

# Семинар «Русский язык в Интернете»

## Дискурс досуговых субкультур в интернет-пространстве

И. Е. Дубчак

Киевский национальный университет им. Тараса Шевченко (Украина)

idubchak@ukr.net

Интернет-коммуникация, институциональный дискурс

**Summary.** In this paper communicative strategy of the hobby-discourse in the Internet are analyzed.

Социальный институт является естественно структурированной средой коммуникации. В зависимости от степени принадлежности участников коммуникации к социальному институту (деятельность в определенной сфере, освоение значения терминов и наличие специального образования) можно вслед за С. Л. Мишлановой [2: 38] выделить несколько иерархических типов институционального дискурса: наивный, практический, профессиональный, научный дискурсы.

Практический дискурс как дискурс людей, активно интересующихся определенной темой, но не имеющих специального образования, реализуется, как правило, в неформальных речевых сообществах. Как отмечает В. И. Коньков, в них поддерживается такая ситуация общения, в которой возможно и желательно активное порождение текстов соответственно речевым предпочтениям участников [1]. Так формируется специфический подтип институционального дискурса — дискурс досуговых субкультур (ДДС), или хобби-дискурс.

Общей чертой ДДС является небольшой набор субъектов, но не ограниченный парой «учитель — ученик» (как в педагогическом дискурсе), а основывающийся на активной, регулярной коммуникации участников-учеников. Таким образом, базовая пара субъектов дискурса трансформируется в базовый треугольник «ученик — ученик — преподаватель». Ср.: в любительском фигурном катании взаимодействуют только спортсмены-любители и тренер, причем коммуникация «спортсмен — спортсмен» не менее важна, чем собственно обучение.

ДДС развивается в веб-пространстве и, зачастую, именно благодаря Интернету. Исследование форумов любителей фигурного катания («Скейткласс»), аргентинского танго («Готанго»), шитья («Сезон») позволяет говорить о сходстве макростратегий в хобби-дискурсах.

Интернет-коммуникация предлагает участникам различные виды самопрезентации, стандартной формой которой является профиль. Заголовком профиля является ник (никнейм), который в ДДС часто является номинацией по статусу (*SkiBeginner*, *Dancerknight*, *portnoy*), отсылает к реалиям соответствующей субкультуры (в т. ч. к терминологии и знаковым языкам). В автоподписи увлеченность определенной темой выражается форме афоризма. Рубрика «О себе» содержит краткую самохарактеристику участника с указанием на интерес к теме форума и смежным темам, на причины возникновения этого интереса. В профиле также могут быть указаны необходимые идентифицирующие атрибуты (марка инвентаря и т. п.), уровень специальных навыков. Те же категории в развернутой форме повторяются в темах, посвященных встрече новичков.

Участники считают необходимым заявить о своих специфических социальных признаках и используют для этого соответствующие жанры. Таким образом, стратегию презентации себя через причастность к основной теме и осведомленность в смежных темах можно считать одной из базовых «на входе» в практический дискурс.

Во всех субкультурах позитивно оценивается старание участников освоить новую сферу деятельности. Для увлеченных, связанных с перемещением в пространстве, важным критерием принадлежности к «своим» становится умение двигаться по общепринятой траектории, быть внимательным и вежливым с другими членами сообщества. Отступление от этих правил приводит к повышению коммуникативной активности участников форума, появлению стилистически сниженных номинаций «чужаков».

Макростратегия «Познание» на форуме происходит по трем основным направлениям: освоение терминологии, приобретение практических навыков и теоретико-методическое осмысление специальной деятельности.

При создании словаря терминов на любительских форумах активно используются возможности гипертекста (ссылки на рисунки, фотографии, видеоролики). Различия региональных терминологий, неточности в воспроизведении терминов со слуха становятся поводом для дискуссий на форуме вплоть до образования отдельных тем: *Словарь «шитьевых» терминов* (Сезон); *Прилеплена: словарь танго-терминов* (Готанго); *FAQ: Справочник терминов, употребляемых при описании элементов* (Скейткласс).

Приобретению практических навыков в интересующей теме посвящены специальные разделы форумов: «Лед» (изучение элементов фигурного катания на «Скейтклассе»), «Техника — молодежи!» (Готанго), «Шитье от А до Я» (Сезон). Как правило, темы для новичков имеют заголовок вопросного типа. Темы, посвященные более сложным элементам, фигурам, приемам имеют название номинативного типа: «Сальхов» (Скейткласс), «Ocho milongero» (Готанго), «Крой по Злачевской» (Сезон). Сложные темы реализуются в жанре обсуждения, предполагают более или менее равный статус участников, аргументацию, описание собственного опыта.

Изначальное структурирование коммуникативного пространства форума в соответствии с понятийным полем определенной сферы деятельности способствует тому, что темы сохраняют свою актуальность на протяжении длительного времени и могут заинтересовать и привлечь новых пользователей. Кроме того, новые данные сразу попадают в соответствующий раздел, что в дальнейшем обеспечивает читателю быстрый поиск, полноту информации и системность ее восприятия.

В теоретико-методологические разделы форумов входят темы об организации (само)обучения и других форм деятельности в рамках субкультуры, о выборе инвентаря, об истории спорта, танца, моды и т. п. Важной целью таких разделов является накопление информации в форме фотографий, видео, электронных книг, ссылок на другие ресурсы, например: *Танго в картинках: фото про танго, картинки с танго, музыка танго, танго в тр3, танго видео, песенки, мувки — одним словом, БАГАТСТВО!* (Готанго).

К кооперативным макростратегиям относятся те коммуникативные действия, которые направлены на снижение конфликтности общения, способствуют поддержанию позитивной атмосферы внутри сообщества. Помимо поддержки новичков, поощрения коммуникативной активности с помощью опции «благодарность» или придания институционально маркированного веб-статуса (*юный фигурист* и др.), в круг кооперативных стратегий входит обмен мнениями на общие темы. Вынесение таких тем в отдельный подфорум («Флейм», «Общение», «OFF: О жизни») позволяет сочетать «чистоту» специальных тем и коммуникативную инициативу участников.

Цель эмоционального общения реализуется в темах, где участники хотят поделиться своей радостью, печалью, впечатлениями, шутками, найденными в Интернете или услышанными в процессе специальной деятельности: *Дополнительная энергия» (просто прикалываемся)!!* (Сезон), *Хочу поделиться своим горем* (Скейткласс).

Во всех досуговых субкультурах приветствуется поиск институционально маркированных элементов в других сферах жизни, тщательно собираются художественные и документальные фильмы, мультфильмы, старинные фотографии

## Литература

1. *Коньков В. И.* Речевой коллектив как единица членения речевой практики общества // Стереотипность и творчество в тексте: Межвуз. сб. научн. трудов / Отв. ред. М. П. Котюрова. Пермь, 2004 ([http://www.psu.ru/psu/files/0549/13\\_Konjkov.doc](http://www.psu.ru/psu/files/0549/13_Konjkov.doc)).
2. *Мишланова С. Л.* Методические возможности когнитивного терминоведения (полипарадигмальный анализ дискурса) // Стереотипность и творчество в тексте. Межвуз. сб. научн. трудов / Отв. ред. М. П. Котюрова. Пермь, 2001. С. 36–63.

