



Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Филология. Журналистика. 2021. Т. 21, вып. 3. С. 282–288

Izvestiya of Saratov University. Philology. Journalism, 2021, vol. 21, iss. 3, pp. 282–288

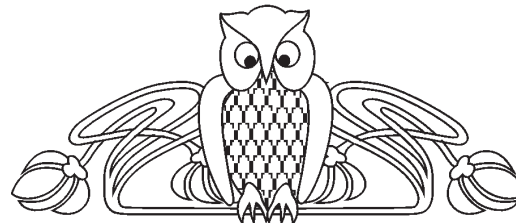
<https://bonjour.sgu.ru>

<https://doi.org/10.18500/1817-7115-2021-21-3-282-288>

Научная статья

УДК 811.161.1'27:[070:796]

Языковые особенности спортивных Telegram-каналов



К. А. Онуприенко

Ульяновский государственный университет, Россия, 432017, г. Ульяновск, ул. Льва Толстого, д. 42

Онуприенко Ксения Александровна, ассистент кафедры журналистики, simbushka94@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0001-6535-035X>

Аннотация. В статье рассматриваются особенности языка современных медиа на примере публикаций на спортивную тематику в мессенджере Telegram. В качестве материала для исследования были отобраны российские Telegram-каналы: «Реальный футбол», «Футбол с GOAL24», «Sports.ru». Рассматривается новостной контент за период с июля 2018 по июль 2020 г., анализируются методы отображения в текстах спортивных и околоспортивных событий.

Ключевые слова: лингвистика, журналистика, медиаконтент, социальные сети, мессенджеры, лексика, стилистика

Для цитирования: Онуприенко К. А. Языковые особенности спортивных Telegram-каналов // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Филология. Журналистика. 2021. Т. 21, вып. 3. С. 282–288. <https://doi.org/10.18500/1817-7115-2021-21-3-282-288>

Статья опубликована на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0 International (CC-BY 4.0)

Article

Language features of sports Telegram channels

К. А. Onuprienko

Ulyanovsk State University, 42 Leo Tolstoy St., Ulyanovsk 432017, Russia

Kseniya A. Onuprienko, simbushka94@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0001-6535-035X>

Abstract. The article considers linguistic peculiarities of the modern media language on the example of publications about sports topics in the Telegram messenger. The following Russian Telegram channels were selected as the material for the study: “Real football”, “Football with GOAL24”, “Sports.ru”. The author studies the news content for the period from July 2018 to July 2020; the ways of reflecting sport events and those close to sport in the texts are analyzed.

Keywords: linguistics, journalism, media content, social media, messengers, vocabulary, stylistics

For citation: Onuprienko K. A. Language features of sports Telegram channels. *Izvestiya of Saratov University. Philology. Journalism*, 2021, vol. 21, iss. 3, pp. 282–288 (in Russian). <https://doi.org/10.18500/1817-7115-2021-21-3-282-288>

This is an open access article distributed under the terms of Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC-BY 4.0)

В условиях растущего влияния цифровых технологий резко меняются стратегии взаимодействия с аудиторией. На смену одностороннему вещанию приходит живой диалог с подписчиком, который становится ключевой фигурой информационного рынка: его потребности и интересы ставятся превыше всего. Журналистика трансформируется как на уровне понимания своей миссии, функций, техник и практик, так и на языковом уровне. Феноменом дистрибуции контента для СМИ стали мессенджеры, созданные изначально исключительно для межличностного общения, особенно Telegram. Его популярность в 2018–2020 гг. обусловлена «точной», персонализированной доставкой контента непосредственно заинтересованным читателям. Платформа свободна от любой цензуры и защищена сквозным шифрованием, что гарантирует кон-

фиденциальность и позволяет найти данные, не доступные в других источниках.

