

Пешкова Н.П., Ибатуллина Н.С.
ОСОБЕННОСТИ ВОСПРИЯТИЯ И ИНТЕРПРЕТАЦИИ
СОВРЕМЕННОГО АНГЛОЯЗЫЧНОГО
ЮРИДИЧЕСКОГО ДИСКУРСА:
АДРЕСАТ = АВТОР (НА МАТЕРИАЛЕ МИКРОБЛОГА ТВИТТЕР)¹

*Башкирский государственный университет, Россия, Уфа,
peshkovanp@rambler.ru, talka@list.ru*

Аннотация. Обсуждаются результаты исследования проблем восприятия текста англоязычного юридического дискурса. Осуществляется анализ комментариев пользователей микроблога Твиттер к текстам о правах человека и законе с целью выявления базовых социально-культурных ценностей как автора, так и адресата. Анализ основан на принципах метода «встречного текста» в условиях естественной коммуникации. Делается вывод о том, что спецификой интернет-коммуникации как субъективно-оценочной, эмоциональной формы общения является доминирование в ней адресата, одновременно выступающего автором.

Ключевые слова: юридический текст; восприятие / понимание информации; метод «встречного текста»; оценочность; адресат; автор.

Поступила: 25.11.2021

Принята к печати: 24.01.2022

¹ Пешкова Н.П., Ибатуллина Н.С., 2022

Peshkova N.P., Ibatullina N.S.
**Peculiarities of perception of the modern English legal discourse:
recipient = author (based on the micro blog Twitter)¹**

*Bashkir State University, Russia, Ufa,
peshkovanp@rambler.ru, talka@list.ru*

Abstract. The article discusses the research into the addressee's perception of texts belonging to the English legal discourse. Comments on the texts about human rights and the law made by Twitter microblog users are analyzed with the purpose of revealing basic socio-cultural values of both the author and the addressee. The analysis applies the principles of the "counter text" method used in everyday communication. The conclusion is made that the specificity of Internet communication as a subjective-evaluative and emotional form is the dominating addressee playing the role of the author at the same time.

Keywords: Legal text; perception / understanding of information; method of "counter text"; evaluation; addressee; author.

Received: 25.11.2021

Accepted: 24.01.2022

Введение

Проблемы юридического дискурса привлекают многих исследователей-лингвистов (Л.А. Борисова, Н.Д. Голев, Е.А. Кожемякин, О.А. Крапивкина, И.В. Палашевская, Л.Е. Петрова и др.). Данный тип дискурса рассматривается с позиций социолингвистики, лингвокультурологии, прагмалингвистики, когнитивистики и других подходов. Можно отметить, что наиболее изученными являются социолингвистический и лингвопрагматический аспекты юридического дискурса.

Процессы восприятия и интерпретации современного юридического дискурса, выходящего за рамки прецедентных текстов, к которым Л.А. Борисова относит «кодексы, тексты Конституции страны, международные декларации» и др. [Борисова, 2016, с. 139], в интернет-коммуникации, до сих пор остаются малоизученными и, следовательно, не теряют своей актуальности.

Значимость проблемы восприятия и интерпретации текстов, составляющих юридический дискурс, участниками современной

¹ Peshkova N.P., Ibatullina N.S., 2022

интернет-коммуникации предопределяет постановку цели данного исследования.

Материал и методы исследования

Целью исследования, представленного в настоящей статье, является изучение специфики восприятия адресатом, не являющимся профессионалом в области юриспруденции, текстов юридического содержания, представленных в микроблоге Твиттер, на основе анализа интернет-комментариев на юридические тексты, продуцируемых адресатом указанного выше типа.

Исходя из главной цели исследования, его *объектом* являются тексты микроблога Твиттер, отобранные по поисковым запросам на присутствие в них юридических терминов *law* и *human rights*. Выбор запрашиваемых понятий обусловлен тем, что многие исследователи характеризуют базовые понятия «право» и «закон» как основные ценности человеческого общества, представленные в юридическом дискурсе [Попова, 2005, с. 22]. Все выявленные тексты содержат правовую тематику и используют юридические термины. Это дает основание полагать, что отобранный текстовый материал представляет собой *вторичный* текстовый репрезентант современного юридического дискурса.

