

## ЯЗЫКОЗНАНИЕ

Научная статья  
УДК 81'33  
DOI 10.18101/2686-7095-2024-4-3-11

### АКСИОЛОГИЧЕСКАЯ И КОММУНИКАТИВНАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ ТЕКСТА В ПАРАДИГМЕ ЦИФРОВОЙ РЕАЛЬНОСТИ

© Остапенко Светлана Валерьевна  
соискатель,  
Алтайский государственный университет  
Россия, 656002, г. Барнаул, ул. 1905 года, 25  
ostapenk0svetlana@yandex.ru

**Аннотация.** В статье исследуется аксиологическая и коммуникативная трансформация статуса текста в современной цифровой реальности. В русской культуре и литературе XIX в. текст воспринимался как культурно-аксиологическая доминанта, а творчество и рефлексия посредством текстопорождения выступали знаком духовной деятельности личности и ее взаимодействия с миром. С развитием компьютерно опосредованной коммуникации ценностный статус и стратегии порождения текста изменились с фокусом на оптимизацию семантики и структуры. Автоматическая генерация текста, являясь следующим этапом в трансформации коммуникативных стратегий, максимально отчуждает текст от субъекта речевой деятельности. Искусственный текст сочетает естественный язык и машиночитаемый код, демонстрируя автогенерацию, масштабируемость, интерактивность и мультимодальность. Его можно рассматривать как лингвосомиотический объект, обладающий семантической полнотой, логичностью и референциальностью, однако он лишен индивидуальной творческой природы и информационной ценности и, являясь результатом усреднения больших текстовых данных, теряет культурную значимость. Несмотря на эти ограничения коммуникативный потенциал искусственного текста в цифровом дискурсе растет, отражая сдвиг в сторону взаимодействия человека и машины в постгуманистической культуре.

**Ключевые слова:** авторство, текст, Homo Scriptor, автоматическая генерация текста, оптимизация, искусственный текст, коммуникативная стратегия автогенерации, лингвистика текста, текст в постгуманизме.

#### Для цитирования

*Остапенко С. В.* Аксиологическая и коммуникативная трансформация текста в парадигме цифровой реальности // Вестник Бурятского государственного университета. Филология. 2024. Вып. 4. С. 3–11.

#### Введение

В русской культуре и литературе XIX в. художественный текст рассматривался одновременно как эстетический и сакральный феномен. В пушкинской мифологии автор воспринимался как «сосуд» божественной воли и репрезентирован в художественном пространстве пушкинской лирики в образе поэта-пророка [2; 6]. В дальнейшем в русской литературе феномен «авторства» как способность к твор-

ческой рефлексии посредством текста становится признаком растущего самосознания персонажа (Поприщин у Н. В. Гоголя, Макар Девушкин, «мечтатель», Нечка Незванова, подпольный парадоксалист у Ф. М. Достоевского).

Рецепция способности к созданию текста в концепции Homo Scriptor, сформулированной М. Л. Эпштейном, отражает глубокую связь индивида с языком и письмом. Исследователь видит «скрипторику» в качестве новой научной дисциплины, осуществляющей рецепцию философско-культурных аспектов письма, с помощью которой утверждается особый статус письма как духовной деятельности человека и способа взаимодействия с миром через текст [13].

В современной культуре, характеризующейся постгуманистическими чертами, статус текста меняется: возникает проблема все большего отчуждения его от творческой воли человека. Наивысшей формой проявления такого отчуждения выступает искусственный текст, созданный не человеком, а программным алгоритмом. Сфера искусственного текста расширяется, захватывая не только области коммерческого копирайтинга и медиакommunikации, но и сферу литературно-художественного творчества<sup>1</sup>. Интернет-дискурс инициировал изменения в функционировании текста, связанные не только с переводом его в цифровой формат, но и с трансформацией процессов текстопорождения и традиционной парадигмы функционирования текста. В связи с этим возрастает актуальность исследования аксиологической и коммуникативной трансформации текста в парадигме цифровой реальности.