Поскольку Telegram-каналы сегодня широко распространены и являются источником информации для многих людей, их можно считать полноправным элементом системы массовой коммуникации. Не обладая статусом СМИ, Telegram-каналы выигрывают за счет экономии времени аудитории: клиенты-мессенджеры установлены прямо в смартфоне, они незамедлительно посылают уведомления о новой публикации, тогда как для доступа к прочим источникам информации требуется открывать браузер, включать телевизор или радио и т. д.

Миграция аудитории с сайтов и социальных сетей в мобильные мессенджеры активно продолжается¹, потребители спортивного контента в этом смысле одни из наиболее радикальных.



Telegram-каналы опережают как традиционные СМИ, так и социальные сети в скорости публикации, доставляя актуальную информацию (расписание матчей, счет, фото, комментарии игроков) непосредственно заинтересованному пользователю в режиме реального времени.

В публичных каналах формируются определенный язык, стилистика, лексика и тональность. Причин тому множество. Как в свое время журналистский текст адаптировался для размещения на веб-сайтах, так и сейчас он вновь претерпевает изменения в рамках технологических ограничений социальных медиа. Немаловажным представляется и тот факт, что над созданием контента для спортивных Telegram-каналов работают не только профессиональные журналисты, но и любители, порождающие и распространяющие медиатексты, по своему качеству конкурирующие с материалами СМИ².

Отличительной особенностью Telegram-каналов выступает анонимизированный статус медийного актора, который может быть авторской группой или использовать выдуманную маску. Соседство с реальными собеседниками из списка контактов приводит к тому, что даже анонимные авторы становятся ближе к читателю, чем журналисты традиционных СМИ, которые выступают под своими именами, но коммуникативно отстранены от непосредственного общения³. Неслучайно многие журналисты ведут персональные каналы, где распространяют как уникальные сообщения, так и ссылки на редакционные статьи.

Попытки изучить новую среду коммуникации и осмыслить специфику языка медиатекстов в той или иной степени уже предпринимались отечественными учеными. Так, Е. И. Горошко и Е. А. Землякова⁴ характеризуют тексты Telegram как особый жанр интернет-коммуникации, анализируют лингвистические и паралингвистические особенности общения в мессенджере. Делается вывод о том, что именно технологические возможности клиентской программы во многом определяют языковую специфику коммуникации, опосредованной смартфоном.

В работе Д. Э. Коноплева⁵ рассматриваются особенности функционирования Telegram-каналов как персональных медиа. На наглядных примерах автор доказывает востребованность мессенджеров среди современной аудитории и необходимость освоения подобных площадок средствами массовой информации.

Исследователь А. Г. Кириллов⁶ рассматривает процесс модификации медиатекстов в программах обмена мгновенными сообщениями на примере анализа контента классических блогов и Telegram-каналов. В своей работе он подчеркивает необходимость дальнейшего исследования контента мессенджера с дискурсивной, речевановой и языковой позиций.

Наименее изученным сегментом медиаконтента Telegram являются спортивные каналы.

При этом интеграция профильных СМИ в мобильные мессенджеры становится жизненной необходимостью, поскольку болельщики нуждаются в круглосуточном цифровом взаимодействии с командами, которые они поддерживают⁷.

Число спортивных Telegram-каналов стремительно увеличивается, в настоящий момент их насчитывается уже более пятисот. Одним из самых популярных является канал «Реальный футбол», насчитывающий свыше 134 тысяч подписчиков. Контент – постоянно обновляющаяся информация о чемпионатах мира по футболу и премьер-лиге, видеообзоры и ленты новостей.

Заслуживает внимания также Telegram-канал «Футбол с GOAL24», который насчитывает 119,2 тысячи подписчиков. Здесь публикуются обзоры футбольных матчей и ссылки на голы в прямом эфире с сайта goalhd.net. Цель площадки – предоставлять самые свежие новости из мира футбола в одном месте, что позволяет пользователям избежать необходимости просматривать множество сайтов и тратить время на поиск информации.

