

**РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАУК**

**ИНСТИТУТ НАУЧНОЙ ИНФОРМАЦИИ  
ПО ОБЩЕСТВЕННЫМ НАУКАМ**

**РЕЧЕВАЯ КОММУНИКАЦИЯ  
В СЕТЕВЫХ СТРУКТУРАХ:  
МЕЖДУ ГЛОБАЛЬНЫМ И ЛОКАЛЬНЫМ**

**Сборник научных трудов**

**МОСКВА  
2022**

УДК 81

ББК 81

Р 46

*Серия*  
**«Теория и история языкознания»**

Отдел языкоznания

Редакционная коллегия сборника:

*Потапов В.В.* – докт. филол. наук (отв. ред.),  
*Казак Е.А.* – канд. филол. наук (отв. ред.)

P 46      **Речевая коммуникация в сетевых структурах:  
между глобальным и локальным.** Сб. науч. трудов /  
РАН. ИНИОН. Отдел языкоznания; отв. ред. Потапов В.В.,  
Казак Е.А. – М., 2022. – 280 с.

**ISBN 978-5-248-01015-8**

Рассматриваются инновационные процессы, происходящие в Интернете и иных электронных средствах массовой коммуникации, которые привели к возникновению нового подхода к пониманию общественной жизни как существующей в условиях глобального информационного пространства.

Анализируются причины обращения к интернет-коммуникации, её особенности и отличия от традиционного прямого общения.

Особое внимание уделяется исследованию методов общения в сетевых структурах, при которых передача информации происходит с использованием различных форм её обмена и представления.

Сборник адресован лингвистам, специалистам по теории коммуникации и медиалингвистики.

УДК 81

ББК 81

ISBN 978-5-248-01015-8

© ФГБУН «Институт научной информации  
по общественным наукам РАН», 2022

## **СОДЕРЖАНИЕ**

### **ПОСЛЕДСТВИЯ ВОЗДЕЙСТВИЯ ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ НА ИНТЕРНЕТ-ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ**

<i>Потапова Р.К., Потапов В.В.</i> Аддитивная трансформация личности в эпоху цифровой коммуникации .....	5
<i>Атабекова А.А.</i> Коммуникация в социальных сетях в период пандемии коронавируса: тенденции и социальная значимость анализа.....	28

### **ПРОБЛЕМЫ ТЕОРИИ ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ**

<i>Дедова О.В.</i> Актуальные направления интернет-лингвистики: язык в Интернете vs Интернет в языке .....	40
<i>Сидорова М.Ю.</i> Субъект и субъектность в интернет-коммуникации: 20 лет спустя .....	65
<i>Максименко О.И.</i> Язык Интернета: динамика развития .....	106
<i>Кучина С.А.</i> Электронный художественный текст: основные понятия, критерии функциональности, лингвосемиотическая специфика .....	125
<i>Моисеенко Л.В.</i> Интернет-мем как новая модальность социальной интеракции .....	147
<i>Гусейнова И.А.</i> «Скрытые угрозы» современной немецкоязычной интернет-коммуникации .....	167
<i>Ахренова Н.А.</i> Интернет-коммуникация: от личного письма до информационной войны .....	181

## ПРИКЛАДНЫЕ АСПЕКТЫ ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ

<i>Кедрова Г.Е.</i> Особенности интернет-опосредованной коммуникации в социальных сетях в мультикультурном полиглантическом мультиязыковом виртуальном сообществе ...	199
<i>Хитина М.В.</i> Исследование русскоязычного Интернета с помощью разных методов и программ .....	216
<i>Комалова Л.Р., Кулагина Д.А.</i> Восприятие вербализованной агрессии в контексте и вне контекста сообщений социальной интернет-сети «Твиттер».....	229
<i>Гордеев Д.И., Филиппов Д.В., Рей А.И.</i> Специфика интернет-коммуникации в социальных сетях сообществ Севера России.....	241
<i>Вишневская Г.М., Прохорова А.А.</i> Интернет-коммуникация в профессиональном общении на иностранном языке: аспекты теории и практики .....	256
<i>Курьянова И.В., Лопаткин С.Н.</i> Глобальное цифровое пространство как способ и средство совершения преступлений.....	267

# ПОСЛЕДСТВИЯ ВОЗДЕЙСТВИЯ ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ НА ИНТЕРНЕТ-ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ

УДК: 81

DOI: 10.31249/rech/2022.00.01

Р.К. Потапова\*, В.В. Потапов\*\*

## АДДИТИВНАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ ЛИЧНОСТИ В ЭПОХУ ЦИФРОВОЙ КОММУНИКАЦИИ<sup>1</sup>

\*Московский государственный лингвистический университет,  
Москва, Россия, rkpotapova@yandex.ru

\*\*Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова,  
Москва, Россия, volikpotapov@gmail.com

*Аннотация.* Статья посвящена обсуждению ряда актуальных проблем, охватывающих особенности каузальной связи между валеологическими ценностями молодого поколения интернет-пользователей и факторами интернет-влияния на когнитивные, нейрофизиологические и психофизиологические изменения показателей функционального состояния мозга. При этом затрагиваются различные аспекты связи интернет-коммуникации с восприятием цифровых средств передачи информации. Рассматривается феномен нехимической зависимости (аддикции) молодого поколения интернет-пользователей. Современная интернет-коммуникация рассматривается нами по аналогии с ломбард-эффектом как поликодовый «шум», влияющий на изменение когнитивных, нейрофизиологических и психофизиологических показателей параметров состояния человека. Формулируется гипотеза «вербальной деградации» юных интернет-пользователей, ведущей к оскудению словарного запаса русского языка и упрощению синтаксико-семантических конструкций, постепенному частичному переходу от синтетизма русского языка к аналитизму, своего рода возврат к передаче информации с помощью рисунков, условных знаков и т.д. Затронутые в статье проблемы и их обсуждение помогают «высветить» *реперные точки* влияния интернет-коммуникации на здоровье и картину мира молодого поколения.

<sup>1</sup> Исследование проводилось при поддержке РНФ в рамках проекта № 22-28-01050. Автор и непосредственный разработчик проекта – Р.К. Потапова. Экспериментальная часть проекта проводилась в Институте высшей нервной деятельности и нейрофизиологии РАН (при участии Н.Н. Лебедевой и др.) и в Московском научно-практическом центре наркологии Департамента здравоохранения г. Москвы (при участии Т.В. Агибаловой и др.) (см. список литературы).

Исследования особенностей процесса интернет-коммуникации проводились в течение длительного временного периода и ранее. Однако именно в последнее время обрела особую актуальность проблема изучения эффекта воздействия современной цифровой информационно-коммуникационной среды Интернета на когнитивные и нейрофизиологические характеристики пользователей этой среды. Данная проблема приобрела особое значение в связи с лавинообразным ростом различных видов подобного воздействия, что, как свидетельствуют многочисленные факты, приводит к неконтролируемым отрицательным последствиям применительно к когнитивному и нейрофизиологическому профайлингу пользователей Интернета. В данном случае представлен валеологический аспект современного состояния интернет-социума [Поликодовая среда ..., 2020]. При этом специфика данного воздействия связана прежде всего с восприятием поликодового интернет-контента, что обуславливает необходимость применения в исследовании междисциплинарных методов и подходов.

Валеологическое направление в науке в настоящее время охватывает различные области, включающие интегрированные знания о здоровье человека, механизмах его формирования, сохранения и укрепления. С этой точки зрения валеология (лат. *valio* > *valere* – быть, становиться здоровым) рассматривается как наука об интегральном здоровье человека, генетических и физиологических свойствах его организма, обеспечивающих устойчивость физического, биологического, психологического и социокультурного развития [Тюмасева, Богданов, Щербак, 2004].

В последнее десятилетие нейрофизиологические исследования, базирующиеся на новых аппаратно-программных технологиях (в особенности благодаря успешному использованию позитронно-эмиссионной томографии ПЭТ и функциональных магнитно-резонансных томографов фМРТ), предоставили возможность получить новые данные об организации целостной деятельности мозга, которые позволили существенно расширить представление о процессе языковой и речевой коммуникации (в понимании языка как системы и речи как узуса составляющих этой системы) [Потапов, 2019; Потапов, Прейсг, Сжерпс, 2020; Междисциплинарность в исследовании речевой полииинформативности, 2015; Potapova, Potapov, 2020]. К числу наиболее интересных нейрофизиологических находок обычно относят дефолтную, зеркальную и корковую системы мозга [Лебедева, Буркитбаев, Каримова, 2020; Комплексное исследование изменения функционального состояния человека

при восприятии медиаконтента разной модальности, 2021; EEG investigation of brain bioelectrical activity (regarding perception of multimodal polycode Internet discourse), 2019; The influence of multimodal polycode Internet content on human brain activity, 2020 b; *Media content vs nature stimuli influence on human brain activity*, 2021]. Де-фолтная система расценивается при этом как альтернативная система мышления, направленная на анализ эндогенной информации. В настоящее время мозг предлагается рассматривать «не как коннектом – нейронную сеть, а как *когнитом* (курсив наш. – Р.П., В.П.) – нейронную гиперсеть, состоящую из нейронных групп со специфическими когнитивными свойствами. Структура когнитома тождественна структуре разума, а сознание представляет собой специфический процесс широкомасштабной интеграции когнитивных элементов в этой нейронной гиперсети» [Анохин, 2021, с. 39].

К исследованиям, имеющим огромное значение для решения валиологических проблем применительно к молодежному контингенту, следует отнести изучение процесса воздействия и последствий этого воздействия со стороны Интернета на трансформацию психофизиологических и когнитивных характеристик личности пользователей Интернета применительно к фактору сформированной нехимической зависимости (аддикции). Аддикция в широком смысле этого термина и аддиктивность (как химическая, так и нехимическая) проявляются в стремлении ухода личности от реальности путем искусственного изменения своего психического состояния посредством либо приема психоактивных веществ, либо фиксации внимания на отдельных видах деятельности с целью развития интенсивных эмоций. Девиантное поведение проявляется, как правило, в агрессивной или аутоагgressивной форме в виде зависимости от сверхцененных психологических и психопатологических увлечений (в частности, в форме интернет-зависимости, фанатизме и др.), коммуникативных девиаций (например, аутистическом поведении), безнравственном и аморальном поведении, девиациях в стиле поведения и т.д. [Клиническая психология, 2007].

Вышеуказанный вид нехимической зависимости (аддикции) в настоящее время является одним из приоритетных направлений изучения в психологии, патопсихологии, психиатрии и прикладной лингвистике (например, применительно к составлению тестов, необходимых для обнаружения различных видов аддикции). Патологическая зависимость (аддикция) от Интернета в целом и интернет-

игр<sup>1</sup> в частности, сформировала за последние десятилетия новый вид «цифровой личности», характеризующейся, например, такими индивидуальными качествами, как *десоциализация, деиндивидуализация и дегуманизация*. Психическое расстройство, констатируемое ранее как гемблинг-зависимость (игровая зависимость, связанная с азартными играми), получило новую атрибутику как «игровое расстройство» в значении «расстройство, вызванное употреблением психоактивных веществ или аддиктивным поведением» [Когнитивные нарушения у пациентов с патологическим влечением к азартным играм, 2020; Эмоциональные и когнитивные нарушения в структуре наркологических заболеваний: взаимовлияние и взаимосвязь, 2014; Междисциплинарность в исследовании речевой полиграфометрии, 2015; Influence of the aggressive Internet environment on cognitive personality disorders (in relation to the Russian young generation of users), 2021].

Расстройства, вызванные аддиктивным поведением (в их онлайн- и офлайн- формах), определяются как «узнаваемые и клинически значимые синдромы, связанные с дистрессом или нарушением функционирования индивида, формирующиеся в результате повторяющегося подкрепляющего поведения, а не употреблением химических веществ, вызывающих зависимость» [World Health Organization, 2018]. Таким образом, в данном случае речь идет о ситуациях, когда у тех или иных лиц сформирована зависимость от различных форм взаимодействия с Интернетом. В настоящее время доказано наличие аддиктивного «расщепления личности» у лиц с формированием зависимого интернет-поведения. Следовательно, на материале различных исследований доказано, что у лиц с зависимостью от Интернета наблюдается аддиктивное «расщепление», что значительно согласуется с трансформацией нейрофизиологических и когнитивных характеристик работы мозга. С нашей точки зрения, при формировании данного типа зависимости именно «электронная личность» [Потапова, Потапов, 2017], а в настоящее время «цифровая личность» реализуется в формате «аддиктивное Я». Между цифровой личностью и продуктом ее коммуникативной деятельности в Интернете возникает и развивается причинно-следственная связь на основе четырех знаковых систем: вербалики, паравербалики, невербалики и экстравербалики [Потапова, Потапов, 2017].

---

<sup>1</sup> «... Интернет представляет собой игровую структуру, с помощью которой современный человек компенсирует и корректирует мир эпохи постмодерна» [Савинова, 2017, с. 424].

тапов, 2006]. Все вышеперечисленные кодовые средства используются как отправителем информации, так и ее получателем в Интернете. В настоящее время не существует глубоко и тщательно разработанной системы профилактики интернет-зависимости, что требует специального и всестороннего изучения причин ее формирования.

Следует подчеркнуть, что одной из актуальнейших проблем является также аспект аутоагрессивного поведения цифровой личности не только в психиатрии, но также и в области валеологии в целом. Высокий уровень суицидов и других видов аутоагрессии, регистрируемых во всех видах ситуаций, подтверждают единство патогенетических механизмов нехимической зависимости и зависимости от психоактивных веществ [Федотов, Шустов, 2016; Palmer, Pankratz, Bostwick, 2005; Medication and suicide risk in schizophrenia: a nested case-control study, 2013; International prevalence of adolescent non-suicidal self-injury and deliberate self-harm, 2012; Shustov, Merinov, Tuchina, 2016]. По данным разных исследователей, от 13 до 20% лиц с нехимическими зависимостями совершают суицидальные попытки [Frank, Lester, Wexler, 1991; Petry, 2012; Thompson, Gazel, Rickman, 1996]. При этом имеются научные изыскания, подтверждающие единство патогенетических механизмов нехимической зависимости и зависимости от психоактивных веществ [Анохина, 1995; Арзуманов, 2004; Потапова, Потапов, 2004; Скобелин, 2005; Шемчук, Ошевский, 2005].

В связи с вышесказанным исследование закономерностей аутоагрессивного поведения пользователей Интернета со сформированной интернет-зависимостью представляется актуальным и перспективным с учетом дальнейшей разработки эффективных практических рекомендаций для профилактики и дальнейшего лечения данного вида зависимости.

Приведем в качестве примера фрагменты исследования, задачей которого являлось изучение сформированной интернет-зависимости [Когнитивные нарушения у пациентов с патологическим влечением к азартным играм, 2020]. Важно подчеркнуть, что зависимое поведение применительно к компьютерным сетевым играм всегда реализовывалось с использованием Интернета. В контрольную группу испытуемых вошли 42 испытуемых мужчины с наличием зависимости от интернет-азартных игр, у которых нехимическая зависимость реализовывалась через азартное поведение. Все обследованные испытуемые не характеризовались наличием зависимости от психоактивных веществ, а также эндогенных пси-

хических расстройств. Возрастные границы относительно представленной выборки включали испытуемых от 18 до 28 лет. Следует подчеркнуть, что испытуемые в данном эксперименте образовывали уникальную выборку, так как интернет-зависимость была единственным критерием в определении характера изучаемых реакций.

Методика исследования включала:

(А) Формирование корпуса анамнестических данных и информации об аутоагрессивном поведении испытуемых;

(В) Интервьюирование испытуемых с целью выявления моделей аутоагрессивного поведения испытуемых в прошлом и настоящем;

(С) Разработка на базе данных интервью моделей синдрома зависимости. В данном исследовании использовалась одна из версий интервью, имеющая максимальную факторную нагрузку относительно наличия парасуицидов в анамнезе. Следует подчеркнуть, что применяемое специализированное интервью имеет не только информативную, но и терапевтическую ценность;

(Д) В ходе исследования использовались следующие шкалы и опросники: Монгомери-Асберг для оценки депрессий (MADRS), обсессивно-компульсивная шкала Йеля-Брауна, модифицированная для гемблинга (PGYBOCS);

(Е) Для статистического анализа были применены программы Microsoft Excel 2007 и STATISTICA 10.0.

В результате проведения исследования было выявлено, что наибольшее число испытуемых с данным видом интернет-зависимости приходится на возрастной интервал от 22 до 25 лет (75% испытуемых основной группы и 66,1% контрольной группы).

Испытуемые характеризовались избыточным использованием Интернета и интернет-игр. Испытуемые, которые характеризовались игровой зависимостью, прекращали все другие виды деятельности (например, пропускали занятия, работу и др.), что приводило к серьезным последствиям в виде отчислений из вузов, потери работы. Все эти типы отклонений характеризовались как «расстройства привычек и влечений». У всех испытуемых основной группы отмечались постоянно повторяющееся дезадаптивное поведение, неспособность противостоять влечению к Интернету.

В результате проведенного эксперимента были описаны критерии определения синдрома зависимости:

- сочетание физиологических, поведенческих и когнитивных явлений, при которых пользование Интернетом занимает в системе ценностей индивидуума ведущее место;

- диагноз может быть поставлен при наличии трех и более признаков в течение некоторого времени за предыдущий год использования Интернета;
- сильная, иногда непреодолимая потребность времяпрожигания с персональным компьютером в Сети и смартфоном;
- нарушение способности контролировать время, проведенное в Интернете;
- использование других электронных устройств, заменяющих игры в Интернете или смартфоне;
- прогрессирующая потеря других интересов и удовольствий кроме пользования Интернетом;
- продолжение увлечения Интернетом, несмотря на негативные последствия этой деятельности.

На основе многочисленных исследований были разработаны диагностические критерии, которые состоят из шести компонентов универсальных для *всех видов зависимостей*: *сверхценность, изменение настроения, рост толерантности, симптомы отмены, конфликт с окружающими и с самим собой, рецидив* [Интернет-зависимое поведение, клиника и диагностика, 2011; Reliability criteria of borderline personality disorder: A comparison of DSM-III and the Diagnostic interview for Borderline patients, 1984; Griffiths, 1996].

Расстройства, вызванные аддиктивным поведением пользователей Интернета в их онлайн- и офлайн- форматах, определяются как «узнаваемые и клинически значимые синдромы, связанные с дистрессом или нарушением функционирования индивида, формирующиеся в результате повторяющегося подкрепляющего поведения, а не употребление химических веществ, вызывающих зависимость» [МКБ-11]. Диагноз ставится на основании наличия устойчивых или периодически повторяющихся моделей игрового поведения.

Новая классификация отражает сходства между химическими и поведенческими аддикциями в плане этиологии, биологических механизмов, клинических проявлений и лечебных стратегий, подтвержденные многочисленными психологическими и нейробиологическими исследованиями [Fauth-Bühler, Mann, Potenza, 2016]. В этом смысле изучение игрового поведения и его дезадаптивных форм открывает путь к лучшему пониманию психобиологических механизмов возникновения как нехимических, так и химических аддикций, позволяя отделять экзогенные эффекты психоактивных веществ [Pathological Choice: The neuroscience of gambling and gambling addiction, 2013]. При этом на первый план

выходит исследовательский поиск, потенциально способный обеспечить разработку таких методов, а также направленный на совершенствование существующих психосоциальных методов.

В настоящее время выделяют два основных подхода к пониманию игрового поведения: когнитивный и психобиологический [Clark, 2010]. *Когнитивный подход* сконцентрирован на содержании когниций и дефицитов контроля, которые поддерживают проблемное игровое поведение. *Психобиологический подход* соотносится с поиском нейробиологических и нейрохимических отличий патологических игроков от других популяций. По сравнению со здоровой популяцией испытуемые с игровой зависимостью страдают от ряда нарушений в когнитивной сфере [Neurocognitive functions ..., 2006; Executive function ..., 2008]. Несмотря на то, что у патологических игроков отсутствуют выраженные *лингвистические и интеллектуально-мнестические снижения*, у них последовательно выявляются дефициты исполнительных функций, в частности в распределении внимания, когнитивной гибкости, планировании действий, торможении и контроле импульсов, планировании действий и принятии решений [Clark, 2010; Potenza, 2014]. Указанные дефициты проявляются в повышенной импульсивности, проблемах саморегуляции, неспособности к гибкому рапределению внимания и переключению между поставленными задачами. Более того, вышеупомянутые дефициты проспективной способности характеризуются снижением способности к обучению и также реверсивному обучению [Quíntero, 2016], что имеет непосредственное отношение к овладению естественным языком коммуникации, а также к возможности реализации самой коммуникации на естественном языке.

Дефициты исполнительных функций изучались в психобиологическом плане с помощью традиционных нейропсихологических тестов. Таких, например, как Висконсинский тест сортировки карточек (Wisconsin Card Sort Test / WCST) [Berg, 1948] и тест Струпа (Stroop Test) [Stroop, 1935]. В процессе тестирования, в первом случае испытуемые сталкиваются с задачей гибкого переключения внимания в постоянно меняющихся условиях (выделения абстрактных категорий и гибкого изменения принципа сортировки лингвистического материала в зависимости от категории), во втором – с необходимостью преодолевать автоматическое интерференционное влияние содержания предъявляемых слов на их определение и называние цвета шрифта. В данном случае тест используется для оценки гибкости / ригидности когнитивных про-

цессов. По результатам исследования был сделан вывод, что выявленные дефициты исполнительных функций не могут быть объяснены нарушениями базовых когнитивных функций, которые у испытуемых с игровой зависимостью оставались неизменными. Оказалось, что полученные в ходе исследования нейропсихологические характеристики оказались худшими прогностическими факторами для определения игровой зависимости, чем выявленные личностные характеристики: импульсивность, повышенная склонность к поиску новизны и ухода от вреда, низкий уровень саморегуляции и сотрудничества.

Таким образом, исследование в психобиологической парадигме продемонстрировало связь игровой зависимости с когнитивными дефицитами, вносящими вклад как в импульсивное (сниженный когнитивный контроль и торможение импульсов), так и компульсивное поведение (проблемы с распределением внимания, ригидность когнитивных процессов, персеверации), что находится в прямой зависимости от верbalного поведения человека, т.е. от его лингвокоммуникативной парадигмы.

Помимо традиционных для психологии когнитивных нарушений, особое внимание уделяется систематическим ошибкам мышления при оценке вероятностей и случайностей, которые присущи игровой зависимости [Clark, 2014]. Традиционно когнитивные искажения определяются как привычные автоматические модели мышления, которые поддерживают дезадаптивные базовые убеждения и допущения личности за счет обобщения, удаления и / или искажения внутренних и внешних стимулов [Fortune, Goodie, 2012].

Среди основных когнитивных искажений, свойственных испытуемым с игровой зависимостью, следует выделить следующие:

- сверхобобщение в отношении событий;
- произвольное умозаключение как извлечение выводов при отсутствии подтверждающих данных или данных, находящихся в явном противоречии с фактами;
- избирательное абстрагирование, когда события рассматриваются вне контекста и внимание акцентируется на определенных сторонах события за счет игнорирования других сторон;
- преувеличение или преуменьшение сложности ситуации, а также собственных возможностей успешного выхода из этой ситуации;
- персонификация как стремление наделять события и предметы качествами, свойственными человеку.

Вышеперечисленные когнитивные искажения, вызванные игровой зависимостью, соотносятся с когнитивными искажениями личности и с современными психиатрическими представлениями об этиологии химически независимых расстройств в рамках парадигмы двойного процесса [Goldstein, Volkov, 2011; Verdejo-Garcia, Bechara, 2009]. Эти «ментальные помехи», как показали многочисленные исследования, относятся не только к компьютерной игровой зависимости, но и к более масштабной интернет-зависимости, что оказывает многофакторное отрицательное воздействие на трансформацию личности в целом.

Интернет-аддитивная трансформация личности отражается в выборе средств передачи информации с учетом вербалики, парaverbалики<sup>1</sup>, невербалики и экстравербалики, т.е. посредством не только монокодовых средств (в частности, языка общения), но и «звучящих смыслов», а также жестики, мимики и т. д. С развитием различных цифровых платформ резко возросла степень поведенческой интернет-зависимости молодежного контингента: упростились языковые формы передачи сообщения, возник так называемый олбанский язык [Кронгауз, 2013], резко возросло число поликодовых средств передачи сообщения (звук, видео, лаконичные реплики, изображения и т. д.). Языковая форма передачи информации «уплотнилась» до максимума, делая ее понятной для интернет-зависимых членов определенного социального сообщества. При этом именно суммарно и компонентно поликодовые модели информационной единицы интернет-коммуникации, используемые в такой лаконичной форме, стали основой процесса коммуникации главным образом для интернет-зависимых коммуникантов. При этом нельзя говорить о едином сетевом жаргоне. Существуют многочисленные и разнообразные жаргоны и общее лексическое пространство, пополняемое за их счет [Словарь языка Интернета.ru, 2016]. Классическим примером как моно-, так и поликодовости в сетевой коммуникации является функционирование интернет-мемов<sup>2</sup>, позволяющих кратко и емко передавать инфор-

---

<sup>1</sup> «В глобальной информационной сети отмечаются два процесса, относящиеся к паралингвистике. Первый связан с передачей звуковых явлений графическими средствами. Второй – с графической идеологией гипертекста» [Куликова, 2017, с. 250].

<sup>2</sup> В настоящее время нами сформирован корпус данных, включающий мемы, используемые носителями британского варианта английского языка, американского варианта английского языка, немецкого и русского языков ( $n = 4,5$  тыс.).

мацию для пользователей, «живущих» в этой среде и, как правило, не использующих другие виды сетевой коммуникации.

Согласно мнению ряда исследователей (см., например: [Выналек (Слободян), 2014; Кронгауз, 2012; Щурина, 2012; Самые популярные интернет-мемы, 2021]), обычно интернет-мем рассматривается как символический знак с позиции семиотики. Современная классификация интернет-мема как инструмента передачи эмоциональной информации в интернет-пространстве представлена следующими типами: текстовый мем (представляющий собой слово или фразу); мем-картинка; видеомем; креолизованный мем (состоящий из текстовой и визуальной части) (см., например: [Ксенофонтова, 2009]).

Наиболее интересную разновидность, с нашей точки зрения, представляет поликодовый, т.е. креолизованный мем, который характеризует личность автора с позиций степени погруженности в тему коммуникации. Следовательно, интернет-мем – это важная составляющая интернет-коммуникации, служащая своеобразным средством передачи эмоциональной информации. Он представляет собой некую содержательно скомпрессированную формулу молодежной интернет-коммуникации. Отсюда следует, что поликодowość в этом случае заменяет собой чисто вербальные формы общения, что, естественно, отрицательно оказывается на развитии языковой личности коммуникантов [Русский язык повседневного общения: особенности функционирования в разных социальных группах, 2016; Карапулов, 1987; Карапулов, Филиппович, 2008]. Как отмечает М.А. Кронгауз, для мем-творчества просматривается определенная креативная составляющая: «... интернет-мем стремится не к точному воспроизведению, а, скорее, к искажению или по крайней мере к новым контекстам в широком смысле этого слова» [Кронгауз, 2012].

Важно обратить внимание на такие негативные процессы общения в Сети, как распространение обсценной лексики, большого количества заимствований (в частности, англизмов / американанизмов) и жаргонизмов. Еще одной особенностью языка интернет-коммуникации предстает так называемый *медиалект*. Некоторые исследователи призывают относиться к современным процессам медиалекта с особой настороженностью, полагая, что он может в определенной степени оказывать негативное влияние на современный русский язык и культуру в целом. Например, по мнению О.В. Загоровской, язык Интернета «разрушает традиционные ценности национального русского сознания, понятие стили-

стической ценности, а также снижает уровень культуры русской речи» [Загоровская, 2020, с. 4]. В противоположность данной точке зрения, на основании анализа динамики экспертных мнений ведущих лингвистов, приблизительно за последние два десятилетия сложилось мнение, что негативные явления в интернет-коммуникации на русском языке носят временный характер своего рода языковой моды [Талыбова, 2017]. В целом же следует признать, что «... в процессе более глубокого проникновения Интернета в аудиторию и формирования мультиканальной интерактивной цифровой среды ... проблемные зоны функционирования русского языка усугубляются» [Вартанова, 2017, с. 7].

Естественно, медиалектом пользуются далеко не все слои общества, а, как правило, его «носителем» предстает молодежная аудитория. Вследствие этого логически можно было бы рассматривать медиалект как *арго*, т.е. «условный язык какой-либо сравнительно небольшой социальной группы, отличающейся от общенародного языка» [Толковый словарь Ожегова] (как правило, под небольшой социальной группой понимаются пользователи сети Интернет, геймеры, владельцы Iphone и др.).

Исследуя связь между когнитивными нарушениями и интернет-зависимостью, необходимо обратиться к работам в области изучения психологических характеристик личностей, склонных, например, к троллингу в его интернет-зависимом варианте, согласно которому базовыми являются пять основных свойств: невротизм, экстравертизм, склонность к постоянному приобретению опыта, выносливость и порог совестливости [Kieger, Dippold, Appel, 2020].

Распространение в молодежной интернет-коммуникации краткой поликодовой формы передачи информации свидетельствует о все большей степени отхода от средств естественного языка и приближении к архаической форме передачи смысловой информации с помощью изображений и звука, что было свойственно людям на заре человеческой цивилизации. Более того, лингвисты констатируют постепенное «упрощение языка» в процессе цифровой коммуникации, что влечет за собой своего рода фиксируемый сдвиг от синтетических языковых форм русского языка к частичному их переходу к аналитическим.

При этом данный способ присущ в основном интернет- зависимым коммуникантам, которые проводят три четверти своего времени за этим занятием. Богатство языковых форм сменилось поликодовыми семиотическими «формулами», что свидетельствует

о когнитивной трансформации интернет-зависимых участников общения в мировой Сети. В частности, примером интернет-зависимости в наши дни является так называемое тик-токерство. Так, например, социальная сеть ТикТок в наши дни вышла на первые позиции по влиянию на контингент пользователей младше 13 лет. По данным прессы, за последнее время зафиксировано более 7 млн аккаунтов таких пользователей. ТикТок-зависимость приобретает характер эпидемии. При этом ясно, что когнитивная составляющая владения родным языком тендирует к нулю. Подобного рода тенденции характеризуют рост различных видов интернет-зависимости, что приводит к деформации когнитивных инейрофизиологических свойств личности.

Исследуя влияние интернет-зависимости пользователей на когнитивную природу функционирующего в Сети языка, хотелось бы подчеркнуть, что семантическая структура слова должна рассматриваться «как ряд исторически сложившихся в данной лексеме значений, объединенных актуальными деривационными связями ...» [Кацнельсон, 1986, с. 20]. По мнению С.А. Песиной, «все наши знания о содержании языковых единиц извлечены из самонаблюдений внутреннего состояния, наблюдений поведения других, а также событий и окружающей действительности» [Песина, 2011, с. 23].

При этом, по нашему мнению, огромную роль играет общность языковых особенностей, понимания ситуативных условий микро- и макромасштабного характера, воздействия поликодовых средств передачи информации на интернет-пользователей.

В условиях цифровой интернет-коммуникации происходит своего рода нивелирование индивидуальных свойств личности. Человек реализуется в этих условиях как манипулируемый объект. Высшей степенью этого процесса является развитие нехимической зависимости (аддикции) интернет-пользователей, о чем с позиций когнитивных нарушений речь шла ранее. В связи с вышесказанным следует привести мнение К. Юнга: «Психология отдельного человека, однако, соответствует психологии нации. То, что делают нации, то делает и каждый отдельный человек, и пока он это делает, это делает и нация» [Юнг, 1997].

В эпоху Цифры на первый план выходит проблема когнитивного формирования личности. Согласно К. Юнгу, «... личность никогда не может развернуться, если человек не выберет ... собственный путь. Не только каузальный мотив, необходимость, но также сознательное моральное решение должно дать свою силу процессу личностного развития. Если первое, т.е. необходимость,

отсутствует, то так называемое развитие будет простой акробатикой воли, если отсутствует последнее, а именно сознательное решение, то развитие увязнет в тупом бессознательном автоматизме ... Тот факт, что неизменно процветают конвенции какого-нибудь вида, доказывает, что подавляющее большинство людей выбирает не собственный путь, а конвенции и вследствие этого каждый из них развивает не самого себя, а какой-нибудь метод, а значит нечто коллективное за счет собственной целостности» [Юнг, 1997].

Современное цифровое общение привело нас к исключительно групповому способу взаимодействия, в результате чего возникли разнообразные модели поведения, к числу которых следует отнести прежде всего унифицированные клише, тендирующие в настоящее время к поликодовости, лаконичности, зачастую – к человеконенавистничеству. Эти модели поведения импонируют, в частности, значительной части молодого поколения, ставя их в условия нехимической интернет-аддикции, следствием чего возникает огромное число когнитивных и нейрофизиологических отклонений. В частности, увеличивается число междисциплинарных областей исследования, включающих, например, социальную психологию, нейропсихологию, патопсихологию, криминально-судебную психологию, прикладную лингвистику, лингвокриминалистику и т.д. [Междисциплинарность в исследовании речевой полииинформативности, 2015].

В центре внимания исследователей находится процветающая в Интернете *жестокость* и *агgressия*. В настоящее время данные явления стали объектом специальных научных направлений агрессиологии и вайленисологии (учения о насилии). Жестокость в коммуникативной модели рассматривается с позиций факторов сознательного и неосознанного поведения (см., например: [Deep learning for hate speech detection in tweets, 2017; Buckels, Trapnell, Paulhus, 2014; Cruz, Seo Yu, 2018; Gordeev, Potapov, 2020; Risch, Krestel, 2020; Thacker, Griffiths, 2012] и т.д.). Многочисленные примеры интернет-жестокости позволяют делать вывод о нейрофизиологической и когнитивной трансформации личности, включающей эмоциональную или интеллектуальную неспособность к сопереживанию (эмпатии), эгоцентризм, эмоциональную холодность, интеллектуальную тупость, фанатизм, охваченность доминирующей идеей, внушаемость, гипертимность, маниакальный аффект или глубокую депрессию, профессиональную деформацию [Балабанова, 1998, с. 188].

С нашей точки зрения, когнитивная трансформация интернет-личности тесно связана с формой подачи интернет-реплик. Так, например, была установлена взаимосвязь между общим объемом высказывания и такими свойствами личности, как *замкнутость, озабоченность, осмотрительность, принципиальность, властность* [Дашкова, 1982]. Были выявлены также факты влияния на выбор лексических средств биполярных качеств субъекта *аналитичности – синтетичности, конкретности – абстрактности, пассивности – активности, агрессивности – доброжелательности* и др. [Балабанова, 1998, с. 309].

Таким образом, воздействие на когнитивные характеристики интернет-коммуникантов следует рассматривать как «многоканальный информационный шум». Следовательно, исходя из этого можно предположить, что в данном случае уместно сравнить это явление с эффектом Ломбарда, согласно которому интернет-коммуникация может рассматриваться как своего рода интегративный «шум», включающий многокомпонентную аддитивную стимуляционную составляющую. При реализации интернет-коммуникации пользователи, как правило рефлекторно, по типу эффекта Ломбарда, стремятся *изменить и приспособить свой стиль* моно- или поликодового оформления мысли для того, чтобы повысить степень понимания коммуникативного информационного стимула. Следствием данного процесса является *адаптация* получателя сообщения к стилю передачи сообщения отправляемой информации. На базе эффекта Ломбарда образуются масштабные сетевые модели коммуникации, построенные по практически единому принципу. Следствием подобного рода процесса является упрощение вербалики и компенсаторное развитие паравербалики, невербалики и экстравербалики (по Р.К. Потаповой). Следовательно, характер процессов, происходящих при реализации поликодовой интернет-коммуникации, обнаруживает много общего с тем, что имеет место при восприятии устной речи в затрудненных условиях. Более того, поликодовая интернет-коммуникация многократно усиливает эффект воздействия на канал восприятия, что приводит к деформации нейрофизиологических и когнитивных свойств личности, высшей степенью которой является развитие различных типов интернет-зависимости (нейхимической аддикции).

В настоящее время нейрофизиологи работают над амбициозным проектом – созданием полного описания структуры связей нервной системы организма человека, в совокупности определяющих психические и когнитивные процессы связей между нейронами

мозга [Коннектомика: нейрофизиология, достижения и перспективы, 2015]. Нейрофизиологические и психофизиологические исследования в области особенностей восприятия интернет-контента показали, что отличительной чертой полного *погружения в интернет-среду является нецеленаправленное поглощение информации, которое заполняет «паузы» в жизни человека* (поездки на общественном транспорте, перерывы на работе или учебе и т. д.) [EEG investigation of brain bioelectrical activity (regarding perception of multimodal polycode Internet discourse), 2019; The influence of multimodal polycode Internet content on human brain activity, 2020]. Непрерывная обработка визуальных и слуховых стимулов естественно оказывает влияние на функциональное состояние мозга, поскольку восприятие является одним из сложнейших и ресурсно-затратных процессов когнитивной деятельности, затрагивающей все уровни коры больших полушарий.

В исследовании, включающем ряд базовых научных направлений [Когнитивные нарушения у пациентов с патологическим влечением к азартным играм, 2020; Комплексное исследование изменения функционального состояния человека при восприятии медиаконтента разной модальности, 2021; EEG investigation of brain bioelectrical activity (regarding perception of multimodal polycode Internet discourse), 2019; The influence of multimodal polycode Internet content on human brain activity, 2020], целью которого являлось решение задачи, согласно которой необходимо было выявить, какие нейрофизиологические и психофизиологические изменения показателей функционального состояния происходят при активном восприятии интернет-контента по сравнению с фоновой созерцательной деятельностью, когда включаются сети покоя. Понятие «сети покоя» относится к активности нейронных сетей головного мозга человека (животного), находящегося в состоянии бодрствования, но не вовлеченного в деятельность, требующую направленного внимания [Alterations of the amplitude of low-frequency fluctuations in treatment-resistant and treatment-response depression: a resting-state fMRI study, 2012]. Результаты многопараметрического нейрофизиологического исследования показало, что постоянная длительная коммуникация в Интернете является причиной развития интернет-зависимости и отрицательно влияет на десинхронизацию всех ритмов электроэнцефалограммы головного мозга (ЭЭГ), что связано с процессом восприятия и повышением концентрации внимания. Исследование показало также, что даже после получаемого (30 мин.) активного восприятия интернет-информации поль-

зователь находится в менее благоприятном функциональном состоянии, чем после целенаправленного получаемого стимула, например созерцания природы. Не менее интересный вывод был получен относительно различий роли влияния на мозг аудио- и видеостимулов. Было установлено, что особым информационным каналом для человека является речь (устная или письменная), в отсутствие которой у человека развивается состояние затормаживания корковой активности. В связи с этим следует еще раз подчеркнуть, что преобладание видеоряда, например в мем-коммуникации, ведет к постепенной потере вербальных навыков и автоматизмов, включая прежде всего семантическую компоненту полноценной коммуникации.

Обращение исследователей в области междисциплинарно-конгруэнтных наук к проблемам функционирования мозга в условиях современной цифровой интернет-коммуникации далеко не случайно. Мировой охват участников сетевого общения, скорость и поликодовые средства передачи информации включают в этот процесс все большее число участников, возраст которых «молодеет» год от года, что естественно оказывается на их психике, развиваются новые типы нехимической зависимости (аддикции), ведущей к когнитивной трансформации личности, влияющей, в свою очередь, на изменения нейрофизиологических и нейробиологических структурных параметров функционирования организма человека в целом. Полученные в процессе этих исследований данные активно внедряются в разработку искусственного интеллекта (ИИ), рассматриваемого как панацея от всех бед человечества. Вместе с тем именно разработка идеологии ИИ послужила мощным рычагом для активизации исследований в области структуры и функций мозга, теории нейронных гиперсетей, *когнитома* (по К.В. Анохину). Естественно, что разработка ИИ требует глубоких знаний в области взаимодействия органического и неорганического интеллекта. В перспективе разработка ИИ направлена на применение стероидов, что в корне изменит прежнюю технологию и позволит создать «квантовый искусственный интеллект» – QuantumAI.

Но, как известно из опыта всей истории развития технологий, любые сверх достижения представляют собой «две стороны одной медали», включающие и положительные, и отрицательные последствия. Применительно к факту взаимодействия ИИ и психики человека можно констатировать наличие как позитивного (например, скорости и объема передачи информации), так и нега-

тивного воздействия на мозг пользователей Интернета, в частности представителей молодого поколения, что приводит к развитию интернет-зависимости, различного рода психическим расстройствам и постепенному ограничению объема средств вербалики родного языка, с одной стороны, и к деформации личности, ее де-социализации, дегуманизации и деинтеллектуализации – с другой. Более того, влияние интернет-зависимости ведет к переформатированию картины мира пользователей, включающей этические, эстетические, социальные и другие аспекты жизнедеятельности человека.

## Список литературы

- Анохин К.В.* Когнитом: в поисках фундаментальной нейронаучной теории сознания // Журнал высшей нервной деятельности им. И.П. Павлова. – 2021. – Т. 71, № 1. – С. 39–71.
- Анохина И.П.* Биологические механизмы зависимости от психоактивных веществ // Вопросы наркологии. – 1995. – № 2. – С. 27–32.
- Арзуманов Ю.Л.* О медицинских аспектах игромании. Методы выявления, реабилитации и профилактики : материалы конференции «Игромания. Миры и реальность» (28 мая 2003 года, Москва) // Наркология. – 2004. – № 4. – С. 15.
- Балабанова Л.М.* Судебная патopsихология (вопросы определения нормы и отклонений). – Донецк : Сталкер, 1998. – 432 с.
- Вартанова Е.Л.* Русский язык в онлайн-СМИ: вызовы цифровой эпохи // Русский язык в Интернете : личность, общество, коммуникация, культура / под общ. ред. А.В. Должиковой, В.В. Барабаша : сб. статей I Международной научно-практической конференции. Москва, РУДН, 8–9 февраля 2017 г. – М. : Российский университет дружбы народов, 2017. – С. 7–16.
- Выналек (Слободян) Е.А.* О природе интернет-мема // Современный русский язык в интернете / ред. Я.Э. Ахапкина, Е.В. Рахилина. – М. : Языки славянской культуры, 2014. – С. 51–60.
- Дашкова С.С.* Устная речь как источник информации о человеке : автореф. ... канд. психол. наук. – Л., 1982. – 19 с.
- Загоровская О.В.* Об инновациях в русской лингвокультуре XXI века // Современные проблемы лингвистики и методики преподавания русского языка в вузе и школе. – Воронеж : Гос. педагогич. ун-т. 2020. – № 30. – С. 3–7.
- Интернет-зависимое поведение, клиника и диагностика / Малыгин В.Л., Хомерики Н.С., Смирнова Е.А., Антоненко А.А. // Журнал неврологии и психиатрии им. С.С. Корсакова. – 2011. – № 4. – С. 86–92.
- Караулов Ю.Н.* Русский язык и языковая личность. – М. : Наука, 1987. – 363 с.
- Караулов Ю.Н., Филиппович Ю.Н.* Лингвокультурное сознание русской языковой личности. Моделирование состояния и функционирования. – М. : Азбуковник, 2008. – 336 с.
- Кацнельсон С.Д.* Общее и типологическое языкознание. – Л. : Наука, 1986. – 297 с.