## Эпатажность как стилевая доминанта заголовков сетевых СМИ\*

Т. Б. Карпова

Пермский государственный университет  
tatyana\_2000@mail.ru

Язык рунета, сетевые СМИ, речевой эпатаж

**Summary.** The major content of publication is connected with the display of speech epatage as style dominant of the texts of network mass media. It is shown, for example, that the first phrase of the text (its peculiar headline-“hook”) is devoted to get maximum interest of the reader, to “hook” him and thus it is epatageous by its nature, destination. Such a phrase turns out often to be units having both linguistic and cultural meaning, called logoeπισystems or logoeπισystemoids (transformed logoeπισystems).

Сетевые СМИ, совмещая в себе все традиционные каналы: визуальный (периодическая печать), аудиальный (радио) и аудиовизуальный (телевидение), приобрели все свойства своих прародителей: существуют как коммерческое предприятие, которое стремится не только к самоокупаемости, но и к прибыли; испытывают сильнейшее влияние, с одной стороны, профессиональной сферы, а с другой — разговорной стихии. О языке сетевых СМИ можно сказать, как и о языке современных СМИ в целом, что он все дальше уходит от того публицистического стиля, который выполнял функцию идеологического воздействия, отличался агитационной пафосностью и был подвержен цензуре. Этот новый язык, по словам Е. Ю. Скороходовой, «растворяется в общем жаргоне, деловой документации или научном (научно-популярном) изложении... Публицистический пафос сменился тотальной иронией, а постмодернизм снабдил его таким количеством приемов языковой игры, что иной текст воспринимается как ребус, который нужно не столько читать, сколько разгадывать» [2: 53–54].

Новым и сильным средством выразительности сетевых СМИ становятся структурные возможности гипертекстовых технологий, позволяющих размещать на главном месте самую важную информацию, при этом заголовком текста становится его первая фраза, одновременно содержащая информацию о сути события, остальной же текст — подробности события — находится на других уровнях гиперструктуры и при желании может быть открыт для прочтения.

Эта первая фраза текста (своеобразный его заголовок) призвана максимально заинтересовать читателя, «зацепить» его, а потому эпатажна по своей природе, назначению. Ее эпатажность — установка на то, чтобы удивить, поразить читателей — основывается, как правило, на акцентировании сенсационности происходящего, обращенности к подробностям криминальных происшествий, катастроф, личной жизни знаменитостей и т. п. — всего того, что вызывает повышенный интерес у массового читателя. Весьма частотны заголовки, эпатаж которых основан на мнимой сенсационности, когда заявляют одно, а при обращении к основному тексту выясняется другое. См. типичный пример: **заголовок:** *Неизвестный проник в Белый дом; основной текст:* *Секретная служба США задержала мужчину, пытавшегося перелезть через ограду Белого дома.*

С целью эпатировать пользователей рунета в сетевых изданиях нередко используются всевозможные языковые трансформации узнаваемых всеми прецедентных текстов. Например: *Семнадцать требований Тимошенко* («Семнадцать мгновений весны»), *Гламурные тоже плачут* («Богатые тоже плачут»), *Весенняя вишня* («Зимняя вишня»), *Призрак популизма* (Призрак коммунизма), *По путинским местам* (По ленинским местам), *Четыре вице-преьера и один преемник* («Четыре танкиста и собака»), *Человек с программой* («Человек с ружьем») и под. Порождая двуплановость,

«включенный текст» служит целям разного рода языковой игры: создает художественный подтекст, ироническое, саркастическое, гротескное, трагическое или иное звучание, рождает загадку, иногда просто неприязательную шутку. Так, логоеπισемонид (термин Н. Д. Бурвиковой и В. Г. Костомарова) *Темнота — друг голых землекопов* (вместо выражения *Темнота — друг молодежи*) создает интригу, вызывает интерес, но, как оказывается, и вводит в заблуждение. На самом деле голые землекопы — это грызуны не большие мыши без волосяного покрова, обитающие в сухих саваннах и полупустынях Кении, Эфиопии и Сомали. Смысл логоеписемоида *Профессия — парламентар* (вместо названия передачи *Профессия — репортер*) становится понятен после прочтения подзаголовка: *Новый президент телеакадемии Михаил Швыдкой будет спасать ТЭФИ путем переговоров*. Нередко изменение всего лишь одного слова, например эпитета, приводит к изменению знака оценки. Ср.: фраза *Восток — дело тонкое* из фильма «Белое солнце пустыни» трансформируется в *Восток — дело громкое*.

См. еще примеры таких трансформаций: *Вперед, в прошлое* (фильм «Назад, в будущее» — Auto.lenta.ru: Автопром); *И один в поле воин* (пословица «Один в поле не воин» — Lenta.ru); *Лишний элемент* (фильм «Пятый элемент» — Lenta.ru Бизнес); *В тихом омуте... Японского моря* (пословица «В тихом омуте черти водятся» — Lenta.ru В мире); *О блеф, ты спорт!* (слова из песни «О спорт, ты жизнь!» — Lenta.ru: В России); *Олигарх дальнего плавания* (выражение «Капитан дальнего плавания» — Lenta.ru: В России); *Насильно СМИ не будешь* (поговорка «Насильно мил не будешь» — Lenta.ru: Интернет); *А ТЭФИ здесь тихие* (произведение Б. Васильева «А зори здесь тихие» — Lenta.ru: Масс-медиа); *Первая кризисная* (название войны «Первая мировая» — Lenta.ru: Музыка); *Их ласковый и нежный Бард* (название фильма «Ласковый и нежный зверь» — Lenta.ru О высоком); *Копать не строить* (выражение «Ломать не строить» — Lenta.ru О высоком); *Накликать бюджет* (поговорка «Беду накликают» — Lenta.ru О рекламе); *Тамбовский пленник* (выражение «Тамбовский волк» — Lenta.ru Преступность); *В начале был газ* (библейское изречение «В начале было слово» — Lenta.ru Украина); *Сам себя не похвалишь...* (пословица «Сам себя не похвалишь, никто не похвалит» — Lenta.ru Экономика); *Дело рук утопающих* (выражение «Спасение утопающих — дело рук самих утопающих» — Realty\_lenta.ru); *Новый глаблух лучше старых двух* (пословица «Старый друг — лучше новых двух» — Realty\_lenta.ru); *Своя рубашка в кризис ближе* (поговорка «Своя рубашка ближе к телу» — Газета. Ru); *Остров раздора* (выражение из древнегреческой мифологии «Яблоко раздора» — Страна. ru). Примеры таких трансформаций можно приводить бесконечно, поскольку бесконечен сам процесс рождения через использование подобных нестандартных единиц все новых и новых смыслов. «Все нестан-

\* Работа выполнена в рамках проекта РГНФ (грант № 09–04–82408 а / У).

дартное будит мысль, активизирует воображение и ассоциативные связи. Смыслы множатся, творя новую реальность.

В этом случае «акт словесного творчества идет от формы тоже» [1: 41]. Понять текст становится уже практически невозможно без преодоления элементарности, простоты и линейности восприятия.

## Социальные сети:

### языковые особенности коммуникации в интернет-сообществах

А. Либшнер

Поморский государственный университет имени М. В. Ломоносова (Архангельск)

andrea@liebschner.de

Интернет, блог, разговорный язык, коммуникация

**Summary.** Social networks on the internet open up new ways of communication for their members: Analysis of language use in the russian social network «Vkontakte».

