

Русский язык в пространстве интернет-коммуникации

Russian Language in the Space of Internet Communication

Сандлер Л.Л.

Канд. филол. наук доцент, Воронежский государственный университет
e-mail: lsandler@rambler.ru

Sandler L.L.

Candidate of Philological Sciences Associate Professor, Voronezh State University
e-mail: lsandler@rambler.ru

Аннотация

Статья посвящена исследованию развития речи в интернет-коммуникации; приведены примеры и обозначены причины падения речевой культуры в телевизионном общении под влиянием видеоблогинга; обозначены конструктивные и деструктивные явления функционирования речи в интернет-коммуникации; выявлены основные черты развития письменной разговорной речи в неофициальном интернет-общении.

Ключевые слова: упрощение и демократизация речи; экономия речевых средств; выражение эмоциональности и экспрессии; клиповое мышление; экспансия иноязычных слов; обеднение мышления и речи; язык в интернет-коммуникации.

Abstract

The article is devoted to the study of the development of speech in Internet communication; examples are given and the reasons for the decline of speech culture in television communication under the influence of video blogging are identified; constructive and destructive phenomena of the functioning of speech in Internet communication are identified; the main features of the development of written colloquial speech in informal Internet communication are identified

Keywords: simplification and democratization of speech; economy of speech resources; expression of emotionality and expression; clip thinking; expansion of foreign words; impoverishment of thinking and speech; language in Internet communication.

Язык меняется на наших глазах под влиянием стремительно развивающихся технологий. Какой стала русская речь в эпоху интернета? Упрощение и демократизация, экономия речевых средств, эмоциональность и экспрессия, клиповое мышление, экспансия иноязычных слов, обеднение мышления и речи – вот, на наш взгляд, самые заметные черты современной интернет-коммуникации. Рассмотрим, как названные явления прослеживаются в речи.

1. Во-первых, под влиянием интернета речь становится более демократичной. Проследим это явление на примере телевизионной речи. Сегодня в телевизионный эфир мощной волной проникают характерные черты видеоблогинга. Это отчетливо видно при анализе речи ведущих, которые являются и видеоблогерами (например, Жанна Бадоева, которая ведет программу на «Первом канале», Анастасия Ивлева, ведущая программы «Орел и решка» на канале «Пятница»). Безусловно, это очень демократичная речь, с особенностями лексики, построения предложений, с особенностями интонации, чаще просторечной, тембра, не традиционного для телеведущих, и т.п. Впрочем, их появление в эфире центральных телеканалов легко объясняется – они ведут за собой миллионы своих подписчиков [2: 50-52].

2. С другой стороны, тенденцию демократизации языка можно связать с тенденцией его упрощения: язык становится примитивнее (суждения строятся при помощи оценок, слов-

предложений), хуже по качеству (ограниченный лексикон), ближе к языку улицы (рост числа нелитературных элементов). Телевидение давно перестало быть образцом литературного языка, в первую очередь, за счет видеоблогеров, которые особенности своей речи переносят в телевизионный эфир, а также вследствие влияния непрофессиональных участников телевизионной коммуникации, например, в различных ток-шоу, играх. Таким образом, эта тенденция напрямую связана с падением уровня речевой культуры в обществе.

3. Положительной тенденцией в развитии языка является экономия языковых средств, что прослеживается на всех уровнях языковой системы. Заметим, что это явление не только сегодняшнего дня, но если раньше оно было характерно только для устной разговорной речи, то сейчас становится нормой и в письменной коммуникации. В интернет-сообщениях, в чатах и блогах часто встречаются лексемы, образованные при помощи усечения основ, много и сложносокращенных слов, которые позволяют очень быстро считывать текст без потери смысла: «коммент» – комментарий, «комп» – компьютер, «профи» – профессионал, «спец» – специалист, «чел» – человек, «фан» – фанат, СМС, ММС. Такие усеченные формы легко и естественно используются нами везде: и в письменной, и в устной речи. Мы хотим выразаться быстрее, чтобы передать больше информации за меньший отрезок времени.

4. Речь становится более эмоциональной, экспрессивной [1], [4]. В интернет-коммуникации активно используются нелитературные элементы языка: это и литературно-просторечные слова, и жаргон, и словосочетания с яркой оценочной семантикой, и создание необычных образов. Заметим, что самым мощным средством воздействия на аудиторию является мат. В 90-е годы во многих СМИ его использование было чуть ли не веянием эпохи – символом свободы слова. Но если постоянно употреблять инвективную лексику, то ничего, кроме отторжения, это в конце концов не вызовет. Мы наблюдаем, как публично в интернет-общении ругаются люди разных социальных статусов – и высокообразованные профессионалы, и совсем уж необразованные. Заметим, что положительным фактом стало законодательное запрещение мата не только в печатных СМИ, на телевидении и радио, но и в интернет-коммуникации – в группах, блогах. Эмоциональность и экспрессивность речи можно проявлять как угодно, множеством способов, при этом обходясь без инвективной лексики. Существует целая область в исследовании языка, посвященная его защите. Экология языка важна, «потому что язык не только отражает, но и формирует мышление, регулирует поведение, межличностные и межкорпоративные отношения, является универсальным инструментом управления, воспитания и т.д.» [4].