*Целью* исследования является исследование коммуникативных стратегий трансформации текста в компьютерно опосредованном дискурсе и их влияние на изменение коммуникативно-речевых практик, текстовой структуры и лингвокультурной составляющей текста как аксиологической единицы.

В рамках указанной цели решаются следующие *задачи*:

- характеристика стратегии оптимизации в аспекте лингвистики текста;
- описание генерации текста как новой коммуникативно-речевой практики интернет-дискурса;
- исследование структурно-коммуникативных и лингвокультурных аспектов функционирования искусственного текста как продукта генерационных стратегий.

Рецепция феномена трансформации стратегии текстопорождения в цифровой реальности осуществляется с опорой на теоретико-методологические принципы компьютерной лингвистики, прагмалингвистики, трансформационной грамматики Н. Хомского, концепции текста в эпоху постмодерна. Новизна применяемых подходов заключается в том, что феномены оптимизации и автоматической генерации текста впервые рассмотрены в контексте новых коммуникативных практик текстопорождения, трансформирующих традиционные процессы порождения и

---

<sup>1</sup> Экспансия искусственного текста в сферу литературного творчества ознаменовала появление художественных произведений, написанных нейросетевыми алгоритмами, а также возникновение нейросетей, генерирующих художественный текст (например, генератор Midjourney AI). К первым можно отнести мемуары «I the Road» (2018) Росса Гудвина, книгу «Обеденная депрессия» (2019) Джулии Джой Раффел, сборник «Пытаясь проснуться» (2022), написанный Павлом Пепперштейном и его цифровым двойником Нейро Пепперштейном.

функционирования текстов. Практическая значимость исследования связана с возможностью использовать его выводы для лингвистического анализа новых стратегий коммуникативного взаимодействия в цифровой среде.

*Материалы и методы исследования.* В соответствии с целями и задачами исследования в работе использованы методы исследования и систематизации научных источников по теме исследования с обобщением результатов применительно к проблеме трансформации стратегий текстопорождения в цифровой коммуникации; метод лингвопрагматического анализа для изучения коммуникативно-речевых стратегий порождения текста в цифровой реальности; метод лингвистического анализа оптимизированного цифрового текста и искусственного текста для выявления их формальных и коммуникативно-речевых особенностей; прием аксиологического анализа искусственного текста в контексте генерационных стратегий.

*Материалом* для выявления коммуникативно-речевых стратегий текстопорождения в цифровой среде послужили оптимизированные и искусственно сгенерированные тексты как факты коммуникативной интернет-практики, используемые в научном, коммерческом и медиадискурсе.

#### **Результаты**

В цифровой реальности на первый план выходит стратегия оптимизации текста, под которой понимается процесс улучшения поисковой выдачи источника при обращении к нему пользователя. В англоязычной литературе для обозначения данного процесса используется термин «SEO», что в переводе на русский язык обозначает «поисковая оптимизация» (Search Engine Optimization). В настоящее время термин «seo-текст» стал функционировать в русскоязычном научном дискурсе [4]. Оптимизация выступает как механизм продвижения текста и его приоритезации при поиске информации в интернете. Оптимизация обеспечивается встроенными функциями поисковых систем, работающими на основе механизма релевантности запроса содержанию информации, найденной в открытых цифровых источниках.

Структура seo-текста помимо технических аспектов продвижения его содержания связана с лингвистикой текста (его семантикой, синтактикой и прагматикой) в аспекте его адаптации под нужды адресата. Конечная цель такой адаптации состоит в повышении коммуникативной эффективности текста.