Уже со дня рождения русского Интернета, 7 апреля 1994 года, пользователи компьютера узнали Интернет как место непосредственной, синхронной и асинхронной монологической и диалогической коммуникации. Наряду с асинхронной электронной почтой первыми популярными средствами письменного общения в Интернете являлись чаты (IRC, ICQ или А). В последующие пять лет возможности для общения в сети еще больше расширились с появлением социальных сетей. Социальные сети начали свое существование в 1995 году с американского портала Classmates.com. С 2003 года англоязычные социальные сети *Facebook*, *My-space* и *LinkedIn* предлагают свои услуги во всем мире. В России на сегодняшний день существуют пять больших порталов социальных сетей: *ВКонтакте*, *Мой круг*, *Мой мир@mail.ru*, *Одноклассники* и *ЖЖ*. По словам старшего аналитика *eMarketer* Дебры Аго Вильямсон ключевым преимуществом социальных сетей является возможность пользователей заявлять о своих интересах, разделять их с окружающими и выстраивать отношения с интересующими их людьми [1]. Анонимность или частичная анонимность участников социальных сетей это один из факторов популярности сетей во всем мире. Участник пишет о себе только ту часть сведений, которую он считает нужным или возможным сообщить.

Целью данного исследования является анализ каналов коммуникации и языковых особенностей общения в русской социальной сети *ВКонтакте* на примере общения в двух группах: «Молодежный хор — Арт Лига» и «Школа танцев Beso de Salsa». Большинство членов этих групп являются студентами и людьми возрастной группы от 17–35 лет. Всех членов групп объединяет общий интерес к танцам или хоровому пению. Особенностью социальной сети является объединение интернет услуг, которые до этого существовали сами по себе: электронная почта, чат, блог, архив фотографий и музыки. *ВКонтакте* предлагает своим пользователям следующие средства и каналы коммуникации: личный профиль с услугами *Мои друзья*, *Фотографии*, *Видеозаписи*, *Аудиозаписи*, *Сообщения*, *Заметки*, *Группы*, *Встречи*, *Новости*, *Настройки* и *Стена* (список сообщений, созданных автором тем) для сообщений по самому созданному темат. Общение в социальной сети *ВКонтакте* реализуется письменно с помощью клавиатуры. Друзья, т. е. потенциальные партнеры коммуникации, географически и по времени удалены друг от друга. Коммуникация осуществляется в диалогах (сообщение одному участнику группы) и полилогах (комментарий в обсуждениях группы и в тематических блогах).

Коммуникация в двух рассматриваемых группах социальной сети *ВКонтакте* реализуется с использованием элементов разговорного языка и книжно-кодифицированного языка. Е. А. Земская определяет разговорный язык как одну из двух разновидностей литературного языка, употребляемую в условиях непринужденного общения и противопоставленную кодифицированному книжному языку [2: 406]. Цель употребления разговорного языка — преодолеть дистанцию при общении посредством компьютера со знакомы-

1. Бурвикова Н. Д., Костомаров В. Г. Жизнь в мимолетных мелочах. СПб., 2006.
2. Скорородова Е. Ю., Современное состояние функционально-стилистической системы русского литературного языка // Вопросы филологии. 2007. № 1 (25).

ми и незнакомыми людьми одной сферы интересов и сделать общение между участниками по коммуникации в непринужденной, спонтанной атмосфере. В каждой группе одним из участников дается тема для обсуждения, на которую остальные участники группы могут написать свои комментарии. Участники должны соблюдать тематику данного блога, но с каждым новым комментарием тема может развиваться в том или ином направлении. Коммуникация в блоге линейна и не ограничена по времени. Комментарии понимаются только из контекста темы блога.

Приведем примеры комментариев блога группы Арт Лига «Поездка в Нижний Новгород»:

1) *Я не против, но как будет с денежками не знаю и еще у меня в это время сессия. Но оооочень хочется* (20 окт 2009 в 11:32). 2) *Думаю, что все получится!!! Я не против! Суммы все реальные!!!!* (21 окт 2009 в 15:01). 3) *Я хочу поехать* (21 окт 2009 в 21:20). 4) *Красавицы мои! Если уж Прагу «потянули», то здесь грех не поехать. За полгода можно собрать нужную сумму. Начинаем копить с сегодняшнего дня!* (22 окт 2009 в 11:26). 5) *А что с общезжитием???* *Как я поняла, количество мест там ограничено* (22 окт 2009 в 19:55). 6) *весьма ограничено. Надо срочно выяснить сколько человек кактегорически не смогут оплатить гостиницу. Но, думаю, максимально можно попросить 4–6 мест, не больше...* (22 окт 2009 в 20:26).

Примеры блога показывают эллиптические конструкции (пропуск личного местоимения *я*, в примерах 1) и 2), и существительных, пример 6): *количество мест*, разговорную лексику (*денежки*, *уж*, *чтоб*, «*потянуть*» *Прагу*) и пропуск запятых, которые являются признаками разговорного языка. Все остальные примеры соблюдают нормы нейтрального литературного языка и используют нейтральную лексику.

Подобно чатам и отдельным блогам социальная сеть *ВКонтакте* не имеет средств для передачи невербальных сигналов (мимики, жестов и интонации). Звуковой канал осуществляется с помощью орфографических знаков — повтор гласных, например *оооочень* (пример 1), и согласных (ударение на определенном слове), восклицательных (пример 2) и вопросительных знаков (пример 5): интонация высказывания. С пунктуацией, точками и скобками (выражение положительных и негативных чувств с помощью *:-)* и *:(*) (пример 2) можно письменно передать интенцию своего высказывания.

Социальные сети являются интересным новым полем для лингвистических исследований в области лексики и нормативности языка, потому что в них участвуют люди разного возраста и социальной принадлежности.

## Литература

1. Больше времени на общение. Социальные сети от А до Я // <http://www.social-networking.ru/papers/36/>.
2. Земская Е. А. Разговорный язык // Русский язык: Энциклопедия / Под ред. Ю. Н. Караулова. М., 2003.
3. Liebschner Andrea. Schriftliche Realisierung ursprünglich mündlicher Kommunikationsformen im russischen Internet — linguistische Beobachtungen. Saarbrücken, 2005. — С.151.

## Неофициальные личные имена на латвийских социальных сайтах

Г. Н. Питкевич

Даугавпилсский университет (Латвия)

pigali17@yahoo.com

*Сайт, гипокористика, антропоформант, неофициальное личное имя*

**Summary.** The paper focuses on informal personal names in Latvian online social site *www.draugiem.lv*. Informal forms of personal names are derivatives. They differ both in origin and the structure of word-formation features. Informal names are inscribed on this site fall into several groups: hypokoristics with Latvian anthropoformants, with Russian anthropoformant and hybrid names.

В современном языковании в последние десятилетия отмечен рост интереса к различным вопросам антропонимики, которые рассматриваются исследователями-лингвистами с привлечением разнообразных методов, с широким выходом за пределы лингвистических границ.

Так, большой интерес вызывает антропонимическое исследование нового феномена, называемого «онлайновые социальные сайты». В сообществе этих сайтов люди регистрируются, оставляют свои данные-профайлы (profiles) с персональной информацией и фотографии. Затем люди устанавливают связь «друзьями». Члены этих сообществ вовлекаются в различные формы коммуникаций и обмена информацией, которые могут включать персональные веб-страницы, блоги, дискуссионные группы. На таких сайтах при регистрации обычно указывают свое имя и фамилию, бывают случаи, когда указывается только личное имя или псевдоним, но редко.

Наиболее популярными являются зарубежные сайты, такие, как *MySpace, Facebook, Bebo, BlackPlanet.com, Xanga, iMeen, Yahoo! 360, Classmates, hi5* и *Tagged*, а также российские: *Одноклассники, Вконтакте*.

