

КОММУНИКАТИВНО-ПРАГМАТИЧЕСКИЕ И КОГНИТИВНЫЕ АСПЕКТЫ ИЗУЧЕНИЯ ЯЗЫКА

Е. Г. Лукашанец (Минск)

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ ИЗУЧЕНИЯ ИНТЕРНЕТ-СЛЕНГА

Методологическая культура, которая в современном мире считается необходимым условием проведения любого научного исследования, предполагает (при изучении языкового явления) ответы на некоторые вопросы. Среди этих вопросов самыми важными, по-видимому, являются следующие: что представляет собой объект исследования? каковы его границы и как он соотносится с близлежащими явлениями? как следует называть это явление языка, какие термины наилучшим образом отражают его природу? что должно составлять материал исследования и каковы его источники? какими методами надо изучать это явление, какие технические приемы применять?

Когда речь идет о языковых данных, достаточно хорошо изученных, решение указанных выше проблем уже в значительной степени отражено в лингвистических работах. Однако при исследовании относительно новых явлений – в частности, интернет-сленга, – получаемые результаты могут зависеть в немалой степени от того, как именно исследователь представляет себе сущность объекта исследования.

Между тем анализ научной литературы по русскоязычному интернет-сленгу показал, что разработка теоретической базы здесь находится еще в зачаточном состоянии. Нет единства в терминологическом обозначении интернет-сленга: кроме данного термина, являющегося наиболее распространенным, используются еще и такие, как «компьютерно-сетевой диалект», «сетевой жаргон», «сетез». Встречаются и термины, которые, на наш взгляд, просто неверны. Такая путаница нам кажется неслучайной: она отражает неясное понимание исследователями места данной подсистемы в общем пространстве современного русского языка. Недаром в проанализированных нами работах почти нельзя найти внятных определений интернет-сленга, и чаще всего имплицитно подразумевается, что интернет-сленг – это социолект.

Под социолектом обычно понимается «совокупность языковых особенностей, присущих какой-либо социальной группе» [1, с. 30]. Однако вряд ли можно говорить о наличии социальной группы «интернет-пользователей», тем более что со временем, по-видимому, границы этого сообщества будут совпадать с границами общества в целом.

Поэтому, на наш взгляд, следует считать интернет-сленг не типом социолекта, а стилем языка, т. е. открытой системой ненормативных средств экспрессивного характера. Такое понимание восходит к англистике, а в русистике конца XX – начала XXI в. почти в таком же смысле употребляется термин «общий сленг / жаргон».

Таким образом, устанавливаются следующие методологические требования к отбору языковых явлений, служащих объектом для исследования интернет-сленга. Во-первых, это средство коммуникации не **кого**, а **где**. Во-вторых, признается принципиальная нечеткость границ этого явления, которые могут быть сужены только для прагматических нужд какого-либо исследования. Например, можно говорить о сленгах хакеров, геймеров, сеошников как о составных частях интернет-сленга.

Несмотря на декларируемую размытость границ интернет-сленга, нам кажется абсолютно неправомерным расширять их до границ интернет-коммуникации в целом. В Сети используются различные средства общения, задействованы разные подсистемы языка. Это, прежде всего, литературный язык во всех его стилях, это разговорно-просторечные слои, это элементы социолектов, не связанных напрямую с Интернетом, это, в конце концов, обценная лексика. Поэтому приравнивать интернет-сленг к языку интернета, как это иногда делается, методологически неверно.

До сих пор мы обсуждали проблему «кто» – теперь обратимся к проблеме «что», т. е. к проблеме семантического пространства интернет-сленга. По-видимому, к нему следует отнести слова, обозначающие понятия, связанные с Интернетом: *псто* ‘вид сообщения в блоге или форуме, то же, что пост’. И здесь встает еще один важный вопрос: как отграничить интернет-сленгизмы от интернет-терминов? Попытка такого отграничения сделана авторами словаря [3] (там выделены разделы «Слова и выражения», содержащие сленговые единицы, и «Термины»; впрочем, сам редактор словаря признает условность такого деления). Тем не менее, по-видимому, есть различия между *гыыыы*, *ниасилил*, *кароч*, с одной стороны, – и *аватар*, *подкаст* и *хештег*, с другой. В то же время, как и во всех терминосистемах, здесь наблю-

дается пополнение терминов за счет профессиональных сленгизмов или всякого рода неформальных обозначений (в частности, отнесенные в раздел «Слова и выражения» *троллить*, *флейм* и *флуд*, на наш взгляд, целесообразнее было бы поместить в разделе «Термины»).

По-видимому, другой важной лексико-семантической группой интернет-сленга следует считать междометия – обозначения смеха (*лол*, *гыгыгы*, *ржунимагу*), удивления (*вротмненоги*), других разнообразных эмоций (*ептить-коптить*, *фигасе*, *жжюш*). Такие выражения в сжатой, концентрированной форме выражают целый спектр скрытых эмоциональных смыслов, поэтому удобны для неформальной интернет-коммуникации.

Наконец, последний пункт, который следует обсудить, говоря о критериях выделения интернет-сленга, – это проблема «как», т. е. проблема формальных признаков интернет-сленгизмов. И с этой точки зрения ключевым моментом является характер интернет-коммуникации, совмещающей в себе, как утверждается в многочисленных современных исследованиях, устную и письменную формы общения. Поэтому явно сленговый характер носят те лексические единицы, создание которых каким-либо образом связано с графикой. Во-первых, это слова, которые представляют собой орфографические искажения общелитературных слов: *фсотне*, *превед*, *низачот* и проч. Во-вторых, это единицы, содержащие небуквенные знаки: *КГ/АМ*, *АД2*, *про100*. В-третьих, сюда же мы отнесем слова, явившиеся результатами своеобразных игр с переключением клавиатур: *бНОПНЯ*, *ЗЫ*, *лытдыбр*. В четвертую группу объединяются сленгизмы, которые представляют собой труднопроизносимые сочетания звуков: *ВздрЪжне*, *Попячтса*, *жывтоне*. К ним, по-видимому, примыкает пятая группа – сокращения, которые также практически вряд ли могут быть озвучены: *пжл* ('пожалуйста'), *УЧННР* ('Удар Чака Нориса Ногой с Разворота').