В аспекте лингвистики текста оптимизация цифрового текста включает:

1. Анализ семантического ядра текста, включающий определение ключевых слов, а также их синонимов (анализ скрытой семантики).
2. Вычисление плотности ключевых слов, а также их распределения по тексту для подбора оптимальной доли ключевой лексики и исключения так называемой «заспамленности».
3. Анализ содержательно-структурных аспектов текста. К ним можно отнести композиционные особенности, включая членение на абзацы, маркировку структуры заголовками и подзаголовками, использование списков; наличие гипертекстовых структур, например, «перелинковки» текста с помощью внутренних и внешних ссылок как инструментов навигации по содержанию; формальные параметры текста (количество слов, средняя длина предложений, процент так называемой «воды», то есть соотношения стоп-слов и семантически значимых лексических единиц и проч.).

4. Анализ прагматики текста для выявления единиц метаописания, которые используются поисковыми системами для отбора и ранжирования веб-ресурсов, предлагаемых пользователю.

Таким образом, в интернет-дискурсе процессы оптимизации выступают как значимая коммуникативная стратегия, влияющая на эффективность функционирования текста и репрезентацию его содержания для субъекта. Автоматизация процесса текстового анализа повысила скорость создания seo-текста и актуализировала процессы коммуникативной конкуренции между одинаковыми по содержанию, но различными по параметрам оптимизации текстами.

Автоматическая генерация текстов выступает следующей ступенью в процессах изменения коммуникативных стратегий порождения цифрового текста. Оптимизация текстовых структур повысила формальную параметризацию текстов, выявив их значимость для технической составляющей интернет-дискурса. Затем появились проекты обучения компьютерных алгоритмов созданию текстов на естественном языке по заданным параметрам. В эти критерии автоматически встраивалась не только грамматическая и смысловая связность, но и оптимизация структуры сгенерированного текста. В настоящее время феномен автоматической генерации текста является фактом коммуникативной практики и используется для создания цифровых текстов различной направленности и тематики.

Под автоматически сгенерированным текстом (или текстом, созданным с помощью искусственного интеллекта, нейросети, искусственным текстом) следует понимать речевое произведение, созданное с помощью специальных алгоритмов или программных генераторов на основе закономерностей естественного языка [1; 3]. Несмотря на повышение значимости автоматически сгенерированных текстов в пространстве интернет-коммуникации однозначного ответа на вопрос о том, насколько увеличилась их доля по сравнению с естественными за последние годы, не существует. Основным источником таких сведений выступают опросы общественного мнения, которые не отличаются надежностью, а также данные, полученные в ходе исследования системами проверки уникальности текстов студенческих научно-исследовательских работ. Так, согласно опросу НИУ ВШЭ, проведенному осенью 2023 г., доля индивидов, имеющих опыт использования нейросетей для генерации текстов или изображений (процентов от численности опрошенных в возрастных группах), составила только 8% общего числа опрошенных<sup>1</sup>. Как отмечает издание «Сnews» со ссылкой на представителей системы «Антиплагиат», весной 2024 г. примерно 20% работ студентов РФ имели следы использования искусственного интеллекта. Доля таких работ в разных университетах колебалась от 2 до 58%<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> Кто создает тексты и изображения с помощью ИИ // Бюллетень «Цифровая экономика». Экспресс-информация / НИУ «Высшая школа экономики». Институт статистической информации и экономики знаний: сайт. URL: <https://issek.hse.ru/mirror/pubs/share/904851575.pdf> (дата обращения: 15.09.2024). Текст: электронный.

<sup>2</sup> «Антиплагиат»: каждая пятая работа российских студентов имеет следы ИИ // Интернет-портал «Сnews»: сайт. URL: [https://www.cnews.ru/news/line/2024-07-24\\_antiplagiat\\_kazhdaya\\_pyataya](https://www.cnews.ru/news/line/2024-07-24_antiplagiat_kazhdaya_pyataya) (дата обращения: 15.09.2024). Текст: электронный.