Растущей популярностью пользуется «Sports.ru» (89,2 тысячи подписчиков). Это официальный канал одноименного СМИ, в котором освещаются новости всех видов спорта. Его по праву можно назвать самым оперативным и либеральным спортивным каналом о спорте в рунете. Содержание – аналитика и околоспортивные интриги, сопровождаемые качественной графикой.

В связи с широким распространением и особой стилистикой подачи материала на подобных коммуникационных платформах анализ их лексических, стилистических и лингвистических особенностей представляется вполне актуальным. В рамках нашего исследования рассматриваются особенности языка российских Telegram-каналов о спорте (как анонимных, так и закрепленных за конкретными СМИ).

Используя методы компьютерной лингвистики, мы выявили ряд языковых особенностей спортивных Telegram-каналов. Выборочную совокупность составил контент трех каналов: «Реальный футбол», «Футбол с GOAL24» и «Sports.ru» (период с июля 2018 по июль 2020 г.), что в общей сложности определило объем нашей выборки – 100 000 словоупотреблений. Чтобы в полной мере понять, какова специфика языка Telegram-каналов и в чем его отличие от литературной нормы, мы обратились к анализу художественных произведений. С целью получения максимально объективной картины мы взяли для сравнения произведение спортивной тематики – роман С. Белова «Движение вверх» (122 321 словоупотреблений). Для более детального рассмотрения трансформаций современного языка мы приняли решение сопоставить данные тексты с одним из центральных произведений русской классики – 1-м томом романа-эпопеи Л. Толстого «Война и мир» (109 428 словоупотреблений).



Это позволило нам увидеть некоторые изменения в функциональной системе русского языка с XIX по XXI в. и подтвердить выдвигаемую гипотезу о сокращении количества символов, необходимых для передачи смыслов.

Методика исследования заключалась в построении алфавитно-частотных словарей словоформ⁸, в которых фиксировались следующие количественные характеристики:

– абсолютная частота словоупотребления F (сколько раз данное словоупотребление – последовательность букв от пробела до пробела – встречается в выборке);

– относительная частота f (отношение абсолютной частоты словоформы – слово во всех видоизменениях – к общему количеству словоупотреблений);

– накопленная относительная частота f^* (какую часть текста занимает данное количество словоформ от начала списка);

– ранг i (порядковое число данной словоформы в словаре).

Изучение количественных показателей языка позволяет достаточно объективно судить о лексических, стилистических и грамматических особенностях большого массива медиатекстов. Так, авторы Telegram-каналов говорят с подписчиками на упрощенном языке, используя большое количество вводных слов, частиц и междометий, что характерно для разговорной речи. Тексты содержат много спортивных терминов. Проблематика ограничена результативностью игроков, трансфером и околоспортивными вопросами.

Можно заметить, что главной темой текстового массива являются продажи и переходы футболистов из одной команды в другую, их стоимость (причем выраженная в иностранной валюте: слово *евро* занимает 23-ю позицию и употребляется 292 раза в нашей выборке; непосредственно за ним следует сокращение *млн*, которое используется 277 раз; полная словоформа *миллионов* встречается в массиве текста 139 раз), а также выступления на чемпионатах. Об этом говорят часто

употребляемые словоформы: *сборной, контракт, клуб, Челси, матча, Реал, Сити, ПСЖ, команды, ЦСКА, клуба, матче, матччей, игроков*. Самым популярным футболистом, пользуясь полученными данными, можно считать Криштиану Роналду. Только его фамилия попала в топ-100 используемых словоформ. Это же видно из рассмотрения частотного словаря словосочетаний, фрагмент которого приведен ниже (таблица).