- Клиническая психология* / ред. Н.Д. Творогова. – М. : Per Se, 2007. – 414 с.
- Когнитивные нарушения у пациентов с патологическим влечением к азартным играм / Агибалова Т.В., Тучина О.Д., Бузик О.Ж., Потапова Р.К., Потапов В.В. // Консультативная психология и психотерапия. – 2020. – Т. 28, № 4(110). – С. 167–185.
- Комплексное исследование изменения функционального состояния человека при восприятии медиаконтента разной модальности / Лебедева Н.Н., Каримова Е.Д., Потапов В.В., Потапова Р.К. // Журнал высшей нервной деятельности им. И.П. Павлова. – 2021. – Т. 71, № 1. – С. 86–103.
- Коннектомика : нейрофизиология, достижения и перспективы / Лебедева Н.Н., Майорова Л.А., Каримова Е.Д., Казимирова Е.А. // Успехи физиологических наук. – 2015. – Т. 46, № 3. – С. 17–45.
- Кронгауз М. Мемы в интернете : опыт деконструкции* // Наука и жизнь. – 2012. – № 11. – URL: [https://elementy.ru/nauchno-populyarnaya\\_biblioteka/431893/Memy\\_v\\_internete\\_optyt\\_dekonstruktsii](https://elementy.ru/nauchno-populyarnaya_biblioteka/431893/Memy_v_internete_optyt_dekonstruktsii) (дата обращения: 08.04.2021).
- Кронгауз М.А. Самоучитель олбанского.* – М. : ACT : Cogrus, 2013. – 416 с.
- Ксенофонтова И.В. Специфика коммуникации в условиях анонимности: меметика, имиджборды, троллинг* // Интернет и фольклор : сб. статей / отв. ред. А.С. Каргин ; Государственный республиканский центр русского фольклора. – 2009. – С. 285–294.
- Куликова Э.Г. Паралингвистическая норма в глобальной информационной сети* // Русский язык в Интернете : личность, общество, коммуникация, культура : сб. статей / под общ. ред. А.В. Должиковой, В.В. Барабаша I Международной научно-практической конференции. Москва, РУДН, 8–9 февраля 2017 г. – М. : Российский университет дружбы народов, 2017. – С. 250–256.
- Лебедева Н.Н., Буркитбаев С.Е., Каримова Е.Д. Активация зеркальной системы мозга зависит от способа предъявления стимулов: непосредственно экспериментатором или как видеоролик* // Журнал высшей нервной деятельности им. И.П. Павлова. – 2020. – Т. 70, № 4. – С. 460–472.
- Междисциплинарность в исследовании речевой полииинформативности / Потапова Р.К., Потапов В.В., Лебедева Н.Н., Агибалова Т.В. ; под ред. Р.К. Потаповой. – М. : Языки славянской культуры, 2015. – 352 с.
- МКБ-11 – одиннадцатый пересмотр Международной статистической классификации болезней и проблем, связанных со здоровьем. Разработана Всемирной организацией здравоохранения (ВОЗ).
- Песина С.А. Слово в когнитивном аспекте.* – М. : Флинта : Наука, 2011. – 344 с.
- Поликодовая среда Интернета и проблемы валеологии / Потапова Р.К., Потапов В.В., Лебедева Н.Н., Агибалова Т.В. / под ред. Р.К. Потаповой. – М. : Издательский Дом ЯСК, 2020. – 136 с.
- Потапов В.В. Экспериментальное электрофизиологическое исследование работы мозга применительно к восприятию речи вmono- и поликодовом режимах* // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Серия 6: Языкоzнание : реферативный журнал / ИНИОН. РАН. – 2019. – № 2. – С. 119–122.
- Потапов В.В. Б.С. Прейсг, М. Дж. Сжерпс. Специализация обоих полушарий головного мозга, влияющих на межполушарную интеграцию звука речи во время бинаурального восприятия* // Социальные и гуманитарные науки. Отеч-

- ственная и зарубежная литература. Серия 6: Языкоизнание : Реферативный журнал / ИНИОН. РАН. – 2020. – № 2. – С. 116–119.
- Потапова Р.К., Потапов В.В.* Семантическое поле «наркотики». Дискурс как объект прикладной лингвистики. – М. : Едиториал УРСС, 2004. – 192 с.
- Потапова Р.К., Потапов В.В.* Язык, речь, личность. – М. : Языки славянской культуры, 2006. – 496 с.
- Потапова Р.К., Потапов В.В.* Основы многоаспектного исследования «электронной личности» по голосу и речи в информационно-коммуникационной среде Интернета // Человек: Образ и сущность. Гуманитарные аспекты : науч. журн. / РАН ИНИОН. – М., 2017. – № 1/2(28/29). – С. 87–111.
- Русский язык повседневного общения: особенности функционирования в разных социальных группах / Богданов-Белгариан Н.В., Шерстинова Т.Ю., Баева Е.М., Блинова О.В., Мартыненко Г.Я., Ермолова О.Б., Рыко А.И.; отв. ред. Н.В. Богданова-Белгариан. – СПб. : Лайка, 2016. – 244 с.
- Савинова М.И. Интернет как игровая структура эпохи модернизма // Русский язык в Интернете : личность, общество, коммуникация, культура : сб. статей I Международной научно-практической конференции. Москва, РУДН, 8–9 февраля 2017 г. / под общ. ред. А.В. Должиковой, В.В. Барабаша. – М. : Российский университет дружбы народов, 2017. – С. 424–428.
- Самые популярные интернет-мемы [Электронный ресурс]. – URL: <http://fishki.net/49294-samye-populyarnye-internet-memy-10fotokst.html> (дата обращения: 23.03.2021).
- Скобелин В.В.* Дефицитарность социального и эмоционального интеллекта у лиц, страдающих зависимостью от азартных игр, коморбидной с алкоголизмом // Современные достижения наркологии : материалы международной конференции 21–22 ноября 2005 г. – М., 2005. – С. 98–99.
- Словарь языка Интернета. ru / под ред. М.А. Кронгауза. – М. : АСТ-ПРЕСС КНИГА, 2016. – 288 с.
- Тальбова А.В.* «Угроза» русскому языку в Интернете // Русский язык в Интернете : личность, общество, коммуникация, культура : сб. статей I Международной научно-практической конференции. Москва, РУДН, 8–9 февраля 2017 г. / под общ. ред. А.В. Должиковой, В.В. Барабаша : – М. : Российский университет дружбы народов, 2017. – С. 458–464.
- Толковый словарь Ожегова. Арго [Электронный ресурс]. – URL: <https://gufo.me/dict/ozhegov/argo-> (дата обращения: 18.05.2021).
- Тюмасева З.И., Богданов Е.Н., Щербак Н.П.* Словарь-справочник современного общего образования : акмеологические, валеологические и экологические тайны. – СПб. : Питер, 2004. – 464 с.
- Федотов И.А., Шустов Д.И.* Феномен привязанности к родителям, длительность терапевтических ремиссий и аутоагрессивное поведение у пациентов с алкогольной зависимостью // Журнал неврологии и психиатрии им. С.С. Корсакова. – 2016. – N 116(1). – С. 90–93.
- Шемчук Н.В., Ошевский Д.С.* О комплексном клинико-психологическом подходе к игровой зависимости // Материалы XIV съезда психиатров России. – М., 2005. – С. 378.
- Щурина Ю.В.* Интернет-мемы как феномен интернет-коммуникации // Филология. – 2012. – № 3. – С. 160–172.

Эмоциональные и когнитивные нарушения в структуре наркологических заболеваний: взаимовлияние и взаимосвязь / Бузик О.Ж., Рычкова О.В., Агibalova Т.В., Гуревич Г.Л., Шалаева Е.В., Потапова Р.К. // Журнал неврологии и психиатрии им. С.С. Корсакова. – 2014. – № 5. – С. 79–83.

Юнг К. Конфликты детской души. – М. : Канон, 1997. – URL: [https://cpp-p.ru/wp-content/uploads/2015/08/Karl\\_Gustav\\_Yung\\_Konfliktyi\\_detskoy\\_dushi.pdf](https://cpp-p.ru/wp-content/uploads/2015/08/Karl_Gustav_Yung_Konfliktyi_detskoy_dushi.pdf) (дата обращения: 07.07.2021).

Alterations of the amplitude of low-frequency fluctuations in treatment-resistant and treatment-response depression: a resting-state fMRI study / Guo W., Liu F., Xue Z., Xu X., Wu R., Ma Ch., Wooderson S.C., Tan Ch., Sun X., Chen J., Liu Zh., Xiao Ch., Chen H., Zhao J. || *Prog. Neuropsychopharmacol. Biol. Psychiatry*. – 2012. – Vol. 37, N 1. – P. 153–160.

Berg E.A. A simple objective technique for measuring flexibility in thinking // *The Journal of General Psychology*. – 1948. – N 39(1). – P. 15–22.

Buckels E.E., Trapnell P.D., Paulhus D.L. Trolls just want to have fun // *Personality and Individual Differences*. – 2014. – N 67. – P. 97–102.

Clark L. Decision-making during gambling: an integration of cognitive and psychobiological approaches // *Philosophical Transactions of the Royal Society B: Biological Sciences*. – 2010. – N 365(1538). – P. 319–330.

Clark L. Disordered gambling: the evolving concept of behavioral addiction // *Annals of the New York Academy of Sciences*. – 2014. – N 1327(1). – P. 46–61.

Cruz A., Seo Yu. Trolling in online communities: A practice-based theoretical perspective // *The information Society*. – 2018. – N 34(1). – P. 15–26.

Deep learning for hate speech detection in tweets / Badjatiya P., Gupta S., Gupta M., Varma V. // *Proceedings of the International Conference on World Wide Web (WWW)*. International World Wide Web Conferences Steering Committee. – 2017. – P. 759–760.

EEG investigation of brain bioelectrical activity (regarding perception of multimodal polycode Internet discourse) / Potapova R., Potapov V., Lebedeva N., Karimova E., Bobrov N. // *Lectures Notes in Computer Science* / A. Ali Salah, A. Karpov, R. Potapova (eds.). – 2019. – Vol. 11658. – P. 381–391.

Executive function abnormalities in pathological gamblers / Marazziti D., Catena Dell'Osso M., Conversano C., Consoli G., Vivarelli L., Mungai F., Di Nasso E., Golia F. // *Clinical Practice and Epidemiology in Mental Health*. – 2008. – N 4(1). – P. 1–6.

Fauth-Bühler M., Mann K., Potenza M.N. Pathological gambling: a review of the neurobiological evidence relevant for its classification as an addictive disorder // *Addiction Biology*. – 2016. – N 22(4). – P. 885–897.

Fortune E.E., Goodie A.S. Cognitive distortions as a component and treatment focus of pathological gambling : A review // *Psychology of Addictive Behaviors*. – 2012. – N 26(2). – P. 298–310.

Frank M.L., Lester D., Wexler A. Suicidal behavior among members of Gamblers Anonymous // *Journal of Gambling Studies*. – 1991. – N 7. – P. 249–254.

Goldstein R.Z., Volkow N.D. Dysfunction of the prefrontal cortex in addiction: neuroimaging findings and clinical implications // *Nature Reviews Neuroscience*. – 2011. – N 12(11). – P. 652–669.

Gordeev D., Potapov V. Toxicity in texts and images on the Internet // *Lecture Notes in Computer Science* / A. Karpov, R. Potapova (eds.). – 2020. – Vol. 12335. – P. 156–165.

- Griffiths M.D.* Internet addiction: an issue for clinical psychology? // *Clin. Psychol. Forum.* – 1996. – N 97. – P. 32–36.
- Influence of the aggressive Internet environment on cognitive personality disorders (in relation to the Russian young generation of users) / Potapova R., Agibalova T., Potapov V., Tuchina O.* // *Lecture Notes in Computer Science / A. Karpov, R.K. Potapov (eds.).* – 2021. – Vol. 12997. – P. 516–527.
- International prevalence of adolescent non-suicidal self-injury and deliberate self-harm / *Plener P.L., Muehlenkamp J.J., Claes, L., Havertape L.* // *Child and Adolescent Psychiatry and Mental Health.* – 2012. – N 6, Article 10. – URL: <https://capmh.biomedcentral.com/articles/10.1186/1753-2000-6-10>- (дата обращения: 10.03.2021).
- Media content vs nature stimuli influence on human brain activity / Potapova R., Potapov V., Lebedeva N., Karimova E., Bobrov N.* // *Lecture Notes in Computer Science / A. Karpov, R. Potapova (eds.).* – 2021. – Vol. 12997. – P. 528–539.
- Medication and suicide risk in schizophrenia: a nested case-control study / *Reutfors J., Bahmanyar S., Jönsson E., Brandt L., Bodén R., Ekbom A., Osby U.* // *Schizophrenia research.* – 2013. – N 150(2/3). – P. 416–420.
- Neurocognitive functions in pathological gambling: a comparison with alcohol dependence, Tourette syndrome and normal controls / *Goudriaan A.E., Oosterlaan J., de Beurs E., van den Brink W.* // *Addiction.* – 2006. – N 101(4). – P. 534–547.
- Palmer B.A., Pankratz V.S., Boswick J.M.* The lifetime risk of suicide in schizophrenia: a reexamination // *Arch Gen Psychiatry.* – 2005. – N 62. – P. 247–253.
- Pathological Choice: The neuroscience of gambling and gambling addiction / *Clark L., Averbeck B., Payer D., Sescousse G., Winstanley C.A., Xue G.* // *Journal of Neuroscience.* – 2013. – N 33(45). – P. 17617–17623.
- Pathological gambling: a comprehensive review of biobehavioral findings / *Goudriaan A.E., Oosterlaan J., de Beurs E., Van den Brink W.* // *Neuroscience & Biobehavioral Reviews.* – 2004. – N 28(2). – P. 123–141.
- Petry N.M.* Discounting of probabilistic rewards is associated with gambling abstinence in treatment-seeking pathological gamblers // *Journal of Abnormal Psychology.* – 2012. – N 121(1). – P. 151–159.
- Potapova R., Potapov V.* Some comparative cognitive and neurophysiological reactions to code-modified Internet information // *Lecture Notes in Computer Science / A. Karpov, R. Potapova (eds.).* – 2020 – Vol. 12335. – P. 399–411.
- Potenza M.N.* The neural bases of cognitive processes in gambling disorder // *Trends in Cognitive Sciences.* – 2014. – N 18(8). – P. 429–438.
- Quintero G.* A biopsychological review of gambling disorder // *Neuropsychiatric Disease and Treatment.* – 2016. – N 13. – P. 51–60.
- Reliability criteria of borderline personality disorder: A comparison of DSM-III and the Diagnostic Interview for Borderline Patients / *Brown R., Frances F., Clarkin J.F., Gilmore M., Hurt S.W.* // *American Journal of Psychiatry.* – 1984. – N 141. – P. 1080.
- Rieger D., Dippold J., Appel M.* Trolle gibt es nicht nur in Märchen – Das Phänomen Trolling im Internet // *Die Psychologie des Postfiktischen.* – Berlin ; Heidelberg : Springer, 2020. – S. 45–58.
- Risch J., Krestel R.* Toxic comment detection in online discussions // *Deep Learning-Based Approaches for Sentiment Analysis.* – Singapore : Springer, 2020. – P. 85–109.

- Shustov D.I., Merinov A.V., Tuchina O.D.* Episcript transmission in families of alcohol-dependent men // Transactional Analysis Journal. – 2016. – N 46(1). – P. 13–25.
- Stroop J.R.* Studies of interference in serial verbal reactions // Journal of Experimental Psychology. – 1935. – N 18(6). – P. 643–662.
- Thacker S., Griffiths M.D.* An exploratory study of trolling in online video gaming // International Journal of Cyber Behavior, Psychology, and Learning. – 2012. – N 2(4). – P. 17–33.
- The influence of multimodal polycode Internet content on human brain activity / *Potapova R., Potapov V., Lebedeva N., Karimova E., Bobrov N.* // Lecture Notes in Computer Science / A. Karpov, R. Potapova (eds.). – 2020 – Vol. 12335. – P. 412–423.
- Thompson W.N., Gazel R., Rickman D.* The social costs of gambling in Wisconsin // Wisconsin Policy research Institute Report. – 1996. – N 9(6). – P. 1–44.
- Verdejo-Garcia A., Bechara A.* A somatic marker theory of addiction // Neuropharmacology. – 2009. – N 56. – P. 48–62.
- World Health Organization. The ICD-11. International classification of diseases for mortality and morbidity statistics. Eleventh Revision. Accessed August 28, 2018. – 2018. – URL: <https://icd.who.int/browse11/l-m/en-> (дата обращения: 17.02.2021).

**А.А. Атабекова**

**КОММУНИКАЦИЯ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ  
В ПЕРИОД ПАНДЕМИИ КОРОНАВИРУСА:  
ТЕНДЕНЦИИ И СОЦИАЛЬНАЯ ЗНАЧИМОСТЬ АНАЛИЗА**

*Российский университет дружбы народов, Москва, Россия  
atabekova-aa@rudn.ru*

*Аннотация.* В статье проводится анализ направлений научных исследований общения в социальных сетях в условиях распространения коронавирусной инфекции. Внимание к социальным сетям обусловлено той ролью, которую они играют в современном обществе, системно отражая ключевые проблемы и перспективные практики социума. Материалом анализа послужили публикации на английском и русском языках за период 2020–2021 гг. Общий объем исследовательского материала составляет 1000 статей на русском и английском языках, представленных в базе Google Scholar. Решение исследовательской задачи выполнено на основаниях корпусных исследований, путем применения ручного и компьютерного тематического контент-анализа на базе ресурса QDA Miner Lite. Результаты анализа подтверждают социальную значимость анализа научных тенденций изучения коммуникации в социальных сетях в целом и в условиях глобальных кризисов, в частности.

*Don't use social media to impress people;  
Use it to impact people*

Dave Willis

Пандемия коронавируса (COVID-19) оказала системное влияние на все сферы жизнедеятельности современного общества. Данные академических исследований свидетельствуют о том, что чрезвычайная ситуация в глобальном здравоохранении повлекла за собой и формирование новых практик в интернет-коммуникации.

С учетом того, что данный феномен в самом общем виде определяется как коммуникация, опосредованная компьютером

[Колокольцева, Лутовинова, 2017], жанровые рамки статьи не позволяют комплексно рассмотреть особенности развития обозначенного пространства общения в условиях пандемии в целом. Поэтому настоящая публикация ограничивается анализом направлений научных исследований общения в социальных сетях в условиях распространения коронавирусной инфекции.

Фокус на социальных сетях обусловлен той ролью, которую они играют в современном обществе, являясь, по сути, его «зеркалом», непосредственным и спонтанным отражением ключевых проблем и перспективных практик социума XXI в. [Мейксина, 2021]. Кроме того, как отмечает Всемирная организация здравоохранения (далее – ВОЗ), «(COVID-19) – первая в истории пандемия, характеризующаяся массовым использованием технологий и социальных сетей для обеспечения безопасности, информированности и производительности людей и поддержания связи между ними» [Заявление, 2020, с. 1].

Материалом анализа послужили публикации на английском и русском языках за период 2020–2021 гг. Отбор и классификация материала осуществлялась методом сплошного поиска заголовков научных статей, метаданные которых представлены в базе данных GoogleScholar, по ключевым словам «ковид» / «COVID-19» / социальные сети / socialmedia / общество / society.

Подобный поиск (с учетом различных конфигураций ключевых слов) информирует о наличии в среднем более 9 900 позиций по результатам поиска в течение 0.06 секунды относительно публикаций на русском языке и о присутствии в базе более 102 000 позиций по результатам поиска в течение 0.07 секунды относительно публикаций на английском языке. Для анализа были отобраны данные первых 50 топовых страниц на английском и русском языках: публикации по методике исследования на базе GoogleScholar свидетельствуют о том, что данный порядок и объем размещения материалов в базе отражает ключевые тематические тренды академических публикаций по проблематике ключевых слов [Word Cloud of UKSW Lecturer Research Competence Based on Google Scholar Data, 2021].

Далее было проанализировано 500 статей на английском и 500 статей на русском языках по теме настоящей публикации. Данные материалы были организованы в два текстовых корпуса, соответственно на английском и русском языках. Для анализа корпусов были использованы технологии «ручного» тематического кодирования текстов. Результаты данной процедуры послужили

основой автоматического контент-анализа посредством инструментария QDAMiner Lite, который выделяет, в том числе, тематические кластеры в рамках каждого текстового корпуса.

Данные, полученные в ходе анализа, позволяют охарактеризовать ряд ключевых направлений современных академических исследований коммуникации в социальных сетях в условиях распространения коронавирусной инфекции в период 2020–2021 гг.

Значительная группа публикаций посвящена изучению роли социальных сетей в формировании инфодемии. По определению Всемирной организации здравоохранения, это явление представляет собой «переизбыток как онлайновой, так и офлайновой недостоверной и заведомо ложной информации... включает в себя намеренные попытки распространения ложных сведений в целях срыва ответных мер общественного здравоохранения...» [Заявление, 2020].

Исследователи разных стран сходны в заключении о том, что интернет-пространство в период текущей пандемии стало сферой для распространения различной дезинформации [Дейнека, Духанина, Максименко, 2020; Chong, 2020], теории заговора [Землянский, 2021; Stephens, 2020] и ненавистнических высказываний [Ремизов, 2021; COVID-19 Pandemic: Facebook Hate Speech in Escalation of Interethnic & Sectarian Hatred, 2021]. Данная ситуация касается различных коммуникативных пространств, включая Facebook, Twitter, YouTube и другие ресурсы [Study from a State in Examination of Community Sentiment Dynamics due to COVID-19 Pandemic: A Case Australia, 2021]. Фейковые новости приобретают статус одной из центральных обсуждаемых тем.

Ряд авторов в данном контексте отмечают, что социальные сети в условиях изоляции стали активной средой для хайпа, преднамеренной шумихи, скандальных инфоповодов [Насртдинова, 2020; Aral, 2021].

Соответственно, исследования на принципах нейролингвистической обработки текста твитов / ретвитов / постов могут способствовать выявлению глобального эффекта инфодемии, определить ключевую тематику дезинформации и приоритетные направления в ее опровержении [Chen, 2020]. Таким образом, интегральные социолингвистические исследования приобретают значимую роль для стабилизации социальной ситуации в обществе.

Другое очевидное направление исследований включает анализ настроений и общественного мнения. Изучение используемых авторами публикаций лексических моделей позволяет выявить степень полярности настроений, их динамику, положительный и

отрицательный фокус [Иванов, 2021; Cross-cultural polarity and emotion detection using sentiment analysis and deep learning on COVID-19 related tweets, 2020; Study from a State in Examination of Community Sentiment Dynamics due to COVID-19 Pandemic: A Case Study from a State in Australia, 2021], перечень ключевых обсуждаемых тем. Так, данные анализа в странах Азии подтверждают увеличение количества твитов о COVID-19 в период пиковых индикаторов пандемии [Using social media to mine and analyze public opinion related to COVID-19 in China, 2020]. Однако при этом учёные отмечают, что не наблюдается увеличения количества тем. Авторы обращают внимание на то, что независимо от количества твитов большая часть общественного внимания сосредоточивается на ограниченном наборе тем, включая вопросы симптомов заболевания, способов лечения, информацию о регионах распространения, количестве заболевших [COVID-19 Discourse on Twitter in ..., 2021]. В то же время данные ряда других исследователей позволяют говорить о том, что круг обсуждаемых обществом в социальных сетях вопросов чутко реагирует на внутринациональные, международные события, включает обсуждение «светской» хроники [Филенко, Филенко, 2020]. На наш взгляд, представляется крайне важным учитывать временные рамки публикаций, их источник, отражающий социально-культурные характеристики, возможно, политические преференции, нравственные и этические ориентиры мировоззрения авторов и т.д. В процессе анализа общественных настроений, представленных в коммуникативной среде социальных сетей, крайне важно учитывать перечисленные характеристики, что позволяет представить не просто среднестатистические данные, а выявить специфику восприятия и оценки действительности у различных целевых аудиторий.

Социальные сети в условиях пандемии также стали сферой социокультурного / политического противостояния стран мира. Исследователи на обширном конкретном материале публикаций демонстрируют формирование системного противопоставления Китая и США в социальных сетях Китая [Zhao, 2020]. Эмпирические данные свидетельствуют о роли социальных сетей в формировании негативного образа определенных стран, социокультурной стигматизации COVID-19 путем представления коронавируса как «китайского вируса», ассоциируемого с народом Китая [Budhwani, Sun, 2020]. Социальные сети отражают всю палитру геополитических противоречий в части создания и использования национальных вакцин против коронавируса [Банковска, 2021].

Еще одним безусловно важным направлением представляется изучение публикаций политических лидеров и официальных публикаций, представляющих национальных лидеров в социальных сетях в рассматриваемый временной период. Исследователи отмечают, что в ряде стран в эпоху пандемии социальные сети целенаправленно используются для продвижения национальных лидеров в качестве примера здорового образа жизни [Abdulaev, Shomron, 2020], для продвижения массового признания необходимости соблюдения социальной дистанции, масочного режима, практики ковид-паспортов, вакцинации [Miller, Romine, Oroszi, 2021]. Для обозначенной тенденции научного анализа характерно внимание к мультимодальной природе коммуникативных событий, изучение семантических рамок и языковых средств презентации данных событий.

В то же время анализ публикаций в социальных сетях политиков различных стран свидетельствует о том, что несмотря на возможно разные ракурсы тем публикаций (социальная дистанция, ношение масок, меры карантина и т.д.), представители политических партий и движений зачастую даже в условиях чрезвычайной ситуации используют социальные медиа в большей степени в собственных политических интересах, для повышения рейтинга популярности, привлечения внимания к определенным политическим объединениям и т.д. [Роль социальных сетей в выражении гражданской позиции российским обществом в период пандемии, 2021; Social Media and Policy ..., 2021], не рассматривая в качестве системных задач распространения экспертного знания, снижения степени панического восприятия действительности и т.д. [Luengo, García-Marín, 2020].

К настоящему времени в академической литературе уже представлен ряд данных о том, что коммуникация в социальных сетях может быть как инструментом государственного управления в интересах развития и стабилизации общества и служить целям солидаризации граждан страны «в условиях физической разобщенности и дистанцирования», в то же время выявляя «точки» социально-политической конфликтности и напряженности, так и пространством, которое властные элиты используют для своих узко авторитарных целей [Малышева, 2020, с. 73]. Более того, в течение 2021 г. системный характер приобретают исследования вопросов использования социальных сетей органами государственного управления, здравоохранения, образования. Исследователи подчеркивают, что социальные сети в условиях пандемии стали

каналом регулярной коммуникации государства, общества, граждан. Данная ситуация оказалась типичной для самых разных стран, судя по географии научных статей, посвященных данному вопросу [How do Canadian public health agencies respond to the COVID-19 emergency using social media: a protocol for a case study using content and sentiment analysis, 2021; Public mobility and social media attention in response to Covid-19 in Sweden and Denmark, 2021].

Исследование интернет-коммуникации в социальных сетях в период пандемии также включает изучение основных тем и ракурса их освещения в условиях пандемии применительно к распространению в социальных сетях результатов научных исследований по проблематике COVID-19 [Social media communication of the scientific and technological literature in emergency under COVID-19, 2021]. Так, специалисты подчеркивают, что в условиях острой необходимости в обновлении научных данных во время нынешней пандемии врачи начали поиск оперативной и достоверной информации в источниках, которые функционируют в период пандемии параллельно академическим журналам [COVID II Columbus Group. Social media as a tool for scientific updating at the time of COVID pandemic: Results from a national survey in Italy, 2020]. Эмпирические данные представителей ряда стран свидетельствуют о том, что в условиях важности обновленной и интегрированной информации о заболеваниях COVID-19, их проявлениях и возможных методах лечения медики-практики используют социальные медиа как инструмент профессионально сфокусированного общения. По мнению врачей, специализированные группы в Facebook и чаты в WhatsApp, как показывают экспериментальные данные, высоко ценятся и заслуживают доверия [COVID II Columbus Group. Social media as a tool for scientific updating at the time of COVID pandemic: Results from a national survey in Italy, 2020]. Кроме того, исследователи интернет-коммуникации в период пандемии отмечают, что обозначенный формат общения системно выявил необходимость формирования / укрепления пациентоориентированного фокуса в профессиональной практике врачей, их задач по развитию мотивированности граждан / пациентов к продуманному отношению к своему здоровью [Харитонова, 2020], внимания к развитию позитивных и ответственных социальных практик здоровьесбережения граждан в условиях пандемии [Ковалъжина, 2021; Law, Kanagasingam, Choong, 2021].

Ряд исследователей указывают на значимость интегрального подхода к использованию социальных сетей для противодействия паническим настроениям в обществе, подчеркивают необходи-

мость для политиков, ученых, представителей здравоохранения системно координировать коммуникативную деятельность по проблематике COVID-19 в условиях пандемии в интернет-пространстве [Dangerous liaisons: an online experiment on the role of scientific experts and politicians in ensuring public support for anti-COVID measures, 2021]. Подобная координация, как показал опыт, крайне важна для формирования и распространения в обществе квалифицированного экспертного мнения [Citizens, doctors, politicians who's an expert in times of COVID-19? A survey in Austria and Germany, 2021]. Изложенное выше формирует направление исследований, которое фокусируется на системных исследованиях феномена (анти)кризисной коммуникации посредством социальных сетей в условиях пандемии [Голуб, Сергеева, 2020].

Среди публикаций 2020–2021 гг. также можно выделить научное направление, связанное с изучением образовательно-просветительского потенциала коммуникации в социальных сетях. Исследователи обращают внимание на развитие практики формальной коммуникации в образовательных учреждениях развивающихся стран посредством социальных сетей [Sobaih, Hasanein, AbuElnasr, 2020], подчеркивают их образовательные возможности [Ваныкина, Сундукова, 2020; Gil-Fernández, León-Gómez, Calderón, 2021].

Исследование тематики научных публикаций также позволяет выделить комплекс работ, которые посвящены изучению лингво-коммуникативных и мультимодальных ресурсов социальных сетей для реализации маркетинговых стратегий, продвижения товаров и услуг в условиях социальной изоляции и карантина. При этом социальные сети становятся инструментом ситуационного маркетинга, достаточно часто способствуют переключению внимания потребителя с глобального рынка товаров и услуг на национальный и локальный уровень, что обусловлено необходимостью удовлетворения на постоянной основе ежедневных потребностей различных целевых аудиторий в условиях ограничения возможностей передвижения, логистических потоков и т.д. [Логунцова, 2020; Mason, Narcum, Mason, 2021].

Наконец, академическое сообщество безусловно заинтересовалось собственно языковыми процессами на интернет-пространстве в условиях пандемии. Публикации представителей различных стран и работ на материале различных языков исследуют вопросы функционирования и развития языка, появления новых коммуникативных паттернов общения, стилистические, лексические, грамматические ресурсы языка в их презентации

[Василец, Перегон, 2020; Мозоль, 2021; Škrabal, Kavka, 2021]. В этом контексте подчеркнем, что материалы для анализа в значительной степени представлены именно в социальных медиа, которые, по признанию современных исследователей данного коммуникативного пространства, выступают в качестве системного источника языковых новаций и творчества в современном речевом общении [Rodríguez Arrizabalaga, 2021].

Краткий обзор тематики академического анализа общения в социальных сетях в условиях распространения коронавирусной инфекции позволяет отметить следующее.

Общение в социальных сетях в условиях пандемии коронавируса является объектом разных направлений научного анализа. Ученые рассматривают социальные сети как пространство распространения инфодемии, формирования общественного мнения и социальных настроений, представления и продвижения политических лидеров и партий, социокультурной и геополитической стигматизации коронавируса. Тематика научных публикаций подтверждает, что коммуникация в социальных сетях в условиях текущей пандемии стала существенным элементом государственного управления в интересах развития и стабилизации общества, реализации маркетинговых стратегий в бизнесе, отражением реакции языкового сознания личности на феномен COVID-19.

Изложенное выше позволяет говорить о социальной значимости исследований коммуникативных процессов в социальных сетях. Речевое (часто визуально поддержанное) общение в интегральной форме отражает состояние общества в целом; в вербальной форме представляет вопросы, которые волнуют граждан государства, их социально-культурные, экономические и политические ожидания; обеспечивает деятельность государственных и общественных структур по оперативному взаимодействию с членами общества посредством цифровых технологий.

Изучение данных различных направлений академического анализа общения в социальных сетях представляется актуальным для стабильного развития современного общества в международном и национальных измерениях. Анализ тематики и интерпретация коммуникативных тенденций в социальных сетях способствует определению тех инструментов, мер, ресурсов, которые государству необходимо использовать и предоставить своим гражданам для укрепления их социального благосостояния, стабильного развития, комплексной защищенности каждого члена общества перед лицом глобальных вызовов современности.

## **Список литературы**

- Ванковска Б.* Синергия между геополитикой и биополитикой: в центре внимания вакцины от COVID-19 // Вопросы политологии. – 2021. – № 6(70). – С. 1825–1833.
- Ваныкина Г.В., Сундукова Т.О.* Социальные медиа как инструмент образования поколения Z // Вестник Саратовского областного института развития образования. – 2020. – № 4. – С. 15–21.
- Василец И.П., Перегон Д.А.* Короникулы, свайпить и шейминг: анализ дискурсивных практик социальной реальности на примере неологизмов молодежной аудитории // Символ науки. – 2020 – № 5. – С. 134–140.
- Голуб О.Ю., Сергеева Е.В.* Кризисная коммуникация власти и общества в социальных медиа: определение проблемных зон // Изв. Сарат. ун-та. Нов. сер. Социология. Политология. – 2020. – № 3. – С. 257–262.
- Дайнека О.С., Духанина Л.Н., Максименко А.А.* Фейки и особенности их распространения в СМИ и социальных сетях в период инфодемии, вызванной COVID-19 // European Scientific Conference : сб. ст. XX Междунар. науч.-практ. конф. – Пенза, 2020. – С. 326–340.
- Заявление.** Борьба с инфодемией на фоне пандемии COVID-19: поощрение ответственного поведения и уменьшение пагубного воздействия ложных сведений и dezинформации. Совместное заявление ВОЗ, ООН, ЮНИСЕФ, ПРООН, ЮНЕСКО, ЮНЭЙДС, МСЭ, инициативы ООН «Глобальный спульс» и МФКК. – 2020. – 23 сентября. – URL: <https://www.who.int/ru/news/item/23-09-2020-managing-the-covid-19-infodemic-promoting-healthy-behaviours-and-mitigating-the-harm-from-misinformation-and-disinformation-> (дата обращения 5.10.2021).
- Землянский А.В.* Практика инфодемии : теории «коронавирусного» заговора, их циркуляция и разоблачение в СМИ // Наука и школа. – 2021. – № 3. – С. 51–61.
- Иванов Р.В.* Мобилизационная солидарность во время пандемии // Социология. – 2021. – № 4. – С. 92–105.
- Ковальжина Л.С.* Социальные практики здоровьесбережения и модели поведения студентов в условиях инфодемии COVID-19 // Известия высших учебных заведений. Социология. Экономика. Политика. – 2021. – № 1. – С. 66–79.
- Колокольцева, Т.Н. Лутовинова О.В.* Интернет-коммуникация как новая речевая формация. – М. : ФЛИНТА, 2017. – 325 с.
- Логунцова И.В.* Актуальные тренды рынка маркетинговых коммуникаций в условиях пандемии COVID-19 // Государственное управление. Электронный вестник. – 2020. – № 82. – С. 54–67.
- Малышева Г.А.* Социально-политические аспекты пандемии в обществе цифровой сетевизации: российский опыт // Вестник Московского государственного областного университета. – 2020. – № 3. – С. 60–73.
- Мейксина Е.М.* Социальные сети как зеркало политики и экономики // Вестник науки и образования. – 2021. – № 2–2(105). – С. 45–47.
- Мозоль Т.С.* Языковое творчество в эпоху коронавируса (на примере неологизмов корейского языка) // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. – 2021. – № 4(846). – С. 154–164.
- Насртдинова В.М.* Хайп как превалирующая модальность рецепции инфоповодов в социальных сетях (на примере пандемии коронавируса) // Вестник экономики, права и социологии. – М., 2020. – № 2. – С. 173–177.

- Ремизов В.А. Социокультурные войны и пандемия // Социально-гуманитарные знания.* – М., 2021. – № 3. – С. 48–56.
- Роль социальных сетей в выражении гражданской позиции российским обществом в период пандемии / Гинятуллина Р.Р., Калинина А.В., Посталюк М.К., Логинова Л.В. // Социологический нарратив 2021: Общество в контексте новых вызовов: риски и возможности : сборник статей по материалам XX Всероссийской научной конференции студентов и аспирантов / под общей ред. Р.И. Анисимова. – М. : РГТУ, 2021. – С. 341–346*
- Филенко А.С., Филенко Ц.С. Тренды блогосферы в условиях социальных потрясений // Всероссийская научная конференция молодых исследователей с международным участием, посвященная Юбилейному году в ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н. Косыгина «Экономика сегодня: современное состояние и перспективы развития» (Вектор-2020). – М., 2020. – С. 148–151.*
- Харитонова В.И. Пандемия COVID-19: идеи пациентоориентированности врача и мотивации пациента (по материалам интернет-источников) // Сибирские исторические исследования. – 2020. – № 4. – С. 217–239.*
- Abdulaev N., Shomron B. Celebrity Politicians as Health-Promoting Role Models in the Media: the Cases of Vladimir Putin, Donald Trump, and Benjamin Netanyahu // International Journal of Politics, Culture, and Society. – 2020. – N 3. –P. 1–21.*
- Aral S. The Hype Machine: How Social Media Disrupts Our Elections, Our Economy, and Our Health-and How We Must Adapt // Business and Society Review. – 2021. – № 126. – P. 101–104.*
- Budhwani H., Sun R. Creating COVID-19 stigma by referencing the novel coronavirus as the «Chinese virus» on Twitter: quantitative analysis of social media data // Journal of Medical Internet Research. – 2020. – N 22(5). – P. e19301.*
- Chen E., Lerman K., Ferrara E. Tracking Social Media Discourse About the COVID-19 Pandemic: Development of a Public Coronavirus Twitter Data Set // JMIR Public Health Surveill. – 2020. – N 6(2). –P. e19273.*
- Chong M. Network typology, information sources, and messages of the infodemic twitter network under COVID-19 // Proceedings of the Association for Information Science and Technology. – 2020. – N 57(1). – P. e363.*
- Citizens, doctors, politicians – who's an expert in times of COVID-19? A survey in Austria and Germany / Schaffler-Schaden D., Herfert J., Johansson T., Seymer A., Ludwig S., Stögg T., van der Zee-Neuen A. // Archives of Public Health. – 2021. – N 79(1). – P. 1–8.*
- COVID II Columbus Group. Social media as a tool for scientific updating at the time of COVID pandemic: Results from a national survey in Italy / Murri R., Segala F.V., Del Vecchio P., Cingolani A., Taddei E., Micheli G. // Plos one. – 2020. – N 15(9). – P. e0238414.*
- COVID-19 Discourse on Twitter in Four Asian Countries: Case Study of Risk Communication / Park S., Han S., Kim J., Molaei M.M., Vu H.D., Singh K., Cha M. // Journal of medical Internet research. – Toronto, 2021. – N 23(3). – P. e23272.*
- The COVID-19 Infodemic: Twitter versus Facebook / Yang K.C., Pierri F., Hui P.M., Axelrod D., Torres-Lugo C., Bryden J., Menczer F. // Big Data & Society. – 2021. – N 8(1). – P. 20539517211013861.*

- COVID-19 Pandemic: Facebook Hate Speech in Escalation of Interethnic & Sectarian Hatred / *Zakir S., Batool A., Zakir F., Farman S., Batool S.* // Ilkogretim Online. – 2021. – N 20(5). – P. 1699–1708.
- Cross-cultural polarity and emotion detection using sentiment analysis and deep learning on COVID-19 related tweets / *Imran AS, Daudpota SM, Kastrati Z, Batra R.* // IEEE. – 2020. – N 8 – P. 181074–181090.
- Dangerous liaisons: an online experiment on the role of scientific experts and politicians in ensuring public support for anti-COVID measures / *Farjam M., Bianchi F., Squazzoni F., Bravo G.* // Royal Society open science. – 2021. – № 8(3). – P. 201310.
- Study from a State in Examination of Community Sentiment Dynamics due to COVID-19 Pandemic: A Case Australia / *Zhou J., Yang S., Xiao C., Chen F.* // SNComputer-Science. – 2021. – N 2(3), – P. 1–11.
- Gil-Fernández R., León-Gómez A., Calderón D.* Influence of COVID on the educational use of Social Media by students of Teaching Degrees. Education in the Knowledge Society. – 2021. – Vol. 22. – URL : <http://doi.org/10.14201/eks.23623|e23623> (дата обращения: 05.10.2021).
- How do Canadian public health agencies respond to the COVID-19 emergency using social media: a protocol for a case study using content and sentiment analysis / *Kothari A., Foisey L., Donelle L., Bauer M.* // BMJ open. – 2021. – N 11(4). – P. e041818.
- Law R.W., Kanagasingam S., Choong K.* A Sensationalist social media usage by doctors and dentists during Covid-19. – URL : [www. Digit Health. 2021 Jun29; 7:20552076211028034](http://www.Digit Health. 2021 Jun29; 7:20552076211028034). – (дата обращения: 05.10.2021).
- Luengo M., García-Marín D.* The performance of truth: politicians, fact-checking journalism, and the struggle to tackle COVID-19 misinformation // American Journal of Cultural Sociology. – 2020. – N 8(3). – P. 405–427.
- Mason A.N., Narcum J., Mason K.* Social media marketing gains importance after Covid-19 // Cogent Business & Management. – 2021. – N 8(1). – P. 1870797.
- Miller M., Romine W., Oroszi T.* Public Discussion of Anthrax on Twitter: Using Machine Learning to Identify Relevant Topics and Events // JMIR Public Health and Surveillance. – 2021. – N 7(6). – P. e27976.
- Naeem M.* The role of social media to generate social proof as engaged society for stockpiling behaviour of customers during Covid-19 pandemic // Qualitative Market Research : An International Journal. – 2020. – N 24(3). – P. 281–301.
- Panda A., Siddarth D., Pal J.* COVID, BLM, and the polarization of US politicians on Twitter // arXiv preprint arXiv. – 2020. – P. 2008.03263.
- Public mobility and social media attention in response to Covid-19 in Sweden and Denmark / *Zhang L., Brikell I., Dalsgaard S., Chang Z.* // JAMA network open. – 2021. – N 4(1). – P. e2033478–e2033478.
- Rodríguez Arrizabalaga B.* Social Networks: A Source of Lexical Innovation and Creativity in Contemporary Peninsular Spanish // Languages. – 2021. – N 6(3). – P. 138–145.
- Škrabář M., Kayka M.* Merging Professional and Collaborative Lexicography: The Case of Czech Neology // International Journal of Lexicography. – 2021. – N 34(3). – P. 282–301.

- Sobaih A.E.E., Hasanein A.M., Abu Elnasr A.E.* Responses to COVID-19 in higher education: Social media usage for sustaining formal academic communication in developing countries // Sustainability. – 2020. – N 12(16). – P. 6520.
- Social Media and Policy Responses to the COVID-19 Pandemic in Switzerland / *Gillard F., Gessler T., Kubli M., Müller S.* // Swiss Political Science Review. – 2021. – N 27(2). – P. 243–256.
- Social media communication of the scientific and technological literature in emergency under COVID-19 / *Li J., Sun L., Feng X., He P., Zhang Y.* // Library Hi Tech. – 2021. – N 39(3). – P. 796–813.
- Stephens M.*A geospatial infodemic: Mapping Twitter conspiracy theories of COVID-19 // Dialogues in Human Geography. – 2020. – N 10(2). – P. 276–281.
- Study from a State in Examination of Community Sentiment Dynamics due to COVID-19 Pandemic: A Case Australia / *Zhou J., Yang S., Xiao C., Chen F.* // SNComputer-Science. – 2021. – N 2(3). – P. 1–11.
- Using social media to mine and analyze public opinion related to COVID-19 in China / *Han X., Wang J., Zhang M., Wang X.* // Int J Environ Res Public Health. – 2020. – N 17(8). – P. 2788.
- Word Cloud of UKSW Lecturer Research Competence Based on Google Scholar Data / *Trihandaru S., Parhusip H.A., Susanto B., Putri C.F.R.* // KhazanahInformatika: Jurnal Ilmu Komputer dan Informatika. – 2021. – N 7(2). – URL: <https://doi.org/10.23917/khif.v7i2.13123>
- Zhao X.* How China's state actors create a «Us vs US» world during Covid-19 pandemic on social media // Media and Communication. – 2020. – N 8(2). – P. 452–457.