Количество пользователей онлайн-социальных сетей прибавляется с каждым днем. Первое время подавляющее большинство их посетителей составляли тинейджеры, однако в настоящее время возрастные рамки участников расширяются, и все больше регистрируется людей зрелого возраста.

В Латвии самыми популярными являются порталы *one.lv* и *draugiem.lv*. Оба ресурса появились в латвийской сети 5 лет назад и за короткий срок завоевали огромную аудиторию. Каждый ресурс обладает примерно полумиллионом пользователей (500 тыс. человек у *draugiem.lv* и 450 тыс. человек у *one.lv*), которые «сидят» в них по 4–6 часов в день.

*Draugiem.lv* — один из очень немногих сайтов, к тому же закрытых, — предлагает при регистрации указывать не только паспортное личное имя, но и то, «как тебя называют друзья». Таким образом, представляется возможность исследовать гипокористический срез этого сайта. Следует отметить, что далеко не все называют свое неофициальное имя. Это делают, в основном, тинейджеры и молодежь. Более взрослая публика позиционирует себя, главным образом, через официальное имя. Мне были доступны 6603 профиля посетителей сайта *draugiem.lv*. Из них указали свои неофициальные имена чуть более 1000 человек, подавляющее большинство из них это молодые и очень молодые люди, но есть и люди среднего возраста, в основном проживающие в Латгалии или в Риге. Характерно, что латышской больше, чем иных, примерно в соотношении 60 : 40, однако мужчины и женщины представлены почти поровну.

Неофициальные формы личных имен являются дериватами и имеют различные, как по происхождению, так и по структуре словообразовательные особенности. В их образовании активную роль играют разнообразные антропоформанты, которые представляют собой региональную, этнолингвистическую, а также возрастную словообразовательную специфику.

Неофициальные имена, зафиксированные на этом сайте, распадаются на несколько групп. Самую многочисленную группу составляют гипокористики с латышскими антропоформантами.

-**уцис** (*Лига* → *Лигуцис, Дайна* → *Дайнуцис, Айя* → *Айюцис, Агнесе* → *Агуцис*);

-**укс** (*Антонина* → *Анчукс, Кристина* → *Кристукс, Илзе* → *Илжукс, Ласма* → *Ласмуks, Янис* → *Янчукс*);

-**ча** (*Гундега* → *Гунча, Яна* → *Янча, Артур* → *Арча, Гатис* → *Гача*);

-**ыня** (*Лига* → *Лигавиня, Анна* → *Анныня, Рита* → *Ритыня, Илута* → *Илутыня*);

-**ис** (*Станислав* → *Стасис, Фредерикс* → *Фредис, Виестурс* → *Виесис, Томас* → *Томис, Роландс* → *Ролис, Каспарс* → *Каспис*);

-**ите** (*Инесе* → *Инесите, Мария* → *Марите*);

-**а** (*Йоланта* → *Йола, Элизе* → *Лиза, Эдгар* → *Эджа, Андрус* → *Анджа, Роландс* → *Роля*).

Второй по величине пласт составляют имена с русскими антропоформантами:

-**уля** (*Кристина* → *Кристуля, Занда* → *Зандуля, Маргарита* → *Ритуля*);

-**ик / -чик** (*Санта* → *Сантик, Инна* → *Инчик, Кристина* → *Кристик, Сабина* → *Сабинчик, Вячеслав* → *Славик, Василий* → *Васик, Арина* → *Аринчикс, Инга* → *Ингусикс, Валерий* → *Лёлк*);

-**а** (*Сергей* → *Серёга, Михаил* → *Миха, Наталья* → *Ната*);

-**ка** (*Дина* → *Динка, Арина* → *Аришка*);

-**ёк** (*Василий* → *Васёк, Ася* → *Асёк, Лилия* → *Лилёк, Александр* → *Санёк*);

-**очка** (*Эва* → *Эвочка*);

-**уся** (*Инна* → *Иннуся, Татьяна* → *Танюся, Галина* → *Галуся*);

-**уська** (*Инна* → *Иннуська*);

-**уха** (*Татьяна* → *Танюха, Андрей* → *Андрюха*);

-**уня** (*Вера* → *Веруня*);

-**ян** (*Анатолий* → *Толян*);

-**он** (*Дмитрий* → *Димон*).

Кроме этого, выделяется еще один пласт — так называемые имена-гибриды, состоящие из смешанных компонентов.

1. Латышская антропооснова с русским антропоформантом (*Занда* → *Зандуля, Санта* → *Сантик, Эва* → *Эвочка, Роландс* → *Роля, Гунтис* → *Гоша, Петерис* → *Петруха, Янис* → *Янка, Иво* → *Ивчикс, Римантс* → *Римка*).

2. Русская антропооснова с латышским антропоформантом (*Андрей* → *Анджа, Игорь* → *Игуцис, Виталий* → *Витс*).

3. Гипокористики на западноевропейский / американский лад (*Скайдрите* → *Ску, Кристина* → *Кри, Дита* → *Ди / Диди, Александр* → *Санчо, Янис* → *Johnny, Георгс* → *Джорджио, Сергейс* → *Серджио, Гунтис* → *Гусс, Райтис* → *Рау, Дана* → *Данелли*).

Приведенные выше модели гибридных соединений в гипокористиках свидетельствуют о том, что заимствуются преимущественно антропоформанты, увеличивая региональный фонд гипокористических форм личных имен.

## Сленговые метафорические номинации в интернет-общении (на материале русского языка)

А. А. Сосновская

Саратовский государственный университет им. Н. Г. Чернышевского

stapel\_2002@bk.ru

*Интернет-общение, лексико-семантические сферы языка, языковая картина мира, русский язык, метафора*

**Summary.** This paper analyzes the metaphoric subsystem of the Internet slang, defines the main lexical groups which are used as the source of the forming of the figurative slang meanings and gives their comparison with the general language tendencies. The paper considers the system of metaphor as the reflection of the original world picture of the idiom users.

В последние несколько десятилетий бурный рост информационных технологий кардинально изменил жизнь совре-

менного человека: большинство не представляет своей повседневной жизни без доступа в Интернет. Всемирная ком-

пьютерная сеть открывает новые возможности для общения, при этом активному воздействию подвергается язык как система и средство коммуникации. Интернет, по утверждению А. Е. Войскунского, представляет собой «своеобразную лабораторию испытаний над естественным языком...» [4]. Кроме того, среди лингвистов все более активны попытки теоретически осмыслить специфику функционирования языка в «глобальной паутине» [5]; [7].

Особое место в интернет-коммуникации занимают метафорические номинации. Достаточно сказать, что базовые перифразы для обозначения такого общения — *глобальная паутина, электронная сеть, виртуальное пространство* — представляют собой метафоры. Переносные наименования значимы не только потому, что их число весьма велико, особенно среди жаргонных или жаргонизированных образований («сленговые значения по большей части метафоричны» [13; 14]), но и потому, что этот тип смыслообозначения изначально ориентирован на создание концептуальных моделей, являясь одним из основных способов формирования языковой картины мира участников общения в Интернете (ср.: [1]; [3]; [9]; [15]).