Увеличение доли автоматически сгенерированного контента в общей массе текстов, функционирующих в пространстве цифровой коммуникации, обуславливает и развитие коммуникативных стратегий автоматической текстогенерации, которые становятся фактором формирования текста нового типа. К наиболее значимым коммуникативным стратегиям создания текста с помощью систем автоматической генерации можно отнести:

1. Автоматизацию коммуникативно-речевых задач, связанных с созданием текстов типовой структуры (например, информационных или коммерческих).
2. Автоматическое размножение одного текста с целью получения множества текстовых произведений для различных каналов интернет-дискурса.
3. Параметризацию текста, который предстает как набор лингвистических и экстралингвистических характеристик, отвечающих целям текстопорождения.
4. Прогнозирование содержания и эффективности текста, который соответствует коммуникативным ожиданиям субъекта.
5. Формализацию процессов создания и редактирования текста, превращающую активного субъекта речевой деятельности в оператора программного алгоритма.
6. Относительную независимость содержания и качества текста от языкового и коммуникативного опыта субъекта, «надличный» характер, лишенный ярко выраженных индивидуально-авторских черт.
7. Возможности экспериментирования с содержанием и стилем текста, находящиеся вне зоны коммуникативной ответственности субъекта.

Будучи разновидностью цифрового текста, искусственный текст обладает следующими характеристиками:

- двуединая система кодировки, в которой соседствуют коммуникативный код естественного языка и машиночитаемый формат представления данных;
- возникновение и функционирование в рамках взаимодействия человека и интерфейса машины и (или) программно-аппаратных средств (например, «умный» поиск информации, интернет вещей, голосовые ассистенты и чат-боты);
- автоматическая генерация и обусловленные этим фактором высокие темпы производства;
- масштабируемость как способность к неограниченному производству текстов большого объема на заданные темы;
- интерактивность, понимаемая как релевантность запросу пользователя в ситуации коммуникации человека и компьютерного алгоритма;
- мультимодальность, основанная на сочетании различных типов семиотических ресурсов (вербальный текст в письменной форме в генераторах текстов, вербальный текст в устной форме в голосовых помощниках / ассистентах, невербальные компоненты сообщения — гиперссылки, аудио- и видеоконтент в «умных» системах голосового поиска).

Обладая двуединой кодовой природой, искусственный текст может быть рассмотрен как лингвосемиотический объект с точки зрения его семантики, синтактики и прагматики. Предложенный подход соответствует концепции приемлемости текста (*linguistic acceptability*), разрабатываемой в русле теории трансформационной порождающей грамматики Н. Хомского (для системы есте-

ственного языка в формальном аспекте). Согласно взглядам Н. Хомского в речевой деятельности следует различать приемлемость (linguistic acceptability), компетентность (linguistic competence) и производительность (performance). Приемлемость связана не с осведомленностью субъекта коммуникации в правилах языка (linguistic competence), а с производительностью — фактической способностью использовать язык как средство коммуникации. В этом аспекте приемлемость противопоставляется грамматичности, выступающей как инструмент создания речевых конструкций, соответствующих системе грамматических правил языка или отклоняющихся от нее [10; 11]. Таким образом, проводится разграничение грамматически правильного и осмысленного высказывания как основа для развертывания основных положений концепции приемлемости. Вкратце их можно свести к следующему:

- «приемлемое» высказывание обладает осмысленным содержанием, отличается семантической полнотой, непротиворечивостью, логичностью, определенной референтной отнесенностью (аспект семантики);
- «приемлемое» высказывание грамматически корректно, при этом грамматическая правильность коррелирует со смысловыми аспектами, хотя грамматическая система потенциально обладает рекурсивно бесконечной способностью к порождению новых конструкций (уровень синтактики);
- «приемлемое» высказывание сочетает оба указанных ранее свойства, обеспечивая когезию и когерентность текста, а также достижение коммуникативного эффекта понимания.

Подход к анализу искусственного текста с позиции теории трансформационной порождающей грамматики позволяет обнаружить его лингвосемиотическое сходство с естественными высказываниями и рассматривать его в одном ряду с текстами, являющимися продуктом речевой деятельности человека.

