

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Петушинская, Е.Г. Язык популярного экономического дискурса: на материале англоязычной публицистики: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04 / Е.Г. Петушинская. – Коломна, 2008. – 212 с.
2. Буланова, Н.Н. Лингвистическое исследование экономического дискурса (на материале англоязычной прессы) / Н.Н. Буланова // Филологический аспект. – 2018. – № 3 (935). – С. 54-62.
3. Евтушина, Т.А., Ковальская, Н.А. Экономический дискурс как объект лингвистического исследования / Т.А. Евтушина, Н.А. Ковальская // Вестник Челябинского гос. ун-та. – 2014. – № 6 (335). – Филология. Искусствоведение – Вып. 88. – С. 42-46.
4. Бессарабова, Н.Д. Изобразительные и выразительные возможности метафор в газетно-публицистической речи: автореф. дис. канд. филол. наук / Н.Д. Бессарабова. – М., 1989. – 22 с.
5. Кременецкая, И.В. Тематическая группа как парадигматическое объединение слов / И.В. Кременецкая // *Lingua mobilis*. – 2009. – № 3 (17). – С. 94-98.

КАК И ЗАЧЕМ ИЗУЧАТЬ СЕТЕВУЮ КОММУНИКАЦИЮ?

WHAT SHOULD WE STUDY NET COMMUNICATION FOR?

А. Б. Бушев

A. B. Bouchev

Тверской государственный университет

Тверь, Россия

Tver State University

Tver, Russia

e-mail: alex.bouchev@yandex.ru

Коммуникация в сетях рассматривается исследователем на нескольких уровнях – при изучении собственно языкового материала, психологических феноменов коммуникации, особенностей масс-медийной коммуникации в сетях.

Ключевые слова: сетевая коммуникация; социальные сети; психология коммуникации; язык компьютерной коммуникации; дискурс массовой коммуникации.

The author of the paper looks at net communication from three different perspectives: first – studies of language material, second – physiological aspects of communication, third – characteristics of mass communication processes in nets.

Keywords: net communication; social nets; psychology of communication; the language of computer-mediated communication; mass communication discourse.

Очевидно, что исследование сетевой коммуникации должно диктоваться своей логикой, отвечающей на вопросы: как, что и зачем?

На начальном этапе – исследования особенностей языка общения в сети – исследователя привлекает изучение самой фактуры речи. Это не письменная, но и не устная речь («сквозь экраны доносится стихия устной речи»). Это речь, предъявленная публично. На этом уровне внимание исследователя не могут не привлекать особенности лексики, графики, сленга, особенности грамматики языка, используемого для коммуникации. По мнению Н.Б. Мечковской, одной из первых описавшей эти языковые процессы, они отражают тенденцию к усложнению языков в сочетании с внешней (стилистической) демократичностью общения [1]. Глубинное усложнение такого общения обусловлено возрастанием интеллектуально-семиотической насыщенности жизни, возможностью для текста мгновенно преодолевать расстояния, трансграничной доставкой сообщений, повсеместным изучением и применением «новой латыни» – базового английского, смешением кириллического и латинского кодов, тенденцией к интерактивности и коммуникативному взаимодействию отправителя и получателя сообщений, мультимедийности и креолизованности такой коммуникации, возможностью длительного сохранения носителей такого общения, публичного их показа, архивирования.

Научной рефлексии подлежат особенности языковой игры: привлекает внимание «язык падонкаф», представляющий игровую фонетизацию письма, который считают вершиной метаязыковой рефлексии, а также применение иконических значков и креолизация такого дискурса. Созданы словари таких вариантов языка: списки-словари компьютерных символов, клишированных фраз (типа *ИМХО*), компьютерного сленга – комбинирующего сленг молодёжи и IT-профессионалов. Надо сказать, нам удалось выявить, что от нормативного языка язык сетей отличается весьма значительно, он характеризуется пренебрежением к нормативности, установлением своих узусных норм.