Возможно, что и англицизмы также маркируют интернет-сленг – на основании того, что информационные технологии проникали в русскоязычные страны с Запада: *детектед* 'констатация явления или факта', *лук* 'вид, внешний облик'. Наименее сленгово отмечены в этом смысле собственно русские слова: аффиксальные производные или же результаты семантической деривации (*ванговать* 'предсказывать' ← *Ванга*, *жесть*).

Из вопроса о границах и сущности интернет-сленга логично вытекает и вопрос о выборе источника его исследования, а также – методов сбора материала. Прежде всего, безусловно, можно собирать сленго-

вый материал непосредственно на различных сайтах, в особенности связанных с разными субкультурами или с неформальными группами интернет-пользователей. Понимаем, что этот путь труден, хотя, на наш взгляд, именно он обеспечил бы исследователя наиболее релевантными данными.

Следующий метод – поиск по слову. Он может быть осуществлен в различных поисковых системах и корпусах, но лишь касательно тех сленгизмов, которые не омонимичны словам общелитературного русского языка (например, поиск вышеупомянутого англицизма *лук* заставил бы лингвиста вручную отбирать примеры только со значением ‘вид, внешность’).

Поиск по общепринятым поисковым системам (типа Яндекс, Гугл) нам представляется малопригодным вследствие дублирования сайтов и большого количества «информационного мусора». Национальный корпус русского языка (ruscorpora.ru), напротив, не подходит из-за малой представленности в нем соответствующих текстов интернет-коммуникации. Наиболее адекватные результаты может дать ГИКРЯ (Генеральный интернет-корпус русского языка).

Однако поиск по слову возможен только как дополнительный метод: он «работает» при условии, если слова сленга уже известны лингвисту. Первичный же отбор материала может осуществляться, в частности, по словарям, в которых зафиксированы интернет-сленгизмы. Можно выделить три типа таких словарей. Прежде всего, это словари, размещенные в Сети обычно с соответствующим названием («Словарь интернет-сленга» и т. п.) и, как правило, не имеющие авторства. Скорее всего, они были составлены любителями, нелингвистами. Материал таких словарей должен быть тщательно проверен, потому что они обычно содержат не только сленгизмы, но и термины Интернета, а также некоторые другие лексические единицы. Один такой источник, например, носит название «Интернет жаргон. Словарь Интернет терминов» (!) и включает, по большей части, компьютерные термины и профессионализмы: *Укроп – модем Ascorp*, *Уних – ОС UNIX*, *Уснуть за роелем – уснуть перед компьютером лицом на клавиатуре (на лице остаются отпечатки клавиш)*, *Утиль (Утили) – утилиты* и т. д. Интернет-сленг в этом словаре представлен только т. н. «олбанским языком».

Второй тип лексикографических источников составляют словари, созданные лингвистами. Для русского языка наиболее известны работы М. А. Кронгауза (или под его редакцией) [2–3]. Это достаточно ав-

торитетные источники, хотя первый из них ограничен материалом только одного типа интернет-сленга.

Третий тип словарей – онлайн-словари сленга и разговорной лексики. Статьи в них создаются самими пользователями – носителями сленга, и это делает их действительно важными лексикографическими источниками: «рефлексия носителей языка при изучении сленга является одним из важнейших источников информации о семантике той или иной лексики» [4, с. 95]. Из русскоязычных словарей самым подходящим нам кажется Teenslang: в нем производится теггирование слов по отнесенности к определенным сферам употребления и/или к носителям сленгов. В частности, из этого словаря отбираются сленгизмы, помеченные следующими тегами: *интернет*, *каменты*, *хакаеры*, *вконтакте*, *геймеры* и др., что создает достаточно цельную картину современного интернет-сленга.

Кроме того, для проверки данных словарей могут использоваться и социолингвистические методы: опросы, анкетирование и т. д.

Таким образом, методологический базис современных исследований интернет-сленга должны составлять следующие положения: признание особой природы интернет-сленга (не как социолекта, а как языкового регистра), отграничение его от сленгов социальных групп, связанных с компьютерами, IT-технологиями, с одной стороны, и от социальных подсистем, не имеющих отношения к Интернету, при одновременном понимании возможности взаимодействия этих подсистем; тщательный отбор материала, обладающего определенными формальными и семантическими характерными чертами; обращение к разным источникам, в первую очередь словарям, созданным лингвистами, и онлайн-словарям сленга и разговорной лексики, с последующей проверкой данных с помощью ГИКРЯ и анкетирования носителей сленга.

1. Беликов, В. И. Социолингвистика: учебник / В. И. Беликов, Л. П. Крысин. – М.: Изд. центр Рос. гос. гуманитар. ун-та, 2001.

2. Кронгауз М. А. Самоучитель олбанского / М. А. Кронгауз. – М.: АСТ, 2013.

3. Словарь языка интернета.ru / М. А. Кронгауз [и др.]; под ред. М. А. Кронгауза. – М.: АСТ-ПРЕСС КНИГА, 2016.

4. Зайдес, К. Д. Об одном новом слове русскоязычной интернет-коммуникации: опыт лексикографического описания / К. Д. Зайдес // Коммуникативные исследования. – 2016. – № 2 (8). – С. 93–107.