Предметом нашего изучения являются особенности восприятия и интерпретации данного подтипа юридического текста, материально воплощенные в комментариях к данным текстам, представленных пользователями социальной сети Твиттер в самых разнообразных формах: от аргументации, объяснения, толкования до высказывания субъективного мнения и оценки. Все названные формы отражают механизмы и закономерности понимания письменных текстов современного юридического дискурса, который вышел за рамки юридических прототипических текстов в массмедийную среду Интернет.

Считается, что современное общество не мыслит жизни без социальных сетей, ставших его неотъемлемой частью. Эксперты *Brand Analytitycs* полагают, что «анализ публичных сообщений в социальных сетях позволяет выявлять основные тенденции развития социума в настоящее время и прогнозировать тенденции его развития в будущем» [Социальные сети ... , 2020]. По статистиче-

ским данным ежедневная аудитория пользователей социальной сети насчитывает 192 млн. пользователей. Каждый день выкладываются до 500 млн. твитов (5787 твитов в секунду [Ten twitter statistics, 2021]).

В нашем исследовании интернет-комментариев мы опираемся на основные принципы метода «встречного текста» А.И. Новикова [Новиков, 2003]. Следует отметить, что «комментарии, продуцируемые участниками интернет-коммуникации, мы рассматриваем как своего рода «встречный текст» [Новиков, 2003; Пешкова, 2018а; Пешкова, 2018б; Титлова, 2016; Титлова, 2017], возникающий в языковом сознании адресатов и затем материализованный в вербальной или невербальной, иконической форме. Однако в данном случае «встречный текст» продуцируется адресатом не в условиях эксперимента, а в процессах естественного общения [Титлова, 2016, с. 246]. Такой подход позволяет рассматривать в динамике те свойства интернет-текста, которыми наделил его автор, и одновременно наблюдать и выявлять особенности его восприятия адресатом.

При этом нужно отметить еще одну особенность, присущую интернет-коммуникации. Она заключается в том, что не все адресаты обращались непосредственно к тексту-оригиналу, или тексту-стимулу. Часть адресатов реагировала на тот или иной комментарий, продуцируя, скорее, комментарий к комментарию, а не к тексту-стимулу. Таким образом, адресат превращался в автора, стимулируя новых адресатов к продуцированию новых комментариев, поддерживая непрерывный поток текстопорождения, что и характеризует современную интернет-коммуникацию [Круглый стол ... , 2019].

Итак, в данной статье инструментом для исследования служит методика встречного «текста», разработанная А.И. Новиковым и получившая свое дальнейшее развитие в русле Уфимского и Пермского направлений Московской школы психолингвистики текста А.И. Новикова [Пешкова, 2018б]. Согласно «теории смысла», основы которой были заложены в ряде трудов А.И. Новикова с 1997 по 2003 г., адресат в процессах восприятия и понимания текста всегда активен, порождая в своём языковом сознании «встречный текст», или «контртекст», согласующийся с посту-

пающей информацией или вступающий с ней в конфликт [Новиков, 2003, с. 64].

Отметим также, что опыт применения принципов метода, названного выше, в естественной среде интернет-коммуникации уже имеется. Здесь следует сделать ссылку на диссертационное исследование А.С. Титловой, осуществленное на материале тестов микроблога, но не юридического типа [Титлова, 2017]. В нашем исследовании реципиенты текста-стимула, оставившие комментарии по поводу первоисточника информации, и «авторы», прокомментировавшие комментарии к первоисточнику, представляют собой естественную, а не специально организованную экспериментатором аудиторию испытуемых.

Обсуждение результатов исследования

На первом этапе нашего исследования мы провели количественный анализ выявленных индивидуальных реакций. Нами был отобран экспериментальный массив, включающий 1051 комментарий.