При этом относительная независимость автоматической текстогенерации от человеческого фактора приводит к феномену отчуждения текста от речевой деятельности субъекта, что в целом соответствует тенденции к формированию постгуманистической парадигмы в познании.

### **Заключение**

Традиционный текст, имеющий деятельностьную природу, предстает как процесс и продукт речевой деятельности, включающий три компонента: мотивационно-целевой, операциональный и результативный. При автоматической текстогенерации присутствует только первый компонент в виде коммуникативного замысла, эксплицируемого в текстовом запросе на генерацию текста, а остальные компоненты изолированы от субъекта и принадлежат программному алгоритму, лишаясь индивидуально-творческой природы. В связи с этим можно говорить о появлении текстовых феноменов с редуцированной речедетельностной составляющей, имитирующих свойства речевых высказываний, созданных человеком. Поскольку операциональная сторона речевой деятельности не сводится к простому кодированию и декодированию с помощью языкового знака предметно-понятийного содержания высказывания, ее отчуждение от активного субъекта ведет к процессу изменения самого подхода к человеческой коммуникации как обмену смыслами с целью их приращения.

Текст становится частью процесса информационного потребления, превращаясь в источник фактологической информации и лишаясь информационно-культурной ценности. Информативная ценность автоматически сгенерированного текста подвергается сомнению, так как процесс генерации представляет собой усреднение текстовых данных, полученных из обучающей выборки, изолированной от когнитивных процессов познающего субъекта. Общеизвестная фактологическая недостоверность автоматически сгенерированного текста связана именно с отсутствием у такого текста релевантного когнитивного контекста, позволяющего формировать его информационное содержание посредством погружения в социально-деятельностный контекст познания.

В терминах парадигмы постмодернизма феномен текста превращается в симулякр, знак без означаемого, формируемого индивидуальным опытом активного субъекта [5]. Автоматически сгенерированный текст воспроизводит только означающее, эквивалентное грамматической и смысловой связности на уровне языковой и композиционной структуры, выступая механизмом оптимальной компиляции коммуникативно приемлемых отрезков сообщений в текстовое единство.

Несмотря на определенную лингвокогнитивную ущербность автоматически сгенерированного текста, его коммуникативный потенциал в сфере цифрового дискурса достаточно высок, так как он предназначен, в первую очередь, для реализации взаимодействия человека и программно-аппаратных средств (голосовые помощники, умные ассистенты, чат-боты). Использование автогенерации как эквивалента текстам, созданным человеком для обучения, коммерческих проектов или творчества, является проблемной и дискуссионной сферой современной коммуникативной практики, требующей дальнейшего развития и совершенствования как программных продуктов, так и подходов к инженерии генерационных процессов.

#### *Литература*

1. Айдагулова А. Р. Особенности текстов, сгенерированных искусственным интеллектом // Вестник Башкирского государственного педагогического университета им. М. Акмуллы. 2023. № 4. С. 154–156. Текст: непосредственный.
2. Коган Л. «И внял я неба содроганье...» (О философии пушкинского «Пророка») // Вопросы литературы. 2002. № 4. С. 201–230. Текст: непосредственный.
3. Колмогорова А. В., Марголина А. В. Написанный vs сгенерированный текст: «естественность» как категория текстовая и психолингвистическая // Научный результат. Вопросы теоретической и прикладной лингвистики. 2024. Т. 10, № 2. С. 71–99. URL: <https://trlinguistics.ru/journal/annotation/3499> (дата обращения: 15.09.2024). Текст: электронный.
4. Кононова И. В., Николаев Ф. А. Seo-оптимизированный текст как жанровая разновидность компьютерно опосредованного рекламного дискурса // Вестник ВолГУ. Серия 2. Языкознание. 2016. № 4. С. 96–103. URL: <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2016.4.10> (дата обращения: 15.09.2024). Текст: электронный.
5. Липовецкий М. Н. Постмодернизм в русской литературе: агрессия симулякров и саморегуляция хаоса // Человек: Образ и сущность. Гуманитарные аспекты. 2006. № 1. С. 52–82. Текст: непосредственный.
6. Медведев Н. П. Тема поэта-пророка у Лермонтова и Пушкина // Гуманитарные и юридические исследования. 2014. № 4. С. 127–133. Текст: непосредственный.

