как обозначение канала коммуникации дифференцируется по мере опосредованности технологиями. Медиа первого уровня («media first degree») в том сложившемся представлении, которое определяет сегодня аналитическую перспективу, — это речевой аппарат человека, его устная речь с невербальными составляющими (так называемым языком тела), включая письменность от руки. Медиа второго уровня («media of the second degree») включают аналоговые технологии — от печатных книг, газет, журналов до радио, телевидения. Они участвуют в производстве, хранении и передаче информации во времени и пространстве. Интернет-технологии или цифровые технологии получают статус «мета-медиа», медиа третьего уровня («media of the third degree») [3].

Понимая медиа как речевую форму коммуникации, упорядочивающую и моделирующую содержание и функцию сообщения, лингвистика по-новому настраивает исследовательскую оптику по отношению к жанрам текста. Жанры и исследования жанров являются сердцевинной проблемой лингвистики вообще и лингвистики медиа, если проецировать термин на самостоятельное исследовательское направление. Новые цифровые медиа возвращают нас к традиционным основополагающим вопросам, в числе которых вопросы о жанре, возникающие на основе ставших классическими типологий жанров. Жанры являются одними из самых стабильных индикаторов коммуникации и культуры. Цифровизация смещает некоторые концептуальные границы, которые раньше работали для устной, письменной, печатной коммуникации. Возникновение новых жанров напрямую обусловлено двумя ключевыми факторами: изменениями в обществе и в его институтах, с одной стороны, и распространением новых технологий, с другой. В цифровых медиа как используются традиционные, давно сложившиеся «старые» жанры, так и возникают новые. Одновременно многие старые жанры переместились в онлайн-пространство. Вопрос «Нужно ли нам новое определение жанра в эру интернет-медиа?» [4] переводит исследовательскую аналитику к наблюдению за тем, как гибко меняются жанровые модели; происходит гибридизация жанра в новой среде [5–11]. Интернет-технологии предлагают определенные возможности для коммуникации, которые пользователи адаптируют, трансформируют, изменяют или исключают, не используют для своих коммуникативных целей. Таким образом, жанры текстов и коммуникативные процедуры работы с ними определяются не только техническими средствами, они возникают в результате взаимодействия между социальными и коммуникативными целями и формами коммуникации. Технические возможности поддерживают и усиливают определенные коммуникативные привычки, одновременно исключают и препятствуют использованию других форм.

Цифровая среда отличает в некоторых моментах онлайн-жанры от оффлайн-жанров. Отличительными чертами, которые вытекают из технически осложненной специфики самой среды, являются интерактивность, мультимодальность и гибридность. Ни один из этих аспектов не был введен или изобретен с развитием интернет-технологий, но технические возможности поддерживают и повышают их значимость и типичность для интернет-текстов. Кроме того, расширилось представление о массовой коммуникации, а также о конкретных жанрах и коммуникативных практиках, формирующих массовую коммуникацию. Если в 1980–1990-е гг. рекламная коммуникация оставалась для исследователей и практиков за пределами сферы СМИ как отдельная область, то в современном контексте продвигающие тексты, проблема оценочности и социально значимых эффектов использования слова включаются в анализ текстов массовой информации [12]. К массмедийной коммуникации сегодня относятся некоторые тексты научно-популярного, общественно-политического, экономического, дидактического дискурсов и др. Расширение объема понятия «массмедиа» в аналитической практике перемещает акценты на необходимость изучения жанрового разнообразия в целом.