Всем этим интересным исследованиям языковой ткани можно поставить такой упрек: коммуниканты весьма успешно справляются с коммуникацией в таких условиях, а составлять словари ненормативного языка – занятие для языковеда бесперспективное. В одном американском учебнике по психиатрии было хорошо сказано: «Затруднения с орфографией не препятствуют жизненному успеху». Бесперспективно говорить о «повышении культуры речи в Сети», мечтать о регулировании всего и вся. Это свободное коммуникативное пространство. Оно тем и славится.

На наш взгляд, такие работы актуальны лишь для этнографии коммуникации и лингводидактики. Прекрасно, что изучается живой язык, язык, употребляемый носителями в столь новой сфере как текстинг.

Структурные особенности сокращений, особенности сленговых словечек для науки о языке дают мало.

Приведем пример такого рода гелертерских работ. Проанализировав и обобщив все найденные случаи употребления аббревиатур в Интернете, авторы предпринимают попытку создания функциональной классификации – классификации аббревиатур по тематике употребления. Знакомство с данной классификацией, несомненно, будет полезно тем начинающим пользователям Интернета, которые хотят полноценно и грамотно общаться виртуально и, выходя во «всемирную паутину», не теряться в догадках по поводу расшифровки встречающихся там сокращений. А удобный классификатор английских аббревиатур в виде словаря-справочника, в котором объясняются их особенности использования, расшифровка, а также уместное употребление, будет служить незаменимым помощником при общении в социальных сетях, чатах, форумах и т. д. Английские сокращения в электронной переписке являются неотъемлемой частью современного общения подростков в Интернете. Знания о разных типах сокращений мотивируют учащихся к более глубокому изучению английского языка и, как следствие, дают им возможность использовать английский язык в реальной жизни при общении с носителями языка.

Такого рода дескриптивные работы о языке компьютерного общения существуют на многих языках. Показательны аббревиация, акронимия, иконичность письма, наличие молодежного и компьютерного сленга. Языковая ткань такого общения отражает тенденцию к экономии средств общения, тенденцию к моде, тенденцию к криптографии (что свойственно для любой системы аргументации).

По нашей логике, на втором этапе исследований сетевой коммуникации интерес вызывают особенности интеракции, дискурса коммуникантов. Уже при первых исследованиях общения в сети проводились наблюдения над характером коммуникации в ней (ироничность, агрессивность, аддикция, безграничные игровые возможности при анонимности масок и т. д.).

Выявлено, что коммуниканты в Сети часто испытывают психологические проблемы реального общения. Их сетевая коммуникация отражает их личностные свойства и интересы. Эта коммуникация оказалась весьма агрессивна, лишена рефлексивности. Для нее характерно такое явление, описанное социологами еще в конце прошлого века, как социальный солипсизм.

Общение в таких исследованиях предстаёт не как лингвистический, а как психологический, социологический феномен. Это общение личностно-публичного характера, для которого характерны анонимность, беззна-

занность, карнавализация, бесчисленные легкие возможности самопрезентации.

Ввиду социальной значимости рассмотрению в таком общении поддается феномен флудинга, флейминга, буллинга.

Это очень показательный материал: все, что «таилось за строгими фасадами римских палаццо» (так изящно в свое время П.Б. Ганнушкин писал о характерах психопатов и акцентуантов) вышло в Сеть. В этом отношении сетевая коммуникация – прекрасный полевой материал для психологов.

Для лингвиста здесь интересны тактики оскорбления, оценки – прямые и не прямые. В лингвистике изучение оценки в дискурсе имеет почтенную историю (Е.М. Вольф и др.). И так, в сетевой коммуникации проявляются психологические настроения и установки – агрессия, депрессия, обсессивно-компульсивная потребность в коммуникации, Интернет-зависимость, буллинг (может быть и не кибер-), харассмент (может быть и не кибер-). Показательно, что среди выступающих по поводу буллинга есть специалисты по подростковой преступности, криминологи, педагоги. Коммуникация в сети, буллинг – прежде всего предмет интереса психологов. Это очень важно для личности подростка, ее защиты. Дальше слов, призыва контроля родителей, умения нажать на кнопку «СТОП» дело пока не идет.