Существует мнение о том, что юридический дискурс не просто отражает базовые ценности человеческого общества, но и построен на их основе. Приведем следующую аргументацию данного тезиса. «Право функционирует в поле уже сформированных социальных отношений, значений и смыслов, используя те из них, которые эффективно используются в качестве инструментов контроля. Проблема поддержания систем социального контроля как цели юридического дискурса имеет отношение к ценностям культурных институтов» [Кожемякин, 2011, с. 131].

При проведении нашего исследования мы выявили ряд ценностей, которые мы подразделяем на те, которые выделяет и продвигает автор текста-стимула, и ценности, которые выявляет и интерпретирует адресат, комментирующий текст-стимул. В нашем исследовании мы рассматривали ценность как биполярную категорию, которой противопоставляется антиценность. Следовательно, мы смогли выделить и антиценности, противопоставляемые коммуникантами ценностям, выявленным в исследуемых текстах.

Так, в текстах о правах человека авторами заложены следующие ценности: *inclusion, justice, dignity, rights, human rights (global norms), union, free, equal, happy*.

Также в своих текстах авторы использовали и противопоставленные ценностям так называемые антиценности: *racism, racial superiority, abuse of human rights (human rights abuses / human rights attacks)*, в частности, *torture*.

Ряд ценностей, которые мы выявили при проведении анализа комментариев адресатов к текстам-стимулам о правах человека, оказался гораздо шире. Е.А. Кожемякин отмечает, что юридический дискурс, «разворачиваясь» в межинституциональной и межкультурной среде, «с одной стороны, основывается на ценностях и принципах таких культурных институтов, как политика, религия и экономика, но с другой стороны, он также “обслуживает” иные институты, формируя устойчивые и эффективные механизмы демаркации легитимного и нелегитимного, поддержки социального контроля, регулируя институциональные отношения» [Кожемякин, 2011, с. 132]. Так, мы обнаружили ценности, присущие непосредственно юридическому дискурсу, такие как: *law (adhere with law, rule of law, international human rights law); human rights (respect for human rights, basic human right (of privacy)), right (legitimate right, women’s rights), equal (equality, racial equality, equal opportunities (education)), justice, freedom (free, freedom of speech, freedom of human rights), individual sovereignty (personal sovereignty of the body), legitimate due process*.

Следует отметить, что поскольку юридический дискурс преследует цель нормирования и регулирования социальных отношений, то выявленные ценности принадлежат к общечеловеческим: *awareness, unity, harmony, inclusive, respect, dignity, diversity, anti-torture, protection, custom, democracy, happiness, love, affection, security, calmness, values (common values), development, humanity, fairness, principals, entities, (moral) credibility, moral authority, love, kindness, humanity, life (human life)*.

Нами также выявлены ценности, имеющие отношение к религии, такие как: *peace (peace (between gods and resources)), God*.

В юридическом дискурсе присутствуют и ценности, имеющие отношение к различным видам деятельности человека. Среди них, например, ценности, связанные с экономикой: *equal inclusion*

in global standard process of money creation, prosperity, money; ценности, присутствующие в политическом дискурсе: *freedom (free, freedom of speech, freedom of human rights)*. Мы обнаружили ценности, которые относятся к экологическому и медицинскому дискурсам: *environment (nature, sustainability, water)*; *(mental) health*.

Как уже отмечалось, в процессе проведения анализа комментариев мы выявили антиценности, количество которых оказалось еще большим, чем количество выделенных адресатами ценностей. Мы также смогли упорядочить ряд антиценностей в зависимости от того, к какому типу дискурса они принадлежат.

Ниже приведем ряд антиценностей, которые, несомненно, принадлежат юридическому дискурсу: *violation of law (abuse), crimes against humanity (enslaving; sex, human and drug trafficking, torture (psychological torture, physical and mental torture), inhumane act, rape, massacre, thrashing, (illegal) detention (incarceration), child abuse (child separation, isolating babies from their parents, ripped children, stolen children, jailing babies, children in cages, child detention) и m.д.), killing (maiming, elimination of people, bombing, massacring, murder, slaughter), (domestic) violence*; *violation of rights (strip of rights), human rights abuses = breach of human rights (human rights violation, poor human rights situation, attacks on women rights, right to protest for human rights, kidnapping, sexual assault)*; *racism (discrimination, attacks on immigrants)*; *crime (war crime), terror, laws that repress freedom*.