7. Мочалова А. С., Торопова А. И. Тема поэта и поэзии в лирике А. С. Пушкина // Современные научные исследования и инновации. 2018. № 6. URL: <https://web.snauka.ru/issues/2018/06/86764> (дата обращения: 15.09.2024). Текст: электронный.
8. Сериков А. Е. Проблема порождения смысла и современный генеративизм // Вестник Самарской гуманитарной академии. Сер. Философия. Филология. 2007. № 2. С. 155–173. Текст: непосредственный.
9. Тельпов Р. Е., Ларцина С. В. Типовые различия естественных и сгенерированных нейронной сетью текстов в квантитативном аспекте // Научный диалог. 2023. 12(7). С. 47–65. URL: <https://doi.org/10.24224/2227-1295-2023-12-7-47-65> (дата обращения: 15.09.2024). Текст: электронный.
10. Хомский Н. Синтаксические структуры = Syntactic Structures // Новое в лингвистике. Москва, 1962. Вып. 2. С. 412–527. Текст: непосредственный.
11. Хомский Н. Язык и мышление. Язык и проблемы знания. Благовещенск: БГК им. И. А. Бодуэна де Куртенэ, 1999. 254 с. Текст: непосредственный.
12. Шамина И. С. SEO-копирайтинг 2.0. Как писать тексты в эру семантического поиска. Москва, 2018. 260 с. Текст: непосредственный.
13. Эпштейн М. Н. Слово и молчание: метафизика русской литературы: учебное пособие для вузов. Москва, 2006. 559 с. Текст: непосредственный.

*Статья поступила в редакцию 18.09.2024; одобрена после рецензирования 20.10.2024; принята к публикации 03.12.2024.*

#### AXIOLOGICAL AND COMMUNICATIVE TRANSFORMATION OF TEXT IN THE PARADIGM OF DIGITAL REALITY

*Svetlana V. Ostapenko*

Applicant,  
Altai State University  
25 1905 Goda St., 656002 Barnaul, Russia  
[ostapenk0svetlana@yandex.ru](mailto:ostapenk0svetlana@yandex.ru)

*Abstract.* The article examines the axiological and communicative transformation of the status of text in modern digital reality. In 19th-century Russian culture and literature, the text was perceived as a cultural-axiological dominant, and creativity and reflection through text generation served as a sign of the individual's spiritual activity and interaction with the world. With the development of computer-mediated communication, the value status and strategies for text creation have changed, focusing on optimizing semantics and structure. Automatic text generation, as the next stage in the transformation of communicative strategies, alienates the text as much as possible from the subject of speech activity. Artificial text combines natural language and machine-readable code, demonstrating auto-generation, scalability, interactivity, and multimodality. It can be regarded as a linguo-semiotic object possessing semantic completeness, logicity, and referentiality; however, it lacks individual creative nature and informational value. As a result of averaging large textual data, it loses cultural significance. Despite these limitations, the communicative potential of artificial text in digital discourse is growing, reflecting a shift toward human-machine interaction in posthumanist culture.

*Keywords:* authorship, text, Homo Scriptor, automatic text generation, optimization, artificial text, communicative strategy of auto-generation, text linguistics, text in posthumanism.

С. В. Остапенко. Аксиологическая и коммуникативная трансформация текста в парадигме цифровой реальности

---

*For citation*

Ostapenko S. V. Axiological and Communicative Transformation of text in the Paradigm of Digital Reality. *Bulletin of Buryat State University. Philology*. 2024; 4: 3–11 (in Russ.).

*The article was submitted 18.09.2024; approved after reviewing 20.10.2024; accepted for publication 03.12.2024.*