Терминологические слова специальной лексики (*сэйв, хавбек, голкипер*) превышают по частотности многие традиционно высокочастотные слова. Наблюдается постоянное цитирование материалов СМИ, обилие ссылок на сайты спортивных клубов и личные страницы журналистов, экспертов, спортсменов и тренеров в социальных сетях. Бросается в глаза бравирование связями в официальных структурах (клубах, комитетах, судейских коллегиях). Слова *спортсмен, футболист, главный тренер, пресс-атташе* как источники информации соседствуют с глаголами *сказал, сообщил, опубликовал, стало известно* и сопровождаются пометкой *официально*. Чрезвычайно характерна привязка ко времени, стремление точно передать обстоятельства происходящего: *наконец, вот-вот, прямо сейчас* – авторы оперирует фактами в режиме реального времени и стремятся быть максимально актуальными.

Показатель «богатства» языка Telegram-каналов, т. е. относительная величина активного словаря, которая определяется как отношение неповторяющихся словоформ к общему объему словоупотреблений данной выборки («индекс разнообразия» или *type-token ratio*⁹), равен 0.2178. Абсолютное сравнение этого показателя с литературными текстами (около 0.4–0.5) свидетельствует о чрезвычайной бедности языка, однако необходимо учитывать и то обстоятельство, что авторы стремятся за минимальный срок изложить большее количество сведений, поэтому говорят «телеграфным», максимально упрощенным языком. Ограничено и время, которое подписчики готовы потратить на чтение новостной ленты.

Алфавитно-частотный словарь словосочетаний

i	Словосочетание	F	f	f^*
1	Млн евро	159	0.000318	0.000318
2	Миллионов евро	92	0.000184	0.000693
3	Ранее сообщалось	44	0.000088	0.002746
4	Сборной России	44	0.000088	0.002834
5	Главный тренер	38	0.000076	0.003965
6	Млн фунтов	36	0.000072	0.004184
7	Чемпионата мира	31	0.000062	0.004847
8	Лиги чемпионов	26	0.000052	0.005798
9	Может перейти	25	0.000050	0.006100
10	Криштиану Роналду	23	0.000046	0.007006



Приведем диаграмму (рис. 1), которая характеризует показатель частотности словоформ, указывающий на «растяжение» словарей данных текстов и определяющий точки излома, в которых разделяются основная зона наиболее часто употребляемых языковых единиц, зона средних частот и наконец зона малоупотребительных.

График частотно-рангового распределения представляет собой гиперболу, тем более отходящую от прямой, чем менее структурирован текст. В диаграмме ряд 1 – закономерность распределения частоты слов в романе Л. Толстого «Война и мир», ряд 2 – в романе С. Белова «Движение вверх», а ряд 3 – в анализируемых нами Telegram-каналах.

По этому показателю тексты 1 и 2 в большей степени схожи, поскольку относятся к художественной литературе. Первые строчки в словарях словоупотреблений занимают предлоги, союзы и частицы: *в, и, не, на*. У Л. Толстого смыслодержательные слова появляются уже на 4-м ранге (*он*). Для сравнения: в текстах Telegram слово *он* появляется на 13-м ранге, в «Движении вверх» – лишь на 22-м. При этом С. Белов чаще пользуется группой словоформ, которые приходятся на высокие ранги (от 1-го до 6-го), куда за исключением служебных частей речи вошло местоимение *я*. Это указывает на принадлежность текста к художественной литературе и дает представление об особенностях построения предложений. Судя по искривлению графика, текст отличается большим разнообразием фраз, чем тексты спортивных Telegram-каналов, менее «заштампован» и более структурирован стилистически.

Для Л. Толстого характерно использование большого количества предлогов, частиц и союзов, связывающих сложносочиненные и слож-

ноподчиненные предложения. Уступая по числу используемых служебных частей речи «Движению вверх», «Война и мир» берет верх на 5–12-м рангах, где впервые появляется имя существительное (*князь*). В зоне средних частот графики 1 и 2 практически идентичны.

Авторы Telegram-каналов в большей степени используют формальные языковые конструкции. Смещение графика 3 вниз по ранговой координатной оси свидетельствует о менее разнообразном сочетании слов, редком использовании устойчивых фразеологических оборотов и сложных языковых конструкций. Эта группа текстов обладает меньшей стилистической структурированностью, т. е. менее организована и приближается к разговорной речи.