5. Наблюдается устойчивая тенденция к сокращению объема фразы и текста в целом. Это связано с тем, что тексты читаются чаще всего с дисплея телефона. Человеку нужно быстро усвоить фрейм информации, поэтому и форматирование текста (короткие абзацы), и его объем подчинены этому требованию письменной интернет-коммуникации.

6. Для наиболее удобного ориентирования пользователя в потоке информации текст снабжается хэштегом – *важным элементом заголовочной позиции. Хэштег – это знак «для расширения области видимости текста целевой аудиторией», который «приобретает функцию своеобразной свертки «концепт-смысл»: облегчает читателям-потребителям нахождение медиатекстов, сгруппированных по темам, по искомым сообщениям»* [1]. Хэштеги представляют собой ключевые слова, которые снабжены своеобразным опознавательным знаком # и выделением цветом. Принципы построения хэштегов – 5-7 – соответствуют психологическим законам восприятия текста, в частности, соотносятся с «магическим числом Миллера» [1].

7. Конвергентные редакции СМИ создают контент, содержащий очень много визуальной информации: фото, видео, инфографика. В этом отражается наше клиповое сознание – мы привыкли воспринимать мир фрагментами: одновременно, мгновенно, динамично. Клиповость восприятия информации лежит в основе подачи информации на таких круглосуточных информационных телеканалах, как «Вести-24», «iz», «Мир 24», «РБК», «Euronews», «Russia Today» (RT). Визуализация сообщений здесь проявляется и в двух динамичных бегущих строках, и в графических заставках, и в выведении на экран значимых частей высказывания в виде цитат. Эти же явления прослеживаются и в интернет-СМИ и в целом – в интернет-

коммуникации.

8. Стремительно расширяется сфера использования иноязычных слов, и мы к этому уже привыкли. Это явление напрямую связано с глобализацией информационного пространства. Тем не менее у многих исследователей возникают правомерные опасения: не приведет ли эта экспансия заимствований к разрушению идентичности русского языка? По нашему мнению, заимствования – это признак эволюционирования русского языка и вхождение его в международный коммуникационный процесс. Многие иноязычные слова прочно закрепились в нашем узусе, например, «файл», «чип», «сайт», «скайп», «спам». За этими русифицированными английскими заимствованиями (файлик, на сайте, в скайпе) стоит однозначное понятие – иногда широкое, а иногда очень конкретное. Такие слова короткие, ёмкие, и мы прекрасно понимаем их значения. Кроме того, если новое слово входит в обиход, оно начинает «обрастать» разными приставками, суффиксами, окончаниями. Например, слово «тролль» имеет формы «троллить» и «троллинг», слово «бан» – «банить», «забанить». Многие иностранные термины в русском языке упрощаются. Рассмотрим слова «блог», «блогер», «блогинг», которые произошли от английского «blog» (от web log). Мы видим, что в английском слове «blogger» две буквы «g», а в русском – одна «г». Почему это происходит? В английском языке это связано с произношением: в зависимости от количества букв слово произносится по-разному. У нас же «блогер» или «блоггер» произносится одинаково, поэтому язык, конечно, выбирает более простой вариант. То же самое случилось со словами «офис», «офлайн», «пудинг» – примеров много. Это показывает, что язык стремится к более простой форме – и в этом проявление тенденции к упрощению написания слов.

9. Наблюдаются иностранные слова, которые только начинают входить в язык, но лишь некоторые из них становятся общеупотребительными, другие так и остаются редко употребляемыми заимствованиями, а если речь идет о жаргоне, то большинство слов исчезнут через год-два и заменяются новыми, более модными сленговыми выражениями. Давно известно, что сленг – это самая изменяемая и самая неустойчивая часть языка. Это касается, в первую очередь, компьютерного сленга, который чаще всего встречается в речи молодежи. Технологии развиваются и меняются на протяжении одного поколения несколько раз – меняется и язык, на котором общаются молодые люди. Так, мало кто помнит такие сленговые синонимические выражения для названия компьютера, как «компухтер», «цампутер», «банка», «тачка», «аппарат», «машина». В языке закрепились только одно короткое и удобное слово – «комп». Как можно увидеть, в сленге, наряду с заимствованными словами и выражениями, широко употребляются и русские метафорические обозначения артефактов, ситуаций, процессов, связанных с интернет-общением. Например, в языке геймеров закрепились такие родовые названия компьютерных игр, как «стрелялка», «бродилка», «леталка», построенные по русской словообразовательной модели, характерной для разговорных слов «качалка», «читалка».