Анализ современных специализированных, жаргонных словарей, данных, извлеченных из Интернета [6]; [8]; [10]; [11]; [14] и общения с активными пользователями Сети, позволил сделать следующие выводы:

- более 500 единиц в сетевом сленге формируются на базе метафоризации, причем этот процесс охватывает практически все тематические группы — номинации самого виртуального пространства и его видов, а также различного рода программ, обеспечивающих такое общение; номинации действий пользователя Интернета во время пребывания в Сети, основных деталей компьютера, работы на компьютере и общения с его помощью в Интернете, сбоев в работе, связанных с подключением компьютера к Интернету. При этом обнаруживается как общее с общеязыковыми (прежде всего — литературными) тенденциями в развитии метафорической системы русского языка, так и специфическое;
- наиболее продуктивными предстают семантические сферы «Артефакты» (*труба, носки*), «Животный мир» (*обезьяна, дроздофила*), «Человек как биологический вид» (*голубой зуб, сосуществовать*), а также сфера «Социум, экономика, культура» (*окулист, грабить Клаву*). Показательно, что наиболее востребованными оказываются культурные реалии, связанные с миром детства — сказками, детскими книгами и журналами, культурными мультфильмами, фильмами и книгами (*Федорино горе, Пилюльки*);
- характерной особенностью интернет-общения является широкое использование внешней, или звуковой метафоры (см., например, [12: 130]), в которой происходит обыгрывание сходства жаргонной единицы с английским прототипом, тем самым возникает языковая игра, представляющая собой способ русификации англоязычной терминологии, например: *чекист* — «тестовая компьютерная программа «Checkit», *Баба Яга* — «видеоадаптер EGA», *Ксюша* — «почтовая программа Xenia»;
- в сетевом сленге формируются следующие концептуальные метафоры: во-первых, это представление об Интер-

нете как о реальном пространстве, по которому пользователь «путешествует» (ср.: по Интернету — *ходят, болтаются, бродят*; в чаты и на форумы — *забегают, заглядывают*; там *встречаются, сталкиваются*), во-вторых, виртуальный мир представляется в виде океана, в который *ныряют*, по которому *плавают* пользователи; и третий тип, который не получает широкого распространения — представление интернет-пространства в роли *охотника*, а пользователя в роли *мухи* или *животного*, на которого открыта *охота*.

Проведенное исследование позволяет сделать следующие выводы.

В целом выбор семантических полей и конкретных лексем, употребляемых в интернет-общении как источник метафоризации, во многом совпадает с общеязыковыми тенденциями. Использование «домашних» имен, традиционных бытовых и культурных реалий, сниженной просторечной и жаргонной лексики является своеобразным способом «очеловечить» мир высоких технологий. Кроме того, это связано с карнавализацией «низа», присущей народной культуре [2] и внелитературным стратам в целом. При этом метафорические именованья, часто неосознанно, отражают определенную картину мира. Ее отличает самобытность и неоднозначность, что свидетельствует о творческом потенциале ее носителей.

## Литература

1. Арутюнова Н. Д. Язык и мир человека. М., 1999.
2. Балашова Л. В. Концептуализация речевой коммуникации во внелитературных стратах (метафора) // Проблемы речевой коммуникации. Саратов, 2007.
3. Балашова Л. В. Метафора в диахронии (на материале русского языка XI–XX веков). Саратов, 1998.
4. Войскунский А. Е. Развитие речевого общения как результат применения Интернета // Конференция «Социальные и психологические последствия применения информационных технологий» (01.02.2001–01.05.2001) // <http://psynet.carfax.ru/texts/voysk6.htm>.
5. Горошко Е. И. Теоретический анализ интернет-жанров // Жанры речи. Вып. 5. Саратов, 2007.
6. Грачев М. А. Словарь современного молодежного жаргона. М., 2006.
7. Дедова О. В. Лингвосомиотический анализ электронного гипертекста (на материале русскоязычного Интернета). Дисс. ... д-ра филол. наук. М., 2006.
8. Категория: Компьютерный сленг. Материал из Википедии // <http://ru.wikipedia.org/wiki/>.
9. Лакофф Дж., Джонсон М. Метафоры, которыми мы живем. М., 2004.
10. Левикова С. И. Большой словарь молодежного сленга. М., 2003.
11. Мокиенко В. М., Никитина Т. Г. Большой словарь русского жаргона. СПб., 2001.
12. Москвин В. П. Стилистика русского языка: Теоретический курс. Ростов на-Дону, 2006.
13. Розина Р. И. Семантическое развитие слова в русском литературном языке и современном сленге: глагол. М., 2005.
14. Словарь компьютерного сленга Дениса Садошенко // <http://lib.rin.ru/doc/20307p.html>.
15. Телия В. Н. Метафоризация и ее роль в создании языковой картины мира. М., 1988.

## О построении модели жанров интернет-коммуникации

О. Ю. Усачева

Орловская региональная академия государственной службы (филиал в г. Липецке)

[logus@rambler.ru](mailto:logus@rambler.ru)

Интернет-коммуникация, речевой жанр, коммуникативный жанр, формат

**Summary.** The subject of the report is the nature of web-communication stereotypical forms, traditionally called “genres”. The report offers a model of describing the most widely-spread formats and genres used in the Russian-speaking sector of the Internet.

1. Жанр интернет-коммуникации (ИК) в докладе понимается в двух значениях: 1) как коммуникативный жанр [2], т. е. как жанр коммуникативных событий, происходящих в веб-среде (веб-коммуникативных событий); 2) как речевой жанр, т. е. как жанр речевых произведений (типов текстов), создаваемых в веб-среде.

2. Одним из экстралингвистических условий жанропорождения в среде Интернет выступают **форматы ИК**, каждый

из которых представляет собой специфическую технологическую организацию информационного и коммуникативного контента: веб-сайты, электронная почта (e-mail), интернет-конференции, чаты, электронные СМИ, библиотеки и др. Каждый из форматов обладает определенным набором жанров (жанровым репертуаром). Полижанровый набор в рамках одного формата предлагается называть **гипержанром Интернета**.

3. Классификация интернет-жанров должна строиться не только с учетом «классических» жанровых параметров (коммуникативная функция, композиционная структура, языковые особенности [1: 241]), но также с учетом жанропорождающих технологических особенностей, присущих форматам ИК.

4. В число **параметров формата** предлагается включить следующие:

1) режим доступа к электронному ресурсу: ограниченный (только для зарегистрированных посетителей) либо неограниченный (для всех посетителей);

2) направленность коммуникации: однонаправленная (без обратной связи) или двунаправленная (с обратной связью); данный параметр указывает на интерактивный потенциал формата;

3) характер адресации: возможность направить информацию либо только одному коммуниканту, либо двум или многим;

4) открытый / закрытый характер общения; в первом случае формат обеспечивает приватность сферы общения, во втором — ее публичность;

5) временной режим коммуникации: синхронный либо асинхронный; формат может предлагать пользователям оба этих режима, и тогда их использование осуществляется по выбору коммуниканта.

5. В число **параметров гипержанра** предлагается включить следующие:

1) коммуникативная цель (коммуникативно-целевая доминанта);

2) вид тематической организации контента;

3) тип дискурса: статусно-ориентированный (институциональный) или личностно-ориентированный (межличностный) [3];

4) распределение социальных и коммуникативных ролей в процессе взаимодействия;

5) способ организации диалогического взаимодействия (режим диалоговедения и соответствующий ему тип диалога) [2];

6) стилиевые характеристики.

6. В качестве апробации предлагаемой модели описания жанров Интернета в докладе рассматриваются некоторые из интернет-форматов русскоязычного сектора Интернета (Рунета), ориентированных на диалогическое взаимодействие, с присущими им стандартными наборами речевых жанров (гипержанрами). Ниже приводится жанровое описание формата интернет-конференции.