Следующий график (рис. 2) показывает интегральное (кумулятивное) распределение относительных накопленных частот и характеризует заполняемость текста, т. е. соотношение количества словоформ, которые занимают определенный объем выборки.

Telegram-каналы (ряд 3) используют наименьшее число словоформ, которые чаще употребляются, что свидетельствует о бедности языка и ограниченности их лексики. Стилистически текст в мессенджере строится не на структурированных словосочетаниях, определенного рода штампах и фразеологических матрицах, которые и в незначительном количестве словоформ позволяют выразить разнообразное содержание, а на более частом сочетании случайного характера. Такая хаотическая кластеризация характерна для языка современных электронных СМК, приближающихся к разговорному стилю.

Линия квантитативного соотношения накопленной частоты и ранга для романа «Движение

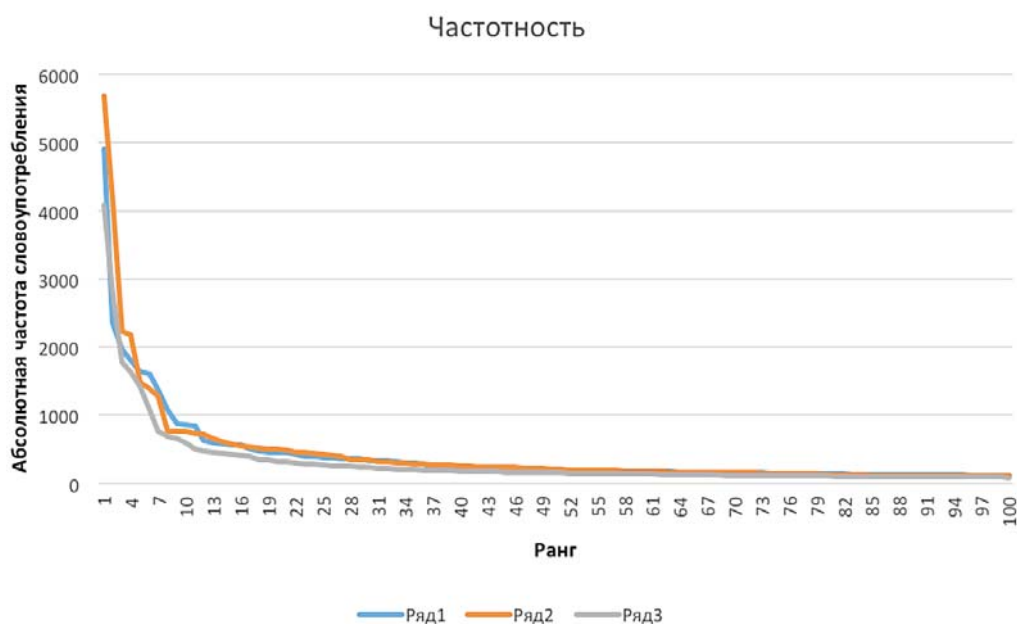


Рис. 1. Частотно-ранговое распределение (цвет online)