# ПРОБЛЕМЫ ТЕОРИИ ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ

УДК: 81

DOI: 10.31249/rech/2022.00.03

О.В. Дедова

## АКТУАЛЬНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ИНТЕРНЕТ-ЛИНГВИСТИКИ: ЯЗЫК В ИНТЕРНЕТЕ VS ИНТЕРНЕТ В ЯЗЫКЕ

*Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова,  
Москва, Россия, ov.dedova@gmail.com*

**Аннотация.** В статье обсуждаются языковые изменения, обусловленные масштабным распространением интернет-коммуникации. Указывается, что влияние Интернета на язык многопланово, и в настоящее время не может рассматриваться только с точки зрения своих негативных последствий (как «порча языка»). Происходящие сдвиги объективны, они вызваны сменой носителя письменного текста и появлением новых каналов коммуникации, в результате чего развивается так называемый язык *Интернета*. Актуальными задачами интернет-лингвистики являются выявление специфики формирующихся жанров с учетом инновационных категорий электронного текста (язык в Интернете), а также изучение лексических и лексикографических аспектов неологических номинаций данной сферы (Интернет в языке). Помимо этого, Интернет стал важнейшим источником лингвистической информации, что не может не учитываться современными научными исследованиями.

Проблематика, связанная с описанием различных аспектов воздействия интернет-коммуникации на современные языки, является чрезвычайно актуальной в настоящее время. Сейчас уже очевидно, что последствия коммуникативной революции, связанной со сменой материального носителя письменного текста, многоплановы и глобальны. Воздействие интернет-коммуникации на языковые процессы не ограничивается смешением стилистических границ, нарочитой неграмотностью, нарушением разноуровневых правил и т.д. В данной статье мы рассмотрим различные аспекты происходящих сдвигов.

О понятии язык *Интернета*. Формой рефлексии над происходящими коммуникативными и языковыми сдвигами становятся понятия язык *Интернета* [Иванов, 2000], киберязык, сетеяз и подобные. Употребление этих терминов в описании явлений русскоязычной интернет-коммуникации отражает западную лингвистическую традицию, сформировавшуюся в середине 90-х годов XX в. (ср. англ. *computerspeak*, *cyberlanguage*, *usertalk*; нем. *Cyberdeutsch*, *Websprache* и т.д.).

Используя термин язык *Интернета*, исследователи хотят подчеркнуть глобальность процессов, происходящих под воздействием сетевой формы коммуникации. Вместе с тем однозначной трактовки этого термина нет, как, впрочем, не определены до конца и границы самого явления. Поскольку в основе любого интернет-дискурса, как русского, так и иноязычного, стоит использование национального языка, слово язык в составе термина не следует понимать буквально. Это лишь указание на то, что в пределах сетевого общения складывается особая функциональная система, обладающая рядом характерных особенностей (ср. поэтический язык, язык художественной литературы и пр.). Несмотря на то, что Рунет, как и Интернет в целом, изначально стремился выйти за грани строгой регламентации речевого поведения коммуникантов, кодифицированные нормы здесь превалируют. Их реализацию мы видим во многих сетевых жанрах: новостных, коммерческих, научных, художественных и т.д. Вместе с тем целый ряд факторов, в первую очередь максимальное сближение (пространственное, временное) участника интернет-коммуникации и его «послания», а также масштабы коммуникации, не существовавшие ранее в истории цивилизации, провоцируют ненормативное речевое поведение, а в ряде случаев и сознательный эпатаж как форму самовыражения.

С нашей точки зрения, язык Интернета – это не только нарушение разноуровневых норм, вызванное низкой культурой коммуникантов и принципиальной бесконтрольностью сетевой коммуникации. Явление, обозначенное как язык Интернета, на практике оказывается более сложным и многоплановым.

Одной из первых отечественных публикаций, посвященных проблеме влияния Интернета на литературный язык, является статья Л. Ю. Иванова «Язык интернета<sup>1</sup>: заметки лингвиста» [Иванов, 2000].

---

<sup>1</sup> Оценивая степень адаптации этой реалии (и соответственно – лексемы), Л.Ю. Иванов приходит к выводу о том, что *интернет* надо писать со строчной

В этой статье, стремясь оценить масштаб явления, автор задается вопросами: «Насколько вообще целесообразно вести речь о влиянии глобальной сети (далее – ГС) и электронных средств коммуникации на литературный язык? Не составляют ли лица, использующие интернет, замкнутую группу профессионалов, занятых исключительно компьютерными делами, язык которых может быть интересен лишь терминологу или специалисту по профессионально-техническим жаргонам?» Статья была написана в 2000 г., и уже сама постановка проблемы показывает, сколь существенно изменилась ситуация за прошедшие годы. Сейчас мы уже не можем, как это делает Л. Ю. Иванов, причислить основную часть пользователей Интернета к так называемой интеллектуально-творческой элите общества (по его мнению, «понятия “пользователь интернета” и “представитель интеллектуальной элиты” пересекаются, не совпадая полностью»).

Мы неслучайно начали рассмотрение специфики языка Интернета с обсуждения социального статуса участников сетевой письменной коммуникации. Сегодня, когда в интернет-коммуникацию вовлечена большая часть населения России, мы должны констатировать, что русскоязычный сектор сети стал поистине массовым. По данным сайта «Rusind.ru. Финансы и статистика», доступ к Интернету (в том числе благодаря смартфонам) имеют 118 000 000 человек (81% популяции).

Современный Рунет, среди пользователей которого можно найти представителей практически всех социальных и возрастных групп, является отражением общества в целом со всеми его проблемами, в том числе и языковыми. Несмотря на то, что язык *Интернета, компьютерный язык* в ряде случаев определяются как социолекты (см. например: [Русакова, 2007]), они на самом деле таковыми не являются, поскольку не характеризуются социальной ограниченностью.

*Социокоммуникативные причины происходящих сдвигов.* Обсуждение происходящих процессов, видимо, следует начинать с выявления глубинных социокоммуникативных аспектов обсуждаемого явления. С появлением и повсеместным распространением сетевых технологий происходят определенные трансформации на уровне модели коммуникации.

---

буквы, и так данная лексема будет писаться уже в самом ближайшем будущем. Сейчас можно наблюдать, как этот прогноз оправдывается (см. об этом ниже).

Одной из наиболее известных и распространенных в лингвистических описаниях является модель коммуникации Карла Бюлера. Она оказала существенное влияние на научные концепции ХХ в. и нашла отражение как в структурализме, так и в функционалистских теориях: в теории речевых актов, в коммуникативной грамматике и т.д. Модель Бюлера трехкомпонентна. В речевом акте реализованы три функции: экспрессивная (соотносится с говорящим), апеллятивная (соотносится со слушающим) и репрезентативная (соотносится с предметом речи) [Бюлер, 1993]. Лингвокоммуникативные сдвиги, происходящие под воздействием Интернета, не позволяют ограничить модель коммуникации тремя описанными компонентами, поскольку это не может объяснить причины и следствия обсуждаемого явления. Гораздо более адекватной происходящим процессам оказывается формула коммуникации, предложенная в 1948 г. известным социологом Г. Лассуэллом [Lasswell, 1948]. Знаменитая модель Лассуэлла строится на пяти вопросах / ответах: «Кто? – Коммуникатор; Что? – Сообщение; По какому каналу? – Канал; Кому? – Получатель; С каким эффектом? – Результат». Напомним, что предложенная модель, по Лассуэллу, имеет линейный характер, поэтому вводимый им параметр «Канал» оказывает самое непосредственное воздействие на «Результат» коммуникативного акта. Социологические идеи Лассуэлла оказали влияние на лингвистическую концепцию Р. Якобсона, для которого код информации также становится одним из аспектов функциональной модели коммуникации [Якобсон, 1975].

Бурное развитие технологий коммуникации, их воздействие на современное общество нашли отражение в концепции М. Маклюэна. Последствия смены каналов и средств коммуникации ученый анализирует в широко известной работе «Средство само есть содержание». По его мнению, не зная действия новых средств коммуникации, невозможно понять общественные и культурные изменения, происходящие в обществе. Электронная связь низвергла господство «времени» и «пространства», и втягивает нас немедленно и беспрестанно в заботы всех других людей. Она «перевела диалог на глобальные масштабы» [Маклюэн, 2007]. По мнению ученого, воздействие электронных технологий на общество столь существенно, что меняет образ нашего мышления и деятельности, нашего восприятия мира. Можно не соглашаться с Маклюэном в его абсолютизации влияния технологий на коммуникаци-

онные процессы и общество в целом, но недоучитывать данное явление и его последствия нельзя.

*Инновационные характеристики письменного электронного текста.* Какие же трансформации претерпела традиционная письменная коммуникация, имеющая многовековые традиции, в результате повсеместного распространения персональных компьютеров и сетевых технологий? Очевидно, что электронные формы хранения, тиражирования и распространения информации облашают несоизмеримо большими возможностями, что существенно увеличило объем и скорость информационных потоков. Читатель, превратившись в пользователя сети, обрел новые функции: теперь он может управлять порядком следования композиционных частей текста в пределах общей гипертекстовой структуры, передавать свою реакцию на прочитанное практически в реальном масштабе времени и т.д. Данные отличия письменной электронной коммуникации принято обозначать как интерактивность. Еще одна важная характеристика современного электронного текста – его мультимедийность: стало возможным соединение в едином информационном пространстве текста со звучанием, видеозаписями, различного рода графическими образами, анимацией (о «филологических» аспектах интерактивности и мультимедийности см.: [Дедова, 2008 а]).

В результате происходящих сдвигов в Интернете формируется новый виртуальный тип общения, что последовательно отмечается исследователями (см., например: [Купер, 2000]). Автор письменного сообщения (коммуникатор, адресант) приобрел техническую возможность моментально делать свое сообщение достоянием практически неограниченной аудитории, а читатель (реципиент, адресат) может так же незамедлительно зафиксировать и донести свою реакцию на прочитанное. Все это смещает, по мнению исследователей Интернета, границы между устной и письменной речью, монологом и диалогом и т.д. [Литневская, 2011]. Также изменяется соотношение между типами коммуникации, традиционно выделяемыми на основании количества вовлеченных в них участников. В Сети нивелируются сущностные различия между межличностной, групповой и массовой коммуникацией, и даже такой тип коммуникации, как интраперсональный (т.е. диалогизация внутренней речи), таковым быть перестает, благодаря столь популярным в Интернете блогам (англ. *blog*, от *weblog* – сетевой дневник); пользователь делает записи (посты), главная тематика кото-

рых – события собственной жизни, и эти дневниковые заметки доступны неограниченному количеству читателей.

Нам представляется возможным в качестве теоретической основы описания языковой специфики Интернета использовать понятие речевого жанра в его классической бахтинской трактовке (напомним, этим термином М. М. Бахтин называл «устойчивые, закрепленные бытием и обстоятельствами формы жизненного общения» [Бахтин, 1986, с. 99]). Еще на заре русскоязычного Интернета было очевидно, что «описание наблюдаемых в сфере языка ГС (глобальной сети) явлений можно осуществить более точно, если ориентироваться не на язык интернета вообще, а на язык жанров интернета»; при этом «выделение жанров ГС может основываться на определении речевых жанров...» [Иванов]. Вместе с тем здесь есть одно существенное отличие, противопоставляющее сетевое общение всем предшествующим формам коммуникации. В эпоху Интернета речевые реализации, которые М. М. Бахтин относил к первичным жанрам (т.е. к сфере неформальной, бытовой коммуникации), осуществляются в письменной форме. Нечто подобное можно было наблюдать и ранее в истории цивилизации (например, феномен новгородских берестяных грамот), но никогда еще бытование первичных жанров в письменной форме не было столь масштабным, а их материальный носитель не характеризовался такими технологическими возможностями.

*Аспекты современных лингвистических интернет-исследований. Язык в Интернете vs Интернет в языке.* Поскольку сдвиги, вызванные масштабным распространением электронной коммуникации, многоплановы, интернет-лингвистика развивается в различных направлениях. Как известно, один из первых исследователей так называемого языка Интернета Д. Кристал эту область научных интересов определял как «синхронный анализ языка во всех областях интернет-активности, включая электронную почту, различные виды чатов и взаимодействие в пользовательских играх, немедленные сообщения, веб-страницы, и включая относящиеся к этому области общения, опосредованного компьютером, такие, как общение посредством смс-сообщений» [Crystal, 2006].

Сегодня интересы интернет-лингвистики достаточно обширны. На то, что это весьма неоднородная и разноплановая научная сфера, указывал сам Д. Кристал, выделяя четыре так называемые концепции (т.е. перспективы актуальных исследований) в этой области: социолингвистическую, образовательную, стилистическую и практическую [там же]. Сейчас уже неоспоримо, что

ввиду масштаба происходящих изменений, их поистине революционного характера термин *язык Интернета* является способом совокупного обозначения многообразных сдвигов (речевых, текстовых, коммуникативных, семиотических), обусловленных распространением электронной сетевой коммуникации [Дедова, 2010].

Наиболее активно развивается стилистическое направление в интернет-лингвистике. Б. Тошович определяет его как «раздел стилистики, занимающийся экспрессивными, выразительными и функционально-стилевыми особенностями письменных и устных текстов, (а) полноценное функционирование которых связано только с Сетью, (б) исконно относящихся к интернету, т.е. являющихся первичными, (в) с их онлайн-оффлайн-версиями» [Тошович, 2015, с. 7–8)]. Изучая этот феномен, исследователи анализируют то, каким образом язык функционирует в Интернете и к каким изменениям это приводит. Появляются многочисленные работы, посвященные описанию особенностей речевого поведения коммуникантов в пределах различных речевых жанров, в первую очередь в социальных сетях и блогах. Именно неформальное межличностное интернет-общение наиболее показательно в плане отличий от общепринятых разноуровневых норм (социокоммуникативные причины данного явления были указаны выше).

Однако помимо научной области, которую условно можно обозначить как изучение «языка в Интернете», следует указать еще одно важное направление, а именно исследование «Интернета в языке». Прежде всего мы имеем в виду сбор, анализ и лексикографическое описание обширного неологического материала, служащего средством обозначения различных реалий интернет-коммуникации. Развитие Интернета, давшее принципиально новые возможности коммуникантам («пользователям»), связано с лавинообразным ростом техногенных деталей и явлений, поддерживающих электронное общение. Естественно, язык не может на это не реагировать – все эти инновационные реалии, активно задействованные в повседневном узусе, должны получить наименования. Сфера русскоязычной интернет-лексики находится под воздействием таких факторов, как стихийность возникновения номинаций, влияние английского языка, практическое отсутствие кодификации, социальный статус групп носителей языка, наиболее вовлеченных в интернет-дискурс, а также целого ряда других причин. Данный обширный языковой материал, несмотря на его актуальность в современном узусе, лексикографически не исследован и не описан. Он крайне непоследовательно отражается современными

словарями (толковыми, орфографическими, двуязычными и т.д.). Даже если лексемы входят в словари, их описания не всегда можно признать адекватными. Так, словообразовательный дериват, образованный при помощи суффикса-чик от *Интернет* (*интернетчик*), в «Толковом словаре русского языка начала XXI века. Актуальная лексика» под ред. Г.Н. Склеревской трактуется как «пользователь Интернета, член интернет-сообщества». В настоящее время у данной лексемы превалирует значение ‘человек, профессионально работающий в области интернет-технологий’ (ср.: «В середине девяностых в России было всего две ИТ-профессии: компьютерщик и интернетчик. Компьютерщик мог собрать компьютер, интернетчик мог спрограммировать сайт, сверстать его, прописать его в каталогах и т.п.» [Спиридовон, 2012, с. 69]). Актуальности именно этого значения способствует то, что лексема образована при помощи суффиксации и аналогична таким лексемам, как *водопроводчик*, *аппаратчик*, *учетчик* и т.д., общий компонент значения которых – ‘лицо, профессионально работающее с определенными объектами и / или в определенной сфере’. Семантическая динамика лексемы *интернетчик* отражает развитие самой денотативной сферы. В конце 90-х годов доступ в Интернет имела достаточно ограниченная часть общества, большинство не имели ни возможности использовать его, ни навыков работы с ним. Поэтому использование Интернета концептуализировалось носителями языка как род профессиональной деятельности.

Рассмотрим наиболее характерные проявления двух аспектов интернет-лингвистики, которые мы обозначили как проблемы «языка в Интернете» и «Интернета» в языке, а также принципы их изучения и описания.

*Проблема типологического описания интернет-жанров.* Система жанров Интернета в настоящее время находится в процессе своего становления. В самом первом приближении их можно разделить на две большие группы: 1) ориентированные на традиции массовой коммуникации; 2) ориентированные на традиции межличностного общения. К первому типу относятся новостные сайты, сайты различных организаций, электронные версии периодических изданий и т.д. Ко второму – сайты, поддерживающие неформальное нерегламентированное общение индивидов на основе использования определенных типов платформ (в первую очередь блоги и социальные сети) [Дедова, Ли, 2019, с. 506].

В Интернете можно найти аналоги практически всех доэлектронных типов письменного дискурса, но некоторые из них разви-

ваются особенно активно, что определяется целым рядом экстралингвистических причин. Мы имеем в виду прежде всего новостные сайты и рекламную информацию, где семантика гипертекстового перехода становится средством манипуляции. Поскольку неактивированный гипертекстовый переход в определенном смысле – коммуникативная неудача, в этих типах интернет-дискурса преобладают так называемые семантические ссылки, «связывающие информационные единицы, объединенные общим или близким содержанием» [Потапова, 2002, с. 336]. При этом формулировка источника ссылки должна заинтриговать читателя, вызвать его интерес и тем самым подтолкнуть к осуществлению гипертекстового перехода, а вызванная информация зачастую обманывает читательские ожидания. Данная манипуляционная тактика гипертекстовых переходов сближает достаточно далекие друг от друга типы дискурсов – новостной и рекламный. Например, интерактивный новостной хедлайн *Кем на самом деле оказалась незрячая Гурцкая. Правда поражает* не совпадает с заголовком сообщения (*Диана Гурцкая с супругом впервые рассказали о трудностях семейной жизни*) и с сутью излагаемой информации. Формулировка источника ссылки очевидно предполагает, что певица Диана Гурцкая на самом деле не является незрячей, а предполагаемая степень воздействия на реципиента (*Правда поражает*) не соответствует масштабу новостного повода. Подобное манипуляции тактики широко распространены в рекламном дискурсе, сформирован даже особый тип рекламного сообщения – тизер (от англ. *totsease*), состоящий из картинки и короткого провокационного сообщения. Например, фотография немолодой, но внешне привлекательной улыбающейся женщины сопровождается текстом *Богачка из Москвы*: «*Ницета уйдет! просто в углу кухни спрячьте обычную...*». В результате активации ссылки читатель переходит на сайт, где ему настойчиво предлагается купить «амulet-бусину Дзи», хотя текст тизера не указывает на то, что вызываемая информация носит коммерческий характер.

Стилистическое сближение новостного и рекламного дискурса в Интернете, основанное на активном использовании манипулятивных тактик, – достаточно интересное явление. Реклама как тип послания изначально была направлена на провоцирование определенных действий реципиента. В новостном дискурсе в результате нарушения семантической корректности между источником и объектом ссылки читателя заставляют перейти к полному тексту сообщения и прочитать его, и это можно сравнить с рекламным

навязыванием товара или услуги. Помимо семантической вариативности гипертекстовых переходов, провоцирующей интерактивность, новостной и рекламный дискурс в Интернете наиболее последовательно используют категорию мультимедийности.

«Сайты организаций» как интернет-жанр также активно развиваются. Их стилистические особенности, композиционная организация, типы меню, использование других средств навигации и даже специфика графического оформления сайта напрямую зависят от рода деятельности организации и, соответственно, от коммуникативных задач сайта. Абсолютно очевидно, что, к примеру, государственная организация, вуз, театр, интернет-магазин будут иметь сайты, различающиеся и по структуре, и по визуальному оформлению. Помимо этого, важную роль в Интернете имеют учебный и научный дискурсы, пусть и не столь активно развивающиеся в настоящее время. Электронные библиотеки художественной и научной литературы, онлайн-словари, непрофессиональные энциклопедии, созданные на основе технологий коллективного творчества (например, Википедия [ru.wikipedia.]) – все это имеет огромное значение и безусловный потенциал развития. И конечно же, здесь нельзя не упомянуть важность создания и популяризации онлайн-корпусов национальных языков типа «Национального корпуса русского языка» [НКРЯ, 2021].

Можно констатировать, что типологическое описание формирующихся интернет-жанров, несмотря на актуальность самой проблемы, – задача непростая. С одной стороны, на этот процесс влияют традиции доэлектронной печатной коммуникации, а с другой – выработаны собственные характерные особенности, вызванные, в первую очередь, необходимостью реализовать текстовые категории гипертекстуальности, мультимедийности и интерактивности адекватно коммуникативным задачам конкретного типа дискурса и характеру излагаемой информации.

*Антиорфография как явление межличностной интернет-коммуникации.* Если говорить о специфике интернет-жанров, поддерживающих межличностное общение в Интернете, то их сближает менее последовательное соблюдение орфографических и речевых норм по сравнению с жанрами, ориентированными на традиции массовой коммуникации. На определенном этапе развития Рунета стало широко распространенным такое специфическое явление, как антиорфография – сознательное и достаточно системное трансформирование правил русского письма, основанное на механизмах языковой игры [Дедова, 2008 б]. Именно антиорфо-

графия сблизила различные речевые жанры межличностной интернет-коммуникации, которые имеют ряд языковых отличий от других типов интернет-дискурса и соответствующих текстов.

Подобное игровое искажение узульной графической оболочки слова, помимо Рунета, наблюдалось и в других секторах Интернета, например в англоязычном немецком и т.д. Однако в русскоязычной сетевой коммуникации это явление приняло особый масштаб. Оно стало объектом и многочисленных интернет-дискуссий, и профессионального внимания лингвистов. Графико-орфографические деривации в Рунете получили различные наименования: *новограф*, *превед-стайл*, *орфо-арт*. Г.Ч. Гусейнов предложил эти сознательные ошибки, являющиеся формой языковой игры, называть эрративами (от лат. *errare* в значении «ошибаться»). По мнению автора, в Интернете эрративы возникают «вследствие нарочитого грубого искажения стандартного написания слова и его последующей микрогрупповой канонизации» [Гусейнов, 2017].

Антиорфография как веха освоения русским языком новых форм коммуникации имела две стороны: социальную и собственно лингвистическую, которые теснейшим образом связаны. На определенном этапе она представляла собой масштабное социолингвистическое явление, по своим функциям сравнимое с жаргоном. С жаргоном антиорфографию сближают такие ее функции, как поддержание групповой корпоративности и выражение экспрессивности. С этой точки зрения антиорфография не заключала в себе сколь-нибудь серьезной опасности для русского языка, поскольку «мода» на подобные социолекты рождается и умирает достаточно быстро и, как правило, не имеет существенных последствий. Так, недолго существовал англоязычный «аббревиатурный» язык, который был популярен, в том числе и в Рунете, на заре Интернета: (RTFM, ASAP и т. д.). Антиорфографии как масштабному явлению, характеризующему межличностную коммуникацию в Интернете, предшествовали такие ограниченные в своем распространении социолекты, как язык кашенитов, язык падонков, албанский язык [Кронгауз, 2013], и все они были актуальны относительно недолго. Популярность этих игр с правилами русской орфографии на определенном этапе развития Рунета можно объяснить воплощением той «противоположности осмыслиенного и бессмыслиенного, на которой основывается чувство комизма» [Фрейд, 2007]. Антиорфография как сознательное разрушение правил русского письма может быть привлекательной только на фоне стандартной орфографической системы, это всего лишь игра в негра-

мотность (по крайней мере, на данном этапе развития сетевой коммуникации).

Лингвистические наблюдения над графическими деривациями в Рунете представляют интерес как минимум в двух аспектах. Во-первых, они фиксируют то, что слышится и как слышится носителям современного русского языка, т.е. отражают наивные представления о фонетических явлениях и процессах (вспомним, что еще М.В. Панов пытался получить подобный материал через масштабное анкетирование, для чего он вместе с коллегами создал подробный вопросник по русской фонетике). Во-вторых, активные процессы, наблюдаемые в Рунете, позволяют выявить наиболее проблемные, напряженные участки русской орфографической системы.

Антиорфография представляет собой наивную рефлексию над различными аспектами сложной иерархической системы русского письма. Как известно, согласно концепции И.А. Бодуэна де Куртенэ и его последователей (Л. В. Щербы, Л. Р. Зиндера), помимо традиционных уровней системы письма – графики и орфографии – выделяется еще один структурный уровень – алфавит: «В письменности, т.е. в области письменно-зрительных представлений, свойственных известному языковому мышлению, различаем три стороны: 1) алфавит (азбуку) как полный сборник графем и всех вообще графических представлений, 2) графику (фонемографию), 3) правописание, или орфографию (морфемографию)» [Бодуэн де Куртенэ, 2004]. То есть алфавит – это система графических знаков (букв), которые используются для передачи на письме звуковых единиц языка (фонем, групп фонем, иногда звуков-аллофонов), а графика – это разные типы соотношения звуковых и графических единиц в данном конкретном языке. Графические деривации, наблюдаемые в Рунете, доказывают правомерность такого подхода к уровневой организации системы русского письма, поскольку масштабный передел русского письма видоизменил в том числе и «полный сборник графем». В состав графем, используемых для передачи звуковых единиц русской речи, последовательно вовлекались знаки других систем: буквы латиницы и цифры, а также символы типа @ \* и т.д. Как известно, на заре Рунета транслитерация русского текста при помощи латиницы была распространена в силу технологических причин, поскольку существовали проблемы, связанные с кодировкой кириллических шрифтов. Если автор хотел, чтобы его русскоязычный текст был «читабельным» в любом случае, он набирал его латиницей. Но сейчас, когда проблем кодировок кириллицы больше нет, использование латинских букв

продолжается. В ряде случаев оно может становиться самоценным и превращаться в некую текстопорождающую игру. Например, в Рунете существует проект, участникам которого предлагается создать литературное произведение, используя только латиницу, при этом сам текст должен выглядеть так, как если бы он был написан кириллицей [Н.Ж.М.Д.: Русский латинскими буквами, 1996]. В качестве примера приведем начальный фрагмент подобного произведения – либретто оперы «*Grandeopéra*». Его автор, Владимир Меломедов, вместо русского «г» использует латинское г, вместо «к» – k, «ъ» – b, «д» – g, «б» – б и т.д.

#### ОТАВТОРА:

Сугари, госнога...

Bkakuxob oromaxneperegambxa rakmeropusa,  
сумбисструктуракоторопростаугоб ра, kakmetrukuma,  
kouхусерgueоб ерераem Bacomprunag камуногостстраха, 6 pega,  
истерик, спасаемугаруемрагостбу 6 одросмбгуха?  
Kakynogob umb, приб umb 6 ipky, какое... ногоб rambk  
6 есеgeоскорб ишгукости, остыгнастухах?

Использование цифр в качестве графем возможно и в англоязычном электронном Интернете, но Рунет в этом плане обнаруживает ряд специфических особенностей. В русскоязычном сетевом дискурсе практически нет примеров иероглифического использования цифр для передачи слога или слова, в отличие, например, от английского Интернета, где 4 последовательно заменяет предлог *for*, 2 – *to* и т.д. Использование этих цифр в аналогичных функциях в Рунете следует рассматривать как англоязычные заимствования (например, при выборе адресата в чате или форуме: 2 \*\*\*). В русскоязычной сетевой коммуникации цифры становятся субSTITутами букв.

Изменения на уровне алфавита (появление новых графем) с неизбежностью приводят к определенным сдвигам в системе графики. Однако наиболее существенными представляются процессы, происходящие в области интернет-орфографии. Вначале общая тенденция изменений казалась достаточно очевидной. Считалось, что искаженные сетевые написания слов ориентированы на их реальное звучание. Действительно, в тексте интернет-сообщения последовательно фиксировались такие «слышимые» явления русской фонетики, как качественная редукция гласных, ассимиляция согласных, оглушение звонких шумных на конце слова, упрощение консонантных групп и т.д. Влиянием фонетики можно объяснить

последовательный отказ от использования ётизованных букв, которые заменяются сочетанием «й + соответствующий гласный»: *выпей йаду!*, а также написание Ы после непарных твердых согласных: *просто жызинъ такая*. В графическом облике слова могут отражаться и более тонкие фонетические нюансы, например, аффрикатизация мягкого зубного [т’]: *пагуляц* (погулять), *хоц*, *пяц* (то, что аффрикатизация [д’] не передается, мы склонны объяснять отсутствием соответствующей графемы).

Однако игра с написанием слов и отдельных морфем может быть более изощренной. То, что условно можно было бы назвать фонетическим принципом (который, как известно, существует и в пределах нормативного письма), не является единственным фактором, управляющим антиорфографическим написанием. В многочисленных графических деривациях можно наблюдать своеобразную реализацию принципа, который традиционно называется фонематическим. Игра с графической формой в данном случае основывается на том, что аллофон в позиции нейтрализации преднамеренно соотносится с «неправильной» фонемой. Причем, как и в случае орфографической нормы, те или иные морфемы получают устойчивое оформление. Так, конечный -т в глагольных формах настоящего времени последовательно заменяется на -д: *выбигайд*; постфикс -ся, где в пределах орфоэпической нормы звучит гласный непереднего ряда, пишется как -со: *появилсо* (написание какое-то время имело широкое распространение, несмотря на то, что оно не обозначает мягкость согласного) и т. д. Параллельно фиксировались написания, которые нельзя соотнести ни со звучанием, ни с возможной интерпретацией фонемных нейтрализаций. Так, нашла широкое распространение мена букв, обозначающих парные звонкие / глухие согласные, в сильной позиции: *dfa*, *даведаный*. Данное явление может быть сравнимо с так называемым традиционным принципом орфографии.

Подобно любому жаргону, антиорфография, сходя на нет, теряя свою популярность, оставляет после себя что-то, что продолжает использоваться носителями языка. В данном случае деформированный графический облик слова может продуцировать появление лексического неологизма. Примером может служить пресловутый *Медвед*, который «со своим Преведом вышел из интернета в реальность» [Известия, 2021]. Еще один популярный неологизм такого рода – *кроcавчег* (*Абажайу иго, этава кроcавчега!*). Выйдя за пределы письменной интернет-коммуникации, слово стало звучать подобным образом (т.е. со звонким шумным соглас-

ным в позиции абсолютного конца). Нами неоднократно отмечалось его употребление в экспрессивно-оценочной функции: [красафч'ыг] и даже [красафч'эг] (практически без редукции ударного гласного).

*Интернет в языке. Лексические и лексикографические аспекты распространения интернет-технологий.* Та научная область, которую мы условно назвали «Интернет в языке», подразумевает сбор, анализ и лексикографическое описание обширного неологического материала, служащего средством обозначения различных реалий интернет-коммуникации. Развитие Интернета, давшее принципиально новые возможности коммуникантам («пользователям»), связано с лавинообразным ростом техногенных деталей и явлений, поддерживающих электронное общение. Естественно, язык не может на это не реагировать – все эти инновационные реалии, активно задействованные в повседневном узусе, должны получить наименования. Данная лексика системна, поскольку указывает на реалии конкретной четко ограниченной денотативной сферы. Вместе с тем она весьма разнородна по своему происхождению, функциональному статусу, стилистическим характеристикам, степени узуальной адаптации. И в отличие от «языка в Интернете», аспект «Интернет в языке» является практически неизученным, при этом русскоязычный узус активно реагирует на развитие сетевой коммуникации.

При общей недостаточной изученности лексики Интернета существуют два словаря, чья задача – описание данного материала: «Язык Интернета. Англо-русский словарь» [Факов, 2009] и «Словарь языка интернета. ги» под ред. М.А. Кронгауза [Словарь языка интернета. ги, 2016]. Их сопоставление наглядным образом демонстрирует произошедшие за последние годы изменения в этой области. В словаре В.Я. Факова понятие *язык Интернета* трактуется очень узко – это практически исключительно англоязычные аббревиатуры и акронимы, расшифрованные и переведенные на русский язык. В тот период так называемый язык Интернета еще не воспринимался как неотъемлемая часть русскоязычного повседневного общения, и находился под самым непосредственным воздействием английского электронного дискурса, характеризующегося широким использованием аббревиатур типа IMHO ('in my humble opinion' – по моему скромному мнению; русский вариант: ИМХО), LOL ('laughing out loud', 'laugh out loud' – громко смеяться; русский вариант: ЛОЛ). В «Словаре языка интернета. ги», наоборот, объект описания понимается очень широко. «Если раньше

границы между сетевым жаргоном и всем остальным были понятны и строги, то сейчас все изменилось. Интернет и реальность (*real*) сошлись и смешались, что неизбежно влияет и на язык» [Словарь языка интернета. гц, 2016]. Поэтому помимо раздела «Слова и выражения» словарь включает также части «Термины» и «Субкультуры». «Словарь языка интернета. гц» ориентирован на самый широкий круг читателей, и его нельзя считать научным изданием в строгом смысле этого слова.

Итак, лексикографическое описание лексики Интернета – актуальная задача современной лингвистики. Данные лексемы нельзя трактовать как термины или как жаргонизмы, как это зачастую делают современные словари. Ввиду денотативной конкретности, материальности поля Интернета исследование слов, в него входящих, требует систематического подхода, учитывающего не только специфику их концептуализации в современном русском языке, но и соответствующую энциклопедическую информацию. Рассмотрим это на примере анализа семантики лексем *сайт* и *страница*, чьи толкования невозможны вне связи друг с другом. С точки зрения любого пользователя Интернета, это – связанные, но несовпадающие реалии (*страница* – часть *сайта*), вместе с тем информация о словах, представленная в современных лингвистических словарях, неадекватно отражает их семантику и не указывает на объективные денотативные корреляции (меронимия / гипонимия): *сайт* – ‘(информ.) тематически или концептуально объединенная информация, представляемая пользователю узлом Интернета’; *страница* – ‘(информ.) электронная страница’ [Толковый словарь русского языка начала XXI в. ...]; *сайт* – ‘место в сети Интернет, которое отводится пользователю этой сети – лицу, организации или учреждению – для размещения там какой-либо визуальной информации’, *страница* – информация отсутствует [Ефремова, 2000]; *сайт* – информация отсутствует, *страница* – ‘это файл, размещенный в компьютерной сети и отображаемый на экране компьютера’ [Толковый словарь русского языка / под ред. Дмитриева, 2003]; *сайт* – ‘часть информационной компьютерной системы, где размещены какие-л. сведения’, *страница* – информация отсутствует [Большой толковый словарь русского языка, 1998]. С учетом энциклопедической информации, *сайт* – это ресурс, имеющий выделенный доменное имя («обычно сайт в Интернете представляет собой массив связанных данных, имеющий уникальный адрес (курсив наш. – О.Д.) и воспринимаемый пользователем как единое целое» [(КАРТАСЛОВ. РУ) – Карта слов и выражений русского

языка, 2021]). Но узус нарушает эту логику, что отражается в синтагматических связях указанных лексем. В результате проведенного нами эксперимента, в ходе которого было предложено помимо прочего указать сочетаемость слов *сайт*, *страница* со словом *кафедра*, 93% информантов предложили в качестве основного варианта *сайт кафедры*, при этом выделенного доменного имени у кафедры как структурного подразделения факультета нет. Анализ синтагматического поведения этих лексем в современном русскоязычном узусе позволяет выявить между ними семантическое отношение «часть – целое», и толкования, не отражающие этот факт, нельзя признать адекватными. Таким образом, можно предложить следующие определения: *сайт* – ‘(от англ. website) интернет-ресурс, состоящий из связанных между собой страниц и имеющий уникальное доменное имя’; *страница* (в Интернете) – ‘часть сайта, основная единица его композиционной организации’. И конечно, это предполагает словарную статью, посвященную номинации *доменное имя* (*домен*); это ‘уникальный адрес сайта, определяющий его место в Интернете; состоит из двух и более уровней’.

Поскольку основной механизм формирования субстантивной зоны поля «Интернет» – это прямое заимствование из английского языка, очень важно проследить действие адаптационных механизмов в русскоязычном узусе. Речь идет не только о графической адаптации, хотя этот нерегламентируемый процесс очень важен, а его результаты противоречивы (например, нет четких правил слитного, раздельного, дефисного написания сложных слов типа *вебсайт*, *веб сайт*, *веб-сайт*, употребления букв э или е – *мем*, *мэм*; *тэг*, *тэг*, строчных и прописных букв – *интернет*, *Интернет*). Мы имеем в виду, в том числе, узуальную адаптацию интернет-лексем, то как они функционируют в современном русскоязычном дискурсе. Попадая в русский язык, интернет-англицизмы концептуализируются, приобретают устойчивые синтагматические и paradigmaticкие связи, а также грамматические категории. Проделим это на примере лексемы *Интернет*.

Лексема «*Интернет*» в современном русском языке. За относительно недолгий срок своего существования Интернет прошел впечатляющий путь становления, причем не только как технология, но и как когнитивный феномен. Если вначале он воспринимался как инновация, результат технического прогресса в компьютерной сфере, то теперь стал для миллионов своих пользователей коммуникативной обыденностью – средой общения, основным источником информации, местом отдыха и развлечений. Это так

или иначе повлияло на самые различные аспекты современной жизни, что не могло не найти отражения в языке.

Интернет – относительно новое явление. В процессе совершенствования компьютеров и компьютерных технологий возникла идея их соединения в единую сеть, которое обеспечило возможность совместного хранения и дистанционного обмена информацией. Соответствующие проекты развивались примерно с начала 60-х годов прошлого века, но всемирное распространение получила глобальная компьютерная сеть «Internet» (от INTERconnected NETworks). Решающей вехой ее создания стал 1989 г., когда Т. Бернерс-Ли предложил концепцию WWW (WorldWideWeb). Его основная идея – представление информации в виде гипертекста – была реализована в протоколе передачи данных HTTP, языке HTML и идентификаторах URL. Таким образом, изначально лексема Internet была в русском языке иноязычным именем собственным, но ее языковой статус достаточно быстро менялся. Этапы этого процесса очень хорошо отражает русский язык с помощью целого ряда грамматических и графико-орфографических факторов (склоняемость / несклоняемость слова, жен. / муж. род; написание кириллицей / латиницей, с прописной / строчной буквы), а также при помощи синтагматики – обязательностью / необязательностью сочетания с лексемой *сеть* (ср. ‘в сети «Internet»’ – ‘в Интернете’). В доказательство того, насколько быстро менялась ситуация, приведем цитату из указанной выше работы Л.Ю. Иванова «Язык интернета: заметки лингвиста» [Иванов, 2000]. Несмотря на то что *Интернет* автор пишет со строчной буквы, он тем не менее считает, что «у самого слова *интернет* еще не окончательно устоялась парадигма склонения. Хотя оно воспринимается средним носителем русского языка как слово мужского рода, кое-кто из компьютерных специалистов и пользователей интернета, ориентирующихся на нормы английского языка, все еще не могут с этим примириться и продолжают воспринимать *интернет* как несклоняемое существительное женского рода» (курсив наш. – О.Д.).

Сейчас, естественно, *Интернет* функционирует в русском языке как склоняемое слово мужского рода и практически исключительно в кириллическом написании. По данным Национального корпуса русского языка [НКРЯ, 2021], вариант записи латиницей отмечается приблизительно до начала 2000-х годов (например: «Может быть, в этом и состоит одна из характернейших черт интеллигента – осознанно переносить все тела внешнего пространст-

ва в пространство внутреннее и дальше вести диалог именно с ними ... по типологическому образцу виртуальной реальности Internet'a?», 1999 г.), но он никогда не был превалирующим. Написание слова с использованием кавычек («Интернет») в настоящее время характеризует определенные типы текстов, в первую очередь, финансовые и юридические. Так, это последовательно используется в Федеральном законе «Об информации, информационных технологиях и защите информации» от 27.07.2006 N 149-ФЗ (ред. от 23.04.2018): «страница сайта в сети “Интернет” (далее также – интернет-страница) – часть сайта в сети “Интернет”, доступ к которой осуществляется по указателю, состоящему из доменного имени и символов, определенных владельцем сайта в сети “Интернет”». Наибольшая вариативность написания лексемы связана с использованием прописной или строчной начальной буквы. Сейчас оба варианта являются нормативными, что зафиксировано в «Русском орфографическом словаре» [Русский орфографический словарь, 2005]. Однако существует тенденция к все более частому использованию написания со строчной буквы, что находит отражение в лингвистической литературе, посвященной данной тематике (см., например, [Словарь языка интернета. ги, 2016; Современный русский язык в интернете, 2014]). Однако, с нашей точки зрения, написание с прописной буквы не исчезнет, оно будет сохраняться и впредь, поскольку наблюдаемая в настоящее время орфографическая вариативность *Интернет / интернет* отражает наметившуюся многозначность данной лексемы. С одной стороны, это название глобальной компьютерной сети, созданной с применением конкретной программно поддерживаемой технологии, с другой – это компьютерная сеть, предоставляющая возможность удаленного обмена информацией, как феномен (ср. аналогичные варианты написания *Солнце / солнце, Земля / земля* и подобные).

Обсуждая написание лексемы *Интернет* со строчной / прописной буквы, нельзя не коснуться еще одной проблемы. Это существительное, как целый ряд других в данном семантическом поле, имеет омоним – аналитическое прилагательное: ср. *хаки* – плотная хлопчато-бумажная ткань (сущ.); зеленовато-коричневый цвет (прилаг.). Графическое оформление сложных слов, в состав которых входит аналитические прилагательные, должно начинаться исключительно со строчной буквы: *интернет-магазин, интернет-портал* и т.д. [Русский орфографический словарь, 2005]. В связи с этим отметим один интересный факт, связанный с функционированием лексемы в современном русском языке, а именно

тенденцию к аффиксоидности. Об этом свидетельствует как «легкость» создания дериватов типа *интернет-знакомство*, *интернет-увлеченность* и подобных, так и слитное написание, наблюдаемое в ряде случаев: *интернетмагазин*, *интернетпровайдер*.

В современном русском языке существуют альтернативные способы передачи понятия *Интернет*, что приводит к образованию синонимических номинаций. Их развитие вызвано следующими основными факторами: 1) денотативная значимость самого явления; 2) переход лексемы из разряда имен собственных в нарицательные; 3) адаптация иноязычного заимствования. В результате действия этих факторов появляются как словообразовательные дериваты, образованные от заимствованной основы, так и русскоязычные способы обозначения данной реалии.