Третий уровень исследований представляет собой исследование процессов масс-медийной коммуникации. Сети, сетевой дискурс представляют собой расширение возможностей конкретного человека по достижению и коммуникативному приобщению к разнообразным дискурсам. Произошла виртуализация отдельных областей человеческого общежития, общественного сознания – в сети есть возможности коммуникации разнообразных целевых аудиторий: философов, историков оружия, представителей новых религиозных течений, домохозяек, готовящих шарлотки, маргиналов, носителей другой идентичности. Так, некая современная писательница заявляет, что имеет «шкурный интерес» – посещает форумы больных шизофренией и их родственников (очевидно, форумы поддержки семей больных), изучает дискурс больных шизофренией. Потом выплёскивает всё это на страницы своей книги. Этот опыт у нее чисто виртуален. В сетях появились дискурсы, которые не имели письменной фиксации или были недоступны, налицо расширение текстовой сферы культуры.

Плюс культура масс-медийная (на наших глазах становящаяся экранной культурой) означает потребление в Сети таких видов массовой коммуникации, как журналистика, пиар, массовая политическая коммуникация и реклама, сетература.

Особенно интересно, что сеть представляет дискурсы, которые маргинальны. Иногда даже те, что попадают под запрет – экстремизм и т. д. Так, мы в течение нескольких лет наблюдаем сетевой дискурс альтернативных правых в США – тире алтрайтистов. Условиями возникновения постправды и фейка являются интернетизация политики, эклектика идеологий, риторизм политических выступлений, конспирологические теории. Многочисленные советы, как распознать фейк, призывают нас проверять источник сообщения, читать всё сообщение, а не заголовок, проверять реальность авторов, проверять источники в статье, смотреть на дату публикации, спрашивать себя, нет ли элементов сатиры и полемического заострения в публикации, нет ли элементов шутки и мистификации, рефлексировать по поводу своей предвзятости, спрашивать экспертное мнение.

Показательно состояние общественного сознания, в котором существенную роль играет политический постмодернизм и удивительная архаика в политической культуре в ответ на крах либеральной идеологии. Еще раз должна быть подчеркнута роль Интернета и социальных сетей в политической культуре. Очевидно, что политика постправды представляет в современных условиях политику пропаганды. Что касается фейк ньюз в социальных сетях, то их нужно маркировать.

Отметим роль, которая придается социальным сетям в коммуникации политика, особенно с неортодоксальными, далекими от мейнстрима взглядами. Право на пропаганду своих взглядов приходит в столкновение с правом на свободу слова.

Приведем еще один пример исследований коммуникации на уровне сетевого медиадискурса: мейнстримовый медиадискурс в его связи с реципиентом. Новизна исследований обусловлена в значительной мере новизной материала и объекта, а актуальность диктуется поиском описания и объяснения языковой и – шире – дискурсивной реальности Интернета. Мы прекрасно знаем, что тексты – как традиционных газет, так и электронные медиатексты – различаются по гендерным, социальным, профессионально-тематическим параметрам своей аудитории.

Иногда возникают случаи, когда эти параметры не учитываются создателями контента. Например, качественные американские газеты и телеканалы на своих сайтах начинают размещать тексты не только для взрослой, но и для детской аудитории. Отличаются ли эти электронные тексты от текстов для взрослой аудитории и по каким параметрам – в тематическом, языковом, структурном, риторическом (дискурсивном), жанровом плане?

