

Бібліяграфічныя спасылкі

1. Бурукина, О. А. Коннотация как культурная универсалия / О. А. Бурукина // Философия. Язык. Культура. – Вып. 2. – СПб. : Алетейя, 2011. – С. 197–208.
2. Vendler, Z. Verbs and Times / Z. Vendler // Linguistics in Philosophy. – N.Y. : Cornell University Press, 1967. – P. 97–121.
3. Gardiner, A. Theory of propre Names. A Controversial Essay / A. Gardiner. – London – New York – Toronto : Oxford University Press, 1954. – 76 p.
4. Говердовский, В. И. Теоретические и практические аспекты коннотации (морфологический подход) : автореф. дис. ... д-ра филол. наук / В. И. Говердовский. – М., 1990. – 45 с.
5. Есперсен, О. Философия грамматики / О. Есперсен. – М. : Изд-во иностр. лит-ры, 1958. – 404 с.
6. Ненашева, Т. А. Коннотативная семантика референтно однозначного имени / Т. А. Ненашева. – Н. Новгород : Нижегород. техн. ун-т, 2012. – 154 с.
7. Реформатский, А. А. Введение в языковедение / А. А. Реформатский. – М. : Просвещение, 1967. – 543 с.
8. Сапожникова, Л. Н. Культурный компонент лексического значения собственных имен и их адъективных дериватов / Л. Н. Сапожникова // Лексика и культура. – Тверь : Тверской гос. ун-т, 1990. – С. 86–91.
9. Strawson, P. F. On Referring / P. E. Strawson // Mind. – 1950. – Vol. 59. – No. 235. – P. 320–344.
10. Суперанская, А. В. Апеллятив – онома / А. В. Суперанская // Имя нарицательное и собственное. – М. : Наука, 1978. – С. 5–33.
11. Телия, В. Н. Типы языковых значений. Связанное значение слова в языке / В. Н. Телия. – М. : Наука, 1981. – 269 с.
12. Филатова, И. Н. Имена собственные англоязычных политических лидеров как средство оценки / И. Н. Филатова // Вестник ВГУ. Серия, Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2010. – № 2 – С. 80–83.
13. Фонякова, О. И. Имя собственное в художественном тексте : учеб. пособие / О. И. Фонякова. – Л. : ЛГУ, 1990. – 103 с.

Наталья Клушина

*Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова
(г. Москва, Россия)*

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ МЕДИАСТИЛИСТИКИ

Рассматриваются актуальные вопросы мелиастилистики, затрагивающие ее категориальный аппарат, а также анализируются новые тенденции при создании, распространении и восприятии медиатекстов.

Ключевые слова: медиастилистика; медиастиль; интернет-тексты, тексты соцсетей; дигитализация.

Медиалингвистика сегодня начинает занимать ведущее место в российских научных исследованиях. Термин «медиалингвистика» практически вытеснил на периферию существовавший ранее русский термин «язык СМИ». Сам термин «медиалингвистика» представляется нам весьма удачным, современным и своевременным, поскольку соответствует медийному повороту в лингвистике и формулирует в ней отдельную, самостоятельную область исследований. Можно говорить и об определенной моде на этот термин, что только подчеркивает актуальность медиалингвистического направления.

Несмотря на свою все ширящуюся популярность, медиалингвистика пока еще terra incognita в современной российской науке. Хотя с появлением этого направления связывались надежды на решение накопившихся проблем в области изучения языка СМИ, сегодня приходится говорить о том, что медиалингвистика сформировала вокруг себя собственное, новое проблемное поле, но до сих пор не определены: 1) концептуальная основа и теоретические основания медиалингвистики; б) собственные исследовательские методы; в) собственная медиалингвистическая методология; г) собственный категориальный аппарат. Но методы, категориальный аппарат, концептуальная база и научные гипотезы – это и есть конституирующие параметры любой научной дисциплины, претендующей на самостоятельность и оригинальность.

Именно поэтому мы дифференцируем медиалингвистику и медиастилистику, считая медиастилистику составной частью медиалингвистики, но, в отличие от последней, имеющей сложившийся категориальный аппарат и историческую традицию, тесно связанную с развитием функциональной стилистики, теорией публицистического стиля в частности [1].

Медиастилистика базируется на основополагающей категории *медиа-стиль*, который имеет уникальную *интенциональную и нарративную структуру*, методологическим принципом является *интенциональный метод* анализа медиатекста и медиадискурса, в рамках медиастилистики решаются проблемы медиатизации различных сфер общественной жизни, которая приводит к становлению особого, *медийного варианта литературного языка* и способствует развитию *национального стиля в целом*.

В рамках медиастилистики нами ставится вопрос о *дигитализации современного языка*, что приводит к особому повороту в научных исследованиях и формированию еще одной области медиастилистики – интернет-стилистики [2].