Были выявлены и антиценности, противопоставляемые ценностям экономического дискурса: *illicit financial flows, sanctions, high tax, no welfare, money, corruption, foundational inequity of money creation*. Мы обнаружили антиценности, противостоящие ценностям экологического дискурса: *disasters (flood, drought, havoc)*.

Можно привести примеры антиценностей, составляющих оппозицию ценностям политического дискурса: *dictator, interfere in elections, invasion, refugees, genocide, war (conflict, war crime), colonialism, nepotism, invading countries*. В комментариях адресатов присутствуют антиценности, противоречащие религиозным ценностям: *superior religion, atheist, deaths, discrimination, gender bias*. Называются антиценности медицинского дискурса: *no medicine, human experiments*. В некоторых комментариях адресаты отнесли к

антиценностям *feminism*. Нельзя не отметить, что в феминистском дискурсе это является ценностным понятием.

В противопоставление общечеловеческим ценностям мы выявили следующие антиценности: *social problems, horrible treatment of people, hate, differences, poverty, intolerance, prejudice, hatred, biological difference, damage, hypocrisy, war, slavery, fascism, high prison population, displacing millions, ban for transgenders in the Army, friction, parental alienation*.

При исследовании текстов о законах мы также выявили ценности, которые выделяет автор текста-стимула, и ценности, выделяемые адресатом, дающим комментарий к тексту-стимулу. Были выявлены и антиценности, которые коммуниканты противопоставляют выявленным ценностям в анализируемых текстах.

Так, авторы закладывают в содержание своих текстов следующие ценности: *law enforcement* (как органы, которые приведут ситуацию в порядок, норму), *life (of an innocent man)*. Авторы также упоминают и некоторые антиценности: *crime, killing* (в частности, *shooting, stealing*).

В процессе исследования встречных реакций к текстам-стимулам мы обнаружили следующие ценности, называемые адресатами: *law enforcement, police* как средство достижения *operational effectiveness, morale; rule, better life, public safety, money, food, morals, health, liberties, virtue, freedom, morality, legality, truth, right to appeal, compassion, legit, life (of an innocent black man), justice, equality (equal sentences for black and white people committed similar crimes), culture, overhaul of the system, happiness, well-being*.

При анализе комментариев адресатов к текстам-стимулам были выделены следующие антиценности: *murders, crime, robberies, shootings, burning, looting, massive violence, smashing businesses up, lie, poverty, unemployment, public disorder, antisocial behavior, leftist lurch (billionaires make massive profits, ordinary Americans lose their jobs), racism (white privileges), killing, shooting, atrocities, inequality (unequal sentences), (tragic) death, broken system, poverty, Black Codes, Pig Laws, slavery, injustice, thief*.

Как видно из приведенных примеров, выявленные ценности как принадлежат общечеловеческим ценностям (например, *better life, morale, culture, virtue, compassion, food, truth*), так и относятся к различным сферам деятельности человека: экономической

(*money, well-being*); политической (*freedom, overhaul of the system*); медицинской (*health*). То же самое можно сказать и о выявленных антиценностях.

Следует отметить, что ряд ценностей и антиценностей адресатов шире, чем таковые, заложенные автором. Однако количество ценностей и антиценностей, выявленных в комментариях к текстам о правах человека, сильно превышает количество ценностей и антиценностей, упоминаемых в текстах о законах. Мы также можем сделать вывод о том, что ценности и антиценности во всем исследуемом корпусе текстов (и в текстах о правах человека и в текстах о законах) представлены одинаковыми категориями.