В качестве рабочей гипотезы мы отвечаем на этот вопрос скорее отрицательно: дети начинают читать и понимать взрослые качественные

медиатексты, когда уровень мышления соответствует взрослому читателю. Возможен, вероятно, и положительный ответ на сей вопрос, возможно, что в части медиа – да, отличаются, в части случаев – нет. Итак, исследование на фоне того, как создают медиатексты в электронном формате вообще, должно быть направлено на объяснение того, как взрослые качественная ежедневная газета и сайт телеканала CNN работают в электронном формате для ребенка и подростка.

Отталкиваясь в понимании поставленного выше вопроса (специфика мультимедийных гипертекстов для детей и подростков), на наш взгляд, нужно и от литературной традиции. Всем нам известны исследования написания художественных текстов для детей и подростков, имеющие обширную историю и библиографию. Настоящие художественные тексты для подростков не отличаются от текстов для взрослых, не делают скидок на отсутствие фоновых знаний, отсутствие опыта рецепции произведений, желание оградить подростка от сложных и щекотливых тем, не сюсюкают с подростком. С ребенком же по-иному. Так, выдающийся педиатр и педагог С.Я. Долецкий в своей книге «Ребенок. Кто я такой?» писал: «Вот попробуй быть с ребенком невеселым, неласковым, невнимательным. Как аукнется – так и откликнется. Вот почему работающие с детьми сохраняют подобие инфантильности, которая так хороша в умеренных дозировках». Общеизвестно, что ребенок имеет тематические и жанровые литературные предпочтения, язык произведений должен быть доступным и т. д.

Самые простые рекомендации лингвиста – в языковом плане необходимо пользоваться лексиконом (тезаурусом) ребенка соответствующего возраста, подавать информацию эмоционально, экспрессивно, воздействуя на такого реципиента (отсюда известный прием молодежных журналов – использование сленга для разговора между своими). Это и ограничение тематического репертуара («Лолита» – 18+). Это и меньше бросающееся в глаза ограничение жанрового репертуара (тяжело представить себе ребенка, читающего «сатиры для детей», фельетоны, памфлеты). Для научного же текста, рассчитанного на детскую аудиторию – это беллетризация материала, повышенная объяснительность, дидактизм, в том числе и наглядный. Это баланс конкретного и отвлеченного, абстрактного. Это и желание заинтересовать ребенка в тесной связи с его предполагаемыми возрастными интересами. Это пересказ сюжетов для детей доступным языком (адаптация для детей).

Н.В. Потапова в своем исследовании на вышеуказанную тему [2], проанализировав массив текстов на сайтах двух американских источников, делает выводы о том, что ребенок должен быть огражден от информации о насилии и наркотиках. Ребенок часто не понимает актуаль-

ности событий, потому события прошлого подаются иногда для детей как новость. Еще одно положение работы говорит о различности функций газетного текста (в числе прочих функций газета *обучает* ребенка и *удерживает* взрослую аудиторию). Представляет интерес вывод, который говорит о том, что для электронного медиатекста, предназначенного для подростка, характерны повышенная фамильярность текста, повышенная эмоциональность. Конечно, можно найти много ограничений и возражений по отношению к примерам, представленным в исследовании. Например, то, что жанры прессы узуальны в силу традиции: нет доказательства того, что частотные стандарты жанров – самые эффективные; здесь свет могли бы пролить психолингвистические исследования реципиентов, медиаметрия.

Интересно было бы посмотреть, как различаются газетные сообщения по одной и той же теме для разных возрастов в качественных изданиях и таблоидах: как ведет себя в них язык сообщения с точки зрения лексики, синтаксиса, риторики, какова композиционная структура новости и т. п.

Но замечателен тот факт, что такой вопрос о специфике электронного медиатекста для ребенка и подростка поставлен. В отношении того, что полученные результаты будут учитываться при создании медиатекстов – скорее нет, чем да. Роль в масс-медиа играют традиция, практика. Что, кстати, несколько не умаляет значимости полученного результата для теории дискурса. Тем самым результат скорее объяснительный, а не предписывающий практическую деятельность.