Интернет породил новый тип культуры – медиакультуру, которая потеснила культуру книжную и заменила ноосферу инфосферой. Новые,

цифровые условия существования языка неизбежно сказываются на его трансформации и пренебрегают языковым вкусом, сложившимся в обществе в доинтернетовскую эру. Дигитализация языка и культуры – это серьезные вызовы новейшего времени, времени слома книжной эпохи и рождения цифровой.

Книжная культура линейна. Она отражает нашу письменность (слева направо и сверху вниз) и наше последовательное мышление. Интернет – это культура экранная, «рамочная». Интернет-тексты – тексты в рамке, а потому компрессированные, лаконичные, немногословные. Компрессия текстов обусловлена границами экрана. Длинные тексты в соцсетях и чатах остаются непрочитанными. Не случайно социологические замеры аудитории сегодня включают параметр «глубина просмотра» – как долго читатель задержался на конкретном тексте. А Твиттер строго параметризует свои тексты по количеству знаков. Так формируется экранная культура с ее скользящим чтением вместо вдумчивого погружения в мир высокой традиционной культуры. Новые цифровые технологии стали ретортами для переформатирования книжного письменного языка в язык устно-письменный, как сегодня называют язык интернета. И как в истории любого литературного языка, в творимой на наших глазах истории языка дигитального можно уже выделить несколько периодов: Web 1.0, Web 2.0 и Web 3.0.

Web 1.0 – это так называемый «старый интернет», практически не отразившийся на литературном языке. Это эпоха институализированного интернета, когда общественные институты (медиа, официальные организации) создавали сайты и электронные версии изданий. Язык Web 1.0 равен литературному языку традиционной эпохи, подчиняется ее нормам и только, как почки на деревьях, накапливает изменения, которые раскроются в эпоху Web 2.0.

Эпоха Web 2.0 вошла в новейшую дигитальную историю как эпоха твиттер-революции и революции соцсетей. Web 2.0 открыла в сети шлюзы для пользовательского контента – любой человек смог создавать и выкладывать свои тексты в ЖЖ, в Фейсбуке, ВКонтакте и на других интернет-платформах. Язык Web 2.0 – это язык текущего момента. Пользователи интернета, в том числе и мобильного, в чатах, смсках, в мессенджерах и соцсетях творят новый язык новой эпохи. Интернет в своей виртуальной лаборатории экспериментирует со стихией разговорной речи, речи ненормированной, а иногда и ненормативной, не ограниченной нормами и строгими рамками книжной культуры, экспериментирует с заимствованными словами и неологизмами, создает

язык эмодзи и использует мемы в качестве крылатых слов и выражений. Пользователи интернета карнавализуют язык, как в свое время улицы и площади, по мнению М. Бахтина, переворачивали и высмеивали догмы и нормы Средневековья.

А на пороге уже Web 3.0 – этап развития интернет-технологий, который может привести не просто к дигитализации языка, а к его дегуманизации. Создание чат-ботов, генераторов стихов и генераторов новостей, роботизация текстов, существующие уже сегодня, вытесняют человека из языкового бытия. Новая форма бытования языка в интернете может оказаться бытованием без человека, язык создавшего и создающего. Успешно протестированный недавно робот Вера прекрасно выполняет функции менеджера по кадровым вопросам: шлет ответы на резюме и проводит собеседования по телефону, правда, пока еще предупреждая, что она робот. Роботизированный язык – это искусственный язык, но, в отличие от эсперанто или азбуки Морзе, удачно мимикрирующий под естественный язык. Мы незаметно оказываемся в бартовском мире симулякров.

Поэтому закономерно еще одной проблемой современной лингвистики становится роботизированный язык, или генераторская лингвистика [3].

Библиографические ссылки

1. Клушина, Н.И. Медиастилистика: монография / Н. И. Клушина. – М. : Флинта, 2018. – 184 с.
2. Тошович, Б. Интернет-стилистика: монография / Б. Тошович. – 4-е изд. – М. : Флинта, 2015. – 238 с.
3. Tošović, B. Generatorska lingvistika / Branko Tošović. – Beograd : Svet knjige, 2018. – 190 s.

Мария Конюшкевич

*Гродненский государственный университет им. Янки Купалы
(г. Гродно, Беларусь)*

**ПАД ПРЫЦЭЛАМ, ПАД НАГЛЯДАМ... КАГО?
(О воздействующем потенциале
одной грамматической конструкции в медиаречи)**

Исследуется употребление грамматической конструкции «пад прыцэлам, пад наглядям...» в белорусских медиатекстах и согласно модели проксимизации рассматривается влияние данных конструкций на выявление целевых установок авторов.