7. Формат интернет-конференции (разновидности — интернет-форум, дискуссионная группа).

**7.1. Характеристики формата.**

7.1.1. Доступ к электронному контенту: не ограничен.

7.1.2. Направленность коммуникации: двунаправленная (с обратной связью).

7.1.3. Характер адресации: как персональная, так и имперсональная.

7.1.4. Характер сферы общения: публичная при наличии технической возможности перехода в режим приватной коммуникации.

7.1.5. Временной режим: совмещение синхронной и асинхронной коммуникации.

**7.2. Характеристики гипержанра «тематический поли-субъектный неофициальный диалог».**

7.2.1. Коммуникативная цель: обсуждение гипертемы.

7.2.2. Тематическая организация: политематичность при наличии гипертемы. Примеры гипертем: туризм (отдых), политика, музыка, литература и др. Считаем также возможным выделять гипертему «мы», которая не имеет референтных рамок, но ограничена отнесенностью к данному сообществу, поэтому может расшифровываться как «все, что интересует нас (сообщество, группу) в процессе взаимодействия».

7.2.3. Тип дискурса: личностно-ориентированный.

7.2.4. Распределение социальных и коммуникативных ролей: паритетное, с обособлением функций модератора.

7.2.5. Тип диалогов: равноправная представленность реплицирующего, нарративного, нарративно-унисонного режимов.

**7.3. Репертуар речевых жанров.** Представлены диалогические и монологические жанры: вопросно-ответный диалог, диалог-полемика, диалог-дискуссия, диалог-ссора, «болтовня», «светский разговор»; информационные жанры (новость, анонс, объявление); научные жанры (доклад, научная статья, рецензия, обзор и т. д.); литературно-художественные жанры (стихотворение, эссе, анекдот и др.).

**7.4. Стилиевые характеристики:** использование кодифицированной письменной речи в ее книжных функционально-стилистических разновидностях (научном, публицистическом стилях) комбинируется с использованием некодифицированной (разговорной) литературной речи (некодифицированной орфографии и пунктуации); использование же не-литературных подсистем языка чаще всего конвенционально (зависит от «языковой политики» данного сообщества).

## Литература

1. Бахтин М. М. Эстетика словесного творчества. М., 1979.
2. Борисова И. Н. Русский разговорный диалог: Структура и динамика. М., 2005.
3. Карасик В. И. О типах дискурса // Языковая личность: институциональный и персональный дискурс: Сб. науч. тр. Волгоград, 2000.

## Концепции письменности и устности в чате

Ю. В. Чернова

Otto-von-Guericke Universität Magdeburg / Магдебургский университет имени Отто фон Герике (Германия)

yuchernova@yandex.ru

Коммуникация, письменность-устность, виртуальный дискурс

**Summary.** An attempt of considering some peculiarities of communication in the chat is taken in the work. The author regards the chat as a hybrid form of communication simultaneously having signs of oral and written speech.

Виртуальный дискурс неизбежно воздействует на свойства текста: в Интернете возникают новые коммуникативные формы, которые требуют описания. Коммуникация в чате, на форумах, в ICQ и т. д. — специфическое явление, размывающее границы между письменной и устной формами коммуникации.

Нам предстоит установить, относится язык чата к устной или письменной форме коммуникации? Сообщения в чатах хотя и функционируют в форме знаков (и в этом отношении письменны), но не предполагают таким важным признаком письменного текста как возвратность. Ведь разговор в чате нельзя восстановить: напечатанные сообщения автоматически исчезают, уступая место актуальным. Это один из критериев, которым можно воспользоваться для определения коммуникативной сущности чата.

Концепция устности-письменности в языке определяет такие черты письменной коммуникации, как воспроизводимость (возможность вернуться в какую-то точку сообще-

ния), нормированность и регламентированность, опосредованный контакт, как правило, с предпосылкой пространственно-временного барьера. Устная же речь носит линейный характер, невоспроизводима, неподготовленна, зачастую спонтанна, фрагментарна. УР протекает в общем для коммуникантов времени-пространстве (второе опционально). Предложения в УР делятся на коммуникативно самостоятельные единицы.

П. Кох и В. Остеррайхер противопоставили условия коммуникации и речевые стратегии для «Языка близости» и «Языка дистанции», обозначив их как фундаментальные характеристики коммуникативных ситуаций (подробнее об этом см. 1).

Они рассматривают письменность и устность как двусторонние феномены: медиальные (присущие определенному каналу передачи информации — Medium) и концептуальные (речь идет о неких стратегиях коммуникативного поведения). Т. е. письменный — это медиально графический,

устный — медиально акустический. При этом медиальные формы письменности понимаются как дихотомия, а концептуальные — как два полюса одного континуума.

Итак, язык чата — это устная или письменная форма коммуникации?

Интернет считается пространством с преимущественно письменным способом коммуникации. Однако привычные формы письменной коммуникации (письма, книги, статьи, факсы) требуют для полноценного коммуникативного акта определенных временных затрат. В процессе письменной коммуникации пишущий и читающий создают тексты, имея друг с другом лишь опосредованный контакт, как правило, с предпосылкой пространственно-временного барьера. Интернет же предоставляет участникам коммуникативного акта возможность практически мгновенно отреагировать на высказывание партнера (как в чате) и в этом пункте близок формам устной коммуникации. К тому же, письменная форма коммуникации нередко сопряжена с аудио-визуальной.

В чем текстуальная специфика языка чата? Главным отличием разговоров в чатах и ICQ от других видов компьютерно-опосредованной коммуникации является их «квази-синхронность» (они протекают практически в режиме реального времени).

Говорящий и пишущий — не в одно время в одном месте, нет возможности наблюдать за реакцией. При этом мимика и жестикация передаются графически — смайлами. С одной стороны, медиально письменные тексты находятся в оппозиции медиально устным. Но скорость передачи заставляет забыть о пространственно-временной дыре, тендируя, бесспорно, к устности. Язык близости необязательно привязан к концептуально устной кокоммуникации, и электронная коммуникация — лишнее тому доказательство. Кажущаяся нематериальность и чувствительность к помехам устанавливают близость между коммуникантами.

Чат — диалогичная коммуникация. Чем диалогичнее и синхроннее, тем «устнее». Пространственный барьер между коммуникантами наличествует, но синхронность устанавливает иллюзию коммуникативной близости в пространстве. Временной барьер отсутствует — поскольку непрерывным условием чата является одновременное присутствие в сети, онлайн, всех коммуницирующих. Пространственный — поскольку они находятся в одном общем разделе чата, руме, что доказывает и лексика чатлан, их простран-

ственный дейсис: **здесь**, в чате, а другие — **там**, в другом чате. Кроме того, они болтают, слушают, перебивают, орут друг на друга — специфическая подборка, относящаяся к устной речи.

Многие исследователи считают, что последовательность высказываний в чате существенно отличается от последовательности высказываний в ситуации устного разговора. Большинство этих отличий основано на специфике технического средства связи.

И все же признаки языка близости скорее применимы к чату, чем языка дистанции: диалог со свободным развитием тематики, спонтанный, эмоциональный, экспрессивный.