Итак, рассмотренный в нашей работе материал позволяет сделать нам следующие предварительные выводы. В сетях существуют объекты для научной рефлексии представителей нескольких наук. Социально приоритетны рассуждения психологов и педагогов. Значимы в коммерческом отношении работы исследователей массовой коммуникации, социологии, ИТ, нейронауки. Лингвистика может помочь зафиксировать изменения языка и констатировать новые виды дискурсов, посмотреть на некоторые речевые особенности с прагматической точки зрения.

Интересы социума отражают его поведение в сетях. И если кому-то думалось, что все будут обсуждать романы Тургенева или читать классику русского зарубежья в Сети или слушать Гайдна – то нет... Этого закономерно не произошло. В сети пришел прежде всего агрессивный юзер, и для него это средство промотирования своего контента, коммуникации для бизнеса, актуальной политической мобилизации, усвоения маргинальных дискурсов и буллинга. Иными словами, осторожно: Интернет!

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Мечковская, Н.Б. История языка и история коммуникации: от клинописи до Интернета / Н.Б. Мечковская. – М.: Флинта: Наука, 2009. – 584 с.
2. Потапова, Н.В. Характеристики гипотекста электронного новостного дискурса, обусловленные возрастом адресата и не зависящие от него. Автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19 / Н.В. Потапова; ФГБОУВО «Кемеровский государственный университет». – Кемерово, 2019. – 24 с.

ВЫКАРЫСТАННЕ КАМП'ЮТАРНА-ЛІНГВІСТЫЧНЫХ СЭРВІСАЎ ДЛЯ ЗАБЕСПЯЧЭННЯ ДАСТУПНАСЦІ ЗАКАНАДАЎЧЫХ ТЭКСТАЎ НА РОЗНЫХ МОВАХ У МАЎЛЕНЧАЙ ФОРМЕ

USING COMPUTER-LINGUISTIC SERVICES TO ENSURE THE AVAILABILITY OF LEGISLATIVE TEXTS IN DIFFERENT LANGUAGES IN ORAL FORM

*Ю. С. Гецевіч¹⁾, В. В. Варановіч²⁾, А. У. Бабкоў³⁾, С. С. Маеўскі⁴⁾,
Дз. А. Дзенісюк⁵⁾*

*Y. S. Hetsevich¹⁾, V. V. Varanovich²⁾, A. U. Babkou³⁾, S. S. Mayeuskі⁴⁾,
D. A. Dzenisiuk⁵⁾*

^{1), 3), 4), 5)} Аб'яднаны інстытут праблем інфарматыкі НАН Беларусі
Мінск, Беларусь

²⁾Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт
Мінск, Беларусь

^{1), 3), 4), 5)} United Institute of Informatics Problems of the National Academy of Sciences
of Belarus
Minsk, Belarus

²⁾Belarusian State University
Minsk, Belarus

*e-mail: ¹⁾yuras.hetsevich@gmail.com, ²⁾gamrat@tut.by, ³⁾andr1877@gmail.com,
⁴⁾maevskiiss@gmail.com, ⁵⁾d.denissyuk@gmail.com*

Падымаецца пытанне даступнасці юрыдычных тэкстаў на дзвюх дзяржаўных мовах на прыкладзе кодэксаў Рэспублікі Беларусь. Паказваюцца звязаныя з распаўсюджваннем інтэрнэту змяненні ў адносінах грамадства да людзей, якія слаба бачаць. Звяртаецца ўвага на комплекснасць паняцця «даступнасць заканадаўчых тэкстаў» у білінгвістычным грамадстве; разглядаюцца магчымасці машыннага перакладу на сайце etalonline.by і магчымасці выкарыстання партала cognus.by у мэтах лінгвістычнай апрацоўкі тэкстаў.

Ключавыя словы: камп'ютарная апрацоўка тэкстаў; сінтэз маўлення; білінгвізм; даступнасць; заканадаўчы тэкст; інваліднасць па зроку.