Следующим этапом нашего исследования стало проведение качественного анализа полученных реакций с привлечением основных принципов методики «встречного текста». Прежде всего, нужно отметить следующее. Из всех реакций, выявленных в анализируемых комментариях, 410 (39%) можно охарактеризовать как комбинированные, т.е. представляющие собой сочетание двух и более реакций; 637 реакций (61%) – как одиночные. В нашем случае изучения интернет-комментария этот вид вербальных реакций для адресатов информации становится основным. Среди одиночных реакций несомненным лидером является реакция «оценки», которая встречается 285 раз (44,7%). Реакций «оценочного мнения» было выявлено 160 (25,1%), следом идут реакции «мнения» – 76 (11,9%) и «побуждения» (7,5%).

Можно отметить, что среди выявленных нами в ходе качественного и количественного анализа комбинированных реакций преобладают сочетания различных видов реакций с оценкой и мнением. Из общего количества реакций 125 (30%) приходится на сочетания разных видов реакций с «оценкой» и «мнением», в 107 (26%) реакциях присутствует «оценка», в 91 (22%) реакции присутствуют «оценка» и «оценочное мнение». Как можно видеть, сочетания реакций с «мнением» и «оценкой» и только с «оценкой» примерно равны в количественном отношении.

На следующем этапе мы провели количественный подсчет реакций на предмет выявления самой частотной реакции среди всех выявленных типов и установили, что реакция «оценка» является несомненным «лидером». Количество реакций «оценки» «в чистом виде» или в сочетании с какими-то другими реакциями составило

609 реакций – 58% от общего числа реакций. Реакция «оценочное мнение» является второй по частотности после оценки. Количество реакций оценочного мнения «в чистом виде» или в сочетании с какими-то другими реакциями составило 305 реакций – 29% от общего числа реакций. Следующей по частотности встречающихся реакций в исследуемом материале идет реакция «мнения», которая встречается 229 раз, что составляет 22%. Реакция «побуждение», которая была представлена двумя разновидностями – «призыв» и «предложение», встречается 200 раз (19%).

Поскольку реакция «оценка» является самой частотной среди выявленных реакций, представляется необходимым описать лингвистические средства репрезентации данного типа реакции.

Во-первых, «оценка» может иллюстрировать как ситуацию в целом, так и определенный ее аспект. В следующем примере оценивается ситуация в целом через иллюстрацию примерами: «No government attacks human rights more consistently, comprehensively & systematically than the government of #China. Just imagine if global norms become the ones shaped by them». – *Nicaragua has been doing a great job of killing, kidnapping, torturing and hunting down those who want human rights and freedom of speech.*

Ниже приводится пример оценки определенного аспекта, например: «Every day, in our work across the world, we strive to do our part to promote inclusion, justice, dignity and combat racism in all its forms» – *Great job.*

Во-вторых, «оценка» может быть явной (или эксплицитной) и скрытой (или имплицитной). Так, в ходе проведенного анализа реакций установлено, что для эксплицитной «оценки» характерны:

- эллиптические предложения, например: *Justice. ...Distraction.*
- короткие простые предложения, не требующие дополнительного декодирования смысла: *That was cool.*
- эпитеты, например: *...failed administration...horrible treatment.*
- сравнения, к примеру: *...she is white and an ex-cop a black man.*
- противопоставления: *Murders in some cities are growing, but violent crime is falling year on year.*
- неполнота синтаксических конструкций:

1) эллипсис, способствующий динамичности и сжатости речи, характерен для выражения эксплицитной оценки, например:

– *Should be very short speech!* (пропущено сказуемое, которое легко восстанавливается по смыслу)

– *Sad.*

2) парцелляция – такое членение предложения, при котором содержание высказывания реализуется не в одной, а в двух или нескольких интонационно-смысловых речевых единицах, следующих одна за другой после разделительной паузы: *Murderess ...good for her.*

3) умолчание – прерванное высказывание, дающее возможность размышлять, домысливать: *Very weird case here...*

4) инверсия – нарушение прямого порядка слов: *Sheer frustration more like... Laws do have loopholes.*