И хотя на первый взгляд кажется очевидным, что чаты представляют собой медиально письменные, а концептуально устные тексты, нельзя исходить из того, что это запечатление на письме устной диалогичной разговорной речи. Это не просто «напечатанные разговоры»: они обладают, с одной стороны, типичными для устной разговорной формы признаками, но в них есть и признаки, не имеющие подобия в устности. Чаты не являются транскрипцией устного диалога и не предназначены для устной реализации. Читать чаты вслух крайне затруднительно из-за наличия в них специфических высказываний и символов, не характерных для устной речи: *Zuschreibungs-Turns* — приписывание себе действий в третьем лице или деепричастной форме, *акронимы*, *смайлы* и т. н. *рисунки текстов*, *ASCII*, *сокращенные формы выражений* (*NickName m / w?*). Они обладают специфическими коммуникативными признаками и языковыми структурами, превращающими чаты в новую коммуникативную форму.

Чат трудно вписать в дихотомию устности-письменности, он объединяет в себе признаки обоих концептов, поэтому мы говорим о гибридной форме коммуникации.

Виртуальное коммуникативное пространство обладает широкой палитрой возможностей, некоторые из которых, вполне вероятно, еще не распознаны.

### Литература

1. Koch P., Österreicher W. Sprache der Nähe — Sprache der Distanz. Mündlichkeit und Schriftlichkeit im Spannungsfeld von Sprachtheorie und Sprachgeschichte // *Romantisches Jahrbuch*. 36 (1985). S. 23.
2. Koch P., Österreicher W. Schriftlichkeit und Sprache // Günther H., Ludwig O. (eds.). *Schrift und Schriftlichkeit. Ein interdisziplinäres Handbuch internationaler Forschung*. Berlin: 587–604.

## Лингвистические особенности современного общения в Интернете (на материале обращений к собеседнику)

А. А. Шмаков

Новосибирский государственный университет

art-filolog@mail.ru

*Язык Интернета, интернет-коммуникация, обращение*

**Summary.** This paper is devoted to the problem of study of the Internet language. The author analyzes the specific features of contemporary Internet communication in the sphere of forms of address, used in different types of Russian Internet-sites — chats, forums and blogs.

В настоящее время Интернет представляет собой наиболее активно развивающуюся мировую коммуникационную систему. Количество его пользователей в январе 2009 года превысило 1 млрд человек. В России на данный момент насчитывается около 50 млн интернет-пользователей и их число постоянно растет.

Несмотря на столь бурное развитие и все возрастающую роль Интернета в жизни современного российского общества, феномен Сети остается практически неисследованным с научной точки зрения. Если ученые-социологи предпринимают активные попытки по изучению социально-коммуникативного потенциала Интернета и его влияния на реальную действительность, то с точки зрения языкознания, Сеть можно уподобить гигантскому «белому пятну» на лингвистической карте современного мира, поскольку данная область исследований еще только входит в «лингвистическую моду». На данный момент еще не создано достоверной и взвешенной языковой теории Интернета, хотя отдельная лингвистическая дисциплина, посвященная изучению особенностей языка Интернета, уже начинает оформляться в

качестве самостоятельной. Все эти факторы обусловили **актуальность** нашего исследования.

**Цель** данного исследования — дать общую характеристику использования обращений к собеседникам при общении в Интернете, опираясь на процесс реального общения. **Объект** исследования — тексты, собранные на некоторых форумах, чатах и блогах, размещенных в русскоязычной части Интернета. **Предмет** — выявление дискурсивных особенностей использования обращений в условиях общения в сети Интернет. **Материалом** нашего исследования послужили более 400 контекстов, включающих в свой состав обращения, размещенные более чем на 50 форумах, чатах и блогах различной тематики, в числе которых такие интернет-ресурсы, как [www.livejournal.ru](http://www.livejournal.ru), [www.mds.altervision.ru](http://www.mds.altervision.ru), [www.ultrachat.ru](http://www.ultrachat.ru), [www.youtube.com](http://www.youtube.com) и т. д.

Общение в Интернете характеризуется рядом специфических черт, которые отличают его от привычной нам коммуникации в реальной действительности. Прежде всего, это такие экстралингвистические особенности, как наличие различных технических средств для удовлетворения потребно-

стей пользователей в общении: чаты, форумы (сетевые конференции) и блоги с широкой тематической вариативностью, социальные сети, а также специальные программы для обмена сообщениями в режиме реального времени (ICQ, QIP) и видеотелефония (Skype).

Интернет позволяет использовать в процессе коммуникации медиаресурсы, что существенно меняет характер взаимодействия собеседников в сравнении с реальной действительностью. Однако с другой стороны, общение через Сеть происходит только на вербальном уровне, невербальная коммуникация остается «за бортом» (если исключить видеотелефонию, где говорящий имеет возможность видеть собеседника). Так называемые **смайлы** (или **эмотиконы**) — комбинации графических, часто анимированных символов мимики человеческого лица и простейших человеческих действий — лишь частично восполняют образовавшуюся лауну, в результате чего может возникнуть опасность «мифологизации» собеседника, его «растворения» в Сети, особенно если он — незнакомый человек.

Поскольку одной из характерных черт Сети является ее открытость для доступа, то на большинстве ее ресурсов общение пользователей протекает в формате **полилога**. Так, даже если в позиции обращения стоит **ник** или **имя** одного пользователя, структура интернет-страницы подразумевает, что это сообщение, адресованное одному участнику коммуникации, прочтут другие пользователи. В чатах по сравнению с форумами, где количество участников и частотность сообщений ниже, обращение играет ключевую роль, поскольку на таких сайтах общение протекает в он-лайн режиме, и фразы собеседников могут быть разделены между собой высказываниями других участников.

В рамках одного интернет-ресурса коммуникантами могут быть пользователи разного пола, возраста, они могут проживать в разных точках земного шара, иметь разный уровень фоновых знаний и даже руководствоваться разными нормами речевого поведения, в результате чего возникает неоднородность речевой среды Интернета.

В настоящее время правила речевого поведения в Интернете во многом повторяют правила реального речевого общения, общение в Интернете в силу все возрастающей частотности постепенно начинает включаться в набор типовых коммуникативных ситуаций современного носителя русского языка, что непосредственно отражается на использовании обращений. Однако в Рунете не встретишь таких, с точки зрения речевого этикета, невежливых обращений, как *мужчина*, *женщина*, называющих собеседника исключи-

тельно по признаку пола, не только потому, что определить его при интернет-общении иногда бывает затруднительно, сколько из-за их невыразительности (зато преобладают оценочно-характеризующие обращения типа *красавчик*, *перец* и некоторые обращения-регулятивы типа *подруга*, *мужик*, а также никнеймы). Не столь частотны обращения-просьбы типа *Простите / извините, пожалуйста!*, характерные для вежливого обращения к незнакомому собеседнику в устной речи, поскольку уровень вежливости при общении в Интернете снижен. Это отнюдь не критическое явление, которое могло бы говорить об общем «падении культуры общения» — распространенном сегодня стереотипе. Показателен тот факт, что более 65% интернет-пользователей вступают в контакт с незнакомым собеседником, используя «Вы-форму» (термин Н. И. Формановской), но переходят на «ты» быстрее, чем в реальном общении. Лексика молодежного сленга активно используется в Интернете не только самой молодежью, но и более старшими лицами. Так, сленговое обращение *чувак* является одним из самых популярных в Интернете при неформальном общении между лицами мужского пола вне зависимости от степени их знакомства.

Общение в сети Интернет характеризуется также синтезом письменных и устных регистров речевого общения, что отражается на использовании языковых средств всех уровней. Этот параметр может варьироваться в зависимости от формата общения. Так, последовательность сообщений в чатах тяготеет к устной речи (здесь число обращений к собеседнику выше — в 85% сообщений), сообщения на форумах по структуре больше напоминают письменную коммуникацию, поэтому наиболее типичная позиция обращения — в начале сообщения: *Stunnbannfuhrer, лучший коммент!* <...> :) (*Kostyan*).