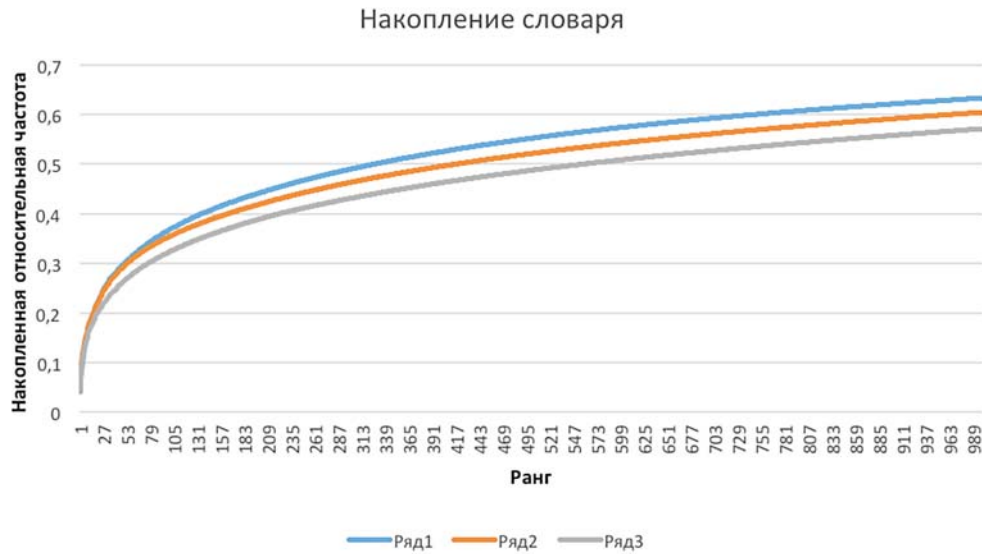


Рис. 2. Интегральное распределение относительных накопленных частот (цвет online)

вверх» (ряд 2) более пологая в зоне средних частот и в «хвосте», так как ограниченность рамки спортивной тематики не предусматривает большого лексического и композиционного разнообразия. Лидирующее положение на графике по праву занимает произведение бессмертной классики «Война и мир» (ряд 1). Богатейший лексический запас Л. Толстого дополняют и заимствования из французского языка.

Авторы Telegram-каналов склонны к публикации предположительной, вероятностной информации (*может, думают, возможно, по словам, по мнению, по слухам*).

Исследование на уровне длин слов и предложений показывает, что, в отличие от традиционных текстов СМИ, которые на стилистическом уровне стремятся к построению достаточно сложных синтаксических конструкций, современный язык мессенджеров функционален и прост. Он передает события однозначно, легко используя терминологическую лексику, которая у определенной группы читателей (спортсменов, болельщиков) переходит и в обиход. Несмотря на ограниченность словарного запаса авторов, широко используются тропы и фигуры речи: эллипсис (структурная неполнота конструкций) – *Подробности и фото – по ссылке*; парцелляция (разделение связного текста на несколько пунктуационно и интонационно самостоятельных отрезков) – *У нее бесконечно холодное лицо. Как тот лед в Пхенчхане*; метафоры: *завершились сразу три трансферных сериала, сборная в четвертьфинале Кубка Азии бьется с японцами*; эпитеты: *бомбическое интервью, фантастический рекорд, величайшие футболисты*.

В отличие от современных СМИ, Telegram сводит к минимуму связи, которые журналист пытается установить между событиями (*при этом, причем, в связи*). Авторы представляют

события и факты почти в конспективной форме, стремятся передать максимум информации, используя минимум слов и приемы «заигрывания» с читателем (*НАСКОЛЬКО ХОРОШО ТЫ ЗНАЕШЬ КАРЬЕРУ ПЕТРА ЧЕХА? Легендарный голкипер объявил, что нынешний сезон станет последним для него. Сможешь пройти тест по его блестящей карьере?*).

Следует предположить, что в новых медийных условиях формируется новая форма языкового взаимодействия – письменная разговорная речь¹⁰ (*ГООООЛ!!!!🔥*). Функцию интонационных конструкций в таком случае принимают на себя эмодзи и разнообразные способы графического оформления текстов. Для усиления эмоциональной окраски они чаще всего употребляются в сочетании с другими лексическими, стилистическими или синтаксическими приемами.

Итак, опираясь преимущественно на количественные показатели языка, мы выявили ряд особенностей современных медиатекстов в сравнении с литературными образцами. Для более полного рассмотрения языковой специфики представления информации в Telegram-каналах необходимо провести сопоставительный анализ контента данной платформы и интернет-СМИ, основываясь на качественных критериях.