Словообразовательные дериваты образуются на основе механизма усечения основы: *и-нет*, *инет*, *нет* (все три новообразования зафиксированы в словаре под ред. Г.Н. Склеревской [Толковый словарь русского языка начала XXI в., 2006]). Участниками интернет-коммуникации распространенное новообразование *инет* воспринимается как способ русскоязычной адаптации лексемы *Интернет*: «Инет – это естественное сокращение слова интернет. Это же слишком длинно, коряво и утомительно каждый раз говорить это слово из трех ступенчатых слогов». Стилистический статус лексемы *инет* по-разному трактуется современными словарями: информ., жарг. [Толковый словарь русского языка начала XXI в., 2006], в словаре Т.Ф. Ефремовой стилистические меты отсутствуют [Ефремова, 2000]. Но на самом деле, в русскоязычном общении *инет* появилось под влиянием *и-нет*, а это, в свою очередь, кириллическая транслитерация английского *i-net* (от *I (нте)net*). Дефиксное написание практически ушло из русского дискурса, но тем не менее оно зафиксировано словарем под ред. Г.Н. Склеревской, наряду с *инет* [Толковый словарь русского языка начала XXI в., 2006]. Таков же механизм образования наименования *нет*. С точки зрения русскоязычного употребления, это может рассматриваться как усечение основы, но одновременно это и влияние английского *net* (сеть): «Искал в нете, но не нашел...»

Заимствованное существительное *веб* как синоним лексемы *Интернет* также присутствует в современном русскоязычном дискурсе (напр.: «Там все настроено так, чтобы по максимуму искать в вебе, а не на компьютере», но гораздо более частотен его омоним – аналитическое прилагательное (*веб-сайт* и под.)).

Номинации *сеть* и *паутина* как обозначение Интернета появились в русском языке в результате семантического калькирования английских *net* и *web*, а эти лексемы, в свою очередь, являются составными частями коммерческих названий программно поддерживаемых технологий (*Internet*, *WWW* – *WorldWideWeb*). Под влиянием распространенного написания лексемы *Интернет* с прописной буквы, слова *Сеть* и *Паутина* в этом значении могут иметь такое же орфографическое оформление. Русскоязычный узус рефлексирует над номинациями *веб*, *нет*, являющимися прямыми заимствованиями, и над *сеть* и *паутина* как их семантическими кальками. В этом плане представляет интерес название литературного интернет-конкурса «Тенета», где каламбурно совмещены русский и английский языки (ср.: *тенета* – 1. Сети для ловли зверей. 2. То же, что паутина [Ефремова, 2000]). Контексты употреблений лексем *сеть* и *паутина* как способов обозначения Интернета указывают на то, что в ряде случаев носители языка осознают метафоричность данных номинаций: «Родители! Заботьтесь о ваших детях! Помогите им не запутаться в паутине Интернета».

Обсуждая способы лексического обозначения понятия *Интернет*, нельзя не указать на русскоязычный словообразовательный дериват *рунет* / *Рунет*, который прочно вошел в современный узус. Он образован в результате соединения национального домена верхнего уровня для России (. ru) и лексемы *нет*. Однако его нельзя признать синонимичным лексеме *Интернет*, поскольку он указывает исключительно на русскоязычный сегмент *WWW* и, следовательно, является гипонимом.

Выше нами были указаны способы наименования Интернета, возникшие под непосредственным воздействием английского языка. Концептуализацию феномена сетевого электронного общения в современном русском языке отражают такие метафорические номинации обозначения феномена Интернета, как *пространство* и *среда*. См., например: «Интернет как коммуникативное пространство информационного общества» [Кутюгин, 2009], «Киберпространство: территория современной жизни» [Добринская, 2018]; «Интернет-среда как фактор трансформации образа жизни молодежи. Отношение родителей к вовлеченности современной молодежи в интернет-среду» [Шумаков, 2012]. Есть контексты, объединяющие эти два метафорических наименования Интернета: Интернет уже состоялся как новая среда – и это пространство нужно окультуривать, преображать его хаос в космос. Другого достойного выхода все равно нет, да и среда эта стоит того, чтобы

над ней поработать. Таким образом, англоязычное имя собственное *Internet*, концептуализируясь в русском языке, превращается в имя нарицательное и развивает синонимичные номинации. Помимо этого, лексема развивает синтагматические связи, употребляясь в устойчивых предложно-падежных конструкциях. Так, узус предлагаёт нам *зайти в Интернет* но *зайти на сайт*, в результате чего можно сделать вывод о том, что Интернет концептуализируется как объемное трехмерное виртуальное пространство, а сайт – как двухмерное, плоское.

Помимо этого, лексема *Интернет* обладает словообразовательной продуктивностью, от нее образуются слова разных частей речи. Например, глаголы *интернетить*, *интернетиться*, которые уже стали многозначными: 1) ‘осуществлять поиск в интернете’ («А ты поинтернеть, станет ясно»); 2) ‘обеспечивать доступ к интернету’ («Есть правительенная программа, по которой Ростелеком бесплатно интернетить деревни должен»); 3) ‘использовать интернет как средство коммуникации’ (Как правильно интернетиться по-русски?... неважно, в официальном ли письме или в болтовне с друзьями»).

*Интернет как источник лингвистической информации.* Этот аспект лингвистического изучения Интернета становится все более актуальным в последнее время. По сути он формируется на пересечении интересов двух указанных нами направлений исследований – «язык в Интернете» и «Интернет в языке». Поскольку Интернет нивелирует разницу между типами коммуникации, между письменной и устной речью, он становится важным источником информации о речевом поведении носителей современного русского языка. Особенности речевого поведения в пределах межличностной интернет-коммуникации формируются практически теми же факторами, что и в ситуации устного диалогового общения, описанными, в частности, в [Русская разговорная речь, 1973]: спонтанность, высокий темп, отсутствие строгой стилистической регламентированности и т.д. Это позволяет наблюдать явления, отражающие тенденции развития языка, причем время их узуальной адаптации может существенно сокращаться. Как следствие, Интернет стал уникальным источником того, что Л.В. Щерба называл «языковым материалом» (напомним, под этим понимается «совокупность всего говоримого и понимаемого в определенной конкретной обстановке в ту или другую эпоху жизни данной общественной группы» [Щерба, 1974]). В частности, при обсуждении того, каким образом в современном русском языке формиру-

ются наименования реалий интернет-коммуникации, поиск по ключевым словам при помощи браузеров становится главным способом получения информации. Однако этот поиск осложнен тем, что его количественные показатели не всегда достоверны. Это обусловлено рядом факторов, в частности, омонимией, паронимией, которую браузер автоматически исправляет как опечатку, опечатками как таковыми, наличием так называемых «зеркал» сайтов и т.д., но при использовании возможностей расширенного поиска эти недостатки возможно преодолеть (см. об этом: [Петрухина, Дедова, 2019]). В этом плане более достоверной, с лингвистической точки зрения, является информация, предоставляемая корпусами русского языка, в первую очередь, Национальным корпусом русского языка, однако корпусы ввиду необходимых процедур отбора текстов и текстовой разметки зачастую отстают от узуса. В Интернете же языковые инновации могут появляться более оперативно. Можно сделать вывод о том, что «при дальнейшем развитии поисковых технологий перечень опций, способствующих оптимизации лингвистической релевантности интернета, будет возрастать. В любом случае лингвист, исследующий актуальные явления русскоязычного узуса, не может не учитывать их отражение в сетевой коммуникации» [Петрухина, Дедова, 2019].

Итак, мы рассмотрели различные аспекты лингвистики Интернета, и он, как мы стремились продемонстрировать, является и объектом анализа, и его инструментом. На данном этапе развития Интернета и науки, изучающей его языковую специфику, очевидно, что суть происходящих процессов несводима к порче языка, обусловленной нерегламентированным поведением «пользователей». Лексику Интернета, прочно вошедшую в современный узус, нельзя трактовать ни как маргинальный жаргон, ни как терминосистему. Сейчас уже стало очевидным, что Интернет – это актуальный и сложный объект исследований, а также важный источник лингвистической информации.

## Список литературы

- Бахтин М.М. Эстетика словесного творчества. – М. : Искусство, 1986. – 445 с.  
Бодуэн де Куртенэ И.А. Введение в языковедение. – М. : Едиторал УРСС, 2004. – 320 с.  
Большой толковый словарь русского языка / сост., гл. ред. С.А. Кузнецов. – СПб. : Норинт, 1998. – 1534 с.  
Бюлер К. Теория языка. – М. : Прогресс, 1993. – 528 с.

- Гусейнов Г.* Берлога веблога. Введение в эрративную семантику. – 2017. – URL: [http://www.speakrus.ru/gg/microprosa\\_erratica-1.htm](http://www.speakrus.ru/gg/microprosa_erratica-1.htm)- (дата обращения: 05.10.2021).
- Дедова О.В.* Теория гипертекста и гипертекстовые практики в Рунете. – М. : МАКС Пресс, 2008 а. – 284 с.
- Дедова О.В.* Графико-орфографические деривации в Рунете // Фонетика и не фонетика : сб. трудов в честь 70-летия С.В. Кодзасова. – М. : Языки славянских культур, 2008 б. – С. 732–741.
- Дедова О.В.* О языке Интернета // Вестник Московского университета. Сер. 9: Филология. – М., 2010. – № 3. – С. 25–38.
- Дедова О.В., Ли Ян.* Анализ механизмов формирования лексико-семантической группы «межличностная коммуникация в интернете» // Мир науки, культуры, образования. – Горно-Алтайск, 2019. – № 5. – С. 506–509.
- Добринская Д.Е.* Киберпространство: территория современной жизни // Вестник Московского университета. Сер. 18: Социология и политология. – М., 2018. – № 1. – С. 52–70.
- Ефремова Т.Ф.* Новый словарь русского языка. Толково-словообразовательный : в 2 т. – М. : Русский язык, 2000. – (Библиотека словарей русского языка).
- Иванов Л.Ю.* Язык интернета : заметки лингвиста. – 2000. – URL: <http://www.faqwww.ru/lingv.htm>- (дата обращения: 05.10.2021).
- Известия. – 2021. – 3 ноября. – URL: <http://www.izvestia.ru/lpage/article3092421/> (КАРТАСЛОВ. РУ) – Карта слов и выражений русского языка. – 2021. – URL: <https://kartaslov.ru> (дата обращения: 05.10.2021).
- Кронгауз М.А.* Самоучитель олбанского. – М. : АСТ, 2013. – 412 с.
- Купер И.Р.* Гипертекст как способ коммуникации // Социологический журнал – М., 2000. – № 1/2. – С. 36–57.
- Кутюгин Д.И.* Интернет как коммуникативное пространство информационного общества : автореф. дис. .... канд. социологических наук. – М. : Моск. гос. ун-т им. М.В. Ломоносова, 2009. – 22 с.
- Литневская Е.И.* Письменные формы разговорной речи (К постановке проблемы). – М. : МАКС Пресс, 2011. – 304 с.
- Маклюэн Г.М.* Понимание Медиа. Внешнее расширение человека. – М. : Гипербorea, 2007. – 464 с.
- Н.Ж.М.Д.:* Русский латинскими буквами. – 1996. – URL: <http://www.tema.ru/tpt/ruslat/> (дата обращения:05.10.2021).
- НКРЯ. – 2021. – URL: <https://ruscorpora.ru/> (дата обращения: 05.10.2021).
- Петрухина Е.В., Дедова О.В.* Интернет как источник лингвистической информации (для изучения динамики русского словообразования) // Вестник Томского государственного университета. Филология. – 2019. – № 57. – С. 137–156.
- Потапова Р.К.* Новые информационные технологии и лингвистика. – М. : Изд-во МГЛУ, 2002. – 547 с.
- Русакова Е.Б.* Компьютерный социолект: формирование и функционирование : автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Калининград : Российский государственный университет им. И. Канта, 2007. – 24 с.
- Русская разговорная речь / под ред. Е.А. Земской. – М. : Наука, 1973. – 485 с.
- Русский орфографический словарь / О.Е. Иванова, В.В. Лопатин, И.В. Нечаева, Л.К. Чельцова ; отв. ред. В.В. Лопатин. – Изд. 2-е, испр. и доп. – М. : Российская академия наук. Институт русского языка им. В.В. Виноградова, 2005. – 960 с.

- Словарь языка интернета. ru / под ред. М.А. Кронгауза. – М. : АСТ-Пресс, 2016. – 288 с.
- Современный русский язык в интернете / ред. Я.Э. Ахапкина, Е.В. Рахилина. – М. : Языки славянской культуры, 2014. – 325 с.
- Спирidonов М. Рунетология. Кто управляет русским Интернетом? – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2012. – 374 с.
- Толковый словарь русского языка / под ред. Д.В. Дмитриева. – М. : Апрель : АСТ, 2003. – 989 с.
- Толковый словарь русского языка начала XXI в. Актуальная лексика / под ред. Г.Н. Скляревской. – М. : Эксмо, 2006. – 1136 с.
- Тошович Б. Интернет-стилистика : монография. – М. : ФЛИНТА : Наука, 2015. – 238 с.
- Факов В.Я. Язык Интернета. Англо-русский словарь. – М. : Международные отношения, 2009. – 368 с.
- Фрейд З. Остроумие и его отношение к бессознательному. – СПб. : Азбука-классика, 2007. – 288 с.
- Шумаков Д.В. Интернет-среда как фактор трансформации образа жизни молодежи. Отношение родителей к вовлеченности современной молодежи в интернет-среду // Вектор науки ТГУ. – 2012. – № 2. – С. 333–335.
- Щерба Л.В. Языковая система и речевая деятельность. – Л. : Наука, 1974. – 428 с.
- Якобсон Р.О. Лингвистика и поэтика // Структурализм: «за» и «против». – М. : Прогресс, 1975. – С. 193–230.
- Crystal D. Language and the Internet. – 2 nd ed. – Cambridge : Cambridge University Press, 2006. – 318 p.
- Lasswell H.D. Power and personality. – New York : Norton, 1948. – 262 p. URL: [www.ru.wikipedia.org](http://www.ru.wikipedia.org). (дата обращения: 05.10.2021).

**М.Ю. Сидорова**

**СУБЪЕКТ И СУБЪЕКТНОСТЬ  
В ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ:  
20 ЛЕТ СПУСТЯ**

*Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова,  
Москва, Россия, sidorovadoma@mail.ru*

*Аннотация.* Поскольку особенности субъектного плана в интернет-коммуникации (анонимность, конструирование виртуальных личностей, карнавализация и т.п.) были предметом изучения лингвистов и психологов с самого начала ее распространения, актуальной является задача анализа текущих процессов в области интернет-коммуникации, затрагивающих субъектность. Эти процессы обнаруживают как преемственность с предыдущими стадиями, так и новации, обусловленные и внутренними причинами, в первую очередь диверсификацией форматов общения и получения информации, и внешними, как например, активизация использования интернет-коммуникаций в бизнес- и учебных целях, необходимость государственного контроля над цифровыми личностями при сохранении прав последних и т.п. Также они сопровождаются усилением автономии текста по отношению к исходному автору, обстоятельствам создания и первичной аудитории, активным взаимодействием онлайновых и офлайновых способов коммуникации, обострением языковой рефлексии пользователей над субъектностью в сфере общения при меньшем внимании к субъектности в сфере получения информации и другими явлениями, связывающими изменения в коммуникативной деятельности человека с изменениями в его мышлении и внеречевом поведении.

*Подобно живому организму, Интернет непрерывно изменяется в таких направлениях, которые мы не можем предвидеть и контролировать. Сейчас операционные системы и приложения компьютера изменяются автоматически. Когда вы включаете компьютер, то, вообще говоря, у вас уже нет уверенности в том, что это тот самый прибор, на котором вы работали вчера.*

С. Сломан, Ф. Фернбах

В конце XX – начале XXI столетия, на заре лингвистического изучения интернет-коммуникации, исследовательские векторы ориентировались в двух направлениях: во-первых, необходимо было с синхронной позиции «ухватить» актуальные языковые процессы, развивавшиеся в интернет-среде, соотнести их с общими закономерностями развития сознания и коммуникации, включить в русскую лингвокультурную парадигму; во-вторых, было интересно сделать прогнозы развития новой коммуникационной сферы на будущее – как самой по себе, так и относительно ее взаимодействия с другими коммуникативными форматами, в частности с непосредственным устным общением, письменной и печатной коммуникацией, телевизионными и радио-СМИ, предугадать степень и формы сближения или расхождения культуры виртуальной с культурой реальной.

Реализации некоторой части этих задач была посвящена наша монография 2006 года «Интернет-лингвистика. Русский язык: межличностное общение» [Сидорова, 2006]. Спустя фактически 20 лет (учитывая, что в книгу вошли материалы, собиравшиеся и исследовавшиеся с конца 1990-х годов) имеет смысл взглянуть на современную интернет-коммуникацию через призму ряда наблюдений и прогнозов, сделанных в то время. Иными словами, реализовать третий темпоральный вектор исследования интернет-коммуникации, ставший возможным с течением времени, – взглянуть назад, позволяющий соотнести особенности сегодняшнего Интернета с тем, что мы фиксировали и прогнозировали в эпоху, когда русскоязычное общение в широком электронном пространстве еще делало свои первые шаги. Попытка такого соотнесения делается нами далее в этой статье.

Отталкиваться в этом сопоставлении целесообразно не от фиксации самоочевидных мелких черт – таких, например, как смешение модных слов, сокращений и этикетных форм (современные сту-

денты посмеиваются над архаичными, с их точки зрения, *ИМХО* или *превед*, *медвед*, которые их родителям казались верхом лингвистической интернет-моды), а от того же, с чего мы начинали в 2006 г.: от осмысления того типа мышления, который соотносится с современной интернет-коммуникацией, отражается в ней и – можно уже уверенно об этом говорить – ею генерируется и стимулируется, а также – от характеристики особенностей реализации в современном интернет-пространстве модели коммуникации Р.О. Якобсона (в ее расширенном варианте, принадлежащем К.А. Долинину [Долинин, 1987]), прежде всего ее субъектных компонентов – адресанта, адресата и наблюдателя, демонстрирующих разнообразные усложнения и проблематизацию коммуникативной рамки текста.

Обе проблемных области можно объединить под общим «зонтиком» лингвистических рассуждений о субъекте и субъектности в их отношении к тексту в интернет-пространстве – эта формулировка и вынесена в название статьи.

Такой подход позволяет нам в известной степени обойти неизбежную проблему, отсутствовавшую в начале 2000-х, – разнообразие форматов интернет-коммуникации, каждый из которых обладает своим набором лингвистических, жанровых и других характеристик, не проявляющихся или менее выраженных в других форматах, и заслуживает отдельного рассмотрения. Что релевантно для Инстаграма, может не иметь отношения к вотсапу, что типично в ТикТоке, не интересно для исследователя форумной коммуникации или электронных СМИ, и т.д. Невозможность объять необъятное приглашает идти от общих тенденций и закономерностей к конкретным иллюстрациям.

## **1. Усиление семантической автономии текста по отношению к автору, восприятию первичной аудитории и обстоятельствам создания текста**

Эти процессы, выделенные П. Рикером при обсуждении особенностей письменной коммуникации по сравнению с устной [Рикёр, 1995] и последовательно усугубляющиеся на этапе распространения печатной, а затем и электронной коммуникации, проходят в настоящее время новую стадию развития.

## 1.1. Умножение авторов

Распространение в соцсетях и других формах межличностной электронной коммуникации получил особый тип креолизованных сообщений, совмещающих изображение и нанесенный поверх него или размещенный рядом с ним вербальный текст. В этих сообщениях один из компонентов является инвариантным (или почти инвариантным), второй – вариативным. Примерами могут служить известная картинка с говорящими котами, призывающими хозяйку встать в связи с какими-то катастрофическими событиями («Наташ, ты спиши?»), или фотография котиков, разглядывающих разложенную на асфальте рыбу («Вы продаете рыбов? – Нет, просто показываю. – Красивое»). Они интересны как иллюстрация возникновения особого типа авторства. У исходного сообщения есть автор (тот, кто первый прикрепил к картинке – заимствованной или самостоятельно созданной – некий текст), но этот субъект как индивидуальный отправитель сообщения теряется уже в самом начале его распространения (что не исключает, впрочем, попыток в дальнейшем автора идентифицировать – см. историю исконно рунетовского мема про Наташу и котиков [Наташ, мы там все уронили, 2020; Наташа, мы все уронили, 2021] или мема, заимствованного из англоязычного Интернета: «Чего мы хотим?» [Чего мы хотим? (All the Things), 2018]). Смысл существования такого сообщения – в возможности каждого интернет-коммуниканта разнообразить вариативный компонент и таким образом включиться в число авторов. В случае «Наташа, вставай!» варьируются выраженные в репликах котов причины, по которым Наташа должна встать; в случае «Вы продаете рыбов?» указанный текст без изменений или с заменой имени объекта в вопросе, целиком или в сокращении применяется «новым автором» к другому изображению или ситуации. Для восприятия сообщения адресат должен владеть прецедентным креолизованным текстом и осуществлять двойную референцию получаемого сообщения: к прецедентному тексту и к той ситуации, по поводу которой дополнительный автор создает сообщение, определенным образом модифицируя прецедентный текст. Ср.:

версия 1) *Наташ, вставай!* – Уже 6 часов утра, Наташ. – *Мы там все уронили.* – Мы уронили вообще все, Наташ, честно;

версия 2) *Наташ, ты спиши?* – Ничем тебя не разбудишь. – Мы 29-го, кстати, метеорит уроним. – Метеорит, Наташ, честно;

версия 3) *Наташ, ты спишь? – Там дети проснулись, Наташ. – Нам страшно. – Они нас уронили. Они вообще все уронили. – Можно мы тут посидим с тобой, Наташ;*

версия 4) *Наташ, ты спишь? – Полежи еще, Наташ. – Не вставай. – Сиди дома, мы там все закрыли. – Вообще все, не выходи;*

версия 5) *Наташа, он сказал на месяц. – На месяц, Наташа. – До 1 мая. – 4 недели... – Что жрать будем? – Гречки уже мало. – И как же Пасха, шашлыки?*

Для такой модификации сообщений в Интернете могут создаваться специальные шаблоны, позволяющие любому желающему наполнить популярную картинку своим содержанием, впечатав желаемый текст в специальные поля. Например [Создать комикс. Что мы хотим генератор мемов, 2020], можно «генерировать комикс» «Что мы хотим?», иронически представляющий стереотипное поведение различных социальных групп (и даже животных и предметов): *Кто мы? – Мы дачники! – Чего мы хотим? – Скупить все семена! – Куда мы их посадим? – Не знаем!; Кто мы? – Котики! – Чего мы хотим? – Орать всю ночь! – Когда мы это хотим? – Когда хозяину рано вставать!; Кто мы? – Женщины! – Чего мы хотим? – Не знаем! – Когда мы это хотим? – Прямо сейчас!* И т.д. до бесконечности.

Вариативность лингвистического оформления, как видно из примеров, имеет границы, обусловленные прежде всего синтаксической структурой и ритмическим рисунком текста. В меме про Наташу, например, это повторы, средства имитации разговорной речи, в том числе повышенная дейктичность, неполные и просто короткие предложения.

«Умноженное авторство» работает как бы в две стороны. Сначала некий, остающийся для большинства пользователей анонимным субъект запускает сообщение в Сеть, создает стимул, без которого бы не было дальнейшего распространения (иногда картинка может присутствовать в Интернете довольно длительное время, прежде чем ее коснется чья-то животворящая рука: так, например, популярнейший мем второй половины 2021 г. про «крыбов» создан на основе картинки, появившейся в Сети еще в 2014 г.). Но смысл сообщения именно в нарастающем как снежный ком количестве дополнительных авторов, адресатов и обстоятельств продуцирования и усложняющейся таким образом коммуникативной рамке. Текст не становится мемом, пока он не повторен значительное количество раз в разных, но объединенных ключевым семантическим компонентом ситуациях, т.е. исходный

отправитель становится автором «мема» как особого типа текста в результате деятельности вторичных отправителей. На исходном этапе текст есть, а «мема» нет. Затем в какой-то трудноуловимый момент текст, обладающий определенными содержательными и формальными свойствами (список их дискутируется в литературе), превращается в мем – «инфекционную культурную единицу» [Shifman, 2013, с. 362] и предмет активного интереса ученых в разных областях, от математики до философии, видящих в интернет-мемах ключ к пониманию цифровой культуры, массовой культуры, закономерностей распространения информации в Интернете, баланса новизны и традиции в современных медиа, соотношения идеи и ее материального воплощения и т.п. [Kilpinen, 2008; If it doesn't spread, it's dead (part one): Media viruses and memes., 2009; Wang, Wood, 2011; Competition among memes in a world with limited attention, 2012; Wiggins, Bowers, 2015; Lonnberg, Xiao, Wolfinger, 2020]. Контагиозность есть способ существования такого текста: if it doesn't spread, it's dead [If it doesn't spread, it's dead (part one): Media viruses and memes, 2009]. Несколько верно перефразирование этой формулировки относительно деятельности интернет-коммуникантов («...“if you don't spread, you are dead.” Copies become, in this sense, more important than the “original”: They are the *raison d'être* of digital communication» [Shifman, 2013, с. 373]), вопрос дискуссионный.

Авторы исходных сообщений не защищают авторство и не регистрируют его, пока их мемы циркулируют в некоммерческой электронной коммуникации. Однако тенденция к коммерциализации удачных интернет-мемов бизнесом, которую мы можем охарактеризовать как новую по сравнению с началом нашего века, заставляет задуматься о возможности защиты подобных произведений авторским правом. Так, автор мема про Наташу и котов Даши Бородулина в марте 2021 г. подала на регистрацию его в качестве товарного знака: «Еще в прошлом году на пике популярности “Наташи и котов” я заметила, что он стал использоваться именно в коммерческих целях, т.е. в сувенирке, на одежде, в рекламе. На тот момент ко мне никто из предпринимателей не обращался. Каких-либо отчислений я не получала. В итоге, по совету адвоката, я решила зарегистрировать товарный знак, тем самым защитив свою интеллектуальную собственность» [«Наташа и коты» выходят на заработки, 2021]. Ко времени подачи Бородулиной заявки мем уже был использован в рекламе такими крупными брендами, как «МТС», «Альфа-Банк», «ЭКСМО» и «Вискас».

С точки зрения содержания особый тип подобных сообщений представляют те, референтом которых является не ситуация реальной действительности (как в приведенных примерах – карантин или дети), а сама же интернет-коммуникация. Например, модификация мема про Наташу на тему #изоизоляции – распространившегося во время карантина 2020 года движения в соцсетях, участники которого «копировали» подручными средствами картины известных художников: *Наташи, ты спишь? – Наташи, вставай картину делать. – Все делают, и мы хотим. – Давай Гогена, Наташи. – С утра ты больше на Мунка похожа. – Мы на все согласны, честно!*

Пример мема про Наташу и котов позволяет продемонстрировать две разнонаправленные тенденции, существующие в современной интернет-коммуникации. Первая – это тенденция к самодостаточности, «герметичности», обращенности на себя, обнаружению референтов в себе самой, когда темой электронной коммуникации становится сама же электронная коммуникация (далее мы увидим больше примеров). Вторая тенденция – к активному взаимодействию с другими сферами общественной коммуникации: мем, родившийся в межличностном интернет-общении, востребуется рекламой брендов и становится объектом авторского права, а значит, и лингвистической экспертизы (она может понадобиться, поскольку исходный вид мема про Наташу и котов в паблике Бородулиной значительно отличался от того, в котором этот мем стал популярным). Интернет-коммуникация все активнее порождает новые феномены плана содержания и новые средства плана выражения. Сейчас уже трудно сказать: мы больше обсуждаем в Интернете то, что происходит в реале, или в реале – то, что происходит в Интернете. Вместе с осознанием этого уходит в прошлое и употребление одного из членов привычной в начале тысячелетия оппозиции «реал – онлайн». Эта оппозиция трансформируется в «онлайн – офлайн», теперьший первый член которой воспринимается под давлением внутренней формы, легко прочитываемой в англоязычном заимствовании, как основной. А популярный графический элемент интернет-коммуникации, возникший сначала в англоязычном пространстве в виде картинки (кадра из сериала «Звездный путь»), затем распространившийся в виде смайликов и эмодзи и принявший текстовую форму – *facepalm* или *рукалицо* (выражение стыда, неловкости по поводу чьего-то высказывания или какого-то события: *рукалицо.... мальчег, у вас манечка преследования. Сходите к психиатру*), – выходит за пределы элек-

tronного пространства не просто в устную разговорную речь, но становится названием маникюрного салона «Рукалиço», обретая новый уровень автономии от породившей и востребовавшей его сферы коммуникации.

## **1.2. Функциональные метаморфозы текста в коммуникации**

Известная и до распространения электронных средств связи «миграция» текстов из одной сферы общения в другую, сопровождающаяся изменением функции (например, использование в рекламе стихотворения, изначально для этого не предназначавшегося, что приводит к замене эстетической функции на функцию pragматического воздействия), приобретает новые формы в эпоху Интернета.

Доступность текста для мгновенного копирования и распространения облегчает превращение плана выражения текста или его фрагмента в предмет обсуждения. 20 лет назад мы говорили о языковой рефлексии в Интернете как о деятельности индивидуальных пользователей, и эта рефлексия во многом была направлена на обсуждение ненормативных написаний (ошибочных или целенаправленных) и других языковых неправильностей [Сидорова, 2004]. Теперь смеяться над неграмотностью простых пользователей Интернета немодно и неинтересно. Мы наблюдаем, например, в ФБ группы, специально предназначенные для коллективной языковой рефлексии, которую можно назвать в хорошем смысле слова изощренной. На примере таких групп, как «Рыдактор» или «Вижу рифмы», можно рассмотреть функциональные метаморфозы текста. В первой – размещаются неудачные в разных отношениях фрагменты текстов (в основном СМИ, деловой коммуникации и т.д.; публиковать, например, неграмотные комментарии из соцсетей запрещено), которые участники группы обсуждают и высмеивают, проявляя при этом недюжинную лингвистическую креативность. Во второй группе участник публикует короткое стихотворение, одним из компонентов которого является рекламное объявление, вывеска, ценник на товаре, надпись на заборе и т.п. – зафиксированный публикатором на фото самостоятельно или обнаруженный в Интернете. В обоих случаях исходный текст в буквальном смысле обретает автономию от автора, первоначальных обстоятельств его создания, первичной аудитории и меняет функциональное предназначение. Приведем несколько иллюстраций.

Группа «Рыдактор», фрагмент из статьи в электронном СМИ<sup>1</sup>:

*Всегда защищая самого молодого слона, можно увидеть это бегущее стадо слонов, следящими за тем, чтобы малыши были посередине, защищая их от опасности.*

Комментарии участников (всего 100):

(1) Я / МЫ молодой слон.

(2) Машинен переводен есть дешево унд экономично. Нем нужда платить мясной мешок редактор, яа-яа!

(3) Хронический гуглоперевод, переходящий в подострую гулгоречь.

(4) возможно, что это шифровка: «Юстас Алексу... Грузите апельсины бочками»

(5) Подъезжая к станции, с меня слетела шляпа

(6) это прямо фулл-хаус какой-то

(ответ другого комментатора) флэш-рояль

Группа «Рыдактор», заголовок и лид из «ВестиВоронеж»:  
*Одинокая обезьянка на пляже оказалась воронежским тиктокером. Макака Андрюшка любит купаться и есть крабов.*

Комментарии участников (всего 53):

(7) Я бы остальных тиктокеров проверил, вдруг они тоже одинокие обезьянки.

(8) Обезьянки редко оказываются тиктокерами, чего не скажешь о тиктокерах, которые нередко оказываются...

(9) Так. Постойте. Тик-ток – разве не про обезьян?!

(ответ другого комментатора) ну что вы! Это высокодуховное и в высшей степени нравственное чтиво.

(10) Любит есть крабов и смотреть на рыбов

(11) В тиктоко рыбачил макака Андрей

Группа «Рыдактор», заголовок статьи в электронном СМИ:  
*В пяти регионах зарплаты учителям выплатят в порядке эксперимента.*

Комментарии участников (всего 63):

(12) #опытынадлюдьми

(13) #учительэтонеприговор

(14) смело, очень смело. но зря сообщили в сми. может возбудить в других нездоровое брожение

(15) Ну, загуляют теперь! В рамках эксперимента! Спасайся, народ...

---

<sup>1</sup> Здесь и далее орфография и пунктуация сохраняются, смайлики и эмодзи удалены.

Приведенные примеры демонстрируют, насколько органично современный пользователь ФБ совмещает свое коммуникативное существование в реальном и виртуальном пространстве (при этом граница между этими пространствами не стирается; об этом см. далее – там, где речь пойдет о речевом этикете и анонимности), и насколько он, как и двадцать лет назад, укоренен в русской лингвокультуре, будучи приобщенным при этом к культуре Интернета. Комментаторы используют как прецедентные феномены, почерпнутые из офлайновой традиции (Чехов, Штирлиц, Ильф и Петров, «Наутилус Помпилиус», карточная игра), так и прецедентные феномены и формы выражения, генерированные интернет-коммуникацией (1, 2, 3, 10, 12, 13). Мы встречаем здесь и специфичную для интернета форму выражения солидарности *Я / Мы + имя объекта*, и ироническое использование хештега как инструмента обобщения и категоризации, и цитирование уже упоминавшегося мема про «рыбов», и сформированную в интернет-культуре оценочную парадигму: гуглоперевод – плохо, тиктокеры – низшая каста. Обращает на себя внимание то, что даже когда, казалось бы, объектом комментария является денотативная ситуация, представленная в тексте-стимуле, комментаторы обсуждают эту ситуацию через призму плана выражения, как бы принимая его «за чистую монету» (7, 8, 9, 14, 15). Это одна из форм карнавальной интернет-коммуникации: неудачное высказывание, извлеченное из новостного текста, научно-популярной статьи, официально-го твита, объявления о найме на работу и т.п., выступает как миропорождающее, референтом комментариев служит не та реальная ситуация, которую пытался описать автор текста, а та, которая коллективно «вычитывается» из него участниками группы. Чем больше ироничных, критических и т.п. комментариев собрал пост, тем успешнее его автор выполнил свою коммуникативную задачу: важно не собрать много «лайков», а генерировать поток реакций.

Группа «#вижурифмы» демонстрирует иное соотношение между исходным сообщением – постом – и реакциями. Приоритетен пост, реакции принято выражать лайками, а не комментариями. В этой группе текст из офлайновой реальности перекочевывает в онлайновую и становится частью стихотворения. Примеры (текст-стимул, представленный на фотографии, выделен жирным, рядом в скобках указан его тип):

*Постигнув науку эпистемологию,  
век живи, век учись и не сразу поймешь:  
верной идешь ты по жизни дорогою или  
Все, что ты знаешь, – ложь (надпись на заборе);  
Зачем на свет я появился.  
Ни чувств, ни дома, ни друзей.  
Я вкусный, но не получился.  
100 гр – 11 рублей (фото ценника с пирожком на витрине);  
Стану, когда назначат.  
Выпью, когда напьюсь.  
Меня уже нет, это значит  
Буду, когда вернусь (объявление);  
Каждое чавкающее хмурое существо  
Любит  
Качественное вкусное вещество (надпись по-русски на пакете с китайской едой).*

### **1.3 «Иллюктивные новости» и «беспрестрастность» новостных агрегаторов**

Пользователь Интернета приходит в Сеть не только за общением, но и за информацией. И удовлетворять свои информационные потребности сегодня он вынужден в коммуникативном пространстве, подверженном целому ряду модификаций и искажений субъектности. Прежде всего это касается модусной субъектной зоны, в которую входят субъект речи и субъект сознания [Золотова, Онищенко, Сидорова, 2004]. Эти модификации субъектности различаются в зависимости от того, о какой информации идет речь. В [Сидорова, 2020] мы обсуждали проблемы, связанные с получением познавательной (научной, учебной) информации в электронных форматах дистанционного обучения и дискуссиями вокруг онлайн-обучения в социальных сетях и электронных СМИ (например, замена индивидуального профессионального авторитета на авторитет толпы или обезличенный авторитет (Википедия); манипуляция субъектными позициями учащегося и преподавателя в дискурсе онлайнизаторов образования с целью противопоставления двух основных участников обучения; создание образа потребителя технологии для ее продвижения и «образа врага» и др.).

Здесь же нас будет интересовать другой тип информации, формы существования которой в интернет-пространстве весьма

разнообразны и значительно отличаются от тех, которые были доступны в доцифровую эпоху. То, каким образом индивидуальные пользователи Интернета получают доступ к этой информации, является проблемой наядиндивидуальной, предметом обеспокоенности различных общественных образований, бизнеса, государства. Речь идет о новостях. По данным опроса ВЦИОМ (сентябрь 2021 г.), разные поколения россиян предпочитают обращаться за новостями к разным ресурсам: «... Чаще всего россияне узнают новости об экономике и общественно-политической жизни из телевидения (47%), социальных сетей и блогов в интернете (42%), разговоров с людьми (40%), новостных, аналитических и официальных сайтов в интернете (36%), а также из регионального и местного телевидения (31%). Другой вопрос касался того, какой источник является главным. В целом 42% назвали таковым телевидение, 21% – соцсети и блоги, 20 – новостные, аналитические и официальные сайты. Разговоры с людьми, мессенджеры, радио и газеты выбрали менее 10% в каждом случае, журналы в качестве главного источника информации не назвал никто» [ВЦИОМ выяснил главные источники новостей для россиян, 2021].

Очевидный рост привлекательности соцсетей как новостного источника [SHARE, LIKE, RECOMMEND, 2012; Bergström, Belfrage, 2018] и возникающие в связи с этим лингвистические проблемы еще требуют осмысления, мы же обратимся к анализу более традиционного пособа получения новостей в Интернете – через информационные сайты (информационные агентства, разного рода СМИ, специализированные новостные порталы), доступ к которым осуществляется посредством целенаправленного поиска или перехода от появившегося на открытой странице привлекающего внимание («кликбейтного») заголовка. Для многих русскоязычных пользователей Интернета такими точками входа в новостное пространство служат новостные заголовки на первой странице Яндекса. Новости, генерируемые Яндексом (как и все агрегаторы новостей в целом), заставляют нас задуматься не только о разнообразных манипуляциях в субъектной сфере, но и о новом явлении, которое можно назвать имитацией, или симуляцией беспристрастности, и проникновении карнавализации, свойственной прежде межличностной интернет-коммуникации, в сферу средств массовой информации.

Рассмотрим типичный пример пятерки новостных заголовков, которые предлагает своим пользователям Яндекс в разделе «Главное»:

*25 сентября, суббота 23:31*

*Сейчас в СМИ*

*Володин поблагодарил Путина за доверие и внимание к работе Госдумы*

*Лавров заявил об обращении властей Мали к российской ЧВК*

*Лавров назвал «саммит демократий» шагом в направлении раскола мирового сообщества*

*Китайский дипломат Ша Цзукан призвал Пекин быть готовым нанести первый ядерный удар по США*

*Нурмагомедов пожелал удачи Усику в бою с Джошуа*

Здесь мы можем наблюдать ярко выраженную тенденцию к замене акциональных (выражаемых предикатом действия) новостей иллокутивными: в каждом заголовке основному субъекту в качестве предиката приписан глагол речи (*поблагодарить, заявить, назвать, призвать, пожелать*), акциональные (событийные) предикации выступают в свернутом виде. Вместо события новостью становится сообщение о нем, слово, приписанное тому или иному субъекту, заменяет факт, причем субъекты речи (мнения) могут быть как известными читателю (что дает ему возможность включить данное сообщение в общую субъектную позицию<sup>1</sup> данного говорящего: Лавров – министр иностранных дел РФ, выражает официальную позицию РФ относительно упомянутых событий; Нурмагомедов – боксер, желает успеха одному из участников поединка), так и неизвестными (кто такой китайский дипломат Ша Цзукан и какое значение имеет то, что он сказал?). Ср. также: *Синоптик Паршина: в Москве в конце сентября наступит подобие бабьего лета* (авторитетность синоптика Паршиной нам неизвестна).

Такие иллокутивные новости имеют три формы выражения:

- 1) определенно-личное полипредикативное предложение структуры «субъект + глагол речи / мысли + содержание речи / мысли»;
- 2) имя субъекта + двоеточие + предложение, называющее событие;
- 3) неопределенno-личное предложение с иллокутивным глаголом, но без имени субъекта речи / мысли типа *Москвичам рассказали о самых важных горячих линиях*. В таком предложении субъект речи / мысли может быть уточнен с помощью локативного компонента (*В Кремле... В Вашингтоне...*).

Казалось бы, коммуникативная тактика представления новостей через субъекта-посредника и превращения в новость факта

---

<sup>1</sup> Термин употребляется в значении, характерном для французской теории дискурса [Серио, 1999].

высказывания некоторого субъекта об определенном событии служит не размыванию, а конкретизации субъектного плана, прикрепляя новость к конкретному носителю слова / сознания. Заголовки Яндекс. Новостей густо населены субъектами (не действующими, диктумными, но говорящими, модусными). Однако эта подчеркнутая субъектность входит в противоречие с тем, что остается «за кадром». Открывая страницу Яндекса, мы видим новостные заголовки, отобранные с помощью автоматических алгоритмов и маркированные как «Главное». Кликнув на такой заголовок, читатель получает компилитивное освещение события предложениями, вырванными из разных, иногда противоположных по углу зрения, источников. В Яндекс. Новостях это называется «сюжет».

Пример сюжета (заголовок, на который кликает пользователь, чтобы попасть в «сюжет», и его атрибуция выделены жирным):

**TACC. 25.09.2021**

*Володин поблагодарил Путина за доверие и внимание к работе Госдумы.*

*Президент России Владимир Путин предложил кандидатуру Вячеслава Володина на пост спикера Госдумы восьмого созыва.*

**Дождь**

*Председатель «Единой России», заместитель председателя Совета безопасности России Дмитрий Медведев также поддержал кандидатуру Володина.*

**РБК**

*Володин, в свою очередь, поблагодарил Путина за поддержку.*

**Smotrim.ru**

*Господин Володин занимает пост председателя Государственной думы Федерального Собрания России с 2016 года.*

**Коммерсантъ**

Таким образом, новость в том виде, в котором она предъявляется пользователю, оказывается скомпилирована роботом Яндекса из различных источников – таких разных, как ТАСС, Дождь, РБК и Коммерсантъ, причем части сообщения не дублируются. Получается как бы развивающийся связный текст, завершающийся информацией о том, «с чего все началось», и читателю предоставляется думать, что источники, из которых «вырваны» составляющие его предложения, равнозначны, что они были изначально включены в эквивалентные контексты, что во многих случаях неверно. Навязывается впечатление, с одной стороны, объективности, беспристрастности агрегатора, с другой – безразличности выбора источника информации.

Еще один пример, в котором текст получился у робота менее связанным, хотя несколько предложений взяты из одного источника:

*РБК*

*Лавров заявил об обращении властей Мали к российской ЧВК.*

*Лавров также уточнил, что власти Мали оценили свои собственные способности в борьбе с терроризмом как недостаточные и самостоятельно приняли решение обратиться к российской ЧВК.*

*РБК*

*Министр иностранных дел России Сергей Лавров во время выступления в рамках 76-й сессии Генассамблеи ООН ответил на вопросы касательно отношений Бамако и Москвы.*

*Политическая Экспертиза*

*На территории Мали до сих пор находятся французские войска.*

*РБК*

*Военный переворот в Мали произошел на фоне гражданских волнений 18 августа 2020 года.*

*Известия*

Так выглядит ситуация с точки зрения получателя сообщения. Что касается его отправителя, то еще в 2014 г. Яндекс выложил в своем блоге [Как устроены Яндекс. Новости, 2014] своего рода «манифест», касающийся алгоритма агрегации Яндекс.Новостей:

«Главная и определяющая особенность Яндекс. Новостей – отсутствие человеческого вмешательства. У нас нет редакторов и модераторов. Мы не пишем собственных материалов, у нас нет «редакционной политики» и своей точки зрения. Мы не СМИ. Все новости мы получаем от партнеров. Их материалы Новости не публикуют у себя целиком, а используют только фрагменты сообщений и заголовки. На сегодняшний день у Яндекс. Новостей около 6000 партнеров. В среднем они выпускают более 110 тысяч сообщений в будний день.