Если раньше, на рубеже XX–XXI веков, когда Интернет только начинал распространяться в России, сетевое сообщество противопоставить себя «не-пользователям» всевозможными средствами, в том числе и лингвистическими, сейчас оно настолько разрослось и усложнилось, что говорить о каком бы то ни было «обособлении» уже не приходится. Система обращений, используемая на сегодняшний день в Интернете, — это система, развивающаяся очень динамично. На данный момент она характеризуется частичной демократизацией этикетных норм, существующих в реальной действительности, высокой степенью экспрессивности, отсутствием строгого внешнего контроля за речевым поведением, что обусловлено использованием речевых масок, анонимностью общения и неоднородностью интернет-аудитории.

## Языковая игра в «олбанском языке»

Е. А. Штифель

Кемеровский государственный университет

shtifelek@mail.ru

*Языковая игра, «олбанский язык», ассоциативный эксперимент*

**Summary.** Research is devoted the phenomenon of language game in so-called "olbanian language". Language play is considered in grammar aspect because it's not at the bottom of change of words' semantics. It is also allocates with their additional associative comic potential, which is also considered in research.

Языковая игра (далее ЯИ) понимается как «Определенный тип речевого поведения говорящих, основанный на преднамеренном нарушении системных отношений языка, то есть на деструкции речевой нормы» [4]. В основе ЯИ лежит осознанное нарушение канона, нормы как показатель лингвокреативной деятельности. Правила ЯИ выводимы только при опоре на языковой стереотип, который преодолевается использованием лингвистических приемов. И говорящий и реципиент понимают «условность совершаемых речевых ходов, рассчитанных на опознание негласно принятого языкового кода общения» [10].

«Олбанский язык» имеет самое непосредственное отношения к ЯИ. Сам факт попытки создания если не своего языка, то особой формы бытования литературного языка, несомненно, говорит о творческой деятельности. Сознательная игра языком, нарушение канонов орфографии, морфологии являются неотъемлемой частью этого феномена. Остаются невыясненными причины ее происхождения.

Одна из причин возникновения ЯИ, легшей в основу «олбанского языка» — это влияние современно культуры. По-

стмодернизм стремится к игре со звуком, оболочкой слова, спорит с интертекстом. М. В. Захарова пишет: «устойчивые выражения (поговорки, фразеологизмы, цитаты) чаще употребляются в намеренно искаженном виде, чем в исходной форме... В разговорной речи вообще любые интернет-устойчивые и устойчивые единицы используются для передачи скорее эмоций, чувств, ощущений говорящего, нежели какого-то лексического значения» [5]. Встает вопрос об интертексте, с которым можно соотнести «олбанский». Если отойти от конкретного рассмотрения отдельных текстов и рассмотреть феномен в целом, можно сказать, что интертекстом, который искажается в процессе взаимодействия, будет сам литературный язык. О причинах такого искажения можно сделать некоторые предположения. Помимо повышенной эмоциональности, рожденной искажением литературного языка, подобное искажение является возможностью разрешения проблемы «все сказано до нас» [5], дает возможность развивать творческий потенциал, не ограничивая себя рамками литературного языка. Происходит создание, по выражению С. Ильясовой, «другой нормы»: «„Дру-

гие нормы“ — это стилистическая и контекстная, или ситуативная, т. е. то, что традиционно квалифицировалось как ошибка, например, неоправданное употребление прописной буквы в современных рекламных текстах, в аббревиатурах, воспринимается при таком подходе не как нарушение орфографической нормы, а как реализация коммуникативной нормы, определяющейся задачами рекламного текста» [6]. Тем самым, можно сделать вывод, что сознательное нарушение орфографии в процессе интернет-коммуникации выполняет свою коммуникативную задачу.

Так же отметим огромное значение ассоциативного компонента языковой игры. Т. А. Гридина [3] выделяет ЯИ как реализацию ассоциативного потенциала слова. То есть в основе любой ЯИ лежит ассоциация. Для выяснения ассоциативного потенциала олбанского языка был проведен свободный ассоциативный эксперимент с регистрацией первичного ответа. В данном эксперименте выявлялось знание нормативных ассоциаций и ненормативных, навязанных влиянием «олбанского языка», словами-стимулами были наиболее распространенные слова из исследуемого материала.

Восприятие стимулов затруднено измененной формой, однако заметно сильное влияние литературной нормы. Все слова получили ассоциаты из литературного языка, основанные на схожести звуковой формы, так же можно отметить явное преобладание парадигматических ассоциаций.

По результатам эксперимента можно сделать следующий вывод: слова-стимулы вызывают два устойчивых ряда ассоциатов — сформированные литературной нормой и «олбанским языком». Опираясь на тезис Н. С. Болотновой о том, что «ассоциативные поля, материализованные лексически, являются не только единицами анализа, но и регулятивными структурами, коррелирующими с квантами знания, концептами в сознании воспринимающего субъекта» [2], можно предположить что создаваемые тиражируемой нормой «олбанского» текстовые поля достаточно быстро были усвоены сознанием реципиентов и осмыслены как часть общего дискурса. Необходимо отметить особый, комический

эффект, который появляется при изменении формы слова, достижение которого, возможно, будет коммуникативной целью данной ЯИ.

В заключении отметим так же нарушение стереотипа языковой игры в «олбанском». Он нарушается еще на стадии порождения слова. В «олбанском» нет традиционной для ЯИ модели нарушения семантики слова, каламбурной игры. Игра с языком в данном феномене сосредотачивается на тиражировании словообразовательной структуры. Реализуется потенциал языка в области конструирования и варьирования формы слова.

### Литература

1. Аксенова О. Языковая игра как лингвистический эксперимент поэта (Лексика и грамматика в стихах Александра Левина) // <http://www.levin.rinet.ru/ABOUT/Aksenova1.html#v1>.
2. Болотнова Н. С. Основные понятия и категории коммуникативной стилистики // Речевое общение. 2002. № 4 (12). С. 49–59.
3. Гридина Т. А. Ассоциативный потенциал слова и его реализация в речи (явление языковой игры): Автореф. дисс. ... д-ра филол. наук. М., 1996.
4. Данилевская И. В. Языковая игра // Стилистический энциклопедический словарь / Под. ред. М. Н. Кожинной. М., 2006. С. 657–660.
5. Захарова М. В. Языковая игра как факт современного этапа развития русского литературного языка // <http://magazines.russ.ru/znania/2006/5/za12.html>.
6. Ильясова С. Языковая игра в газетном тексте // <http://www.relga.rsu.ru/n77/rus77.htm>.
7. Котюрова М. П. Стерiotипность речи // Стилистический энциклопедический словарь / Под. ред. М. Н. Кожинной. М., 2006. С. 398.
8. Леонтьев А. А. Общие сведения об ассоциациях и ассоциативных нормах // Словарь ассоциативных норм русского языка / Под. ред. А. А. Леонтьева. М., 1977. С. 5–16.
9. Любимов Ю. В. Природа ассоциаций; структура словесной памяти и понятие ассоциативного значения // Словарь ассоциативных норм русского языка / Под. ред. А. А. Леонтьева. М., 1977. С. 25–32.
10. Сковородников А. П. О понятии и термине «языковая игра» // Филологические науки. 2004. № 2. С. 79–87.