5) градация – расположение слов, выражений по возрастающей или убывающей значимости, например: *Burning stuff, smashing businesses up, looting, shooting, massive violence.*

Исходя из проведенного анализа реакций, можно сказать, что для скрытной (или имплицитной) «оценки» характерны:

- вопросительные предложения, которые выражают имплицитное отрицательное отношение: *Do you check facts before publishing?.. So the keys to the door were identical?*

- высказывание, содержащее иронию – тонкую насмешку, употребление в смысле противоположном прямому: *Is this some type of a new comedy??Pompous Pompeo about human rights is beyond ironic.*

- высказывание, содержащее сарказм – едкую язвительную насмешку: *Our fearless lea^{der}gods never lie.*

- пресуппозиция – знания, относящиеся к данной конкретной ситуации, которыми владеют говорящие, в нашем исследовании, комментирующие. *What happened to «affluenza» teen Ethan Couch?* (У него не было ни ролевых моделей, ни границ, когда он рос. Он был освобожден после совершения большого количества преступлений).

- идиоматические выражения, например: *Words are cheap and only wind... Is it swamp water?*

- интертекстуальность: *Enough is enough. It's the political theatre... Way to stir the pot...*

Выявленные реакции и сочетания реакций разнообразны, как и их количественный показатель. Как предположил А.И. Новиков, «эти показатели характеризуют виды реакции по их степени существенности в процессе восприятия текста» [Новиков, 2003, с. 69] пользователями, оставляющими комментарии к твиту или комментариям к комментарию.

Нас интересует существенность содержательная, описывающая виды реакций с качественной стороны. Для этого мы распределили их по двум группам: содержательные и смысловые (релятивные). Содержательных реакций, которые соотносятся непосредственно с содержанием текста, было выявлено всего 13%. Смысловых или релятивных реакций, которые «создают определенное эмоционально-аксиологическое поле, установки и интенции, что в итоге формирует адекватный образ содержания текста» [Новиков, 2003, с. 69], было выявлено 87%, что свидетельствует о том, что интернет-коммуникация, безусловно, является субъективным и эмоциональным пространством взаимодействия коммуникантов.

Заключение

В заключение можно еще раз отметить, что современная интернет-коммуникация является субъективно-оценочной, эмоциональной формой общения, в котором доминирует адресат с его комментариями или к тексту-оригиналу, или же к тексту-комментарию, одновременно выступающий и автором. Таким образом, участники интернет-коммуникации постоянно находятся в процессе смены одной роли на другую, иными словами, в интернет-общении адресат = автору, что и составляет во многом специфику данного вида коммуникации.

Необходимо также отметить еще одну особенность, связанную с изучением юридического дискурса, а именно: с присутствием в составляющих его текстах тех или иных видов ценностей, общечеловеческих, общекультурных или же имеющих отношение к определенным видам деятельности человека. Эта особенность заключается в том, что количество ценностей и антиценностей, выявленных в комментариях адресатов-авторов к текстам о правах человека, намного превышает количество ценностей и антиценностей,

обозначаемых адресатами-авторами в комментариях к текстам о законах. При этом все выявленные ценности, связанные как с законом, так и с правами человека, представлены одинаковыми категориями, принадлежащими не только «чисто» юридическому дискурсу, т.е. не только данной профессиональной области, но и другим видам дискурсивного пространства, а значит, и другим сферам профессиональной деятельности человека.