Всё, что вы видите на страницах Яндекс. Новостей, – это результат работы алгоритмов. Они должны показать читателю полную и беспристрастную картину дня, сложить ее из тысяч новостных сообщений. Яндекс. Новости являются входной точкой в медиапространство. Их задача – донести до вас все, о чем пишут СМИ, говорят по радио и по телевизору. Что читать и где – вы решаете сами».

Как же реализуется этот манифест, ключевыми лозунгами которого являются «отсутствие человеческого вмешательства» и «беспристрастность»? Элементарный лексический анализ данного текста и ряда аналогичных описаний алгоритмов, обеспечивающих

функцию новостного агрегатора Яндекса, даже без апелляции к обширной литературе, посвященной проблеме беспристрастности новостных, поисковых и других алгоритмов, от которых зависит наш доступ к информации в Интернете (см., например: [Flaxman, Goel, Rao, 2016; Just, Latzer, 2017; Fletcher, Nielsen, 2018; Karimi, Jannach, Jugovac., 2018; Nechushtai, Lewis, 2019]), показывает, что «устранение» субъективности здесь мнимое. Достаточно обратить внимание на глаголы, обозначающие целенаправленные действия с информацией, и имена прилагательные, выражающие субъективную оценку.

Так, страница [Как работают Яндекс. Новости, 2015] объясняет, на основе каких трех параметров формируется топ-5 новостей Яндекса:

«Упоминаемые в СМИ. Сервис учитывает скорость появления новых сообщений по теме в СМИ, а также общее число изданий, среагировавших на событие.

Актуальные. Партнёры постоянно присылают материалы, из которых каждые пять минут формируется новый топ-5.

Популярные. Если новость интересна пользователям и они много о ней читают, это добавляет ей значимости».

Ранжирование (расчет «веса» новости) при формировании «сюжета» производится, согласно цитированному «манифесту», на основе трех критериев:

цитируемость (сколько ссылок на это сообщение в других сообщениях сюжета, без учета ссылок в аффилированных СМИ и самоцитирования),

свежесть (время публикации сообщения по сравнению с другими источниками),

информационность (наполненность сообщения ключевыми фактами сюжета).

Почему критерии именно такие? Мы ориентируемся на ожидания читателей: информация должна быть актуальной, полной и достоверной. Актуальность и полноту робот измерить может, а с достоверностью помогает цитируемость. Этот параметр среди индексу цитирования в научном мире. Он говорит о том, насколько сообщениям этого СМИ доверяют другие издания».

*Упоминать, реагировать, цитировать, ранжировать, доверять* и т.д. Текст о том, как генерируются «объективные», лишенные точки зрения новости, изобилует предикатами, выражающими субъективное отношение к информации и целенаправленные действия с ней. Так же частотны на указанных страницах оценочные прилагательные *важный, актуальный, полный, достоверный, ос-*

*новной, авторитетный, весомый* и образованные от них существительные, семантика которых по определению включает субъективный, оценочный компонент. Языковой облик текста выдает несоответствие заявляемого реальности.

На самом деле претензия Яндекс. Новостей на беспристрастность – это уже в некотором смысле «прошлый век» с точки зрения искушенного потребителя новостей. Идеальный новостной агрегатор будущего должен не «беспристрастно» собирать и выдавать читателю новости своих «партнеров», а пытаться минимизировать или устраниć ту пристрастность, которая заведомо существует в этих новостях вследствие разных возможностей и идеологической направленности источников, от которых новости поступают. Тем более, что в литературе упоминаются попытки информационных сайтов «обойти» текущий уровень объективности Яндекс. Новостей, фактически обмануть агрегатор, используя определенные лингвистические техники, чтобы провести свою точку зрения на события [Досэ, 2017].

## 2. Трансформации анонимности

Первые психологические и лингвистические исследования Интернета уделяли много внимания фактору анонимности. Однако и само развитие интернет-коммуникации, и углубление ее изучения привели к необходимости пересмотра целого ряда исходных концептов, среди которых оказались и анонимность сетевого общения, и единое киберпространство, и целый ряд других, казавшихся ключевыми.

В научной литературе конца XX – начала XXI в. общим местом было постулирование анонимности общения в Интернете как фактора снижения социального и психологического риска, аффективной ненормативности и безнаказанности. Также анонимность рассматривалась как источник неограниченных возможностей конструирования виртуального образа коммуниканта (обзор исследований тех лет см. в: [Сидорова, 2006]). За прошедшие годы появилось достаточно много работ, на новом уровне рассматривающих проблемы конструирования виртуальной (сетевой) личности (идентичности<sup>1</sup>) и типологию сетевых личностей. См., напри-

---

<sup>1</sup> Следует сказать, что с развитием цифровизации, особенно в ковидный период, понятие «цифровая идентичность» стало рассматриваться в связи с про-

мер, [Асмолов, 2009; Шаповалова, 2010; Войскунский, Евдокименко, Федунина, 2013 а, 2013 б; Bullingham, Vasconcelos, 2013].

Параллельно развивались и представления о безличности, понимаемой, в отличие от анонимности (сокрытия персональных данных), как отсутствие non-verbal cues, impersonal character, отсутствие личностного начала в общении. Интересно, что в этой области, в первую очередь на материале опосредованной электронными медиа деловой коммуникации, уже на первых шагах были поставлены проблемы и предложены их решения, релевантные и по сей день (при том, что и сами медиа, и используемые форматы общения изменились).

В частности, актуальными остаются, как нам представляется, два противоположных подхода к данной проблеме, сложившиеся в первых западных исследованиях этого рода (см. обзор ранних исследований опосредованной электронными средствами связи коммуникации в: [Williams, 1977]).

В работах, основанных на представлении о значимости личностного компонента для успешного бизнес-общения, компьютерные жанры деловой корреспонденции рассматривались как ущербные, в силу их неспособности подкреплять решение деловых задач установлением социально-личностного контакта: «...The functions served by nonverbal cues in face-to-face interaction go unmet in computer-mediated interaction because the nonverbal cues are absent. If no other cues can perform the social functions that physical appearance, co-presence and dynamic nonverbal behavior can, then...CMC must always be impersonal» [Walther, Parks, 2002, с. 532]. Заявлялось, например, что в силу того, что сообщение электронной почты лишено невербальной коммуникативной составляющей, характерной для реального межличностного общения (внешность коммуниканта, ощущение соприсутствия, особенности поведения и т.п.), это сообщение заведомо менее приспособлено для ведения переговоров. Эта теория

---

блемами защиты персональных данных и юридического статуса пользователя Интернета, а не как обозначение результата конструирования своей виртуальной личности пользователем Интернета с использованием вербальных и невербальных средств: «The term *digital identity* indicates the conversion of human identities into machine-readable digital data. As noted by Nyst et al. (2016, pp. 8–9), such a conversion results in schemes that allow the digital identification of individuals, as well as their authentication at various points of access and, on that basis, authorisation for them to perform given actions or access given services. Digital identity schemes are schemes in which ‘the three functions of identification, authentication and authorisation are all performed digitally’» [цит по: Masiero, Bailur, 2021].

в англоязычной науке получила название «cues filtered out model» [Culnan, Markus, 1987] – модель «фильтрации ключей».

Однако на основе изучения коммуникативных реальностей делового интернет-общения сложился и противоположный подход – hyperpersonal model [Walther, 1996], согласно которому электронные средства коммуникации способны лучше решать задачи установления личных контактов и ведения переговоров, чем взаимодействие лицом к лицу: «According to this model, the filtering of nonverbal cues advantages communicators. Communicators are strategically enabled to manipulate their identity, time the transmission of their messages, and plan, organize, and edit their communication in pursuit of relational goals. Such strategic control in CMC can facilitate negotiation, relationship development, and social tasks» [Duthler, 2006, с. 501].

Фактически здесь перед нами два взгляда на то, что понимается под проявлением личностного начала в сообщении. В первом во главу угла ставятся невербальные манифестации личности, характерные для устной коммуникации, во втором – сознательная авторская работа по подготовке и организации текста. Весьма показательно исследование [Duthler, 2006], в котором сопоставлялась категория вежливости в сообщениях голосовой и электронной почты<sup>1</sup>. Оба эти жанра являются асинхронными, не требующими соприсутствия коммуникантов, позволяют автору сообщения заранее его обдумать и организовать. Однако электронная почта дает возможность редактирования по мере создания текста, тогда как при наговаривании голосового сообщения это невозможно: отправитель голосового сообщения должен заранее решить, что и как он собирается говорить. Кроме того, при использовании голосовой почты часто возникает разрыв между планом и его исполнением: требуется особое мастерство говорящего или предварительная запись подготовленного текста на бумагу, чтобы голосовое сообщение прозвучало в точности так, как планировалось. В то же время голосовая почта «отфильтровывает» меньше «ключей», чем электронная: «Voicemail message creators must manage performance cues such as vocalics and paralanguage (rate, pitch, loudness, pauses, inflection) (Burgoon, 1994), and pronunciation, in addition to content» [там же]. В электронной почте эти речевые параметры отсутствуют и не могут влиять на восприятие сообщения. Результаты, полученные в

<sup>1</sup> Участниками эксперимента были студенты, которых просили оставить голосовые сообщения или отправить электронные письма определенного содержания преподавателям; затем полученные тексты обрабатывались и анализировались.

цитируемом исследовании, подтвердили мнение, высказанное в [Walther, 1996]: «The reduced cues in email allow for greater cognitive concentration on attaining multiple goals in interpersonal interactions, including optimizing self-presentation and concern for the communication partner's needs and wants, at one's own pace [Walther, 1996]. Thus asynchronous interaction has the capacity to be more socially desirable and effective» [Duthler, 2006, с. 519]. Электронная почта, как и предсказывалось в первоначальной гипотезе исследования, позволяет отправителям строить более вежливые и, следовательно, социально желательные (socially desirable) сообщения, чем голосовая, предоставляя им больший контроль над планированием, продуцированием и редактированием текста и больший уровень «фильтрации ключей».

Исследования синхронных жанров компьютерной коммуникации в сопоставлении с аналогичными устными жанрами, начавшиеся еще в прошлом столетии, также дали результаты, которые можно экстраполировать на сегодняшнюю ситуацию. В [Sussman, Sproull, 1999] исследователи, отмечая меньшую вежливость синхронных компьютерных диалогов по сравнению с устными и телефонными, связывают ее с низкой социальной вовлеченностью и деиндивидуализацией участников, тогда как сами коммуниканты свидетельствуют об ощущении большего комфорта и удовлетворенности, которое они получили от компьютерного общения. Очевидным объяснением может служить то, что такие компьютерные жанры, как чат, по природе своей не предполагают эксплицитного выражения категории вежливости. Краткость и высокая интерактивность ценятся в них гораздо больше. Соответственно, на позитивную оценку собеседника и самого процесса общения те параметры, которые обычно используются для оценки степени вежливости устного дискурса, оказывают меньшее влияние. Осознаваемые участниками коммуникации требования и ограничения жанра модифицируют их восприятие друг друга, а также успешности и комфортности коммуникативного обмена в целом. Это еще одно подтверждение коммуникативной неоднородности Интернета.

Другими важными параметрами, которые рассматриваются в литературе как предикторы успешности и / или комфортности электронной коммуникации, являются:

«social presence», т.е. восприятие субъекта как реального человека (так, в: [Gunawardena, Zittle, 1997] изучение проявлений личностного начала в групповой электронной коммуникации, а именно в университетских текстовых конференциях, позволило

установить важность параметра «social presence» как предиктора удовлетворенности участника общения);

и «co-presence» (соприсутствие коммуникантов в одном времени и пространстве, сопровождающееся ощущением непосредственности контакта).

Возможны два подхода: либо отрицание возможности полноценной реализации этих параметров в цифровой коммуникации как таковой и исследование компенсационных средств, тактик и стратегий, либо постулирование присутствия этих характеристик в разных формах цифровой коммуникации в разной мере и, соответственно, сравнительное изучение.

Особое место среди исследований параметра соприсутствия занимает работа [Goodyear, 2006], автор которой анализирует различные форматы электронной учебной коммуникации, основываясь на двух исходных положениях:

1) время и пространство – не контейнеры для деятельности, а социальные конструкты;

2) в практике электронного обучения, равно как и в дискурсе вокруг него, принят целый ряд упрощений, касающихся его временных и пространственных характеристик.

Эти упрощения (по сути – искажения) не нейтральны, они акцентируют одни факторы, влияющие на выбор формы обучения, и скрывают другие. Одним из существенных упрощений (или искажений), которые свойственны практике электронного обучения и дискурсу вокруг него, является обесценивание соприсутствия («co-presence»). «Доминирующий техно-романтический дискурс электронного обучения утверждает, что время и место перестают быть барьерами. Мы живем в мире “Мартини” – “в любое время, в любом месте, где угодно”» [рекламный слоган «Мартини». – M.C.]» [Goodyear, 2006, с. 83–84]. Однако, это не совсем так. Ключевые слова не «когда и где угодно», а «по-другому». Безусловно, с развитием цивилизации «сопротивление пространства уменьшается: сделать что-то на расстоянии становится сначала возможно, потом дешевле, легче, быстрее и надежнее». При этом изменяются отношение и ожидания людей касательно времени и пространства («быстрая доставка» из магазина сейчас значит совсем не то, что 10 лет назад). Однако происходящие изменения – будь то развитие железных дорог или компьютерных сетей – не отражают напрямую наших потребностей и ценностей. Они, по крайней мере частично, стимулированы интересами капитала: «Влиятельные учреждения (иногда эта категория включает и университеты) имеют

больше прав голоса, чем студент или некий удаленный пользователь образовательных услуг, в реализации этих ожиданий» [Goodyear, 2006, р. 93]. Человек получает не те формы «оптимизации» пространства и времени, в которых он сам нуждается, а те, которые кто-то желает ему предоставить. В качестве примера Гудеар приводит «сильное коммерческое давление, во главе которого стоят телекоммуникационные компании и медиаиндустрия», в сторону увеличения использования в рабочих и образовательных ситуациях средств синхронной связи (в частности онлайновых видеоконференций), требующих большой пропускной способности канала («*live videoconferencing is bandwidth hungry*» [Goodyear, 2006, р. 93]). Сравнивая синхронные способы взаимодействия с асинхронными (например, e-mail), мы обнаруживаем, что первые выглядят более высокотехнологичными, но в то же время именно они ограничивают возможности студентов гибко использовать время (а гибкость использования времени – излюбленный аргумент сторонников онлайнового обучения). Коммерческий интерес требует видеоконференций, значит им быть – по такой логике во многом развиваются и современные проекты дистанта, при том, что «видеоконференция» и «когда угодно» – понятия несовместимые. Но могут ли видеоконференции, «побеждающие пространство», компенсировать отказ от соприсутствия? Гудеар называет, по крайней мере, четыре ценности соприсутствия, которые не компенсируются возможностью общаться на расстоянии [Goodyear, 2006, р. 93]:

1) соприсутствие обладает большей информационной насыщенностью, плотностью (язык тела, жестикуляция, значимое молчание и т.п. позволяют передать больше разноплановой информации в единицу времени);

2) соприсутствие создает взаимные обязательства (*mutual commitment*), свидетельствует о взаимной заинтересованности участников, которые «взяли на себя труд оказаться в едином пространстве-времени» («Чем больше этот труд, тем значимее обязательства»);

3) соприсутствие создает лучшую возможность для более быстрого коммуникативного обмена, для сложных, даже рискованных, «лингвистических ходов», в которых решают миллисекунды, поскольку оно позволяет быстрее считывать реакцию партнера и оперативнее настраиваться и перестраиваться в соответствии с ней;

4) соприсутствие обеспечивает лучшую среду для свободного, не скованного условностями и правилами разговора (*loose talk*),

позволяет быстро менять тему и т.п. «Соприсутствие хорошо, когда нужно прийти к результату, не прописанному в сценарии» [Boden, Molotch, 1994].

Перечисленные факторы являются ценностями, при этом не просто эмоциональными, но информационными, и это имеет существенные следствия для электронного образования, которое не сводится к передаче и приему «упакованной информации». Гудеар выделяет три типа знания, которые необходимы человеку для профессиональной реализации. Для формирования важнейшего из них – «рабочего знания» (working knowledge, т.е. знания, непосредственно применимого в профессиональной деятельности) – «необходимы доверие и навыки взаимодействия между учащимися и их преподавателями и наставниками» [Goodyear, 2006, р. 96]. Это доверие и навыки взаимодействия наиболее эффективно формируются в соприсутствии.

В настоящее время исследования такого рода вовлекают в круг рассмотрения и проблемы общения человека с ботами (электронными помощниками), причем не только с точки зрения эффективности, но и с точки зрения установления доверия и личностного контакта [Følstad, Nordheim, Bjorkli, 2018; Chen Lou, Kang, Tse, 2021].

Описанная теоретическая база позволяет интерпретировать целый ряд актуальных проблем межличностной цифровой коммуникации, как в открытом пространстве, так и в приватном пространстве чатов и почтовых служб – как, например:

1) межпоколенческие проблемы (например, привычка людей старшего поколения ставить точку в конце предложения в вотсапе, которая рассматривается молодым поколением как странность, либо точка трактуется как маркер негативной оценки или эмоции);

2) проблема использования одного средства коммуникации (вотсап, Зум и т.п.) для частного и служебного общения, ограничивающая выбор фотографии и подписи в профиле;

3) проблема выбора степени официальности стиля общения и форм вежливости при деловом или учебном общении посредством инструментов, которые воспринимаются как предназначенные для обмена личными сообщениями (так, современные студенты и аспиранты массово признаются, что испытывают существенные проблемы при написании электронных писем и сообщений в мессенджерах преподавателям, не могут найти правильный уровень вежливости, выбрать этикетные средства);

4) конфликт «вежливость vs быстрота» обмена сообщениями (краткость сообщения в чатах воспринимается некоторыми коммуникантами как резкость, выражение негативного отношения; утрачиваются приветствия даже между коммуникантами старшего поколения, отсутствие быстрого ответа в мессенджерах рассматривается как выражение негативного отношения) и т.п.

Но, пожалуй, самым радикальным изменением, связанным с анонимностью и смежными категориями, можно назвать существенное сужение допустимой зоны анонимности в межличностном общении и увеличение количества ситуаций общения, в которых анонимность осуждается и / или оказывается невозможной. Технически это выразилось, например, в необходимости указания номера мобильного телефона при регистрации в соцсетях. Гораздо большие последствия влечет за собой, по нашему мнению, распространение практики «Что разрешено, может быть запрещено», выражающейся в ФБ в ограничении администраторами групп прав пользователей «с пустыми профилями», хотя сама система ФБ этого не требует (заполнение профиля и использование реальной фотографии в ней является опциональным). Пример такого «запрета» на анонимность (группа ФБ «Реновация Пресни», объявление администратора от 3 августа 2021 г.):

*Внимание. В группу не принимаются люди с пустыми профилями.*

*Решили повесить в объявлениях, потому что последние 2 недели нашествие ботов, с регистрацией 2017 года и пустыми аккаунтами... за 4 года.*

Помимо технических ограничений, применяемых администраторами групп и модераторами сообществ по отношению к лицам, «не желающим представиться», распространено отрицательное отношение к таким пользователям со стороны других коммуникантов. Из комментариев под вышеупомянутым объявлением: *Я тоже удивлялась. Человек со мной спорит, а заходишь на его страницу и пусто совсем.*

Возникает коммуникативный парадокс: люди, которые с охотой пользуются обезличенными сведениями из Википедии и доверяют «научной» информации из неатрибуированных источников, люди, которых не смущает сомнительная объективность новостных агрегаторов, т.е. люди, готовые мириться с утратой субъектности там, где речь идет о получении информации, оказываются гораздо более чувствительны к недостаточной субъектной определенности в той зоне, где происходит общение. Можно с

большой долей уверенности говорить о том, что на сегодняшний момент в интернет-пространстве для реализации информационной функции субъектность оказывается менее важна, чем для реализации функции коммуникационной. Учиться, черпать информацию – все равно у кого, спорить – хочется точно знать, с кем.

Неслучайно среди характеризующих личные субъекты отрицательных номинаций, которыми (в отличие от положительных) значительно обогатился интернет-лексикон за последние десятилетия, особое место занимает слово «бот». У него есть техническое значение: бот (сокращенное от «робот») – специальная программа, выполняющая действия, имитирующие активность человека. «Компьютерные и интернет-боты по сути являются цифровыми инструментами и, как любой инструмент, могут использоваться как во благо, так и во вред. «Хорошие» боты выполняют полезные задачи, а «плохие» или вредоносные боты могут использоваться для взлома, рассылки спама, шпионажа, прерывания и взлома веб-сайтов любого размера. По оценкам, в настоящее время до половины всего интернет-трафика приходится на компьютерных ботов, выполняющих определенные задачи, такие как автоматизация обслуживания клиентов, имитация человеческого общения в социальных сетях, помочь компаниям в поиске контента в Интернете и в поисковой оптимизации» [Что такое боты – определение и описание, 2021]. «Many bots are impersonators operating at a very high sophistication level, trying to emulate navigational behaviors of legitimate users (humans). Moreover, bot technology continues to evolve which makes bot detection even harder. To deal with this problem, many advanced methods for differentiating bots from humans have been proposed, a large part of which relies on supervised machine learning techniques» [Suchacka, Iwański, 2020].

Однако в интернет-язузе у этого слова развилось и другое значение – коммуникант, излагающий не собственную точку зрения, а порученную ему, «рупор» мнения какой-либо структуры или организации, предположительно оплачиваемый, «засланный казачок». Этот типичный персонаж соцсетей, безусловно, осуждается пользователями, обозначение коммуниканта как бота носит резкую отрицательную окраску и используется как аргумент «к личности» в дискуссиях. «Вы – бот!» – обидное ругательство в межличностной интернет-коммуникации:

*А вы Алина создали аккаунт на фб чисто ради этого?  
Вы бот?*

*Мне нравится жить в пятиэтажке, а новые дома не нравятся.  
А вы, дорогая Стейси – бот, и друзей в вашем профиле нет)))*

*Светлана, а вы похоже и не Светлана)) 7 друзей с 11 года и  
несколько публикаций ни о чем, начиная с 19 апреля 17 года?)) Так  
ты-же бот! Который сегодня начал активно гадить в ленту! На-  
род – не кормите тролля! Пойду-ка я к админам))*

*бот с памятью)) расскажите сколько репостов вы по раз-  
ным группам сделали творчества недоучки из гуманитарного вуза?  
И кто вам за это заплатил?*

*Вы хорошо изучили вопрос того, куда Вас переселят? Вы  
либо бот, либо не привыкли читать законодательство и думать  
головой*

*Судя по профилю автора – это из армии ботов. За палку  
колбасы соглашаются на такую работу. Стыдно (((*

*какая проницательность, дорогой Сергей))) как ответ не  
нравится, так сразу собянинский бот. Вам надеюсь полегчало от  
хамства.*

Впрочем, межличностной коммуникацию в соцсетях теперь назвать можно только условно. Пользователи социальных сетей никогда не могут быть уверены, с кем они имеют дело, – с живым человеком или ботом. Это касается, в частности, общения с ботами государственных структур, например, с известными в ФБ «представителями» Департамента здравоохранения Москвы Марией Смирновой и Департамента образования – Иваном Смирновым. Проведенный нами опрос среди москвичей – активных пользователей ФБ – показал, что мнения о принадлежности этих персонажей к виду homo sapiens или виду «бот» распределяются примерно поровну. Это различие в восприятии проявляется и при общении пользователей ФБ с указанными персонажами:

*Исходное сообщение:*

*Уважаемые соседи, здравствуйте!*

*Вопрос про 67 больницу.*

*Ооочень нужны контакты, желательно из урологии.*

*Ситуация такая:*

*Мой отец 70 лет, онкология мочевого пузыря. Уже было  
2 операции, спустя пол года после 2-ой состояние серьезно ухуд-  
шилось, проблемы по всей мочевыводящей системе.*

*Вчера по скорой забрали в 67-ую.*

*Если у кого-т.е. опыт лечения там или контакты, с кем нужно взаимодействовать что бы все сделали как действительно нужно, комплексно, поделитесь пожалуйста!!!!*

*Буду Вам ооочень признательная и благодарна.*

*Всем здоровья.*

*#хорошевомневеики #намневсеравнр #здоровье #помощь  
#67 больница*

*Ответ «Марии Смирновой»:*

*Здравствуйте. Примите мои искренние соболезнования. Готова разобраться и провести проверку. Для этого мне понадобятся ФИО Вашего супруга, дата госпитализации, контактные данные для обратной связи и подробности случившегося. С уважением, представитель Департамента здравоохранения города Москвы.*

*Комментарии участников группы:*

*(1) Мария Смирнова вы хоть читайте чтоли, прежде чем стандартный ответ кидать – там отец, а не супруг, и соболезнуете чему?*

*(2) это бот написал.*

*(3) это реальный человек, и она круто разбирается в ситуации и помогает! Нам очень помогала, когда были серьезные проблемы в прошлом году в мясорубке с ковидом, мужу.*

Авторы комментариев (1) и (3) считают Марию Смирнову «реальным человеком» и общаются с ней соответственно, автор комментария (2) полагает, что это бот.

Аргументацией в пользу трактовки «Смирновых» как ботов служит не только их «фамильное сходство», но и шаблонность порождаемых ими текстов. Примеры других ответов «Марии Смирновой» и реакций пользователей:

*Здравствуйте. Сожалеем, что посещение нашего учреждения оставило у Вас негативное впечатление. Отмечаем, что отделение урологии действительно работает с высокой нагрузкой, но врачи всегда готовы ответить на вопросы пациентов и дать им подробные разъяснения по их состоянию и приводящемуся лечению. Описанная Вами ситуация недопустима и требует проведения проверки. Пожалуйста, направьте на электронный адрес: gkb67 press@gmai Ваши ФИО и дату госпитализации в ГКБ № 67. На основании предоставленной Вами информации администрацией ГКБ № 67 будет проведена проверка. О ее результатах и принятых мерах Вы будете проинформированы. С уважением, представитель ДЗМ.*

*Здравствуйте. Хотим выразить Вам свои соболезнования в связи с утратой. Ваша родственница поступила в стационар, в хирургическое отделение с тяжелым хирургическим заболеванием. К сожалению, летальность от данного заболевания превышает 70%. Пациентка в течение трех недель получала необходимую медицинскую помощь, соответствующую профилю заболевания, а также современное комплексное лечение септического состояния. При данном заболевании происходит значительное изменение в работе иммунной системы: данная категория больных подвержена воздействию любых сопутствующих инфекций, особенно вирусных, к которым относится коронавирусная инфекция. К сожалению, сочетание тяжелых заболеваний не позволило добиться желаемого результата. Также сообщаем, что в больнице соблюдаются все необходимые меры предотвращения распространения коронавирусной инфекции, используются средства индивидуальной защиты, проводится антисептическая обработка поверхностей.*

Автор исходного поста (считает МС реальным человеком):

*Мария Смирнова Ваши стандартные отписки смешны. Соболезнования не принимаются*

Мария Смирнова:

*Здравствуйте. Если у вас есть вопросы по доступности и качеству оказания медицинской помощи, напишите мне в личные сообщения более подробно, я постараюсь разобраться. С уважением, сотрудник Департамента здравоохранения г. Москвы.*

Комментаторы (первый считает МС реальным человеком, второй – ботом):

*Мария Смирнова а почему вы как то скрытно работаете, не представляетесь?*

*потому что это БОТ от Департамента здравоохранения. И вряд ли он поможет. Пишет просто отписками. Я несколько раз общалась – ответы по шаблону!*

Другой отрицательный персонаж современной интернет-коммуникации – тролль – во многом схож с ботом, но имеет и отличия, на которые указывает внутренняя форма слова:

*Тролль выглядит так:*

*Пустой профиль*

*Неприметное имя*

*Пустой юзерник (цветочки, купола итд)*

*и комментарии: “Заканчивайте пиариться на горе в такой-то день давайте помолчим просто”.*

*У тролля профиль не живой, хотя фото можно быть, даже портрет или свеча (в знак траура), но на странице нет постоянного потока информации. Можно посмотреть вкладку фото, она тоже будет малоинформационна. У живого профиля она заполнена обычно и обновляется каждый день/неделю/месяц. И по комментариям поймете.*

*Что то много тролликов прискакло из трольчатника госпожи Плосковой. И давайте без обид. Троль это тот кто с яем то не согласен. Тролль это тот кто постоянно переходит на личность оппонента. Пытается задеть примитивными детскими дразнилками. Ну и как же то без вранья*

Если бот «автоматически» повторяет не свои мысли, то тролль – «троллит», забалтывает обсуждение, уводит его в сторону, переключает внимание с темы дискуссии на личности. В общем, нарушает самыми разнообразными способами коммуникативные постулаты Грайса. Появившись в интернет-коммуникации, тролли шагнули из нее и в реальную жизнь, эта номинация стала использоваться для характеристики аналогичного типа коммуникативного поведения в реале (в следующем примере применена иронично для характеристики человека, умеющего поставить на место телефонных спамеров – навязчивых продавцов услуг, и т.п.):

*Григорий – великий тролль, он никогда просто так не вешает трубку на спам-звонки.*

Характерность данного типа коммуникативного поведения «забронировала» место для соответствующего персонажа даже в современной поэзии – фейсбучным троллям посвятил стихотворение В. Степанцов:

*Не Прилепин я, не Юнна Мориц,  
Нету тысяч лайков, хоть уволь.  
Но с мечом под мышкой, словно горец,  
Ходит вслед за мной фейсбучный тролль.*

Наш прогноз, говоривший о том, что взаимосвязи между виртуальной и реальной культурой, взаимообмен не только формами выражения (например, номинативными единицами), но и референтами будут расширяться и развиваться, оправдывается по всем направлениям. Тролль, явившийся в Интернет из скандинавской мифологии, вернулся в офлайн, «обогатившись» новыми семантическими признаками.

### **3. Электронный коммуникативный этикет**

Интересно, что никакое усиление присутствия «нечеловеческих» коммуникантов до сих пор не сподвигает участников интернет-коммуникации сколько-нибудь серьезно отнести к разработке правил общения с ними (по крайней мере, нам не удалось найти каких-то пространных обсуждений этого вопроса). Нынешний пользователь Интернета пока предпочитает их не замечать<sup>1</sup>. В формировании электронного коммуникативного этикета он сосредоточен на себе – человеке разумном, что и понятно: количество появившихся в последнее время и оказавшихся не факультативными, а обязательными за время ковидных ограничений форм и ситуаций виртуальной коммуникации столь велико, что недифференцированное применение одних и тех же этикетных правил к ним всем, не говоря уже о слепом переносе речевого этикета офлайн-общения в онлайн-сферу, существенно понизило бы эффективность коммуникации. Речевой этикет коммуникации, опосредованной электронными средствами, является, скорее всего, самой динамичной сложной языковой сферой, связанной с субъектностью. Если 20 лет назад в Интернете активно обсуждались правила форума общения и формировался кодекс вежливости для интернет-дневников, ныне именуемых блогами, то сейчас предметом дискуссий и активной языковой рефлексии служат гораздо более разнообразные коммуникативные форматы, различающиеся по степени синхронности, каналам восприятия, количеству участников общения и т.п.

Современный кодекс поведения в электронной коммуникации, изложенный в следующей записи в ФБ, был бы непонятен нам двадцать лет назад ни по форме, ни по содержанию:

*Не хейтъ.*

*Не тролль.*

*Не флуди.*

*Не репостъ фейки.*

*Не отправляй голосовые сообщения.*

*Не возжелай пароля от аккаунта ближнего твоего.*

---

<sup>1</sup> У специалистов по социальному функционированию сознания для этого есть закономерное объяснение: мы не рассматриваем искусственный интеллект как субъект, с которым можно сотрудничать в достижении общих целей. «Мы не сотрудничаем с машинами так же, как не сотрудничаем с овцами, мы просто их используем» [Сломан, Фернбах, 2017, с. 166].

*Почитай пруфлинки.*

*Бань ботов.*

*Сообщай администрации о фальшивых аккаунтах.*

*Уменьшай яркость экрана в театре и кино.*

*При личной встрече смотри в глаза.*

*Добавления в комментариях:*

*Не спамь в личку. Не «тыкай» тем, с кем не пил на брудершафт. Не присытай стихов ближнему своему. Не присытай открыточек с адовыми блестками и фиолетовым курсивом. Не панибратствуй с теми, кто знать не знает, кто ты вообще такой.*

*не жми «ответить всем», когда не надо, не забывай ставить в копию всех, кого надо*

*Не подпиши френды своего на группу свою, буде на то нет воли его.*

*А если ты продаешь что-то, продавай это в группе для тех, кто такое покупает.*

*Умерь котиков.*

*Да создашь ты оригинального контента 90%, а репостов 10. Снабжай репосты оригинальным комментарием.*

Новизна этих правил частично связана с появлением новых коммуникативных реалий, частично с переосмысливанием старых. Следует признаться, что не все из этих рекомендаций, под которыми сейчас, мы полагаем, подпишется большая часть культурных пользователей Интернета, были ожидаемы 20 лет назад. Например, трудно было предвидеть, что пойдет на спад активная экспансия обращения на «ты». В [Сидорова, 2006] порядке уточнения популярного в исследованиях тех лет утверждения, что русскоязычное межличностное общение в Интернете целиком является территорией обращения на «ты», мы предлагали более дифференцированное видение тогдашней ситуации: «Известно, что нормой общения в интернет-дневниках является использование ника, а не имени собеседника, даже если это имя известно пишущему, и обращение всех ко всем на «ты». Попытки обратиться на «Вы» у новичков расцениваются как незнание законов дневникового сообщества. <...> Что касается уравнительного обращения на «ты», оно может создавать некоторую начальную неловкость при переходе интернет-коммуникантов, значительно различающихся по возрасту и / или общественному статусу, к электронной переписке и оффлайному общению. Необходимость в определенных случаях использовать вежливую форму «Вы» крепко сидит в сознании раскрепощенных и свободных пользователей Интернета и проявляется, как

только они покидают территорию сетевого неформального общения. Начинается переписка или офлайновое знакомство между людьми, которые между собой использовали бы “в реале” “ты – Вы” или “Вы – Вы” систему, обычно именно с попытки «выкания», даже если собеседники достаточно долго и доверительно общались, например, в интернет-дневниках. Говорящие чувствуют, что возможность “Вы”- обращения нужно хотя бы обозначить, чтобы потом, как правило, сразу же отбросить церемонии и вернуться к привычному “ты”. <...> На форумах ситуация с использованием “ты” и “Вы” другая, варьирующаяся в зависимости от тематики форума, аудитории (прежде всего по возрасту), соотношения доверительного и карнавального общения. Молодежные и / или карнавальные форумы, форумы с компьютерно-игровой тематикой, большинство профессиональных “междусобойчиков” – сфера господства ты-коммуникации. Политические и религиозные форумы, форумы, прикрепленные к домашним страницам известных в той или иной области людей, тяготеют к сочетанию ты / Вы- коммуникации или к преобладанию Вы-коммуникации. <...> В целом наш материал показывает, что слухи о вымирании “Вы” в межличностном неформальном общении Рунета несколько преувеличены. В одних жанрах переход на “Вы” служит сильнейшим средством выражения негативного отношения к собеседнику, маркируя увеличение виртуальной дистанции между коммуникантами, нежелание поддерживать прежние неформально-дружелюбные отношения. В других жанрах обращение на “ты / Вы” оценочно и этикетно не маркировано, коммуниканты свободны выбирать форму обращения» [Сидорова, 2006, с. 24–25]. Очевидно, что ситуация существенно изменилась. В большинстве форматов межличностного общения интернет-этикет в части выбора «ты» или «Вы» подравнялся под этикет офлайновой коммуникации, «отказавшись» от выработки собственных правил.

Другой динамичный параметр в области электронного речевого этикета – соотношение верbalного общения «голосом» и «текстом» (зачем наговаривать сообщение, если можно написать? является ли телефонный звонок неоправданным «вторжением в личную зону», если можно написать?). Именно этот коммуникативный выбор, по нашим наблюдениям, является наиболее дискуссионным для участников интернет-коммуникации (причины этого изложены в предыдущем параграфе). Так произошло и в приведенном выше обсуждении электронного речевого этикета, где су-

щественное несогласие между коммуникантами возникло именно по этому поводу:

*Не звони без предварительного сообщения  
ну уж это для ортодоксов*

Анализ подобных этикетных дискуссий в социальных сетях и наблюдение над практикой использования телефонных звонков и письменных электронных сообщений заставляют еще раз вернуться к уже сформулированному тезису: интернет-коммуникация начала существенно влиять на реальную, постоянно вступая с ней в конкуренцию. Телефонный звонок расценивается как более трудо-затратное и / или обязывающее коммуникативное «предприятие», требующее более важного повода, чем сообщение в мессенджере или электронное письмо. Многие молодые люди, привыкшие к текстовому общению, телефонные звонки выполняют неохотно и неумело. Произойдет ли утрата навыка? Это вполне возможно.

Голосовые сообщения в мессенджерах, напротив, по нашим наблюдениям, переживают период возрождения. Статья 2017 года под названием «Голосовые сообщения в мессенджерах – моветон и стыд. Завязывайте» (автор – П. Городницкий) <https://www.iphones.ru> выглядит сегодня устаревшей. Когда, казалось бы, голосовое общение готово было окончательно уступить приоритет набору текста на клавиатуре, TikTok быстро приобрел популярность, а отправлять голосовые сообщения и признаваться в любви к ним стало не стыдно:

*я люблю голосовые сообщения!  
голосексуал, аудиофил.  
да это я. голоса друзей трогают мое сердце*

В заключение этого параграфа приведем большую по объему, но содержательно стоящую того, чтобы быть зафиксированной в лингвистическом исследовании, цитату из ФБ П. Рабиновича, директора Центра проектного и цифрового развития образования в Институте прикладных экономических исследований РАНХиГС. В своем посте от 17 марта 2021 года автор обсуждает «попытки компенсации “цифровым этикетом” отсутствия “цифровой гигиены”». Что интересно в данном тексте?

Во-первых, его очевидная перекличка с приведенными в предыдущем параграфе исследованиями личностного фактора в технически опосредованной коммуникации, выполненными в конце прошлого века. Эта перекличка демонстрирует, что наивно-языковой пользователь разнообразных форматов современной электронной коммуникации решает принципиально те же задачи установления и поддержания контакта, что и его предшественник

20 лет назад, гораздо более ограниченный в технических средствах и опосредованных ими форматах общения.

Во-вторых, примечателен факт слияния виртуального и реального, онлайнового и офлайнового речевого этикета в одну общую сферу как результат распределенной коммуникации – одновременного или последовательного использования современным человеком нескольких гаджетов, программ и т.п.: этикет видеоконференции теперь не может существовать независимо от этикета чата и очной деловой встречи, они вынужденно вторгаются друг в друга.

В-третьих, современный этикет электронной коммуникации реализуется не только через вербальные формы, но и через соответствующую настройку устройств. «К счастью или к несчастью, общество и технология всегда подпитывают взаимную трансформацию» [Сломан, Фернбах, 2017, с. 157].

Наконец, в-четвертых, мы видим в этом тексте, что электронный этикет по-прежнему не является наднациональным, он по большей части лингвокультурно специфичен, укоренен в уже сложившихся формах вежливости и коммуникативно комфортного речевого поведения национального языкового коллектива. Неопределенность и / или конфликтность, несогласованность каких-то его элементов в условиях сверхдинамичного развития электронных форм коммуникации можно считать нормой, а стремление его унифицировать, договориться об общих правилах, весьма характерное для рефлексирующих над электронной коммуникацией пользователей Интернета, является позитивным проявлением субъектности в виртуальном пространстве.

Итак, вот текст, позволяющий наблюдать все вышеизложенное.

«Типовые проявления [цифрового этикета – МС]:

– написать сообщение перед звонком с вопросом “можно позвонить?”,

– “извините, что звоню без согласования”,

– позвонить и спросить “можете говорить?”,

– попросить не писать в группы до 9.00 или после 21.00,

– взять трубку и сказать “я не могу сейчас говорить”,

– войти в Zoom во время выступления спикера и объявить “здравствуйте, я опоздал, но тут подключился и пр.”

– войти в Zoom и сразу доложить “Школа \*\*\*\* всех приветствует” (когда в чате более 300 человек),

– увидев в чате выложенный материал, отписать “спасибо” (когда в чате более 300 человек) и т.д.

Моя позиция следующая:

- обладатель цифрового устройства (смартфона) – дееспособен и вполне может сделать простые шаги, чтобы ему (!) было удобно;
- обеспечивать свой комфорт нельзя за счет другого, это задача самого человека;
- привязка к временным поясам в цифре с учетом разных местоположений коммуникантов в асинхронном режиме (мессенджер) абсурдна.

Отсюда вытекают простые выводы:

- не хочешь, чтобы тебя будили / отвлекали – выключи звук на телефоне (для важных контактов включи режим VIP / SOS),
- не хочешь отвлекаться на групповые чаты – отключи напоминания, посмотришь, когда будет время;
- не можешь говорить – не бери трубку, перезвонишь потом (есть определитель номера) или не перезвонишь;
- пришла мысль – пиши смело в мессенджер;
- возникла потребность позвонить – звони (в общих рамках приличия 9.00–22.00);
- если человек поднял трубку – говори сразу по делу, а не строй этажи “вежливости”.
- если человек не ответил, позвони еще раз через минут 30–40, но не каждые пять минут.

Резюме: не надо другим объяснять как прилично, надо настраивать свое устройство как удобно владельцу».

Очевидно, что автор текста воспринимает технологию, как и положено активному пользователю Интернета, как продолжение мысли и реализацию потребности, рассматривая технические средства связи в духе модели Якобсона – как «контакт» между адресантом и адресатом сообщения, т.е. фактор эффективности коммуникации. Получив в свое распоряжение больший, чем прежде, арсенал средств контакта с адресатом, адресант начинает осознавать, что требуется новая парадигма вежливости, позволяющая ему отправить сообщение в любое удобное время любым удобным способом, не нарушая при этом право адресанта получить это сообщение в удобном для него режиме. Сам по себе больший арсенал средств контакта является не только выгодой, но и проблемой, поскольку: а) уже вопрос, какое средство выбрать для коммуникации (телефонный звонок, голосовое сообщение, электронное письмо, сообщение в мессенджере и т.п.), становится этикетным; б) необходимость переключаться с одного средства на другое может создавать негативный эффект прайминга (в данном случае –

неосознанного переноса этикетных правил); в) желание «всегда быть на связи» вступает в конфликт с необходимостью иногда выходить «из зоны доступа».

Все перечисленное составляет значительный пласт проблем, которыми должна заняться современная русистика, прежде всего ее функционально-коммуникативная ветвь. На сегодня при большом количестве работ, посвященных сетевому (электронному, виртуальному, цифровому) этикету (см., например: [Малькова, 2001; Лазар, 2006; Евсеева, 2012; Карабань, Дикарева, 2018] и другие работы перечисленных авторов), мало кто из исследователей выходит за пределы констатации приемлемости / неприемлемости тех или иных этикетных форм, формул, коммуникативных шагов в том или ином жанре. Интересный взгляд на через призму коммуникативных конвенций, позволяющий соединить размышления о сетевом этикете и языковой рефлексии пользователей, представлен в: [Патрушева, 2014]. Есть и практическое руководство О. Лукиновой «Цифровой этикет» [Лукинова, 2020]. В целом при текущей скорости развития интернет-коммуникации даже описательный подход, сводящийся к регистрации исследователем динамики этикетных установлений и проявлений, уже является лингвистическим достижением.