10. В современных условиях пандемии ограничения заставили людей разных поколений активно пользоваться компьютерами, различными программами, образовательными платформами, средствами связи. В наш узус вошли такие понятия, как «вебинар» (по модели латинизма «семинар»), «тренинг», сложные слова «видео-урок», «онлайн-курс», разговорные слова «дистант» (дистанционное обучение) и его русский синоним «удаленка» (удаленное обучение). Наряду с давно существующим в русском языке словом «тренер» широко внедряется лексема «коуч». Возможно, такое дублирование связано с тем, что за словом «тренер» закрепились понятие «наставник в области спорта», а «коуч» обозначает «специалиста, помогающего своему клиенту в достижении конкретных целей».

11. Активно используются такие лексемы, как «месседж» – послание, «челленж» (от английского «вызов») – вид видеороликов блогеров, выполняющих определенное задание и рассылающих ролик своим подписчикам. Распространенное в пиар-отношениях слово «кейс» стало настолько популярным, что происходит расширение его значения. В русском языке оно становится элементом в сложных словах: кейс-метод, кейс-баттл, кейс-чемпионат, бизнес-кейс, кейс-стори, кейс-интервью и др.

12. Неофициальная письменная коммуникация в интернете напоминает разговорную речь. Здесь есть интересный парадокс. В рамках разговорного стиля возникает факт «письменной разговорной» речи. Это язык общения в чатах, блогах, комментариях. Часто в подобных сообщениях человек не может выразиться развернуто – у него бедная лексика, однотипные конструкции. Это происходит потому, что достаточно один раз определить предмет разговора и потом уже не называть его, а заменить местоимениями (это, туда, оно, он, она), ведь и так понятно, о чем или о ком идет речь, и не нужно тратить время на лишние разъяснения. Как видим, в этом проявляется известный принцип учёта конситуативности разговорной речи. Кроме того, сами технологии дают нам возможность экономии речевых (а в нашем случае – и физических) усилий. Чтобы сократить время написания сообщения, в том числе комментария к публикации, мы используем смайлики-эмотиконы, сложносокращенные слова, слова с усеченной основой, мемы (модные устойчивые сочетания в интернет-коммуникации). Использование стикеров позволяет достаточно точно визуализировать само содержание текста, эмоции получателя информации и его отношение к ситуации (обратите внимание, ведь это то же самое, что содержит в себе иероглиф!). Одна картинка заменяет целое сообщение, и пользователям интернета это нравится. Это и ярко, и якобы разнообразно, но... не оригинально. На наш взгляд, самое вредное в этой коммуникации – это выработка определенной стандартизации мышления. Вам предлагается выбор этих смайликов и картинок, в том числе и движущихся (gif) зачем же думать дальше? В «письменном устном» языке вы не стараетесь выразить свои мысли словами, ведь это сложнее: нужно приложить усилие, чтобы логично выразить мысль, подобрать синонимы, иногда создать образ. А у пользователей нет времени, да и желания. Унификация сообщения при помощи смайликов и прочих визуальных средств обедняет наш лексикон, делает его очень ограниченным. Все это ведет к оскудению и нашего мышления, и нашей речи. Иногда все же не стоит бояться полноценно, развернуто и образно выражать свои чувства и мысли, и не надо на этом экономить.

Что касается развития такой «письменной устной» речи в целом, то здесь, на наш взгляд, нет ничего нового. В истории языка неофициального общения уже были такие моменты, но только в другой форме – в частной бумажной переписке [3:56-57]. Например, молодому человеку в царской России, чтобы сообщить своей даме о тайной встрече, надо было послать слугу с записочкой, чтобы он передал её в руки девушки, которая, в свою очередь, таким же образом давала ответ, часто украшенный цветочками, голубками – своеобразными «смайликами». Эти «образцы эпистолярного жанра» тоже были лаконичными и не отличались грамотностью. Если участниками переписки были люди из высших сословий, то письма были на французском, возможно, тоже с ошибками. Тем не менее нельзя не вспомнить, что именно в этом жанре написаны лучшие образцы исторических воспоминаний, философских, психологических, морально-этических, искусствоведческих, критических рассуждений, которые, несомненно, оставили ценный след в отечественной и мировой культуре.

Современный русский язык во всех его сферах и, главным образом, в интернет-коммуникации находится в постоянном развитии. Он безусловно эволюционирует под влиянием развития технологий, глобализации информационного поля и интернационализации общения. Именно поэтому многие явления, происходящие в нём, требуют пристального внимания исследователей.

Литература

1. *Богуславская В.В., Богуславский И.В.* Язык как средство общения в эпоху глобальной цифровизации / Релга. Науч.-культуролог. журнал, 2020. – № 4 [372].
2. *Сандлер Л.Л.* Трансформация речи ведущих под влиянием видеоблогинга в телевизионном развлекательном дискурсе / Альманах Акценты. Новое в массовой коммуникации. – Воронеж, 2019. – № 3-4. – С. 50-52.
3. *Сандлер Л.Л., Павлова Т.А.* Проблема экологии языка в СМИ. / Альманах Акценты. Новое в массовой коммуникации. – Воронеж, 2008. – №1-2. – С. 54-57.
4. *Сковородников А.П.* Экология современного русского языка и роль средств массовой информации в этом процессе. – Электронный ресурс: <https://gazeta.sfu-kras.ru/node/307>. (Дата посещения 24.02.2021).