Список литературы

- Борисова Л.А.* Юридический дискурс : основные характеристики // Язык, коммуникация и социальная среда. – Воронеж , 2016. – С. 133–151.
- Карасик В.И.* О типах дискурса // Языковая личность : институциональный и персональный дискурс : сб. науч. тр. – Волгоград, 2000. – С. 5–20.
- Кожемьякин Е.А.* Юридический дискурс как культурный феномен : структура и смыслообразование // Юрислингвистика – 11 : право как дискурс, текст и слово : межвуз. сборник науч.тр. – Кемерово , 2011. – С. 131–145.
- Круглый стол по проблеме гипертекста «Гипертекст – II» // Профессиональная картина мира : кросс-культурный диалог : материалы Международной научно-практической конференции. Москва , 22–23 ноября 2019 г. / под ред. Е.Ф. Тарасова. – Москва : Агентство социально-гуманитарных технологий, 2019. – С. 324–336 с.
- Новиков А.И.* Текст и «контртекст» : две стороны процесса понимания // Вопросы психолингвистики. – 2003. – № 1. – С. 64–70.
- Пешкова Н.П.* Особенности восприятия информации в форме текста в новых условиях (из опыта экспериментальных исследований) // Вестник Московского государственного областного университета. Серия Лингвистика. – 2018а. – № 5. – С. 54–62. – DOI: 10.18384/2310-712X-2018-5-54-62. – URL: <https://vestnik-mgou.ru/Articles/View/12739>
- Пешкова Н.П.* Проект «Психолингвистика текста. Текст и его смысл : региональные исследования в русле школы А. И. Новикова» // Вопросы психолингвистики. – 2018б. – № 36. – С. 168–181.
- Попова Л.Е.* Юридический дискурс как объект интерпретаций. Семантический и прагматический аспект : автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Краснодар , 2005. – 22 с.
- Социальные сети в России : цифры и тренды, осень 2019 // Brand Analytics. – URL: <https://br-analytics.ru/blog/social-media-russia-2019/> (дата обращения: 07.05.2020).
- Титлова А.С.* Микроблог как вид интернет-текста : аспект понимания : автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Уфа , 2017. – 23 с.
- Титлова А.С.* Микроблог : психолингвистические параметры процесса коммуникации // Теория и практика языковой коммуникации : материалы VIII международной научно-методической конференции. – Уфа : УГАТУ, 2016. – С. 246–250.

Ten twitter statistics // Oberlo. – URL: <https://www.oberlo.com/blog/twitter-statistics> (дата обращения 14.11.2021).

References

- Borisova, L.A. (2016). Legal discourse: general characteristics. *Language, communication and social environment*, 14, 133–151.
- Karasik, V.I. (2020). On the types of discourse. *Language identity: institutional and personal discourse*, 5–20.
- Kozhemjakin, E.A. (2011). Legal discourse as a cultural phenomenon: structure and sensemaking. *Juridical linguistics*, 11, 131–145.
- Nesterova, N.M., Peshkova, N.P., Sergijenko, P.I., Chilingir, E.J., Shlyakhov, V.I. (2019). Round table on the problem of hypertext “Hypertext – II”. *The professional worldview: cross-cultural dialogue*, 324–336.
- Novikov, A.I. (2003). Text and “counter-text”: two sides of the comprehension process. *Journal of psycholinguistics*, 1, 64–76.
- Peshkova, N.P. (2018a). Specific features of perceiving information in the text form under new conditions (results of some experimental research). *Bulletin of the Moscow Region State University, Series: Linguistics*, 5, 54–62. DOI: 10.18384/2310-712X-2018-5-54-62. Retrieved from: <https://vestnik-mgou.ru/Articles/View/12739>
- Peshkova, N.P. (2018b). The project: “Text psycholinguistics. Text in its sense: regional investigations of the A.I. Novikov School”. *Journal of psycholinguistics*, 36, 168–181.
- Popova, L.E. (2005). *Legal discourse as an object of interpretation. Semantic and pragmatic aspect* (Unpublished doctoral thesis). Kuban State University, Krasnodar.
- Social networks in Russia: figures and trends* (autumn, 2019). Brand Analytics. Retrieved from <https://br-analytics.ru/blog/social-media-russia-2019/>
- Titlova, A.S. (2017). *Microblog as a type of internet-text: understanding* (Unpublished doctoral dissertation thesis). Ufa.
- Titlova, A.S. (2016). Microblog: psycholinguistic parameters of communication process. *Theory and practice of linguistic communication*, 246–250.
- Ten twitter statistics*. (2020). Oberlo. Retrieved from <https://www.oberlo.com/blog/twitter-statistics>