## Заключение

В наше время Интернет становится не просто все более расширяющимся пространством коммуникации, но ареной борьбы за новую субъектность или бессубъектность, как это и было предсказано многими учеными, размышлявшими о том, что приобретет и что утратит человек по мере все большего погружения в цифровую среду. Еще в 1993 г. М. Хейм предлагал рассматривать Интернет как метафизическую лабораторию, подвергающую экзамену наше чувство реальности – в первую очередь, по отношению к самим себе: «When designing virtual worlds, we face a series of reality questions. How, for instance, should users appear to themselves in a virtual world? Should users appear to themselves in cyberspace as one set of objects among others, as third-person bodies that users can inspect with detachment? Or should users feel themselves to be headless fields of awareness, similar to our phenomenological experience?» [Heim, 1993]. Ответ предлагался неутешительный: каждому из нас предстоит превращение в лейбницаевскую монаду, руководимую неко-

торым Кибербогом и никогда не встречающуюся с другими монадами лицом к лицу: «Unfortunately, what technology gives with one hand, it often takes away with the other. Technology increasingly eliminates direct human interdependence. While our devices give us greater personal autonomy, at the same time they disrupt the familiar networks of direct association. Because our machines automate much of our labor, we have less to do with one another» [там же].

Более оптимистичен французский философ М. Серр, который, «восхищенно глядя на то, как быстро они набирают двумя большими пальцами смс», назвал новое поколение «с нежностью, какую только способен проявить дед к своим внукам», «девочками и мальчиками с пальчик» и посвятил ему книгу с таким названием [Серр, 2012]. Однако приход нового мира, из которого изгоняются «оценочный бум», вещающий с кафедры преподаватель, «извечный голос книги» и другие проявления субъектности, оказывается не столь привлекателен для вдумчивого читателя: выясняется, что «девочки и мальчики с пальчик» существуют в мире мнимой активности и обезличенных голосов.

С лингвистической точки зрения, современная электронная коммуникация демонстрирует, с одной стороны, тенденцию к утрате субъектности, выражаяющуюся во все более активном участии в ней ботов (коммуникационных роботов), популярности источников «безымянного» (неатрибуированного, обезличенного) знания, основным из которых является Википедия, в распространении электронных форм как средства организации, хранения и передачи информации (врач передает коллеге для консультации не самостоятельно написанный целостный текст истории болезни пациента, а форму, в которой он заполнил предначертанные и расположенные в предустановленном порядке графы), в умножении в интернет-пространстве «кочующих» текстов, лишенных имени автора, в «эпидемическом», или «диффузном» характере распространения информации и прочем. С другой стороны, очевидна и противоположная тенденция – к усилиению субъектности, которая проявляется в ограничении анонимности и разработке юридической базы функционирования цифровых личностей, в распространении «иллокутивных» новостей, в ощущаемой пользователями Интернета необходимости коллективно вырабатывать все новые и новые модели цифрового этикета (иногда в весьма срочном порядке), в выявлении отсутствия личностного контакта, ощущения реальности партнера по коммуникации и «эффекта присутствия» как критических недостатков дистанционного образования и т.п.

Некоторые феномены современной электронной коммуникации, как, например, умножение авторства, реализуют обе тенденции. Можно полагать, что сущностная антропоцентричность языка, поддержанная такой же антропоцентричностью визуальных невербальных элементов коммуникации, способна удержать систему в благоприятном для функционирования человеческого сознания равновесии.

## Список литературы

- Асмолов А.Г. От Мы-медиа к Я-медиа: трансформации идентичности в виртуальном мире // Вопросы психологии. – 2009. – № 3. – С. 3–15.
- Войскунский А.Е., Евдокименко А.С., Федунина Н.Ю. Сетевая и реальная идентичность: сравнительное исследование // Журнал Высшей школы экономики. – 2013 а. – Т. 10. – № 2. – С. 98–121.
- Войскунский А.Е., Евдокименко А.С., Федунина Н.Ю. Альтернативная идентичность в социальных сетях // Вестник Московского Университета. Серия 14. – 2013 б. – № 1. – С. 66–83.
- ВЦИОМ выяснил главные источники новостей для россиян. – 2021. – URL: <https://www.rbc.ru/society/23/09/2021/614b810f9a794706e3dd3ad8> (дата обращения: 05.10.2021).
- Долинин К.А. Стилистика французского языка. – 2-е изд., дораб. – М. : Просвещение, 1987. – 303 с.
- Досэ Ф. Политические конфликты вокруг интернета в России: кейс инструмента «Яндекс. Новости» // Laboratorium. – 2017. – № 9(2). – С. 112–132.
- Ессеева И.В. Вопросы нетикета: обращение на «ты» и «Вы» в интернет-сети // Вестник Кемеровского государственного университета. – 2012. – № 4/3. – С. 181–184.
- Золотова Г.А., Онищенко Н.К., Сидорова М.Ю. Коммуникативная грамматика русского языка. – М. : Наука, 2004. – 544 с.
- Как работают Яндекс. Новости. – 2015. – URL: <https://yandex.ru/promo/news/index> (дата обращения: 05.10.2021).
- Как устроены Яндекс. Новости. – 2014. – URL: <https://yandex.ru/blog/company/76641> (дата обращения: 05.10.2021).
- Карабань Н.А., Дикарева А.В. Сетикет, или правила речевого поведения в сети Интернет // Филология: научные исследования. – 2018. – № 1. – С. 31–37.
- Лазар М.Г. Этические основания регулирования виртуальной коммуникации // Ученые записки. – 2006. – № 1. – С. 176–189.
- Лукинова О. Цифровой этикет. – М. : ОДРИ, 2020. – 240 с.
- Малькова Е.Ю. Принципы виртуальной этики // Религия и нравственность в секуляризированном мире : материалы научной конференции. 28–30 ноября 2001 года. Санкт-Петербург. – СПб. : Санкт-Петербургское философское общество, 2001. – С. 112–115.

- Наташ, мы там все уронили. – 2020. – URL: <https://memepedia.ru/natash-my-tam-vsyo-uronili/> (дата обращения: 05.10.2021).
- “Наташа и коты” выходят на заработки. – 2021. – URL: <https://www.kommersant.ru/doc/4750774/> (дата обращения: 05.10.2021).
- Наташа, мы все уронили. – 2021. – URL: <https://www.pravmir.ru/natasha-my-vse-uronili-kak-eti-koty-popali-v-metmu/> (дата обращения: 05.10.2021).
- Патрушева Л.С. Коммуникативные конвенции интернет-форума // Вестник Удмуртского университета. История и филология. – 2014. – Вып. 2. – С. 93–98.
- Рикёр П. Герменевтика и метод социальных наук // Рикёр П. Герменевтика. Этика. Политика. Московские лекции и интервью. – М. : Изд. центр «Academia», 1995. – С. 3–18.
- Серио П. Как читают тексты во Франции // Квадратура смысла: французская школа анализа дискурса. – М. : Прогресс, 1999. – С. 12–53.
- Серп М. Девочка с пальчик. – Москва : Ад Маргинем Пресс, 2012. – 77 с.
- Сидорова М.Ю. Рефлексия «наивного» говорящего над языком и коммуникацией (по материалам открытых интернет-дневников) // Сибирский филологический журнал. – 2004. – № 1. – С. 117–129.
- Сидорова М.Ю. Интернет-лингвистика. Русский язык: межличностное общение. – М. : 1989. ру, 2006. – 190 с.
- Сидорова М.Ю. Почему мы не договоримся с онлайнизаторами? – 2020. – URL: <https://www.pravmir.ru/pochemu-my-ne-dogovorimsya-s-onlajnizatorami/> (дата обращения: 12.09.2021).
- Сломан С., Фернбах Ф. Иллюзия знания: почему мы никогда не думаем в одиночестве. – М. : Колибри, 2017. – 336 с.
- Создать комикс. Что мы хотим. Генератор мемов. – 2020. – URL: [http://risovach.ru/generator/chto-my-hotim\\_3653](http://risovach.ru/generator/chto-my-hotim_3653) (дата обращения: 05.10.2021).
- Шаповалова Н.Г. Коммуникативные характеристики виртуальной модельной личности «Падонка» // Lingua mobilis. – 2010. – № 1(20). – С. 121–129.
- Чего мы хотим? (All the things). – 2018. – URL: <https://memepedia.ru/chego-my-xotim-all-the-things/> (дата обращения: 05.10.2021).
- Что такое боты – определение и описание. – 2021. – URL: <https://www.kaspersky.ru/resource-center/definitions/what-are-bots> (дата обращения: 05.10.2021).
- Bergström A., Belfrage M.J. News in Social Media // Digital Journalism. – 2018. – Vol. 6:5. – P. 583–598.
- Boden D., Molotch H.L. The compulsion of proximity // NowHere: Space, Time and Modernity / Eds. Friedland R., Boden D. – Berkeley : University of California Press, 1994. – P. 257–286.
- Bullingham L., Vasconcelos A.C. ‘The presentation of self in the online world’: Goffman and the study of online identities // Journal of Information science. – Ltd : Sage Publications, 2013. – Vol. 39(1). – P. 101–112.
- Chen Lou C., Kang H., Tse C.H. Bots vs. humans: how schema congruity, contingency-based interactivity, and sympathy influence consumer perceptions and patronage intentions // International Journal of Advertising. – 2021. – DOI: 10.1080/02650487.2021.1951510 (дата обращения: 05.10.2021).

- Competition among memes in a world with limited attention / *Weng L., Flammini A., Vespiagnani A., Menczer F.* // Scientific Reports. – 2012. – Vol. 2, Article 335. – DOI: 10.1038/srep00335 (дата обращения: 05.10.2021).
- Culnan M.J., Markus M.L.* Information technologies // Handbook of organizational communication: An interdisciplinary perspective / Eds. Jablin F.M., Putnam L.L., Roberts K.H, Porter L.W. – Sage Publications, Inc. – 1987. – P. 420–443.
- Duthler K.W.* The Politeness of Requests Made Via Email and Voicemail: Support for the Hyperpersonal Model // Journal of Computer-Mediated Communication. – 2006. – Vol. 11. – P. 500–521.
- Flaxman S., Goel S., Rao J.M.* Filter bubbles, echo chambers, and online news consumption // Public Opinion Quarterly. – 2016. – Vol. 80(1). – P. 298–320.
- Fletcher R., Nielsen R.K.* Automated serendipity: The effect of using search engines on news repertoire balance and diversity // Digital Journalism. – 2018. – Vol 6(8). – P. 976–989.
- Følstad A., Nordheim C.B., Bjørkli C.A.* What Makes Users Trust a Chatbot for Customer Service? An Exploratory Interview Study // International Conference on Internet Science. – Cham : Springer, 2018. – P. 194–208.
- Goodyear P.* Technology and the articulation of vocational and academic interests: reflections on time, space and e-learning // Studies in Continuing Education. – 2006. – Vol. 28, N. 2. – P. 83–98.
- Gunawardena C.N., Zittle F.J.* Social presence as a predictor of satisfaction within a computer-mediated conferencing environment // American Journal of Distance Education. – 1997. – Vol. 11(3). – P. 8–26.
- Heim M.* The Metaphysics of Virtual Reality. – New-York : Oxford Univ. Press., 1993. – 175 p.
- If it doesn't spread, it's dead (part one). Media viruses and memes / *Jenkins H., Li X., Krauskopf A.D., Grean J.* – 2009. – URL: [http://henryjenkins.org/2009/02/if\\_it\\_doesnt\\_spread\\_its\\_dead\\_p.html](http://henryjenkins.org/2009/02/if_it_doesnt_spread_its_dead_p.html) (дата обращения: 18.09.2021).
- Jiang M.* The business and politics of search engines: A comparative study of Baidu and Google's search results of Internet events in China // New Media & Society. – 2014. – Vol 16(2). – P. 212–233.
- Just N., Latzer M.* Governance by algorithms: Reality construction by algorithmic selection on the Internet // Media, Culture & Society. – 2017. – Vol. 39(2). – P. 238–258.
- Karimi M., Jannach D., Jugovac M.* News recommender systems – Survey and roads ahead // Information Processing & Management. – 2018. – Vol. 54(6). – P. 1203–1227.
- Kilpinen E.* Memes versus signs: On the use of meaning concepts about nature and culture // Semiotica. – 2008. – Vol. 171(1/4). – P. 215–237.
- Lonnberg A., Xiao P., Wolfinger K.* The growth, spread, and mutation of internet phenomena: A study of memes // Results in Applied Mathematics. – 2020. – Vol. 6. – P. 10009.
- Masiero S., Bailur S.* Digital identity for development: The quest for justice and a research agenda // Information Technology for Development. – 2021. – Vol. 27:1 ; Vol. 1–12.
- Nechushtai E., Lewis S.C.* What kind of news gatekeepers do we want machines to be? Filter bubbles, fragmentation, and the normative dimensions of algorithmic recommendations // Computers in Human Behavior. – 2019. – Vol. 90. – P. 298–307.

- SHARE, LIKE, RECOMMEND / *Hermida A., Fletcher F., Korell D., Logan D.* // Journalism Studies. – 2012. – Vol. 13(5/6). – P. 815–824.
- Shifman L. Memes in Digital Culture. – Cambridge (Ma), MIT Press, 2013. – 416 c.
- Suchacka G., Iwański J.* Identifying legitimate Web users and bots with different traffic profiles – an Information Bottleneck approach // Knowledge-Based Systems. – 2020. – Vol. 197. – P. 105875.
- Sussman S.W., Sproull L.* Straight Talk: Delivering Bad News through Electronic Communication // Information Systems Research. – 1999. – Vol. 10, N 2. – P. 150–166.
- Walther J.B. Computer-Mediated Communication: Impersonal, interpersonal, and Hyperpersonal interaction // Human Communication Research. – Sage, 1996. – N 23(1). – P. 3–43.
- Walther J.B., Parks M.R.* Cues filtered out, cues filtered in: Computer Mediated Communication and Relationships // Handbook of interpersonal communication / Ed. Miller G.R. – Thousand Oaks, CA : Sage, 2002. – P. 529–563.
- Wang L., Wood B.C.* An epidemiological approach to model the viral propagation of memes // Applied Mathematical Modelling. – 2011. – Vol. 35, N. 11. – P. 5442–5447.
- Wiggins B.E., Bowers G.B.* Memes as genre: A structurational analysis of the memes-cape // New Media and Society. – 2015. – Vol. 17(11). – P. 1886–1906.
- Williams E.* Experimental comparisons of face-to-face and mediated communication: A review // Psychological Bulletin. – 1977. – Vol. 84(5). – P. 963–976.

**О.И. Максименко**

## **ЯЗЫК ИНТЕРНЕТА: ДИНАМИКА РАЗВИТИЯ**

*Московский государственный областной университет,  
Москва, Россия, maxbel7@yandex.ru*

**Аннотация.** Статья посвящена анализу состояния языка Интернета за период 2019–2021 гг. Рассматриваются основные тенденции формирования лексики русскоязычного и англоязычного сегмента Сети на языковом материале социальных сетей Twitter, Facebook, ВКонтакте, проверяется валидность существования данной лексики по онлайн-словарям Oxford Dictionary, Merriam Webster, Urban Dictionary. Отмечается размытость границ языка, функционирующего в Сети, и речевого общения за ее пределами. Постулируется, что язык Интернета перестает быть только языком сети.

Глобальная сеть Интернет за полвека (условная дата возникновения 1969 г.) превратилась в неотъемлемую составляющую жизни социума. Интернет, изначально создаваемый как система хранения и передачи данных, стал наиболее активно используемым средством коммуникации, где каждый, независимо от социальных рамок, может выражать свое мнение, обучаться, читать литературу, смотреть фильмы, находить единомышленников, самовыражаться, зарабатывать на жизни и просто быть услышанным.

Общение в Интернете осуществляется в условиях массовой коммуникации особого рода – коммуникации, не имеющей привычных социальных, временных и фактических границ. Популярность и доступность интернет-технологий способствует появлению новых возможностей и способов коммуникации, формирует новую сферу информационного взаимодействия, приводит к возникновению новых видов общественных отношений [Кастельс, 2016]. В условиях интернет-коммуникации понятие времени приближено к реальности: пользователь воспринимает собеседника

как находящегося «здесь и сейчас», поэтому пренебрежение многими языковыми нормами в целом не играет роли, что и определяет так называемую «письменную разговорную речь», поскольку в условиях интерактивной сетевой коммуникации темп речи приближен к ее устной форме. Отождествление сетевого общения с общением вживую является главной особенностью интернет-коммуникации. Существуют и другие особенности, важные для понимания и оценки поведения личности в Сети:

1. Анонимность пользователя. Наличие сведений анкетного характера, фотографий и предпочтений пользователя недостаточно для адекватной оценки личности.

2. Чрезмерная раскрепощенность пользователя, ненормативность и, в некоторой степени, безответственность участников общения, что появляется вследствие анонимности пользователя и связано со снижением психологического и социального риска в процессе общения. В Сети человек наделяется свободой высказываний и поступков, нередко конфликтогенных. Вероятность общественного порицания вне киберпространства сведена к минимуму.

3. Специфичность протекания процессов межличностного восприятия и его особенности в условиях недостатка невербальной информации. Данная особенность связана с восприятием собеседника через текст, а иногда и с полным отождествлением с ним. В таком случае создание образа собеседника может оказаться ложным из-за недостатка невербальных средств общения, таких как тембр голоса, темп речи, манера поведения и так далее.

4. Добровольность и желательность контактов. Пользователь определяет с кем и когда ему общаться, при нежелании идти на контакт есть возможность просто выйти из Сети (по этой же причине возникающие иногда обрывы связи могут быть неверно истолкованы собеседником как нежелание общаться с ним).

5. Сложность выражения эмоциональной составляющей общения, но в то же время стойкое стремление к эмоциональному наполнению текста.

6. Стремление к нетипичному, ненормативному поведению. Зачастую пользователи представляют себя с иной стороны, чем в условиях реальной социальной нормы, проигрывают нереализуемые в деятельности вне сети роли, сценарии ненормативного поведения [Виноградова, 2004, с. 63–67].

Изучение письменной фиксации спонтанной речи представляет особый интерес, так как область ее функционирования в Интернете относится к числу революционных преобразований

традиционной коммуникативной среды. Социально-политические процессы последних лет способствуют протеканию перманентных изменений в языке Интернета. Новые социальные формы нашли отражение в освоении большого количества заимствованных слов, в словообразовательных неологизмах, в разнообразных семантических изменениях разных групп лексики языка. Вынужденная изоляция последних двух лет, связанная с пандемией, превратила эти тенденции в рекурсивные – все, что создано в Сети, возвращается в реальную жизнь, сетевые языковые новшества закрепляются во внесетевом пространстве, и теперь уже сложно отделить собственно язык Интернета от разговорного (и не только) языка.

Для определения наиболее популярной (и частотной) лексики, а также времени появления того или иного неологизма наиболее надежный способ – анализ ежегодных списков лексических трендов, которые составляют такие онлайн-словари, как Oxford English Dictionary, Merriam Webster, Cambridge Dictionaries Online, Urban Dictionary и другие. При создании этих списков лексикографы используют:

- данные компьютерных программ, выдающих статистику о наиболее часто запрашиваемых в Сети словах;
- мнение редакторов онлайн-словарей, отбирающих наиболее обсуждаемые лексические единицы за год;
- предложения подписчиков блогов или социальных сетей для онлайн-словарей.

Кроме того, с 2007 г. в России проводят выбор слов и выражений, отображающих новизну, своеобразие и историческую суть данного времени. Список слов-кандидатов (около 400 лексических единиц) составляется по предложениям трех тысяч участников групп «Слово года» [<https://www.facebook.com/groups/slovogoda>] и «Неологизм года» [<https://www.facebook.com/groups/neologizm>] на «Facebook». В Экспертный совет входят члены научно-творческого совета Центра развития русского языка (при МАПРЯЛ) и сотрудники Института лингвистических исследований РАН. Для подтверждения полученных результатов целесообразно использовать Национальный корпус русского языка [<http://ruscorpora.ru>], поскольку все тексты входят в корпус пропорционально их доле в языке соответствующего периода. С помощью подкорпуса «Электронная коммуникация» можно быстро и эффективно определить все случаи использования конкретных слов или выражений, а также проследить частоту их употребления – bla-

годаря автоматическому составлению графика распределения найденных слов по годам.

Основные особенности языка Интернета 2015–2018 гг. были охарактеризованы нами в одноименной статье [Максименко, Филатова, 2019, с. 100–122]. Ниже предлагается анализ изменений в языке Интернета и, соответственно, в современном русском и английском языках за последующие три года (2019–2021 гг.). Наиболее наглядно эти изменения проявляются в широко распространенных социальных сетях – «Twitter», «Facebook» и «ВКонтакте». Повторим, что для современного социума «жизнь» в социальных сетях превратилась из развлечения в повседневную реальность – политические новости, комментарии к ним, распространение фейковых новостей, твиттер-дипломатия и многое другое провоцируют реакцию уже не в виртуальном, а реальном мире.

Социальная сеть «Facebook» на данный момент является абсолютным лидером в мире среди соцсетей и объединяет около 2,7 млрд активных пользователей, что составляет почти треть населения Земли. Социальная сеть Twitter появилась в 2006 г. и сейчас насчитывает более 330 млн участников. «ВКонтакте» – наиболее посещаемый сайт в Рунете.

## 2019 год

Языковые модели неологизации в сетевом языке в определенном смысле устоялись. Наиболее продуктивной в 2019 г., как и в прошедшие годы и русскоязычном, и англоязычном сегментах Интернета остается аббревиатурная словообразовательная модель, описанная нами в [Максименко, 2017, с. 118–126], что определяется требованиями лингвопрагматики – пользователь стремится поместить как можно больше информации в одно сообщение, часто в условиях ограничений, наложенных провайдерами коммуникативных сервисов. Распределим по частотности модели неологизации в 2019 г.

1. Наиболее частотной в 2019 г. остается модель усечения, что отражено, в частности, в словаре Merriam Webster: *vacay* (*vacation*), *inspo* (*inspiration*), а также *whatevs* (*whatever*), отмеченное в Oxford English Dictionary.

*Have some ice-cream – you're on vacay!*  
[<https://www.facebook.com>].

2. Языковая игра, основанная на ассонансе или вокалической аллитерации, по-прежнему остается одним из способов неологизации в сети: два компонента, самостоятельные слова, с повторением ударных гласных, например: *easy-breezy* (Urban Dictionary) – слово, означающее что-то простое и легкое, а также расслабленное и беззаботное состояние

*Hey, what chu think 'bout that homework assignment?*

*Pssh...easy-breezy...* [<https://www.facebook.com>].

3. Популярным средством неологизации остается словосложение. В Urban Dictionary в 2019 г. зафиксированы слова, образованные по этой модели:

– *sadfishing* – довольно популярная практика в социальных сетях, которая наблюдается и в 2020 г., когда люди пишут о своих несчастьях или эмоциональных проблемах с целью привлечения внимания и сочувствия.

*David had been sadfishing all day on Twitter* [<https://www.urbandictionary.com>].

– *nomophobia* – распространенное явление, начиная с 2019 г., означающее беспокойство по поводу отсутствия доступа к мобильному телефону. *I think John is suffering from nomophobia, he never switches off his mobile phone* [<https://vk.com>].

4. Семантическое расширение значений обыденных слов:

– *crow* (англ. ворона). В мире моды *crow* стали называть тех людей, которые посещают показ мод и, являясь известными личностями, сидят в первом ряду. *Can you believe it, I saw Victoria Beckham among «the crows» at today's show. She looked stunning* [<https://twitter.com>].

5. Менее продуктивной показала себя модель образования акронимов: *FONC* от ‘*fear of not chilling*’. *FONC* отражает чувство перманентного страха и напряжения, характерное для социума последнего времени.

*You know, I think I have FONC because I really panic about not being able just to stay at home and chillax* [<https://www.facebook.com>].

6. Благодаря интернет-коммуникации получили вторую жизнь «периферийные» способы словообразования, ранее характерные в основном для сленга и терминологии, такие как словослияние, при котором новые слова образуются по известной модели блендов, например: *yarden* (*yard + garden*). Словарь English Urban Dictionary дает следующее определение данного слова: *a yarden is a garden which can have not just flowers and plants, but also food, fruits, veggies, grains, nuts.*

*My yarden has carrots, melons, and hot peppers to share with the community! [https://www.urbandictionary.com].*

– *chillax* (chill + relax). По версии Cambridge Dictionary данное слово обозначает то же самое, что и «relax» (расслабиться), но звучит ярче и интереснее. *Just chillax, Dan, they'll be here soon* [https://dictionary.cambridge.org].

– *sleeponomics* (sleep + economics) – новый альтернативный термин в экономике (индустрия сна), означающий деньги, которые человек тратит на различные лекарства и продукты, помогающие лучше спать.

*Fuelled by a booming sleeponomics industry, our company is going to invest more in products that help us sleep better* [https://twitter.com].

– *whexit* (WhatsApp + exit). Согласно Cambridge Dictionary, *whexit* представляет собой выход из группы WhatsApp, как правило, из-за того, что человека раздражает один или несколько участников данной группы.

*My colleague is so annoying in that WhatsApp group, I am really about to make a whexit* [https://www.facebook.com].

Заемствования из английского языка, функционирующие как сленгизмы, были и остаются наиболее значимым источником пополнения лексики Рунета, однако в последнее время английские корни «обрастают» русскими аффиксами, превращаясь и морфологически, и фонетически в «квазироссийское» слово:

– *трушины* (от англ. *true* – правда) – настоящий. «Это же трушиная советская столовая» [https://vk.com];

– *ливнуть* (от англ. *leave* – уходить). «Может ливнуть из тытора на пару дней» [https://twitter.com];

– *форсить* (от англ. *force* – продвигать, настойчиво советовать, пропагандировать). «Настроение: упасть в какой-нибудь корейский фандом и прям форсить их все время» [https://twitter.com]).

Сленговые лексемы, функционирующие в группе интернет-пользователей для именования действий, объектов, явлений, ранее неизвестных сторонним пользователям, которые вошли в «Новейший словарь молодежного сленга 2019», выходят из сферы сленга и перемещаются в разговорную сферу языка вместе с измененными синтаксическими моделями:

– *бомбит* – бесит, раздражает, напрягает. «Бомбит с этой темы, если честно» [https://twitter.com];

– *втащить* – ударить, побить. «Держи меня, я ему втащу!!!» [https://vk.com];

– лалка – девушка, попавшая в неловкую ситуацию. «*Не попала на совет, потому что лалка*» [<https://vk.com>].

Языковая система 2019 г. неустойчива: появляется много авторских неологизмов, характеризующих данный период, однако они быстро выходят из употребления, одна из причин – фонетическая «неудобность» для русского языка:

– фейсдельничать (OtarBezhanov) – бездельничать, сидя в фейсбуке. «*Профеисдельничал целый день, фейсдельник!*» [<https://vk.com>];

– кликаньки-лайканьки (Сергей Аркавин) – «зависание» в социальных сетях. «*А в голове только кликаньки да лайканьки..*» [<https://vk.com>];

– рукавычки (Константин Армов) – ситуация, когда в устной речи человек руками обозначает кавычки-лапки. «*Оратор, злоупотребляющий рукавычками, напоминает танцора*» [<https://vk.com>];

– отпобедать (Сергей Плотников) – отпраздновать победу за праздничным столом. «*Сегодня отпобедали по случаю успешного выступления*» [<https://vk.com>].

Важно отметить, что у большинства английских онлайн-словарей есть рубрика «Слово года», где отмечается, какое слово или словосочетание наиболее ярко и полно освещает реалии текущего года.

Британский словарь Collins назвал фразу года 2019 г. – *climate strike*, ставшую популярной благодаря шведской экоактивистке Грете Тунберг.

*In September 2019, an estimated six million people joined a worldwide climate strike* [<https://twitter.com>].

Cambridge Dictionary выбрал главным словом 2019 г. *upcycling* – переработка, превращение ненужного во что-либо полезное. Выбор этого слова вызван активным обсуждением экологических проблем в 2019 году.

*Through her lighting business she shares her love of upcycling and sustainable design* [<https://www.facebook.com>].

Oxford Dictionary выбрал выражением года *climate emergency*, обозначающее экологическую ситуацию, требующую срочной реакции для приостановки опасных изменений климата.

*Not enough is being done to tackle the climate emergency* [<https://vk.com>].

Анализ рубрик «Слово года» британских онлайн-словарей показывает смещение интересов в сторону ухудшающейся экологии.

События 2020–2021 гг., связанные с пандемией, безусловно, отразились как в русскоязычном, так и в англоязычном сегментах

сети, что проявляется в первую очередь в создании значительного числа лексических единиц, отражающих реалии данного периода времени. Повышенный интерес к этой тематике нашел свой логический выход в создании в 2021 г. «Словаря русского языка коронавирусной эпохи», объем которого ставил 3500 единиц, подготовленного и выпущенного коллективом авторов Института лингвистических исследований РАН (Санкт-Петербург).

Изменение экстралингвистических обстоятельств с начала пандемии вынудило подавляющее большинство членов социума, даже тех, кто ранее использовал Интернет только как средство получения информации, переместиться в электронную среду для работы в удаленном режиме, общения средствами видеоконференций, просмотра кинофильмов, виртуальных путешествий и экскурсий и прочего. Таким образом, практически все неологизмы этого периода рождались и функционировали именно в сети, впоследствии переходя в повседневное общение вне ее.

Безусловно, одной из главных характеристик неологизмов Интернета является их повышенная эмотивность. Из-за повышенной тревоги перед ранее неизвестным вирусом и для ее компенсации большинство неологизмов имеют ироничный / саркастический / юмористический характер:

расковидеться – увидеться после карантина (по типу «разговеться»).

*Мы с подругой наконец-то расковиделись* [<https://twitter.com>];

короноваться (глагол от сленгового названия вируса «корона») – заболеть или же сдать тест на COVID-19.

*Поздравляю себя с потерей обоняния впервые в жизни, пойду короноваться* [<https://vk.com>].

Наиболее продуктивной моделью неологизации этого периода стало словослияние (вставочное словообразование, или телескопия):

коронойя – паранойя на тему коронавируса.

*Пандемия... коронойя... новая нормальность. 100% поражает мозги...* [<https://twitter.com>];

карантикулы – период нерабочих дней, объявленный президентом РФ. Также употребляется в значении имитации отпуска в условиях самоизоляции.

*Некому обрезать кутикулы – все маникюриши на карантикулах* [<https://www.facebook.com>];

карантиндер (карантин + Tinder (известное приложение для знакомств в сети) – поиск спутника жизни в эпоху самоизоляции в Интернете.

*Карантиндер* скоро станет актуален еще больше [<https://twitter.com>];

карантини (карантин + мартини) – алкогольный напиток, который употребляют во время онлайн-вечеринки в Zoom.

*Курим сигару, играем музыку и пьем коктейль «Карантини»* [<https://vk.com>];

карантинка – фотография во время пребывания в самоизоляции.

*Карантинка такая. Нежная дружественная* [<https://www.facebook.com>];

коронагеддон – армагеддон в эпоху коронавируса.

*Кстати, в Элком ту коронагеддон, это Манхэттен детко* [<https://vk.com>];

пландемия – пандемия с позиций «теории заговора».

*ВОЗ находящаяся в Китае, где случайно вспыхнула пЛандемия и закончилась также случайно без вакцины* [<https://vk.com>];

маскобесие – истерия вокруг медицинских масок и респираторов, покупка масок в огромных количествах.

*Бесит маскобесие. Не маски носить нужно, а медицину советскую восстановить, сделать ее бесплатной для народа, дешевые лекарства нужны* [<https://twitter.com>].

Девербативные дериваты (по Е.С. Кубряковой) по-прежнему являются чрезвычайно продуктивной словообразательной моделью, характеризующейся повышенной эмотивностью:

удаленка (дистанционка) – работа или учеба из дома.

*У меня удаленка и я убралась* [<https://twitter.com>].

Сленгизмы, построенные по модели фонетической языковой игры с pragматической установкой иронии над сложной ситуацией, также не редкость:

вжокерти – находиться в закрытом помещении без средств к существованию.

*Сижу вжокерти, вяжу жилет... хочу быть старой* [<https://twitter.com>].

Сокращение (конечное усечение, апокопа) представляет собой продуктивный способ словообразования в языке сети, так как начала слова бывает достаточно, чтобы достаточно легко опознать все слово целиком:

изо – сокращение слова «изоляция». Под хештегом #изо публикуют посты в социальных сетях, смысл которых «жизнь в

изоляции», при этом данная апокопа входит как маркирующий компонент в новые сложные слова: *изо-фуд* (кулинарные рецепты во время изоляции) или *изо-тренды* (модные тенденции во время самоизоляции).

*Я набрала 5 изо-килограмм* [<https://twitter.com>];  
конфа – сокращение от слова «конференция».

*У нас уже час конфа в зуме по матем, а мы до сих пор не можем решить второе задание* [<https://vk.com>].

Переход практически всего развитого мира в виртуальное пространство с начала 2020 г. привел к тому, что во многих языках существенно возросло число неологизмов-интернационализмов, как правило, возникших в английском языке и мгновенно адаптированных в другие языки мира. Эти заимствования приходят в принимающий язык либо в неизменном виде (транскрипция, транслитерация), либо оформляются средствами морфологии принимающего языка:

локдаун (lockdown) – введение жестких ограничений на передвижение, социальные контакты и пр.

*Локдаун существует, чтобы моя собака была счастлива из-за того, что я весь день дома, а вечером еще и гуляю с ней полтора часа в ее любимых местах, где гуляют ее собачьи друзья* [<https://twitter.com>].

Зумиться (от названия программы Zoom) – выйти в видеочат в данной программе.

*В прошлую среду изволил зумиться с коллегами* [<https://www.facebook.com>].

Вариант зумбиться имеет дополнительную ироничную коннотацию благодаря фонетической игре (зум – зомби), поскольку длительное пребывание перед экраном компьютера или ведение занятий в режиме видеоконференций приводит к психологическому выгоранию;

карантин-шэйминг (shame – позор) – порицание людей, нарушающих режим самоизоляции.

*Уважайте чужую самоизоляцию и ее последствия. Что за карантин шейминг!* [<https://vk.com>];

суперспредер (superspreader – суперраспространитель) – человек с подтвержденным коронавирусом, не соблюдающий режим самоизоляции.

*За рассадой сходить – раз, вилы новые купить – два, ведро в том магазине неправильной расцветки было – еще третий мага-*

*зин, так говорите, «никуда не выходите, только на дачу и все?»*  
*Дачник – новый суперспредер* [<https://www.facebook.com>].

В ситуации социального напряжения активизируются креативные операции как с планом выражения, так и с планом содержания словесных знаков, актуальных для текущего времени. Языковая игра является одним из способов адаптации к психологически трудному периоду в жизни общества:

карантец – трудное время на карантине.

*Что же, нас пронесло. Отец хоть и контактировал, но в порядке. И мы тоже. Так что полный карантец откладывается* [<https://vk.com>];

карантэ – умение владеть собой в самоизоляции;

расхламинго – генеральная уборка в доме во время карантина.

*Мы овладели карантэ и устраиваем сегодня расхламинго* [<https://twitter.com>].

В России появилась своеобразная классификация людей в соответствии с их отношением к пандемии:

ковидник – место, где находятся зараженные вирусом люди, или больной COVID-19. Существует феминитив этого слова – «ковидница», т.е. больная женского пола.

*Там же пишут, что 6-й роддом будут отдавать под ковидник* [<https://vk.com>];

контактеры – люди, которые были в контакте с больными Covid-19, но сами не заразились вирусом.

*Контактёры, надеюсь, приняли меры предосторожности, надели маску и перчатки* [<https://twitter.com>];

ковигисты – люди, которые несерьезно относятся к пандемии.

*Мне кажется, в магазине одни ковигисты* [<https://vk.com>];

ковидиот – это человек, который пренебрегает опасностью заражения и не принимает никаких мер против инфекции, или наоборот, тот, кто слишком серьезно относится к пандемии и, например, закупает слишком много туалетной бумаги.

*В супермаркете на северо-востоке Москвы бывший интроверт, а ныне ковидиот, толкнул на стеллаж с товаром пенсионерку, которая не соблюдала социальную дистанцию* [<https://twitter.com>];

ковид-диссидент – человек, который отрицает либо сам факт существования коронавируса и поддерживает всевозможные теории заговора, либо со скепсисом относится к мерам властей по борьбе с болезнью.

*Я сегодня увидела в Фейсбуке, что бывший одногруппник ковид-диссидент и оскорбляет людей, которые придерживаются дистанции, носят маски и собираются прививаться [<https://www.facebook.com>];*

наруженосец – тот, кто ходит в маске, но оставляет нос снаружи.

*Наруженосцев надо призвать к ответственности, чтоб они свои носы тоже прятали под маской [<https://twitter.com>];*

голомордые – те, кто не носят маски.

*Голомордые. Села со мной рядом тут одна без маски и все полчаса рассказывала дочери как жарить гуся, кашляя при этом [<https://vk.com>];*

карантье – владелец собаки, сдающий ее в аренду для прогулок.

*Заходят как-то в бар карантине и голомордый... А там – сплошное маскобесье! [<https://www.facebook.com>];*

сидидомцы – люди, выступающие за полное соблюдение режима самоизоляции.

*Сидидомцы взбунтовались! Говорят: «Пятница не настоящая!!!» [<https://twitter.com>];*

застрянцы – люди, уехавшие за границу, которые не могут вернуться из-за карантина.

*Он и другие обитатели «Дома для застрянцев» надеются, что турецкое правительство вскоре смягчит режим карантина внутри страны, как это уже начал делать Иран [<https://twitter.com>].*

*Все так называемые коронаслова Рунета можно разделить на несколько групп:*

*I группа: слова, заимствованные из иностранных языков (пандемия, коронавирус, локдаун). Данные слова, скорее всего, будут встречаться в языке социальных сетей как интернационализмы.*

*II группа: коронавирусный сленг – юмористические / ироничные / саркастические слова (ковидники, застрянцы, гречкохайп), слова, получившиеся в результате слияния (коронойя, корониалы, ковид-диссиденты). Эта лексика будет актуальна до тех пор, пока у пользователей Интернета сохранится интерес к этой теме. Например, как только люди смогут беспрепятственно пересекать границу, интерес к слову «застрянцы» пропадет.*

*III группа: слова, которые вошли в язык сети из профессионального лексикона или нормативной документации (самоизоляция, социальная дистанция). Это группа неологизмов, бесспорно, будет широко использоваться в веб-среде.*

Кроме того, важным признаком осваивания неологизма пользователями сети служит наличие производных слов, например, зум, зумиться, зум-вечеринка, зум-бомбер. Однако закрепление данных неологизмов, в первую очередь, зависит от актуальности использования платформы Zoom в будущем.

Англоязычный сегмент сети Интернет столь же активно пополнялся неологизмами на тему пандемии, что позволяет характеризовать его как динамическую и пластичную систему. Например, из-за ограничений проведения массовых мероприятий, направленных на «разрыв» механизма передачи инфекции, в Cambridge Dictionary оказались неологизмы с приставками *micro* и *mini*:

*minimony, microwedding* – небольшая свадебная церемония вместо большего праздника.

*Minimonies are a good compromise for couples who've been forced to postpone their weddings due to ... COVID-19* [<https://twitter.com>].

*A microwedding is for the couple who wants to really focus and spend the majority of their budget on the smaller details, whereas it might be difficult to replicate the same experience for, say, 200 guests* [<https://www.facebook.com>].

Словослияние подтвердило свой статус одного из наиболее частотных способов словообразования в английском языке в 2020–2021 гг.:

*covidivorce* (covid + divorce) – разрыв отношений из-за невозможности быть вместе в замкнутом пространстве во время пандемии.

*The COVID-19 virus is spreading around the world. But now we also start to see the covidivorce spreading out of China as well* [<https://twitter.com>];

*maskne* (mask + acne) – акне, вызванное или усугубляющееся длительным ношением маски.

*While maskne might be new to many of us, it didn't originate out of nowhere.* [<https://www.facebook.com>];

*lockstalgia* (lock + nostalgia) – чувство ностальгии по периоду изоляции в период пандемии COVID-19.

*Above all, just as you may have entered lockdown with purpose, exit it with purpose too. If you do not, then you may start having feelings of "lockstalgia", and start regretting that you did not keep doing the things that you not only found more efficient but preferred and actually enjoyed* [<https://twitter.com>].

На основе морфемы *-demic* (*pandemic*) образовалось лексико-семантическое гнездо:

*infodemic* – большой объем информации, который публикуется о конкретной проблеме, часть которой не соответствует действительности, что затрудняет поиск ее решения.

*The 2019-nCoV outbreak and response has been accompanied by a massive ‘infodemic’ – an over-abundance of information – some accurate and some not – that makes it hard for people to find trustworthy sources and reliable guidance when they need it* [<https://www.facebook.com>];

*spendemic* – внезапная тенденция людей тратить деньги, как правило, на ненужные вещи.

*Call it a spendemic. “I’ve bought an area rug, a coffee table, prints for the walls, a mirror and plants,” says Jackson Isaacson, 27, who estimates he’s spent nearly \$4,000 since self-isolating due to the novel coronavirus outbreak a month ago* [<https://twitter.com>];

*twindemic* – широко распространенная вспышка гриппа и COVID-19 одновременно.

*The concern about a twindemic is so great that officials around the world are pushing the flu shot even before it becomes available in clinics and doctors’ offices* [<https://www.facebook.com>].

Изменившиеся реалии действительности потребовали появления новых номинаций:

*coronials* – поколение детей, которые родились во время пандемии.

*Kids who were born in 2020 are going to be defined as coronials because they came into the world during coronavirus pandemic* [<https://twitter.com>];

*zoomwear* – стиль, который предполагает ношение одежды, подходящей для офиса, выше талии, а повседневной одежды – ниже талии.

*Zoom Shirts are really the first and last word in Zoomwear. Zoom Jackets, I quickly discovered from looking around large Zoom calls in the early pandemic weeks, are vestimenta non grata. Zoom Ties look even more ridiculous. Everyone knows you have your laptop set up on the dining room table, with dishes just out of sight* [<https://twitter.com>];

*coronavision* – проблемы со зрением, которые начались или ухудшились в период пандемии и самоизоляции.

*Millions of Brits could be suffering from eye problems dubbed ‘coronavision’ after feeling that their sight deteriorated during lockdown, according to a study for the College of Optometrists* [<https://www.facebook.com>].

В состав онлайн-словаря Merriam Webster в 2020 г. вошли лексемы с изменением семантики: *long hauler, pod* и *bubble*:

*long hauler* (англ. дальнобойщик) – человек, который имеет осложнения после перенесенной коронавирусной инфекции.

*Doctors need to figure out how to help long-haulers, whose symptoms persist for months* [<https://twitter.com>];

*pod* (англ. кокон) или *bubble* (англ. пузырь) – небольшая группа людей, например, члены семьи или друзья, которые взаимодействуют только друг с другом, пытаясь предотвратить распространение вируса.

*The government said that people living alone could join up with one other household to create a support bubble* [<https://www.facebook.com>].

В Oxford English Dictionary отмечены следующие неологизмы с семантическим сдвигом:

*herd* (англ. стадо) immunity – эффект сопротивления распространению инфекции в некоторой популяции, значительная часть членов которой имеет к данной инфекции личный иммунитет.

*Health officials worry that herd immunity will be threatened as more parents choose not to vaccinate* [<https://www.facebook.com>];

*deep-cleaned* – предмет, очищенный очень тщательно, чтобы исключить риск заражения.