Публикации в Telegram относятся к публицистическому стилю, языковые трансформации которого обусловлены особенностями новой коммуникационной платформы и спортивной тематики. С другой стороны, ряд тем находится в центре общественного внимания (личная жизнь и состояние здоровья спортсменов, ремонт и строительство стадионов), в этом случае используется общеупотребительная лексика.

Рассмотрим типичный материал, являющийся адаптацией текста с сайта Sports.ru для одноименного Telegram-канала. В оригинале это



аналитическое интервью журналиста Романа Муна со спортивным юристом Михаилом Прокopcом¹¹. При переносе на другую платформу контент претерпевает значительные (в несколько раз) сокращения и определенные трансформации. Хэдлиан «Кардифф» не хочет платить за Салу. Так можно, но есть детали остается неизменным, как и стилистика публикации в целом. Опубликованный на канале отрывок посвящен проблеме приобретения клубом футболиста, ставшего пассажиром пропавшего самолета. Пост в Telegram не претендует на наличие исчерпывающей информации, его цель – побудить подписчика перейти по ссылке и прочитать материал полностью.

По типу речи текст представляет собой повествование с элементами рассуждения. В нем выделяются две смысловые части, каждая заключена в соответствующем абзаце и начинается с вопроса, который затем поясняется и раскрывается. Завершается ознакомительный фрагмент фразой *Объясняет спортивный юрист* и гиперссылкой для перехода к интервью. На сайте данное предложение вынесено в лид. В корпусе текста оно расширяется: *Спортивный юрист Михаил Прокорец объяснил Sports.ru, что может случиться дальше*. Сложное, распространенное предложение подобной длины при использовании в Telegram, вероятнее всего, оттолкнуло бы подписчика.

Кроме традиционных эпитетов (*неудобный, но важный вопрос*) и метафор (*волна поисков*) используются риторические вопросы (*Что будет с его трансфером? Должны ли валлийцы платить за игрока, который погиб?*). С их помощью автор достигает своей цели – привлечь внимание читателя, заинтересовать и заставить прочитать материал целиком. В основном используется общеупотребительная лексика и нейтральный стиль с вкраплениями из высокого (*трагедия*) и сниженного (*придержаться*), встречаются специальные слова: *трансфер, нападающий, трани, дедлайн, премьер-лига*, названия клубов.

Текст является письменным и состоит преимущественно из сложных предложений, связанных цепным способом. Эта связь осуществляется при помощи следующих языковых средств: вводные слова (*кроме того*), лексические и синонимические повторы, союзы в начале предложений (*если*), замена слов местоимениями. Все предложения являются двусоставными, что позволяет передать максимум информации, которая трактуется однозначно. В тексте присутствует образ автора – беспристрастного журналиста.

Почти все посты в Telegram структурируются по одному принципу: сообщение представляет собой краткий блок, состоящий из заголовка и описания новости. Контент на большинстве популярных Telegram-каналов несложный: оригинальные изображения и видео, инфографика, новостные дайджесты, трансляции матчей и интерактивы