В публикуемых статьях поднимаются значимые проблемы, связанные с новыми подходами к медиажанрам, к языковым жанрам и шире — к семиотическим ресурсам выражения смыслов в зависимости от медиальности, к средствам выражения оценочности, к используемым стратегиям и коммуникативным техникам коммуникативного взаимодействия, к поликодовым структурам. Анализ представлен на репрезентативных выборках языкового материала. Номер объединяет результаты, охватывающие лишь часть проблемного поля, выдвинутого в предлагаемом выпуске.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. **Shannon C.** Weaver W. The Mathematical Theory of Communication // Bell System Technical Journal. 1948. Vol. 27. Iss. 3. P. 379–423. DOI: 10.1002/j.1538-7305.1948.tb00917.x
2. **McLuhan M.** Understanding Media: The Extensions of Man. New York: McGraw-Hill, 1964. 359 p.
3. **Jensen K.B.** Media Convergence: The Three Degrees of Network, Mass, and Interpersonal Communication. London; New York: Routledge. 2010. 208 p.
4. **Молодыхенко Е.Н.** Метапрагматика в жанроведении: нужен ли нам новый аналитический инструмент в эру интернет-медиа? // Вестник Томского государственного университета. Филология. 2022. № 75. С. 67–93. DOI: 10.17223/19986645/75/4
5. **Дементьев В.В.** Что дало жанроведение современной лингвистике? // Жанры речи. 2020. № 3 (27). С. 172–194. DOI: 10.18500/2311-0740-2020-3-27-172-194
6. **Дементьев В.В.** Онлайн-тесты в новостном браузере: лингвистические и речевые характеристики // Жанры речи. 2020. № 1 (25). С. 62–78. DOI: 10.18500/2311-0740-2020-1-25-62-78
7. Emerging genres in new media environments // ed. by C.R. Miller, R.A. Kelly. Cham: Palgrave Macmillan. 2017. 450 p.
8. **Giltrow J., Stein D.** Genres in the Internet: Innovation, evolution, and genre theory // Genres in the Internet: Issues in the Theory of Genre / ed. by J. Giltrow, D. Stein. John Benjamins Publishing Company, 2009. P. 1–26. DOI: 10.1075/pbns.188
9. **Chernyavskaya V.E.** To be or not to be critical in academic communication? Pragmatics of evaluative language in Russian academic book reviews // Training, Language and Culture. 2023. Vol. 7. Iss. 2. P. 55–63. DOI: 10.22363/2521-442X-2023-7-2-55-63.
10. **Чернявская В.Е.** Культура отказа в научной коммуникации: семантика и прагматика отрицательной оценки в экспертизе // Вестник Санкт-Петербургского университета. Язык и литература. 2024. Т. 21. № 4. С. 955–974. DOI: 10.21638/spbu09.2024.411
11. **Чернявская В.Е., Горшкова Н.Э.** Гибридизация жанра в персуазивной коммуникации // Слово.ру: балтийский акцент. 2025. Т. 16. № 1. С. 74–89. DOI: 10.5922/2225-5346-2025-1-5
12. **Чернявская В.Е.** Социальное значение в зеркале политической корректности // Вестник Санкт-Петербургского университета. Язык и литература. 2021. Т. 18. № 2. С. 383–399. DOI: 10.21638/spbu09.2021.208

REFERENCES

- [1] **Shannon C., Weaver W.**, The Mathematical Theory of Communication, Bell System Technical Journal, 27 (3) (1948) 379–423. DOI: 10.1002/j.1538-7305.1948.tb00917.x
- [2] **McLuhan M.**, Understanding Media: The Extensions of Man, McGraw-Hill, New York, 1964.
- [3] **Jensen K.B.**, Media Convergence: The Three Degrees of Network, Mass, and Interpersonal Communication, Routledge, London, New York, 2010.
- [4] **Molodychenko E.N.**, Integrating metapragmatics into genre analysis: Does the analytical toolkit need an upgrade in the digital era?, Tomsk State University Journal of Philology, 75 (2022) 67–93. DOI: 10.17223/19986645/75/4



- [5] **Dementyev V.V.**, What Have Genre Studies Given to Modern Linguistics?, *Speech Genres*, 3 (27) (2020) 172–194. DOI: 10.18500/2311-0740-2020-3-27-172-194
- [6] **Dementyev V.V.**, Online Tests in the News Browser: Linguistic and Speech Genre Characteristics, *Speech Genres*, 1 (25) (2020) 62–78. DOI: 10.18500/2311-0740-2020-1-25-62-78
- [7] *Emerging genres in new media environments*, ed. by C.R. Miller, R.A. Kelly, Palgrave Macmillan, Cham, 2017.
- [8] **Giltrow J., Stein D.**, Genres in the Internet: Innovation, evolution, and genre theory, *Genres in the Internet: Issues in the Theory of Genre*, ed. by J. Giltrow, D. Stein, John Benjamins Publishing Company, 2009, pp. 1–26. DOI: 10.1075/pbns.188
- [9] **Chernyavskaya V.E.**, To be or not to be critical in academic communication? Pragmatics of evaluative language in Russian academic book reviews, *Training, Language and Culture*, 7 (2) (2023) 55–63. DOI: 10.22363/2521-442X-2023-7-2-55-63
- [10] **Chernyavskaya V.E.**, Culture of rejection in scientific communication: Semantics and pragmatics of negative evaluative language in peer-review, *Vestnik of Saint Petersburg University. Language and Literature*, 21 (4) (2024) 955–974. DOI: 10.21638/spbu09.2024.411
- [11] **Chernyavskaya V.E., Gorschkova N.E.**, Hybrid genre in persuasive communication, *Slovo.ru: Baltic accent*, 16 (1) (2025) 74–89. DOI: 10.5922/2225-5346-2025-1-5
- [12] **Chernyavskaya V.E.**, Social meaning in the mirror of political correctness, *Vestnik of Saint Petersburg University. Language and Literature*, 18 (2) (2021) 383–399. DOI: 10.21638/spbu09.2021.208

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ / INFORMATION ABOUT AUTHOR

Чернявская Валерия Евгеньевна

Valeria E. Chernyavskaya

E-mail: chernyavskaya_ve@spbstu.ru

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6039-6305>

Поступила: 02.09.2026; Одобрена: 15.09.2026; Принята: 25.09.2026.

Submitted: 02.09.2026; Approved: 15.09.2026; Accepted: 25.09.2026.