*After an infection we don't reopen a ward until it has been given a deep clean* [<https://www.facebook.com>];

*panicbuying* – закупка большого количества определенных продуктов из-за опасений, что они закончатся.

*The government admitted that there was a petrol shortage, but warned people against panic buying* [<https://twitter.com>].

В Urban Dictionary фиксируется значительное число неологизмов, в частности, слово *blursday* (англ. blurred – размытый, неясный) отражает ощущение дезориентации во времени в период изоляции, когда один день похож на другой.

*Monday, Tuesday, Wednesday, blursday, blursday, blursday and blursday* [<https://www.facebook.com>];

*Doomscrolling* (doom + scrolling) – долговременное чтение негативных новостей, связанных с COVID-19.

*Doomscrolling describes this activity when we continuously scroll through negative or distressing news despite this news causing us to feel depressed and anxious* [<https://twitter.com>].

Кроме пандемии коронавирусной инфекции в 2020–2021 гг., в мире происходили и другие яркие события, которые внесли свои коррективы как в жизнь общества, так и в язык Интернета.

Взрывоподобная популярность платформы TikTok среди интернет-пользователей привела к появлению «тиктокеров» – блогеров, снимающих короткие видеоролики для данного приложения.

## *ПРИВЕТ, Я ПО ОБРАЗОВАНИЮ ТИКТОКЕР!!* [<https://twitter.com>].

На основе названия новой социальной сети «Клабхауз» (Clubhouse), стремительно набирающей популярность, были созданы такие лексические единицы, как «клабхаузер» и «клабхаузить», по той же модели, что и «зум», «зумиться», уверенно вошедшие в разговорный язык.

*Я не хочу в клабхауз. Я в твите хочу* [<https://twitter.com>].

Вокабуляр языка Интернета продолжает пополняться адаптированными заимствованиями из английского языка:

– *кринж* (англ. cringe – смущаться, испытывать неловкость) – чувство стыда за чьи-либо действия. Изначально *кринж* использовалось только геймерами, но с течением времени данное слово стало популярным и в соцсетях.

*Вчера моя мама пыталась включить видео-чат в Viber, господи, это был такой кринж...* [<https://vk.com>];

– *вайб* (англ. vibe – атмосфера) – эмоциональное состояние, возникающее при общении с кем-либо, контакте с чем-либо; настроение, создаваемое каким-либо местом.

*У этого кафе приятный вайб, сюда хочется ходить* [<https://facebook.com>].

В целом за рассматриваемый период 2019–2021 гг. в языке Сети наблюдаются следующие тенденции развития:

- а) интенсивность и быстрота преобразований;
- б) преобладающие изменения происходят в лексике;
- в) определяющее влияние общественно-политических процессов на языковое развитие;
- г) использование заимствованных слов из английского языка;
- д) образование авторских неологизмов по продуктивным словообразовательным моделям (аффиксация, прямое заимствование без изменений, словослияние, словосложение, аллитерация);
- е) широкое распространение сокращений, усечений слов и, в меньшей степени, аббревиатур;
- ж) языковая игра остается одним из наиболее продуктивных способов образования новых слов;
- з) сленговые лексемы активно используются в процессе интернет-общения;
- и) чрезвычайно быстрый переход неологизмов Интернета в разговорную речь вне сети.

Можно обобщить проанализированный материал следующим образом:

Таблица 1

**Актуальные изменения в лексико-семантической системе  
языка Интернета за 2016–2018 гг.**

Особенности	год		
	2016	2017	2018
Сокращения, усечения слов и аббревиатуры	obvi (obviously), LDR (long-distance relationship)	DM (Direct Mes- sages), <i>FOMO</i> ( <i>Fear Of Missing Out</i> )	bougie (bourgeois), fave (favourite), adorbs (adorable), bestie (best friend)
Заемствования из английского языка	брекзит, грексит, оффшоргейт	хайп, биткойн, спиннер	рофлить, харассмент, хайли лайкли
Продуктивные способы образова- ния лексических единиц	<i>метафорический перенос:</i> дно (экономики или кризиса), намыть или наподметать на (дорогую сумочку), топить за кого-то (поддерживать)	<i>метафорический перенос:</i> токсичные (отношения, люди, политики) <i>словослияние:</i> youthquake (гибрид от youth и earthquake), newsjacking (гибрид от news и hijacking) <i>аллитерация:</i> megamoon	<i>метафорический перенос:</i> snowflake, bread- crumbing, gammon <i>аффиксация:</i> префикс self- self-deport, self-identified <i>словослияние:</i> ecocide (гибрид от ecology и genocide)
Языковая игра	русиано	Trump bump	телега (от англ. Tele- gram)
Сленговые лексе- мы	bookfie, brofie, foodfie, legsie, shoefie, утрамповать, трампнуть	эщкере, посирить	флексить, зашквар
Авторские неологизмы	зловцо, неуезжант, лайкдорфин	зломенитый, жусть, орево	выборраиум, инополитянин, настомящее, пенсиянин

Таблица 2

**Актуальные изменения в лексико-семантической системе языка Интернета за 2019–2021 гг.**

Особенности	год	
	2019	2020–2021
Сокращения, усечения слов и аббревиатуры	vacay (vacation), inspo (inspiration), whatevs (whatever)	изо, конфа, WFH (working from home)
Заимствования из английского языка с последующей морфологизацией	трушный, ливнуть, форсить	локдаун, зумиться, лайк за лук
Продуктивные способы образования лексических единиц	словослияние: yarden (гибрид от yard и garden), whexit (гибрид от WhatsApp и exit)	словослияние: (covid + divorce), maskne (mask + acne), quarantine + team)
Языковая игра	easy-breezy	расхламинго, сидидомцы
Сленговые лексемы	годнота, лалка, бомбить	карантэ, карантец, вжоперти
Авторские неологизмы	рукавычки, фейследельничать, себяшка	расковидеться, коронойя, карантикулы, пландемия, карантинни

Внешние обстоятельства 2020–2021 гг., вызвавшие обилие неологизмов, построенных по всем возможным моделям, подтвердили мысль, что язык Интернета по факту перестал быть языком только Сети – неологизмы, возникающие там, практически сразу перемещаются в узус.

Таким образом, за последнее время функционал Интернета существенно изменился. По сути, все сейчас именно там и происходит – коммуникация в самом широком понимании этого слова, неологизация, мгновенно перемещающиеся из среды Интернета в реальную жизнь и диктующие свои правила как языка, так и общества, ведущего к изменению языковой личности в Интернете. Формирование нового сетевого образа жизни и мышления существенно отражается на всех уровнях языка. Виртуальная среда способствует

освобождению скрытых характеристик интернет-личности, которые в реальной жизни ограничены психологическими комплексами. Данное освобождение отражается в языке в виде особых качеств текстовых интернет-конструкций, поскольку сам пользователь существует там в языковой форме. В то же время в процессе веб-коммуникации пользователю предоставляется возможность скрыть настоящий набор социальных признаков и осуществить социальные роли, недостижимые по определенным причинам в процессе реальной коммуникации.

Мануэль Кастельс еще в 2016 г. выделил глобальную массовую самокоммуникацию как особый тип коммуникации, поскольку производство контента происходит самостоятельно, равно как и определение потенциальных получателей и возврат специфических сообщений или поиск контента в Интернете. Сейчас, по его мнению, происходит «одновременное объединение всех форм коммуникации в многокомпонентный, интерактивный, цифровой гипертекст, который включает, смешивает и перераспределяет в их разнообразии всю сферу культурных представлений, передаваемых в ходе человеческого взаимодействия» [Кастельс, 2016, с. 74].

## Список литературы

- Активные процессы в языке Интернета: лингвокогнитивный и прагматический аспекты : коллективная монография / Т.Б. Радбиль, Е.В. Маринова, Л.В. Рацибурская, Е.В. Щенникова, Е.А. Жданова, Н.А. Бакич. – М. : Нестор-История, 2019. – 257 с.
- Ахренова Н.А. Доминанты современной интернет-лингвистики : диссертация... доктора филол. наук. – М., 2018. – 359 с.
- Виноградова Т.Ю. Специфика общения в Интернета // Русская и сопоставительная филология: лингвокультурологический аспект. – Казань, 2004. – С. 63–67.
- Кастельс М. Власть коммуникации / пер. с англ. Н.М. Тылевич ; под науч. ред. А.И. Черных ; НИУ ВШЭ. – М. : изд. дом Высшая школа экономики, 2016. – 564 с.
- Максименко О.И. Язык специальных сокращений – от военного к сетевому // Перевод и когнитология : сборник статей по материалам X международной научно-теоретической конференции. – М. : МГОУ, 2017. – С. 118–126.
- Максименко О.И. Филатова М.В. Язык Интернета 2015–2018 годов: основные особенности // Вопросы прикладной лингвистики. – М. : РУДН, 2019. – № 4(36). – С. 100–122.
- Словарь русского языка коронавирусной эпохи. – СПб. : Институт лингвистических исследований. РАН, 2021. – 550 с.
- Словарь молодежного сленга. [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.terminy.info/jargon/dictionaries-of-teen-slang/> (дата обращения: 05.10.2021).

С.А. Кучина

**ЭЛЕКТРОННЫЙ ХУДОЖЕСТВЕННЫЙ ТЕКСТ:  
ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ,  
КРИТЕРИИ ФИКЦИОНАЛЬНОСТИ,  
ЛИНГВОСЕМИОТИЧЕСКАЯ СПЕЦИФИКА**

*Новосибирский государственный технический университет,  
Новосибирск, Россия, svkuchina@yandex.ru*

*Аннотация.* В статье рассматривается феномен электронного художественного текста (ЭХТ) с точки зрения его лингвосемиотической специфики, выявляются ключевые компоненты структуры ЭХТ, формулируются основные принципы связности его вербальных и невербальных элементов. Категория функциональности в электронных художественных текстах получает специфическую реализацию. Мультимодальная природа ЭХТ приводит к расширению пространственно-временных координат фиктивного мира, актуализация хронотопа ЭХТ осуществляется не только с помощью вербальных средств, но и за счет аудиовизуальных, графических и анимационных компонентов. Коммуникативно-функциональный подход к анализу вербальных компонентов ЭХТ обеспечивает оптимальную технику выявления коммуникативной стратегии автора.

Цифровая революция на рубеже XX–XXI вв., обозначившая переход от аналоговых технологий к цифровым, позволила раскрыть потенциал технологически новых форм представления информации не только с точки зрения решения утилитарных задач, но и в рамках реализации эстетических интенций пользователей сети Интернет. Активно сменяющие друг друга поколения сетевых сервисов (Web 1.0, Web 2.0) позволяют всем нам активно общаться в режиме реального времени, генерировать динамический контент вместо статичных страниц сайтов, при этом в процессе эстетического осмысления новых технологических возможностей рождаются вторичные жанровые формы электронной коммуникации, в

том числе в электронной литературе (например, электронные художественные тексты на основе твиттер-ботов).

В настоящее время уже ни у кого не возникает сомнения в существовании цифрового искусства, живописи, литературы и прочего. Появление новых эстетических объектов требует их научного осмыслиения и систематизации знаний в этой области. Электронная коммуникация, как отмечают Р.К. Потапова и И.В. Курьянова, в настоящее время «представляет собой динамичное социальное явление, требующее всестороннего изучения, а также обобщения уже имеющихся результатов его исследования в гуманитарных, социальных и естественно-научных областях. В частности, необходима систематизация накопленных знаний о текстах современной эпохи и подходах к их исследованию в теоретической и прикладной лингвистике» [Потапова, Курьянова, 2021, с. 6].

Феномен электронной литературы, электронного художественного текста в научных кругах стал обсуждаться относительно недавно, в конце XX в. Первоначально термин «электронная литература» был введен в научный оборот в 1999 г. учеными, объединившими свои исследования в рамках работы международной научной организации электронной литературы (Electronic literature organization). Первые попытки определения художественного текста нового формата не были очень успешными, поскольку носили обобщенный характер и позволяли включить в сферу электронной литературы любой текст, перенесенный на электронный носитель информации. В 2004 г. программный комитет международной научной организации электронной литературы возвращается к вопросу терминологической фиксации феномена электронного художественного текста. В этот период было сформулировано расширенное определение электронной художественной литературы: «понятие “электронная литература” включает в себя литературные работы, которые созданы и воспроизводятся в электронной среде персонального компьютера или компьютера, подключенного в сеть»<sup>1</sup> [Rettberg, 2019, р. 4].

Следует отметить, что несмотря на то, что определение электронной литературы в предложенном варианте не является исчерпывающим, в нем акцентировано несколько очень важных моментов, в частности особое внимание обращается на среду бы-

---

<sup>1</sup> «Electronic literature refers to works with important literary aspects that take advantage of the capabilities and contexts provided by the stand-alone or networked computer» [Rettberg, 2019, p. 4].

тования электронного художественного текста, который представляет собой цифровой («born digital») объект, создание, функционирование, распространение и резервация которого возможна только в условиях электронной среды. При этом читателю электронного художественного текста необходимо обладать новыми навыками текстовосприятия. Электронная литература, по мнению С. Стриклэнд, это литература интермедиальных перформативных знаков (*intermedial performative signs*), где «интермедиальный» означает, что любой тип данных (вербальные, аудио, видео, графика, анимация и пр.) может быть представлен в виде цифровых данных на компьютере, и наоборот: любые цифровые данные могут быть трансформированы в различные типы медиа (звук может появиться как изображение, изображение – как текст, диаграмма – как звук) [Strickland, 2009]. Эти особенности структуры электронных художественных текстов требуют от читателя таких навыков, как просмотр слов в виде трехмерных объектов, отслеживание визуальных единиц и предвидение их следующего появления, масштабирование при вводе и восприятии текстовых объектов (с помощью наведения курсора мыши) и т.д.

Будучи поликодовым объектом по своей природе, электронный художественный текст объединяет в своей структуре как вербальные, так и невербальные составляющие (аудио, видео, анимацию, графику), их соотношение внутри данного типа текста имеет не механический характер (простое соединение), а подчинено эстетическому принципу, обусловлено материальным статусомносителя и предполагает особый «синтетический способ восприятия» («*the perception of our senses in a specific synthetic way*») [Gendolla, Schäfer, 2010]. Описание, изучение, классификация и кластеризация вышеуказанных компонентов текста образуют применительно к современным цифровым технологиям особую область знаний DigitalHumanities, нуждающуюся в развитии и расширении [Потапова, Потапов, Джунковский, 2019].

Для спецификации термина «электронный художественный текст» важно выявить отличия между определениями «компьютерный» и «электронный». Наиболее точным определением в отношении электронной литературы будет, на наш взгляд, «электронный». Именно оно передает специфику формата данных и среду их бытования, включает в себя не только объекты и процессы, реализованные с помощью компьютера (автономного или подключенного к глобальной Сети), но и остальные устройства, работающие на основе цифровых технологий (смартфон, планшет,

нетбук, ультрабук и пр.). В этой же связи важно провести грань между определениями «цифровой» и «электронный». В некоторых контекстах эти два термина употребляются как синонимы, поскольку оба обозначают отношение определяемого объекта к реалиям компьютерных технологий. Однако при этом во многих академических словарях<sup>1</sup> при трактовке значения слова «цифровой» акцент сделан на характеристики типа сигнала и формата данных в электронике, который использует дискретные состояния. Данные в этом случае (слова, изображения, звуки) представляются в виде набора цифр в двоичной системе (1 и 0)<sup>2</sup>. В определении же слова «электронный» акцентируется соотнесенность цифровых данных непосредственно с их носителем (глобальной или локальной Сетью, компьютером, планшетом, смартфоном и пр.). Таким образом, все, что хранится в памяти компьютера (или любого другого электронного устройства), называется электронным (электронный текст, каталог, справочник и т.д.), а форма, которая используется для их представления, – цифровая.

Важной проблемой в случае определения электронного художественного текста является необходимость выявления различий между оцифрованными художественными произведениями (текстами, которые были созданы в печатной форме, а их электронная копия представляет собой цифровую версию первоначального издания) и художественными текстами, единственной возможной сферой реализации, публикации и хранения которых является электронная среда. Примером литературы первого типа будут цифровые копии печатных художественных текстов в различных онлайн-библиотеках. Художественные тексты данного типа не могут быть отнесены к электронной литературе, поскольку их электронная форма обусловлена не внутренней структурой произведения (интерактивность, мультимедийность, возможность для читателя выбирать повествовательную траекторию и др.), а способом публикации (автономный носитель электронных данных и / или Сеть). Электронные художественные тексты представляют собой художественные произведения, единственной возможной сферой

---

<sup>1</sup> Merriam-Webster Living Dictionary (2018) [Merriam-Webster Living Dictionary], Macmillan Dictionary Online [Merriam-Webster Living Dictionary], Cambridge Dictionary Online [Merriam-Webster Living Dictionary], Толковый словарь русского языка / под ред. Д.В. Дмитриева. – М. : Астрель : АСТ, 2003. – 1578 с. – (Словари Академии Российской).

<sup>2</sup> Толковый словарь русского языка / под ред. Д.В. Дмитриева. – М. : Астрель : АСТ, 2003. – 1578 с. – (Словари Академии Российской).

существования которых является электронная среда. Соответственно они предполагают публикацию только в электронных сборниках-коллекциях (например, в Electronic literature collection 1, 2, 3).

С учетом вышесказанного электронный художественный текст представляет собой единую и завершенную систему вербальных (языковых единиц) и невербальных (графика, видео, аудио, анимация, программный код) компонентов, которая обладает эстетической ценностью и воплощает в образной форме моделируемую автором фикциональную картину мира в условиях электронной среды.

Особую специфику в электронном художественном тексте имеет категория фикциональности. Помимо традиционных критериев фикциональности, к которым относятся повышенная целостность, затрудненная членимость, информативно-эстетическая значимость языковой формы, в электронном художественном тексте наблюдается расширение пространственно-временных координат фиктивного мира за счет того, что актуализация хронотопа в ЭХТ осуществляется не только вербальными средствами, но и с помощью аудиовизуальных, графических и анимационных компонентов.

Так, например в электронном гипертексте «RedshiftandPortalmetal» [Cardenas, 2016] отправная точка путешествия лирической героини «RedshiftandPortalmetal» локализована на планете Земля. Лирическое повествование начинается с осознания главной героиней безысходности ситуации, которое наступает в результате осмыслиения условий собственной жизни:

«I thought I could stay,  
and save her,  
my planet.

I thought I could just drop everything and stay and care for her  
and help her live a little longer,  
but then I realized how sick she was making me,  
how she's been sick her whole life and I've felt pulled to stay  
even though I wanted to go to the stars and have a new, unimaginable life» [Cardenas, 2016].

В следующем фрагменте актуализируются модели с типовым значением действия, используются акциональные предикаты в прошедшем времени (PastSimple), с помощью которых передается последовательность действий, формирующих события в прошлом:

«So I tried to stay,  
but the air was thick with chemical smells,

the smell of human waste, the acrid chemical cleaners to cover it up,  
the smell of an atmosphere of resignation,  
and I couldn't breathe,  
and the people couldn't talk to me, couldn't make any sense,  
and I felt like I was losing my mind,  
and finally I was nauseous, and could barely move.  
Then I realized,  
what I was doing<...>>> [Cardenas, 2016].

Описываемые с помощью вербальных средств ощущения героини (беспокойство, тревога, неуверенность в завтрашнем дне) и события, с ней происходящие (сдавленность дыхания, тошнота и пр.), «подкреплены» аудиовизуальным рядом. Пейзаж (изображение моря, побережья, предрассветного неба, затянутого тучами, и гор, виднеющихся вдали) выполнен в красных тревожных тонах (рис. 1). Аудиоряд представлен шумовыми эффектами, передающими движение морских волн. Характер динамики волновых пекатов, переданных в аудио, свидетельствует о неспокойном состоянии водной стихии; волнующееся море выступает рефреном волнений и переживаний главной героини.

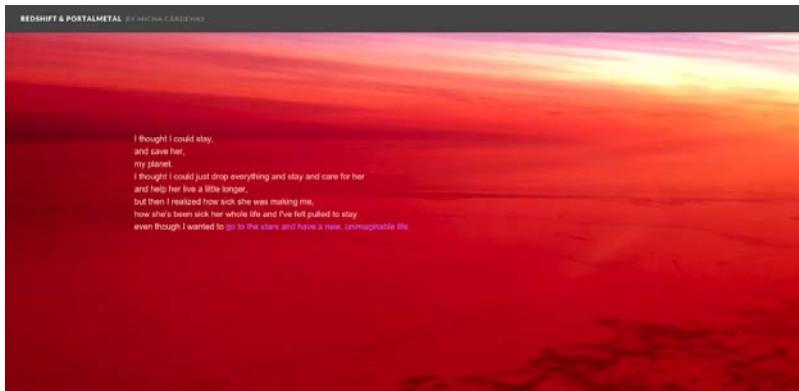


Рис. 1.

### Фрагмент электронного художественного текста «RedshiftandPortalmetal» [Cardenas, 2016]

Уже в следующем отрывке происходит полная смена временных и пространственных координат: героиня оказывается на другой планете, в хронотопе настоящего, текстовое время совпадает со временем говорящего, что передается с помощью видовре-

менных конструкций предикатов в PresentSimple, которые описывают события настоящего.

«Space is cold, dark.

We travel in tunnels underground that spit us out into tiled rooms.

We learn technologies of warmth,

technologies of sustenance,

and give them to each other as precious gifts.

Walking above ground, I see a transporter go past with a photo of a planet on its side,

shaping my imagination of this space I inhabit.

Waiting in the underground tunnels,

I see photos on screens of my home planet's dying ecosystem.

We have no home to return to,

intergalactic diaspora <...>

When you turn over,

and sleepily smile at me with your full cheeks and bouncy black curls,

I feel a warmth greater than that from the sun,

on our icy homeworld.

Together in the morning with my skin on yours,

I have a feeling of home,

deeper and older than I knew I could feel,

a home I want more to stay in than to travel anywhere else»

[Cardenas, 2016].

Хронотоп «RedshiftandPortalmetal» включает несколько путешествий главной героини на разные планеты, а также большое количество ретроспективных вкраплений (бесконечные попытки героини вернуться в прошлое, воспоминания о жизни на Земле и т.д.). Структура фиктивного мира в «RedshiftandPortalmetal» позволяет свободно перемешать точку зрения лирического «я», от лица которого излагаются события, не только по временной линии «прошлое – настоящее – будущее», но и в системе пространственных координат – путешествие героев на разные планеты: «Planetwithnorain» («Планета, на которой не бывает дождя»); «OceanMoon» («Оущен Мун»). Читатель, ориентированный на функциональность текста, понимает относительность происходящего в вымышленном мире художественного произведения. Мгновенное перемещение героини с одной планеты на другую, не соответствующее ни характеру путешествия в реальном пространстве, ни временному промежутку, требующемуся для такого передвижения, воспринимается им как очевидная условность художественного текста.

Поликодовая структура электронного художественного текста накладывает свой отпечаток и на структуру средств художественной выразительности, компоненты значения которых передаются и воспринимаются посредством различных сенсорных каналов. В данном случае мы можем говорить о мультимодальных тропах, в частности метафорах. Под мультимодальной метафорой мы, в след за Ч. Форсевиллем, понимаем «метафоры, в которых когнитивные компоненты цели и источника<sup>1</sup> представлены исключительно или преимущественно в различных модальностях» [Forceville, 2006, с. 383–384].

Например, в электронном художественном тексте «*When*» О. Ормстада [Ormstad, 2016] двукомпонентная структура ключевой мультимодальной метафоры представлена компонентом источника – визуальными образами старых автомобилей, и компонентом цели, который включает в себя как аудиообразы (нестройные мелодии и отдельные звуки), так и текст (компиляция прецедентных фрагментов). На наш взгляд, вербальная формула мультимодальной метафоры в «*When*» О. Ормстада может быть выражена следующей фразой: «старые автомобили умирают / погибают (как люди)». В процессе чтения «*When*» читатель видит на экране старые, вышедшие из употребления автомобили, выброшенные на свалку. Эти машины находятся на стадии почти полного разрушения (выбиты стекла, отсутствуют детали корпуса, сбито и повреждено лакокрасочное покрытие и т.д.). Автомусор располагается в чаще большого леса, который со всех сторон обступает и как бы поглощает остатки жизнедеятельности человека. Аудиокомпонент «*When*» поддерживает семантику разрушения, заданную визуальной модальностью, какофония, лишенная благозвучия, к финалу произведения превращается в назойливый диссонанс. Текстовый компонент произведения О. Ормстада представлен контаминацией фрагментов из прецедентных текстов массовой культуры (популярные песни, названия культовых фильмов), которые в данном контексте выступают как законченные и самодостаточные единицы.

---

<sup>1</sup> Эта система координат согласуется с идеями Дж. Лакоффа и М. Джонсона, описывающих взаимодействие двух структур знания в метафорах – когнитивной структуры «источника» и когнитивной структуры «цели» [Лакофф, Джонсон, с. 192]. Метафоризация основана на этом взаимодействии. Разделение на источник и цель показывает направление метафорического переноса. Область источника – это более конкретные знания, полученные человеком в процессе непосредственного взаимодействия с реальностью. Целевая область – это менее ясное, менее конкретное, менее определенное знание.

В данном случае совершенно очевидно, что компонент источника метафорического переноса представлен с помощью визуальной модальности (картина разрушения автомобилей), а компонент цели реконструируется за счет графической (специфическое размещение текстового компонента на экране, см. рис. 2) и звуковой модальности (звуки, которые несут в себе семантику разрушения). Так, например, фраза «adieumonamour», которая отсылает читателя непосредственно к тексту песни «Adieu mon amour» В. Ламота. Песенный текст представляет собой монолог лирического героя, тоскующего из-за расставания с возлюбленной, в нем также поднимается тема цикличности в жизни человека и природы, которая его окружает (рис. 2).

Entends-tu dans les bois le triste cri du vent?

La dernière chanson le poème de l'adieu,  
Car demain je m'en vais par un si beau prin-  
temps.

C'est si dur de partir à vingt ans.

Adieu, mon amour, il est venu le jour,  
Je m'en vais comme le font les saisons.

Слышь ли ты в лесу печальный крик  
ветра?

Это последняя песня, прощальная поэма,  
Ведь завтра я ухожу с этой такой прекрас-  
ной весной.

Так тяжело уходить в двадцать лет.

Прощай, моя любовь, настал день,  
Я ухожу, как поступают времена года.



Рис. 2.

Фрагмент электронного художественного текста «When»  
[Ormstad, 2016]

Семантика расставания с любимой, актуализированная в тексте песни В. Ламота, находит свое отражение и в произведении О. Ормстада, позволяя нам увидеть автомобили не только как атрибуты определенного жизненного стиля и предметы роскоши, но и как предметы, которые часто своими обладателями наделяются свойствами живого существа, соответственно и момент вынужденного расставания с ними часто приносит боль невосполнимой утраты.

Одним из наиболее драматических фрагментов «*When*» является эпизод, который вербально маркирован фразой «*wherethewildrosesgrow*», являющейся названием одноименной лирической баллады, исполненной дуэтом К. Миноуг и Н. Кейва с рок-группой «TheBadSeeds». В контексте «*When*» данная фраза актуализирует семантику убийства, насилиственной смерти предмета обожания. Текстовая аллюзия подкрепляется визуальной, на экране читатель видит небольшое болото в окружении того же леса, где «гибнут» старые авто. Эта картина имеет почти буквальное совпадение с местом убийства лирической героини, представленном в видеоклипе на песню «*Wherethewildrosesgrow*» (рис. 3).



Рис. 3.

**Слева фрагмент электронного художественного текста «*When*» [Ormstad, 2016], справа фрагмент видеоклипа на песню К. Миноуг, Н. Кейва и рок-группы «TheBadSeeds»**

Рассуждая о структуре электронного текста, Э. Аарсет в своей фундаментальной работе «Cybertext: perspectives on ergodic literature» вводит понятия «текстон» (texton) и «скриптон» (scripton) [Aarseth, 1997]. С нашей точки зрения, эти термины очень четко

характеризуют структуру описываемого объекта. При этом в работе Э. Аарсете эти понятия не получили полноценного определения. Текстонами Э. Аарсет называет фрагменты текста, выступающие своего рода «строительными блоками» для формирования сюжетных линий электронного текста, а скриптонами – сформированные читателем последовательности текстонов. Считаем необходимым уточнить эти определения. Текстоны представляют собой вербальные фрагменты электронного художественного текста повествовательного или описательного характера, оформленные с визуально-графической точки зрения как отдельный элемент (единий тип шрифта, размер, цвет, расположение на вкладке). Скриптонами, в свою очередь, являются возможные комбинации текстонов, сформированные так, как их выбрал и воспринял читатель. Текстоны представлены на той или иной вкладке электронного художественного текста. Под вкладкой мы понимаем одну из страниц диалогового окна электронного художественного текста, которую просматривает пользователь.

Применяя метод мультимодального анализа к электронным художественным текстам, мы сталкиваемся с необходимостью установить их базовые единицы (БЕ). Поскольку электронный художественный текст является поликодовым, то его декомпозиция предполагает выделение элементов разной семиотической природы, что вызывает вопрос об объеме понятия базовой единицы ЭХТ. На наш взгляд, выделение базовых единиц в ЭХТ не связано с выделением минимальных единиц внутри каждого из его полисемантических компонентов. Например, выделение базовых аудиоэлементов электронного произведения не предполагает вычленения элементарных частиц внутри аудиокомплексов на странице ЭХТ, таких как отдельные звуки, ноты или произнесенные фразы в рамках верbalного элемента, представленного в аудио. В этом случае базовой единицей будет считаться все аудиосообщение, которое воспроизводится после активации интерактивной аудиоопции. Если на странице электронного художественного текста представлено несколько аудиосообщений, актуализированных как отдельные единицы, то каждое из них будет считаться отдельной базовой единицей (вне зависимости от их объема).

Наиболее рациональный взгляд на специфику базовой единицы электронного текста, по нашему мнению, представлен в исследовании Дж. Бэйтмена, где автор отмечает, что базовой единицей является все, что реципиент видит на странице электронного

произведения<sup>1</sup>. Однако определение Дж. Бэйтмена нуждается в уточнении, поскольку сегментация базовых единиц в электронном художественном тексте требует в первую очередь их разграничения и выделения на фоне остальных элементов. На вкладке ЭХТ базовыми единицами будут считаться все элементы, сегментированные с помощью графического выделения (рисунок, выполненный в едином стиле; весь текст или отдельный текстон, представленный с помощью одного типа шрифта, в едином размере и цвете; аудиофрагмент, обозначенный иконкой-значком, выполненный в определенном стиле и пр.).

Важным аспектом анализа электронного художественного текста является выявление характера связности его вербальных и невербальных элементов. Типы соотношения поликодовых компонентов электронного художественного текста зависят от их положения на вкладке (странице диалогового окна). В этой связи мы выделяем следующие типы соотношений:

- *предшествования*: вербальный элемент (текстон) предваряет появление соотносимого с ним аудиовизуального ряда);
- *последующего развертывания*: невербальные элементы получают дополнительную семантизацию за счет вербальных единиц (текстонов), актуализируемых в последующих вкладках;
- *вербально-визуальное единство*: поликодовые компоненты представляют собой вербально-визуальное единство в рамках одной вкладки.

Анализ поликодовой структуры электронного художественного текста нуждается в комплексном подходе, при котором вербальный компонент рассматривается как стержневой элемент идейно-эстетической концепции произведения. С помощью вербального компонента определяется спектр характеристик функционально-семантической интерпретации невербальных элементов ЭХТ, способов их структурирования и организации в тексте для выражения авторского замысла. Основой для анализа вербальных компонентов электронного художественного текста в настоящем исследовании послужила теория коммуникативной грамматики в аспекте регистровой стратификации. Понятие регистра речи возникает в лингвистике в середине XX в. Термин в значении «текстовый вариант» упоминается еще в работах Т.Б. Рида в 1956 г. В системно-функциональной грамматике М.К. Хэллидея регистр

---

<sup>1</sup> «Everything which can be seen on each page of an analyzed document should be assigned to some base unit» [Bateman, 2008, P. 110].

представляет собой корреляцию значений коммуникативного события, способа функционирования текста и участников коммуникации, которая ассоциируется с тем или иным типом ситуаций [Halliday, Hasan, 1976].

В коммуникативной грамматике под редакцией Г.А. Золотовой под коммуникативными регистрами понимаются «однородные структурно-композиционные формы речи, объединенные внутри и противопоставленные друг другу по способу восприятия или познания мира (и соответственно по типу ментального процесса), по категориальному характеру воспринимаемых явлений и по коммуникативным интенциям говорящего» [Золотова, Онищенко, Сидорова, 2004, с. 29]. Для анализа электронных художественных текстов регистровая техника удобна и продуктивна не только с точки зрения выявления прагматической установки автора произведения, через которую можно выйти на более глубинный, идеальный уровень произведения, но и для снятия вопроса об объеме верbalного компонента, выступающего в качестве отдельной единицы анализа. Минимальный объем единицы того или иного коммуникативного регистра совпадает с границами одной предикативной единицы. Таким образом, регистровые блоки могут быть созданы разными по объему предикативными элементами (самостоятельное предложение, полупредикативные обороты). С помощью регистровой техники выделяется пять коммуникативных регистров: репродуктивный, информативный, генеритивный, волюнтивный и реактивный. Поскольку реализация репродуктивного, информативного и генеритивного регистра в текстонах ЭХТ была рассмотрена нами ранее<sup>1</sup>, в настоящем исследовании обратимся к более детальному анализу электронных художественных текстов, текстоны которых представлены с помощью волюнтивного и реактивного регистра.

Волюнтивный регистр характеризуется коммуникативной функцией волеизъявления, побуждения адресата к действию. Волюнтивные блоки могут быть частью более крупных фрагментов текста в репродуктивно-повествовательном или информативно-повествовательном регистре. Так, например происходит в «InanimateAlice. Home town» [Pullinger, 2021]. В четвертой части, где повествование ведется от лица главной героини Алисы, девочка

<sup>1</sup> Подробнее об этом см. в: Кучина С.А. Анализ вербальных элементов электронных художественных текстов: коммуникативно-функциональный аспект // Мир науки, культуры, образования. – 2020. – № 3(82). – С. 435–438.

рассказывает о том, как одноклассники спровоцировали ее подняться на очень высокую пожарную лестницу в заброшенном здании. Когда Алиса поднималась, старые и ржавые ступени начали рушиться у нее под ногами. В этот момент девочка слышит ободряющие крики ребят, стоявших внизу (рис. 4).



Рис. 4.

### Фрагмент электронного художественного текста «InanimateAlice. Hometown» [Pullinger, 2021]

В данной вкладке мы видим несколько базовых единиц (БЕ), представленных вербальными фрагментами. Так, БЕ 3 «I can hear my friends shouting» («Я слышу, как кричат мои друзья») представляет репродуктивно-информационный регистровый блок, определяемый аористивным глаголом настоящего времени категории Simple с семантикой перцептивного восприятия hear (слышать). На этой же вкладке БЕ 1 и БЕ 2 представляют волонтивные блоки, переданные с помощью императивов: «Hang on» («Держись»), «Climb up» («Забирайся»), «Find» («Ищи»). В данном случае императивы служат побуждением к актуальному единичному действию в рамках сюжетных событий. Смешение в данном фрагменте репродуктивного и волонтивного регистров обнаруживает тактический прием автора, нацеленный на усиление драматической доминанты повествования. Выкрики одноклассников Алисы выводят субъективные ощущения героини в более широкий контекст: ее состояние и положение начинает вызывать беспокойство одноклассников, что, в свою очередь, воздействует на читателя, увеличивая его эмоциональную вовлеченность. Графическое оформление волонтивных высказываний в данном фрагменте способствует

усилению драматического эффекта. Мы видим, что размер шрифта и использование приема капитализации в двух волюнтивных фрагментах подчеркивают их более важную с точки зрения сюжетной динамики позицию в данной части произведения.

В ряде случаев волюнтивный регистр в ЭХТ служит маркером интерактивного потенциала произведения. Волюнтивные блоки используются автором как побуждение реципиента к конкретным действиям, направленным на активацию электронного произведения и на интеракцию с ним (открытие дополнительных вкладок, аудио-, видеофрагментов; непосредственная трансформация текста; изменение его состава, формы, цвета и пр.). Так, например, в электронном художественном тексте «Toucher» [Bouchardon, Carpentier, Spenlé, 2011] волюнтивные блоки представлены аористивными глаголами: move (перемещай), caress (гладь), hit (бей), spread (растрирай), blow (дуй), каждый из которых с визуальной точки зрения расложен на уровне пальцев левой руки человека, изображенной на первой вкладке (рис. 5).

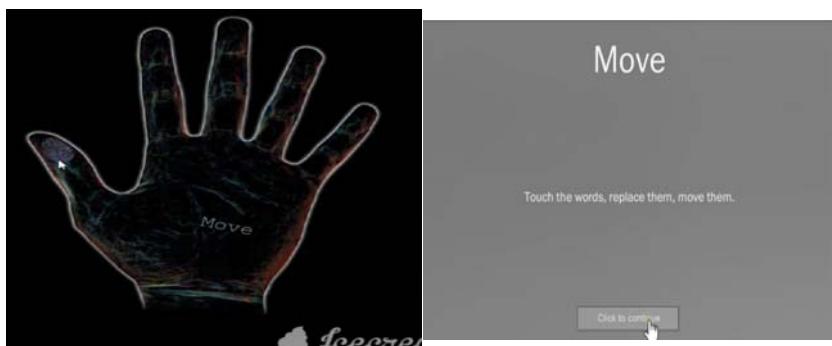


Рис. 5.

**Фрагменты электронного художественного текста  
«Toucher». Вкладка «Move»  
[Bouchardon, Carpentier, Spenlé, 2011]**

Читатель активирует нарратив с помощью действий, которые заложены в семантике императивов (двигает или перемещает слова во вкладке move, бьет по экрану во вкладке hit, дует в экран во вкладке blow и пр.). Визуальные компоненты «Toucher» наглядно представляют семантику предикатов (рис. 6).



Рис. 6.

### Фрагменты электронного художественного текста «Toucher» [Bouchardon, Carpentier, Spenlé, 2011]

Реактивные регистровые блоки объединяют «предложения разной структуры, не содержащие сообщения, но выражающие реакцию говорящего, эмоциональную или ментальную, осознанную или автоматическую, на коммуникативную ситуацию» [Золотова, Онищенко, Сидорова, 2004, с. 407]. Реакция, как правило, предполагает оценочную окраску, подчеркивающую положительное или отрицательное отношение к происходящему. По структуре реактивные блоки могут быть ответом на предшествующую реплику в диалоге или выражать реакцию на неречевое событие.

В электронных художественных текстах реактивные блоки встречаются в трех основных вариантах. В первом случае речь идет об электронных художественных текстах определенной жанровой формы, предлагающей высокую степень интерактивности, которая является неотъемлемым элементом структуры произведения. Такой жанровой формой является, в частности, электронная интерактивная драма, представляющая собой электронное художественное произведение, в котором события и лица в действии излагаются в диалогической, разговорной интерактивной форме. В отличие от драмы в литературе и театре, интерактивные драмы не сохраняют в полной мере специфику сюжетности, конфликтности действия и его членение на сценические эпизоды. Интерактивная драма может быть представлена зрителю в рамках виртуального пространства компьютерного мира или любого другого пространства (галерея современного искусства, экс-

периментальная площадка) с актерами, действующими на сцене; актерами, находящимися в удаленном доступе (съемка интерактивной драмы в режиме онлайн) или воплощенными в 3D-формате анимированными персонажами. Интерактивная драма предполагает непосредственное участие (вербальное или невербальное) реципиента в качестве одного из действующих лиц.

Так, например, в интерактивной драме «Façade» [Mateas, Stern, 2021] реактивный регистр реализуется в полной мере в репликах реципиента (читателя), который выступает в роли одного из участников драмы. Сценарная форма в «Façade» предполагает, что читатель становится одним из участников диалогов драмы, разыгрывающейся в городской квартире между членами семейной пары, Грейс и Трипом (героями «Façade»). Первоначально пользователю предлагают выбрать себе имя. Далее Грейс и Трип будут обращаться к читателю, называя его / ее по имени. Обращения героев «Façade» представлены в произведении в аудиоформате и являются развернутыми высказываниями<sup>1</sup>, в то время как вербальные реакции читателя выводятся на экран в виде текста (рис. 7).

Грейс и Трип постоянно апеллируют к третьему персонажу, спрашивают и настойчиво требуют совета. Однако, если персонаж читателя выходит за рамки устойчивых конвенциональных формул, его высказывания становятся «непонятными» (не подлежат декодированию) для персонажей «Façade». В этом случае продолжение диалога между героями приобретает характер рандомного обмена репликами. Это продолжается до момента, пока разговор не обретет «привычную», реактивно-оценочную форму. Грейс и Трип, как правило, отталкиваются от реплик собеседника или друг друга, цитируя их частично или полностью с различной интонацией (ирония, возмущение, удивление, сомнение и пр.).

---

<sup>1</sup> Порядок их появления в ходе драмы определяется программным алгоритмом рандомно, при этом в совокупности они представляют авторский текст драмы, распределенный самим же автором между действующими лицами, кроме персонажа, выступающего от лица читателя.



Рис. 7.

**Фрагмент электронной интерактивной драмы «Façade» [Mateas, Stern, 2021]. На вкладке представлена реплика читателя, выступающего в роли действующего лица драмы**

Подобный формат реактивных блоков встречается и в электронных художественных текстах, в которых не предполагается участие читателя в качестве одного из действующих лиц так, как это заложено в условиях электронной интерактивной драмы. В этом случае источником реактивной формулы / блока может послужить любой персонаж произведения. Так, например, в электронном художественном тексте «InanimateAlice. China» [Pullinger, 2021] реактивные блоки связаны с актуализацией выдуманного Алисой (главным действующим лицом произведения) героя – персонажа компьютерной игры – Брэда. Брэд приветствует Алису, посыпает ей короткие реплики, представляющие собой устойчивые коммуникативные формулы (как правило, с положительной коннотацией: приветствие, интерес к текущему положению дел «howareyou?» и пр.), не требующие ответной реакции (рис. 8).



Рис. 8.

**Фрагмент электронного художественного текста  
«InanimateAlice. China» [Pullinger, 2021]**

Третьим типом реактивных блоков в электронных художественных текстах являются нечленимые, междометные выражения<sup>1</sup>, которые, как правило, представляют реакцию объектов фикционального мира (героев, предметов и пр.) на действия реципиента, предполагающие активирование того или иного интерактивного образа на вкладке ЭХТ. Например, в электронном художественном тексте Г. Жердева «Драма в лесу» при активации читателем (выбор с помощью указательного устройства) одного из интерактивных образов (ель в лесу) на вкладке появляется междометие «Ау» в специфическом графическом оформлении (удвоение букв и распределение их по экрану, имитирующее распространение звука) (рис. 9).

<sup>1</sup>Данный тип реактивных реакций так же обозначен в «Коммуникативной грамматике русского языка» [Золотова, Онищенко, Сидорова, 2004, с. 408].



Рис. 9.  
**Фрагмент электронного художественного текста  
«Драма в лесу» [Жердев, 2021]**

Волюнтивные и реактивные блоки имеют одинаково значимое место при анализе вербальной структуры ЭХТ в сравнении с репродуктивными и информативными сообщениями, поскольку при выделении базовых единиц на той или иной вкладке электронного художественного текста волюнтивные и реактивные блоки не всегда выступают как части репродуктивных и информативных компонентов текста. Более того, для электронных произведений, наоборот, характерна их самостоятельная позиция в тексте, которая проявляется в том числе и с помощью графического выделения и визуально-композиционного решения (размещение вербальной единицы, представленной реактивной формулой, в качестве единственного вербального элемента на вкладке электронного текста), что позволяет выделить данную вербальную единицу как самостоятельную и идентифицировать ее функцию в структуре художественного произведения.