(тесты, онлайн-голосования). Популярностью также пользуются аналитические статьи, интервью, прогнозы, обзоры и рекомендации тематических Telegram-каналов, насчитывающих сотни тысяч подписчиков. Ориентация на «думающую» аудиторию указывает на принципиальную потребность в качественном контенте спортивной тематики среди существенной части пользователей. На смену «кликбейту» приходит «модель вовлеченного читателя», ориентированная на полноценное знакомство аудитории с текстом¹², что свидетельствует об определенном «оздоровлении» медийного пространства. Таким образом, в Telegram пользователь может получить гораздо больше информации, нежели в официальных источниках, причем в режиме реального времени и в самой доступной для восприятия форме. Тексты мессенджеров обладают высокой степенью креолизованности, но основное наполнение, как правило, составляет вербальный компонент. При всей ограниченности словарного запаса авторов язык мессенджера отличается максимальной информативностью и эмоциональной насыщенностью. Диалогичность, устно-письменная форма речи, тенденция к снижению лексики и экспрессивность обуславливают выбор авторами лингвистических и паралингвистических средств¹³. Повествование, как правило, ведется от первого лица, даже если канал анонимный. Преобладают простые предложения, однако в аналитических материалах достаточно часто встречаются сложные предложения и даже сложные синтаксические конструкции. Несмотря на отмеченное нами обилие терминов и наличие различных тропов и фигур речи, текст насыщен преимущественно разговорной лексикой. Контент мессенджера организуется с учетом интересов читателей и максимально соответствует клиповому сознанию современного человека¹⁴, для которого чтение – тяжелейший труд. В этой связи каналы в Telegram представляются формально-содержательной альтернативой спортивным СМИ, позволяющей современному автору находить заинтересованного читателя и предоставлять информацию в наиболее удобном для него виде.

Примечания

¹ См.: Коноплев Д. Telegram как новая среда коммуникации в СМИ и соцсетях // Знак. Проблемное поле медиаобразования, 2017. № 3. С. 198–200.

² См.: Солдаткина Я. Проблемы сегментации контента в СМИ и новые возможности мобильных мессенджеров // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение. Журналистика. 2018. Т. 23, № 3. С. 323–330. <https://orcid.org/10.22363/2312-9220-2018-23-3-323-330>

³ См.: Кириллов А. Трансформация жанра блога в программах обмена мгновенными сообщениями // Жанры речи. 2017. № 2 (16). С. 260–267. <https://orcid.org/10.18500/2311-0740-2017-2-16-260-267>



- ⁴ См.: *Горошко Е., Землякова Е.* Полиформатный мессенджер как жанр 2.0 (на примере мессенджера мгновенных сообщений Telegram) // *Жанры речи.* 2017. № 1 (15). С. 92–100. <https://orcid.org/10.18500/2311-0740-2017-115-92-100>
- ⁵ См.: *Коноплев Д.* Указ. соч.
- ⁶ См.: *Кириллов А.* Указ. соч.
- ⁷ См.: *Football's Digital Transformation. Growth opportunities for football clubs in the digital age* // PwC, Exozet. 2014. Р. 3. URL: <https://www.pwc.ru/ru/publications/football-digital-transformation.pdf> (дата обращения: 04.02.2021).
- ⁸ См.: *Алексеев П.* Методика количественной типологии текста : учеб. пособие. Л. : ЛГПИ, 1983. С. 3–4.
- ⁹ См.: *Тулдава Ю.* Проблемы и методы количественно-системного исследования лексики. Таллин : Валгус, 1987. С. 96.
- ¹⁰ См.: *Костадинов В., Базанова А.* Медиаконвергенция и языковые особенности интернет-пространства в современных условиях // *Вестник Российского университета дружбы народов. Серия : Литературоведение. Журналистика,* 2016. № 4. С. 139–146.
- ¹¹ См.: *Мун Р.* «Кардифф» не хочет платить за Салу. Так можно, но есть детали // *Sports.ru* : [сайт]. URL: <https://www.sports.ru/tribuna/blogs/innuendo/2323239.html> (дата обращения: 04.02.2021).
- ¹² См.: *Солдаткина Я.* Указ. соч.
- ¹³ См.: *Кириллов А.* Указ. соч.
- ¹⁴ См.: *Волкова И., Гужвий Д.* Интегративный подход к измерению эффективности контента в новых медиа : постановка проблемы // *Вестник Российского университета дружбы народов. Серия : Литературоведение. Журналистика.* 2017. Т. 22, № 3. С. 532–543. <https://orcid.org/10.22363/2312-9220-2017-22-3-532-543>

Поступила в редакцию 23.03.2021, после рецензирования 10.04.2021, принята к публикации 12.05.2021
Received 23.03.2021, revised 10.04.2021, accepted 12.05.2021