Таким образом, анализ вербального компонента ЭХТ предполагает определение всех текстонов на всех вкладках, внутри которых выделяются предикативные или полупредикативные единицы, формирующие регистровые блоки. Регистровые блоки, в свою

очередь, определяют способ представления фиктивной действительности художественного произведения на основе характерных для каждого из них признаков: специфика пространственно-временных координат, положение повествующего сознания по отношению к деегезису и способ его восприятия, передача языковыми средствами событий фиктивной действительности. Остальные поликодовые компоненты (звук, изображение, видеоряд) встраиваются в заданную тем или иным регистровым блоком систему координат, обеспечивая спектр сопутствующих коннотаций для объектов и предметов фиктивного мира ЭХТ в соответствии с той знаковой системой, в рамках которой они функционируют.

## Список литературы

- Жердев Г.* Драма в лесу // Сетевая словесность. Кибература. – URL: <https://www.netslova.ru/zherdev/drama.html>- (дата обращения: 30.06.2021).
- Золотова Г.А., Онипенко Н.К., Сидорова М.Ю.* Коммуникативная грамматика русского языка / под общ. ред. Г.А. Золотовой. – Москва : Наука, 2004. – 544 с.
- Кучина С.А.* Анализ вербальных элементов электронных художественных текстов: коммуникативно-функциональный аспект // Мир науки, культуры, образования. – 2020. – № 3(82). – С. 435–438. – DOI: 10.24411/1991-5497-2020-00606 (дата обращения 10.10.2021).
- Лакофф Дж., Джонсон М.* Метафоры, которыми мы живем. – М. : УРСС Эдиториал, 2004. – 256 с.
- Потапова Р.К., Курьянова И.В.* Особенности исследования текста в эпоху цифровой коммуникации // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2: Языкознание. – 2021. – Т. 20, № 2. – С. 5–15.
- Потапова Р.К., Потапов В.В. Джунковский А.В.* К опыту глубинного аннотирования поликодовых интернет Big Data (применительно к Digital Humanities) // Мягкие измерения и вычисления. – Москва : Издательский дом «Научная библиотека», 2019. – № 9(22). – С. 40–43.
- Прокофьева В. Ю.* Категория пространство в художественном преломлении: локусы и топосы // Вестник Оренбургского государственного университета. – 2005. – № 11. – С. 87–93.
- Толковый словарь русского языка / под ред. Д.В. Дмитриева. – М. : Астрель : АСТ, 2003. – 1578 с. – (Словари Академии Российской).
- Aarseth E.J.* Cybertext : perspectives on ergodic literature. – Baltimore, Md. : Johns Hopkins University Press, 1997. – URL: [https://is.muni.cz/el/1421/jaro2014/IM098b/aarseth\\_cybertext\\_Introduction.pdf](https://is.muni.cz/el/1421/jaro2014/IM098b/aarseth_cybertext_Introduction.pdf) (дата обращения: 30.06.2021).
- Bateman J.* Multimodality and genre : a foundation for the systematic analysis of multimodal documents. – Hampshire : Palgrave Macmillan, 2008. – 310 p.
- Bouchardon S., Carpentier K., Spenlé S.* Toucher // Electronic literature collection / ed. by L. Borras, T. Memmott, R. Raley, B. Stefans. – Cambridge : Electronic litera-

- ture organization, 2011. – URL: [http://collection.eliterature.org/2/works/bouchardon\\_toucher.html](http://collection.eliterature.org/2/works/bouchardon_toucher.html) (дата обращения: 30.06.2021).
- Cardenas M.* Redshift and portalmetal // Electronic literature collection / ed. by S. Boluk, L. Flores, J. Garbe, A. Salter. – Cambridge : Electronic literature organization, 2016. – URL: <http://collection.eliterature.org/3/work.html?work=redshift-and-portalmetal> (дата обращения: 30.06.2021).
- Carpenter J.R.* Walks from city bus routes // Lucky soap. – URL: <http://luckysoap.com/walksfromcitybusroutes/about.html> (дата обращения: 30.06.2021).
- Gendolla P., Schäfer J.* Reading (in) the Net // Reading moving letters : digital literature in research and teaching : a handbook / R. Simanowski, J. Schäffer, P. Gendolla (eds.). – Bielfeld : Trancript Verlag, 2010. – P. 1–109.
- Electronic literature collection 1 / ed. by N.K. Hayles, N. Montfort, S. Rettberg, S. Strickland. – Cambridge : Electronic literature organization, 2006. – URL: [http://collection.eliterature.org/1/works/andrews\\_nio.html](http://collection.eliterature.org/1/works/andrews_nio.html) (дата обращения: 30.08.2021).
- Electronic literature collection 2 / ed. by L. Borras, T. Memmott, R. Raley, B. Stefans. – Cambridge : Electronic literature organization, 2011. – URL: [http://collection.eliterature.org/2/works/abrahams\\_separation.html](http://collection.eliterature.org/2/works/abrahams_separation.html) (дата обращения: 30.08.2021).
- Electronic literature collection 3 / ed. by S. Boluk, L. Flores, J. Garbe, A. Salter. – Cambridge : Electronic literature organization, 2016. – URL: <https://collection.eliterature.org/3/work.html?work=grita> (дата обращения: 30.08.2021).
- Forceville Ch.* Non-verbal and multimodal metaphor in a cognitivist framework : agendas for research // Cognitive linguistics : current applications and future perspectives / ed. by G. Kristiansen, M. Achard, R. Dirven, and F.R. de Mendoza Ibàñez. – Berlin : Mouton de Gruyter, 2006. – P. 379–402.
- Halliday M.A.K., Hasan R.* Cohesion in English. – London : Longman, 1976. – 374 p.
- Mateas M., Stern A.* Façade. – URL: <http://www.interactivestory.net/> (дата обращения: 30.06.2021).
- Ormstad O.* When // Electronic literature collection / ed. by S. Boluk, L. Flores, J. Garbe, A. Salter. – Cambridge : Electronic literature organization, 2016. – URL: <https://collection.eliterature.org/3/work.html?work=when> (дата обращения: 30.06.2021).
- Pullinger K.* Inanimate Alice. – URL: <https://inanimatealice.com/adventures/> (дата обращения: 30.06.2021).
- Rettberg S.* Electronic literature. – Cambridge ; Medford : Polity Press, 2019. – 240 p.
- Strickland S.* Born digital // Poetry Foundation. – 2009. – 13 February. – URL: <https://www.poetryfoundation.org/articles/69224/born-digital> (дата обращения: 30.08.2021).
- Wardrip-Fruin N.* Playable texts and textual instruments : dichtung digital. – 2005. – URL: <http://www.dichtung-digital.de/2005/1/Wardrip-Fruin/index.htm> (дата обращения: 30.08.2021).

**Л.В. Моисеенко**

## **ИНТЕРНЕТ-МЕМ КАК НОВАЯ МОДАЛЬНОСТЬ СОЦИАЛЬНОЙ ИНТЕРАКЦИИ**

*Московский государственный лингвистический университет,  
Москва, Россия,  
liliamoiseenko@gmail.com*

*Аннотация.* В статье исследуются интернет-мемы как единицы виртуального пространства с большим потенциалом социальной интеракции. На материале испанского языка решается задача определения коммуникативного события, которое подвергается интерпретации посредством мемов, выделения семиотических кодов, составляющих концептуальное содержание мема, определения алгоритма декодирования информации в интернет-меме.

### **Введение**

Современные технологии в пространстве Интернета привели к появлению интерактивных сайтов, направленных на динамическое формирование контента, при этом пользователи Сети как обмениваются информацией, так и ее производят.

Современная виртуальная среда является источником новых форм интернет-коммуникации, среди которых набирают популярность интернет-мемы как особое социокультурное явление с большим потенциалом социальной интеракции.

Понятие «мем» было введено Р. Докинзом (1976) для обозначения единицы хранения и передачи культурной информации, как своего рода культурный аналог гена [Докинз, 2013]. Теория Р. Докинза послужила основой для нового научного направления – меметики, которая изучает трансмиссию культурной информации в рамках эволюционной модели (С. Блэкмор, Ф. Хейлиген, С. Уитти).

Зарождаясь и репродуцируясь в интернет-пространстве (в блогах и социальных сетях – Facebook, Twitter, ВКонтакте, Одноклассники), интернет-мемы характеризуются гибридной семиотической природой – вербальной, визуальной, аудиальной, которая может быть представлена высказыванием, изображением или видео [Будовская, 2013; Савицкая, 2013; Тирон, 2009]. При этом, как отмечают лингвисты, киберпространство создает так называемые *новые дискурсы* (*discursos emergentes*) [Herring, 2013; Mancera, Pano, 2013] с преобладанием визуальной составляющей над вербальной.

Мемы как наблюдаемые культурные артефакты, возникшие и существующие в контексте интернет-коммуникации, изучаются в ряде работ отечественных и зарубежных исследователей [Вознюк, 2012; Гуторенко, 2019; Квят, 2013; Ксенофонтова, 2009; Каинашина, 2016; Молчанова, 2017; Савицкая, 2013; Столетов, 2009; Шомова, 2015; Щурина, 2012; Щурина, 2014; Blackmore, 2000; Dennett, 2007; Wilson, Lumsden, 2005] и др.

Будучи сложным знаком и обладая гибридным семиотическим статусом, интернет-мем может использовать несколько семиотических кодов, что усложняет его концептуальное содержание.

Согласно «вирусной» модели распространения [Тирон, 2009; Бретт, 2017], мемы получают статус медиавирусов, которые, действуя в виртуальной среде, способны управлять информацией, влиять на мнение и убеждения пользователей [Рашкофф, 2003; Шомова, 2015].

В данной статье мы ставим следующие задачи:

- выделить семиотические коды, составляющие концептуальное содержание мема;
- определить алгоритм декодирования информации в интернет-меме.

## **1. Интерпретация коммуникативного события посредством мема**

В виртуальной среде пользователь выступает не только как потребитель медиапродукта, но и как его создатель. Так, источником мема «*Ты кто такой? Давай, до свиданья*» стал видеоролик азербайджанской свадьбы (2012 г.), спародированный Тимати и направленный Филиппу Киркорову. В период избирательной кампании 2012 г. этот мем применялся в Рунете в отношении отечественных политиков [Савицкая, 2013].

Распространившийся в Рунете ответ Д.А. Медведева на жалобу пенсионерки о маленькой пенсии послужил основой многочисленных мемов, видеоролик с этой фразой набрал более 3,5 млн просмотров за две недели: «Просто денег нет. Найдем деньги – сделаем индексацию. Вы держитесь здесь, вам всего доброго, хорошего настроения и здоровья» (Новая газета, 10.08.2016)<sup>1</sup>.



Рис. 1.  
**Денег нет, но вы держитесь!**

Фраза Д.А. Медведева стала использоваться как мем для обозначения ситуаций, которым власть не может найти решения: *Денег нет, но вы держитесь;* *Денег нет, но вы лечитесь;* *Денег нет, но вы учитесь.*

На фоне крымских событий 2014 г. появляется первый мем федерального значения «вежливые люди» [Щурина, 2014] для обозначения людей в камуфляжной форме без опознавательных знаков.

<sup>1</sup> [https://www.maximonline.ru/humor/made-in-web/\\_article/deneg-net-3/](https://www.maximonline.ru/humor/made-in-web/_article/deneg-net-3/)

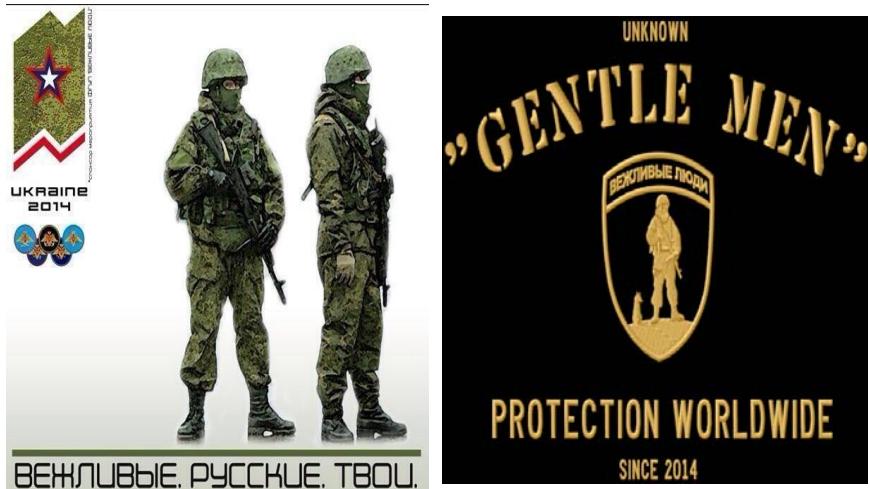


Рис. 2.  
Вежливые люди

Концепт «вежливые люди» стал новым символом Вооруженных сил России, зарегистрированным товарным знаком<sup>1</sup>.



Рис. 3.  
Товарный знак «Вежливые люди»

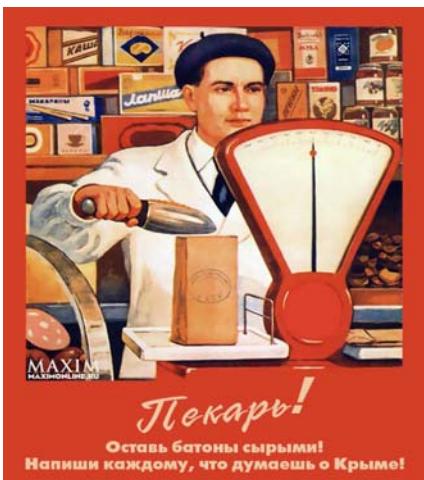
<sup>1</sup> <https://ru.wikipedia.org/wiki/>

Для понимания природы возникновения мемов важно выяснить, что является коммуникативным событием, которое подвергается интерпретации посредством мемов.

Событие может быть рассмотрено как дискурсивное образование, которое основано на движении информации и смыслов. Создаваемые в киберпространстве мемы способствуют привлечению внимания к новостному событию, задают новые ракурсы его оценки путем изменения масштаба либо искажения смысла события.

Одним из способов конструирования мема является встраивание изображения в хрестоматийные плакаты. Так, в российской сети появились мемы на основе советских агитплакатов с изображением представителей различных профессий, которые призывают соотечественников «вернуться в сеть для выполнения своего гражданского долга»<sup>1</sup>. В надписях представлена лексика виртуального пространства: *Интернет*, *Фейсбук*, *репостить*, *комментарии*, *Сеть*.

**Доярка! Бросай ведро и скотину!  
Интернету важно твое мнение  
про Украину!**



**25 th Anniversary Edition**  
World Scientific, Hackensack, NJ, 2005 [1981], 428 pp.

<sup>1</sup> 25 агитплакатов для всех забывших, что в Интернете кто-то не прав! – URL: <https://www.maximonline.ru/humor/newslogans-id157776/>



Рис. 4.  
Интернет-мемы на основе советских агитплакатов

Новостные события, получившие комментарии в блогосфере, отвечающей на вызовы гибридной войны, это – Украина, Крым, Донбасс, Луганск, Сирия, Великая Победа. Для читателей старшего поколения эти интернет-мемы призывают их быть неравнодушными, формируют точку зрения пользователей на актуальные проблемы (*прекратить ложь о Донбассе и Луганске, остановить войну в Сирии, отстоять нашу Победу*). Правда, есть и другое понимание представленных интернет-мемов, где критикуется желание пользователей комментировать события мирового масштаба вместо того, чтобы заниматься насущными проблемами.

## **Журнал *Maxim* высмеял российскую интернет-армию**

Российский мужской журнал *Maxim* выразил свое отношение к интернет-спорам, опубликовав юмористические плакаты с лозунгами в советском стиле. Картинки высмеиваются любителями все прокомментировать и пользователей, которые вместо насущных проблем чрезмерно интересуются делами в других странах, в особенности в Украине и Сирии, а также в Крыму и на Донбассе<sup>1</sup>.

Как видим, мем носит адресный характер, а его интерпретация зависит от определенной виртуальной группы и связана с возрастной категорией пользователей.

Среди прагматических особенностей мема обычно называют аффективную, когнитивную, манипулятивную и развлекательную функции [Канашина, 2016, с. 12].

Часто мем воспринимается как интернет-шутка, как новый формат юмора. Так, известный в Рунете мем «Донки-Хот» построен на омофонии персонажа М. Сервантеса (Дон Кихот) и «donkey hot» (англ. букв. *горячий осел*), что означает «гиперсексуальный». Репосты и трансмиссия этого инокультурного мема объясняются популярностью персонажа в принимающей культуре. Будучи творческим продуктом пользователей Интернета, мем отражает их мировидение, реакцию на актуальную тему, способствует снятию напряжения и укреплению доверия в коммуникации.

Среди характерных особенностей мема исследователи [Столетов, 2009; Ксенофонтова, 2009; Аблеев, Кузьминская, 2003; Шомова, 2015] называют его адресность (с выделением по возрастным и гендерной категориям), вирусный характер, близость к разговорной речи и молодежной субкультуре, занимательность, опору на стереотип, быстрозабываемость.

## **2. Особенности интернет-мемов в испаноязычной прессе**

Испанский язык характеризуется высоким показателем коммуникативности (*alto índice de comunicatividad*), что, без сомнения, находит отражение в показателях тиражирования мемов в виртуальном пространстве испаноязычных стран.

Основными темами мемов, отмеченными в испаноязычной Сети, являются *спорт и политика* [Моисеенко, 2017].

---

<sup>1</sup> <https://turan01.livejournal.com/1891469.html>

Для иллюстрации механизмов создания креативного продукта мы отобрали мемы, относящиеся к теме *России и русских* в испаноязычной прессе.

В последнее время в западных СМИ в связи с усилением критики и обвинений в адрес России появились хэштеги иронического толка #RussiansDidIt (*Это сделали русские*) и #RussiaDidIt (*Это сделала Россия*), которые применяются с иронией к любым неприятным ситуациям, например:



Big Blue 11 @BigBlue1180

Рис. 5.

#RussiaDidIt Those Russians are real troublemakers  
Это сделали русские. От них всегда одни проблемы<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Здесь и далее перевод автора. – М. Л.

Однако, по нашим наблюдениям, мемы, посвященные России и русским, в испаноязычном сегменте Интернета носят менее агрессивный характер.

Актуальную для испанцев тему спорта можно представить мемами о предстоящем (на октябрь 2018 г.) поединке Конор Макгрегора и Хабиба Нурмагомедова. Авторы мемов явно на стороне российского спортсмена. Хабиб изображен в папахе, которую он надевает для демонстрации принадлежности к аварскому народу. Сила Хабиба демонстрируется при помощи изображения медведя – традиционного символа России, а Конор Макгрегор, увидев соперника, пускается в бегство.



Рис. 6.  
**Конор Макгрегор против Хабиба Нурмагомедова**

Conor McGregor vs. Khabib Nurmagomedov en el UFC 229... los cibernautas no perdieron tiempo y sacaron los primeros memes del combate denominado 'el más importante en la historia del UFC (06/10/2018)<sup>1</sup>' – интернет-пользователи не теряли времени и предъявили публике первые мемы поединка.

<sup>1</sup> <https://trome.pe/deportes/ufc/conor-mcgregor-vs-khabib-nurmagomedov-salieron-memes-divertidos-esperada-pelea-ufc-99576>



Рис. 7.  
**Тренировка Хабиба Нурмагомедова с медведями**

Para Khabib Nurmagomedov entrenar con osos es un juego de niños (Redes sociales) – Для Хабиба Нурмагомедова тренироваться с медведями – это детская забава (социальные сети).

Грандиозным коммуникативным событием в СМИ представила пандемия короновируса, и на ее фоне самым ожидаемым событием в мире явилась регистрация первой вакцины. Неожиданным стало то, что первая в мире вакцина была зарегистрирована Россией. Испаноязычные блогеры отреагировали на это так:

German AgUILARhernandez

Viva Rusia y mi respeto son los mejores del mundo – Да здравствует Россия, мой респект, вы – лучшие.

Iran 324

Rusia siempre adelante de Estados Unidos, como en la carrera espacial – Россия всегда впереди Соединенных Штатов, как в космосе.

Saneyra Baez

Viva mi amada Rusia, bendiciones – Да здравствует моя любимая Россия, благословление.

Juan Carlos Robledo Cruz

Gloria a la Madre Rusia – *Слава тебе, Мать-Россия!*  
Jose Perez

GRACIAS RUSSIA POR DETENER ESTA PANDEMIA,  
ESTOY PUESTO PARA APLICARME ESTA – *Спасибо, Россия, за то, что остановила эту пандемию, я готов сделать себе эту прививку.*

Asterion uni

Gracias a putin esta pesadilla terminara, y empezaran las clases –  
*Благодаря Путину этот кошмар закончится, и начнутся занятия.*

Juan Fernandez

La Tierra de Dostoyevski y Tolstói ha sacado la Primera Vacuna contra La Peste. Ojalá sea efectiva y sana y la reciban los más necesitados – *Земля Достоевского и Толстого произвела Первую вакцину против этой Чумы. Хоть бы она была эффективной, и чтобы ее получили самые нуждающиеся в ней.*

Gabo LM

POR SEGUNDA VEZ RUSIA SALVO AL MUNDO – *Во второй раз Россия спасла мир.* Norma Rodriguez

Mándala a México por favor presidente Putin no sea malito –  
*Пожалуйста, Президент Путин, отправь ее в Мексику.*

Andres Lopez

Para todos aquellos que dudan de RUSIA Les recuerdo que los científicos RUSOS crearon la VACUNA contra el ÉBOLA y volvieron a confirmar su superioridad con la vacuna del COVID19 – *Для тех, кто сомневается в РОССИИ. Напоминаю вам, что это РУССКИЕ учёные создали ВАКЦИНУ против ЭБОЛЫ и снова подтвердили свое превосходство, создав вакцину против COVID19.*

Несмотря на то, что положительная реакция блогеров преобладает, есть и отрицательные комментарии.

Marjorie Isabel Guzman

Rusia quiere mentir con la vacuna para decir nosotros fuimos los primeros que encontramos la vacuna pura falsedad – *Россия лжет с вакциной, это только для того, чтобы сказать, мы – первые, чистая ложь*<sup>1</sup>.

Создание вакцины послужило и поводом для создания мемов. Большинство мемов оформлены в ироничном плане, в испаноязычном киберпространстве мемы стали синонимом шутки – chiste. По мнению испаноязычных пользователей сети разработка вакцины в России – это, несомненно, заслуга Президента страны, см.:

---

<sup>1</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=iXbw1aRQP8s>



Рис. 8.

### Разработка вакцины – это заслуга Владимира Путина

*Я – вирус, я – непреодолимая сила. – А я – Владимир Путин,* – говорит Президент на фоне вакцины COVID-19. Путин, олицетворяющий Россию – Rusia es Putin, Россия – это Путин – предстает в испаноязычных мемах как сильный президент, мужественный и решительный человек, которому по плечу справиться с мировым злом.

Вакцина от коронавируса получила название «Спутник V». Россия опередила США – подобно Спутнику 1957 г., сигналы которого явились для американцев полной неожиданностью.

La vacuna contra el coronavirus desarrollada por Rusia fue bautizada «SputnikV», en homenaje al satélite soviético. En días pasados, el gobierno de Rusia manifestó sus intenciones de adelantar su vacuna a la de Estados Unidos como sucedió con el satélite soviético Sputnik<sup>1</sup>.

В мемах обыгрывается состав вакцины (водка) и форма шприца, отражающая советскую символику.

<sup>1</sup> <https://www.eluniverso.mx/mundo/coronavirus-por-que-se-llama-sputnik-v-la-vacuna-de-rusia>



Рис. 9.  
Состав вакцины и форма шприца из России

Ряд мемов посвящен опасениям, что прививка превратит всех в русских.

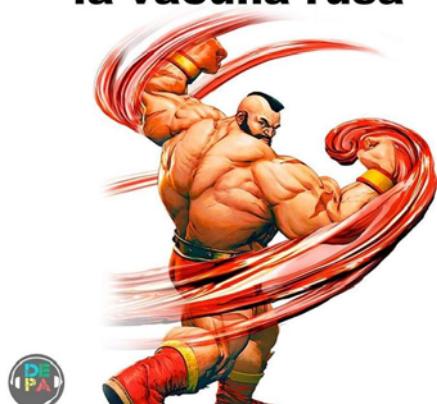


Рис. 10.  
Первый принялший российскую вакцину наверняка  
выглядел так...

В YouTube размещены видео о том, что сделавшие российскую прививку приобретают необыкновенную физическую силу, начинают плясать вприсядку, ругаться по-русски:

«Я сделал российскую прививку и, черт возьми, теперь могу ругаться по-русски»<sup>1</sup>, – написал один из пользователей.

## Este eres tú después de ponerte la vacuna rusa



For mother Russia

Рис. 11.  
Это ты после российской прививки:  
«За Матушку-Россию!»

Некоторые мемы связывают российскую прививку с идеологической (коммунистической) трансформацией пациента (рис. 12) и даже с возникшим желанием реставрировать Советский Союз (рис. 13) – ирония малоуместная в ситуации смертельной опасности<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> [https://weekend.rambler.ru/crazy-world/44699899-rossiyskaya-vaktsina-ot-koronavirusa-stala-memom-sredi-inostrantsev/?utm\\_source=head&utm\\_campaign=self\\_promo&utm\\_medium=news&utm\\_content=news](https://weekend.rambler.ru/crazy-world/44699899-rossiyskaya-vaktsina-ot-koronavirusa-stala-memom-sredi-inostrantsev/?utm_source=head&utm_campaign=self_promo&utm_medium=news&utm_content=news)

<sup>2</sup> <https://adncuba.com/entretenimiento/mejores-memes-de-la-vacuna-rusa-contra-la-covid>

# **Cuando te pones la vacuna rusa contra el coronavirus**



Рис. 12.

**После того, как ты сделал российскую прививку  
от коронавируса**



Рис. 13.  
Желание восстановить СССР после российской вакцины

– Вот тебе русская прививка против ковида. Как ты себя чувствуешь, Боб? – Как будто я очень хочу восстановить Советский Союз.

Все это свидетельствует о модификации объективной реальности и создании новой медиареальности, воспринимаемой как данность, способствует формированию целенаправленных психологических установок в сознании реципиента.

С лингвистической точки зрения представляет интерес механизм декодирования информации, заложенной в содержании

мема. Представляется перспективным алгоритм декодирования, основанный на теории концептуальной интеграции Ж. Фоконье и М. Тернера [Turner, Fauconnier, 2000] о формировании ментальных полей. Путем когнитивной операции микширования / взаимного наложения двух и более исходных пространств, разных семиотических кодов – вербального и визуального – появляется смешанное пространство – интеграт / бленд, позволяющий декодировать концептуальное содержание.

При этом для декодирования мема пользователь должен опираться на фоновые экстралингвистические знания. Например, как в следующем меме.



Рис. 14.

**Осталось совсем немного дней до выборов. А я еще не решил, какого кандидата мне избирать, чтобы он меня ограбил...**

Комический эффект мема усиливается за счет визуальной составляющей: на картинке изображен комедийный герой актера Аткинсона *агент Джонни Инглиши*, который стал полной противоположностью агента Джеймса Бонда.



Рис. 15.  
**Когнитивная операция создания бленда**

### Заключение

В заключении проведенного исследования можно сделать следующие выводы.

- В интернет-мемах находят отражение ключевые события жизни страны и мира, которые получают различную интерпретацию в зависимости от принадлежности к конкретной виртуальной группе, в зависимости от возрастной и гендерной категорий и др.
- Алгоритм декодирования, основанный на теории концептуальной интеграции, состоит в когнитивной операции взаимного наложения двух и более исходных пространств для формирования бленда, позволяющего декодировать концептуальное содержание.

### Список литературы

- Аблеев С.Р., Кузьминская С.И. Массовая культура современного общества: теоретический анализ и практические выводы. – 2003. – URL: [http://aipe.roerich.com/russian/mas\\_kult.htm](http://aipe.roerich.com/russian/mas_kult.htm) (дата обращения: 05.10.2021).
- Бретт Т. Руководство по мемам: путеводитель пользователя по вирусам сознания. – 2017. – URL: <http://asocial.narod.ru/material/memes.htm> (дата обращения: 05.10.2021).

- Будовская Ю.В.* Меметический подход к изучению принципов распространения информации в социальных сетях и социальных медиа : автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Москва, 2013. – 19 с.
- Вознюк К.* Мемы в рекламе и брендинге. – 2012. – URL: <http://www.sostav.ru/news/2012/12/29/memyu> (дата обращения: 05.10.2021).
- Гуторенко Л.С.* Комические креолизованные Интернет-мемы в русско-, испано- и англоязычной виртуальной коммуникации: лингвистический аспект и социокультурные особенности : автореф. дис.... канд. филол. наук. – Москва, 2019. – 22 с.
- Докинз Р.* Эгоистичный ген / пер. с англ. Н.О. Фоминой. – М. : ACT : Corpus, 2013. – 501 с.
- Интернет-мем. – 2021. – URL: <http://ru.wikipedia.org/wiki/Интернет-мем>. (дата обращения: 05.10.2021).
- Квят А.Г.* Медиамем как инструмент политического PR: когнитивный подход // Медиаскоп. – 2013. – № 1. – URL: <http://www.mediascope.ru/node/1254> (дата обращения: 05.10.2021).
- Канашина С.В.* Интернет-мем как новый вид полимодального дискурса в интернет-коммуникации (на материале английского языка) : автореф. дисс. ... канд. филол. наук. – Москва, 2016. – 26 с.
- Ксенофонтова И.В.* Специфика коммуникации в условиях анонимности: меметика, имиджборды, троллинг // Интернет и фольклор : сборник статей. – М. : ГРЦРФ, 2009. – С. 285–291.
- Моисеенко Л.В.* Интернет-мемы в процессах игрового моделирования в киберпространстве // Испания и Россия: исторические судьбы и современная эпоха : коллективная монография / отв. ред. О.В. Волосюк, К. Камареро Буйон, Т.Б. Коваль, Е.Э. Юрчик. – М. : Международные отношения, 2017. – С. 519–526.
- Молчанова Г.Г.* Антропоцентричность меметики в когнитивно-семиотическом ракурсе // Когнитивные исследования языка. – М., 2017. – № 30. – С. 74–78.
- Рашкофф Д.* Медиавирус. Как поп-культура тайно воздействует на ваше сознание. – М. : Ультра. Культура, 2003. – 368 с.
- Савицкая Т.Е.* Интернет-мемы как феномен массовой культуры // Культура в современном мире. – 2013. – № 3. – URL: [http://infoculture.rsl.ru/NIKLib/althouse/news/KVM\\_archive/articles/2013/03/2013-03\\_r\\_kvm-s3.pdf](http://infoculture.rsl.ru/NIKLib/althouse/news/KVM_archive/articles/2013/03/2013-03_r_kvm-s3.pdf) (дата обращения: 05.10.2021).
- Столетов А.* Мемы: мифы и реальность. – 2009. – URL: <http://www.advertology.ru/article74564.htm> (дата обращения: 05.10.2021).
- Тирон Е.* Мем – это «вирус ума». – 2009. – URL: <http://www.advertology.ru/article> (дата обращения: 05.10.2021).
- Шомрова С.А.* Политический Интернет-мем: сущность, специфика, разновидности // Бизнес. Общество. Власть. – 2015. – N 22. – С. 32. – URL: <https://www.hse.ru/mag/27364712/2015--22.html> (дата обращения: 05.10.2021).
- Шомрова С.А.* Спонтанность как иллюзия: Интернет-мем в структуре политической коммуникации // Медиа. Информация. Коммуникация. – 2015. – N 15. – URL: <http://mic.org.ru/15-nomer-2015/528-spontannost-kak-illyuziya-internet-mem-v-strukture-politicheskoy-kommunikatsii> (дата обращения: 05.10.2021).
- Шурина Ю.В.* Интернет-мемы как феномен интернет-коммуникации // Научный диалог. – Екатеринбург, 2012. – № 3. – С. 161–173.

- Шурина Ю.В.* Первый в новейшей истории мем федерального значения. – 2014. – URL: [https://www.gazeta.ru/science/2014/05/07a\\_6020477.shtml](https://www.gazeta.ru/science/2014/05/07a_6020477.shtml) (дата обращения: 05.10.2021).
- Blackmore S.* The Meme Machine. – Oxford : Oxford University Press, 2000. – 464 p.
- Dennett D.C.* Breaking the Spell. – London : Penguin Books Ltd., 2007. – 455 p. – URL: [http://skepdic.ru/wp-content/uploads/2012/11/Daniel\\_C\\_Dennett\\_Breaking\\_the\\_Spell\\_Religion.pdf](http://skepdic.ru/wp-content/uploads/2012/11/Daniel_C_Dennett_Breaking_the_Spell_Religion.pdf) (дата обращения: 05.10.2021).
- Herring S.C.* Relevance in computer-mediated conversation // Handbook of pragmatics of computer-mediated communication / Stein D., Virtanen T. (Eds.). – Berlin : Mouton de Gruyter, 2013. – P. 245–268.
- Mancera A., Pano A.* El español coloquial en las redes sociales. – Madrid : Arco Libros, 2013. – DOI: 10.4067/S0071-17132015000200014 (дата обращения: 05.10.2021).
- Turner M., Fauconnier G.* Metaphor, Metonymy, and Binding // Metaphor and Metonymy at the Crossroads: A cognitive Perspective. – Berlin ; New York : Mouton de Gruyter, 2000. – P. 133–145
- Wilson E.O., Lumsden Ch.J.* Gens, Mind, and Culture. The Coevolutionary Process. – 25 th Anniversary Edition. – N.Y. : World Scientific : Hackensack, 2005[1981]. – 428 p.

И.А. Гусейнова

**«СКРЫТЫЕ УГРОЗЫ» СОВРЕМЕННОЙ  
НЕМЕЦКОЯЗЫЧНОЙ  
ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ**

*Московский государственный лингвистический университет,  
Москва, Россия, ginnap@mail.ru*

*Аннотация.* В статье проводится анализ отечественных и зарубежных теоретических и научно-прикладных статей, посвященных изучению тенденций, происходящих в современной интернет-коммуникации. Особое внимание уделяется факторам, оказывающим существенное влияние на формирование языка интернет-коммуникации в немецкоязычном пространстве. Описываются наиболее важные языковые процессы, актуальные для немецкого языка социальных сетей. В подтверждение теоретических изысканий в статье приводятся конкретные иллюстративные примеры на немецком языке. Одновременно автор статьи предпринимает попытку систематизации лингвистических факторов, способствующих управлению социальной реальностью.

*Ключевые слова:* социальные сети; интернет-коммуникация; социолингвистические параметры; дигитализация; социум; институциональная сфера.

Глобальный поворот к цифре и дигитализация коммуникативно-дискурсивного пространства стимулируют изучение новых форм опосредованной коммуникации. Происходящие цифровые изменения в гуманитарной сфере дают толчок, прежде всего, к анализу последствий глобализационных процессов. По этой причине целесообразным представляется изучение методологических подходов, применяемых в условиях цифровой трансформации, с одной стороны, и проведение анализа эмпирических фактов, иллюстрирующих отмечаемые различными учеными тенденции, – с другой.

Следует сразу отметить, что системное исследование средств коммуникации, специфики речевых сигналов, технологии кодирования речи при помощи различных средств естественного языка, анализ интеллектуальных систем управления речью и подобные вопросы стоят в центре внимания многих авторитетных отечественных ученых [Потапова, 2010]. Подобные исследования ведутся в российской и зарубежной науке на протяжении нескольких десятилетий.

В области гуманитарной науки необходимо упомянуть публикации, посвященные анализу политического языка, содержащие формулы и лозунги, которые следует рассматривать в качестве культурного кода политического пространства [Душенко, 2018]. Принято считать, что для информационно-коммуникационной среды характерно размывание границ, однако одновременно мы наблюдаем попытки очертить дискурсивное виртуальное пространство. Его упорядочивание и членение осуществляется при помощи различных коммуникативных жанров (форум, чат, блог и другие); при помощи собственно языка, что позволяет говорить об англо-, русско-, испано-, франко-, немецкоязычном пространстве и т.п. Особое значение приобретают на фоне глобализационных процессов диалекты, которые являются неотъемлемой частью любой этнокультуры [Чукшиц, 2017], а также редкие языки, в том числе эритажные, использование которых тесно связано с попытками этносоциумов сохранить свою национально-культурную и языковую идентичность. В последнее время их присутствие становится все более заметным в информационно-коммуникационной среде. Отдельного упоминания заслуживают публикации, в которых описываются концепты, формирующие культурный код конкретного национально-языкового сообщества [Клименко, 2020] и служащие его идентификации в виртуальном пространстве. Отмечается количественный рост лексем, характерных для устной речи, например, применительно к русскому языку универбатов, которые являются «результатом словаобразовательного процесса и одновременно универсальным способом словоизводства» [Клименко, 2020, с. 4]. Тенденция употребления слов и словосочетаний, типичных для устной речи, наблюдается и в других языках.

Н.Н. Трошина в своей статье «Английский язык в Германии» [Трошина, 2020] справедливо пишет, что язык, приобретая исключительную важность, способствует формированию лояльного отношения к нему и одновременно созданию условий для его распространения и популяризации, а в дальнейшем и для его по-

всеместного использования в качестве инструмента «для создания единого экономического и коммуникативного пространства» [Трошина, 2020, с. 107].

Рассмотрим ниже, какие параметры коммуникативно-дискурсивного пространства свидетельствуют о наличии условий, необходимых для реализации социокультурного взаимодействия в глобализированной цифровой среде.

1. Определены ключевые параметры дигитализированных видов дискурса. К ним зарубежные исследователи относят «Nonlinearität, sprachliche Vielfalt, Multimodalität, Interaktivität und Dynamik» (нелинейность, языковое разнообразие, мультимодальность, интерактивность и динамичность. – *Пер. наш*) [Bröcher, Herzberg, 2019].

2. Оуществлена интернационализация разных видов институционального дискурса – образовательного, научного, медийного, профессионального и других – это один из ключевых результатов глобализации. Многие исследователи справедливо отмечают, что «в виртуальной среде сегодня сосредоточена деловая, образовательная, развлекательная информация <...>; трансформируется деятельность СМИ, создается единая среда распространения масовой информации – мультимедиа» [Кривцова, 2016, с. 162].

3. Повыshена степень доверия к дигитализированным видам дискурса. Зарубежные исследователи отмечают неуклонный рост доверия к фейковым новостям у лиц, имеющих предубеждения ксенофобного характера: «Personen mit fremdgefeindlichen Einstellungen Fake News häufiger für wahr halten» (лица, имеющие предубеждения по отношению к представителям иных культур, чаще считают фейковые новости правдивыми. – *Пер. наш*) [Bröcher, Herzberg, 2019, S. 2]. Отмечается, что фейковые новости зачастую воспринимаются как объективные, заслуживающие доверия события, сопровождающиеся экспертными комментариями. При этом вымышленные новости «кочуют» в информационно-телекоммуникационном пространстве, приобретая со временем статус «digital nomad» (цифровойnomad. – *Пер. наш*). Безусловно, понятие статус «digital nomad» [Кривцова, 2016, с. 163] относится прежде всего к современному человеку, который пользуется современными технологиями. Мы полагаем, что данное понятие применимо сегодня не только к профессионалам и предпринимателям, не привязанным к определенному месту, но и к пользователям социальных сетей, кочующим по ним в соответствии со своими предпочтениями и потребностями, а также к новостям и событиям, приобретающим в

виртуальном пространстве номадический характер. При цифровом номадизме дигитальные технологии становятся определяющими во всех видах человеческой деятельности. Меняя географическое пространство, человек остается в том виртуальном мире, который сопровождает его в процессе пространственно-временных перемещений.

4. Установлен репертуар языковых и неязыковых средств на материале разных языков, пригодный для «оптимизации маркетинга территорий и установления роли языковых средств в брэндинг-дискурсе в целом» [Митягина, Сидорова, 2018, с. 43]. Наблюдается масштабное освоение коммуникативно-дискурсивного пространства всеми доступными способами, однако, ключевая роль по-прежнему отводится двум основным каналам распространения информации – тексту и изображению.

Остановимся ниже на освоении пространства лингвистическим способом – путем формирования единого языкового континуума, в котором ключевая роль отводится языку международного общения, так называемому *lingua franca*. Многие исследователи справедливо подчеркивают рост популярности английского языка во всем мире и его использование в качестве языка институционального взаимодействия в профессиональной среде. На примере Квебека (Канада), где люди говорят, помимо английского, и на французском языке, приводится следующая статистика: «Так, использование английского работниками либеральных профессий и научно-технических персоналом выросло с 60,3% до 62,8%» [Богданов, Марусенко, Марусенко, 2020, с. 69]. Многие зарубежные ученые также отмечают, что 80% научной информации публикуется в международных базах данных на английском языке, в то время как остальные 20% приходятся на все остальные языки. Это касается разных областей знания, в том числе медицины и другого, *ср.: «First, the outcomes are presented of our analysis of the Faculty of Medicine at University of Münster (Germany). Figure 1 shows per year-block the total output of the faculty (including papers in all languages), and the output in English-language journal publications only. The share of the latter is about 80% of the former, which means that 20% of the output consists of non-English language journal publications»* [Language biases in the coverage of the Science Citation Index and its consequences of international comparisions of national research performance, 2001, p. 338]. Однако на институциональный статус *lingua franca* могут претендовать распространенные языки, к которым относятся русский, китайский, испанский, арабский и фран-

цузский, т.е. официальные языки Организации Объединенных Наций. Для выхода за пределы реального социального пространства необходимо применение языка общения, обеспечивающего быструю транснациональную коммуникацию и взаимодействие. В настоящих условиях этому способствует применение английского языка, в то время как сохранение культурно-языкового наследия, многообразия языков и разнообразия культур возможно в границах физического пространства. Стремление к сохранению языкового многообразия за пределами конкретной страны требует институциональных усилий и создания целых институтов, ориентированных на продвижение языка и культуры, в то время как повсеместное использование ресурсов *lingua franca* позволяет экономить средства и использовать их на другие более важные аспекты современной жизни.

На институциональное признание и приобретение весомого лингвистического статуса могут рассчитывать и другие жизнеспособные языки, например, португальский и немецкий и многие другие, которые способствуют преодолению географической разрозненности и нацелены на формирование «пространств коммуникации» [Писанова, Альварес, 2019]. Многие современные ученые отмечают наличие в современных условиях четырех языковых ситуаций, обусловленных диглоссией: 1) социальное двуязычие, которое характеризуется тем, что в одном сообществе используются два языка; 2) использование индивидуумами в рамках сообщества по их выбору диалекта или стандартного языка; 3) использование диалекта или стандартного языка, когда выбор обусловлен не идентичностью носителей, а самой ситуацией; 4) дилалия, которая является частным случаем диглоссии, когда большинство отдает предпочтение стандартному языку, приводя тем самым к миноризации диалекта [Богданов, Марусенко, Марусенко, 2020, с. 105]. Вышесказанное релевантно для современной интернет-коммуникации, которая сегодня характеризуется стремлением к глобализации на фоне разнообразных глобализационных процессов. Глобализация трактуется нами как процесс, ориентированный на сохранение культурно-исторического наследия и продвижение достижений в области культуры, науки, экономики, социальной сферы, политики в различных видах пространства. Язык играет при этом главенствующую роль, поскольку фиксирует накопленное веками научное и альтернативное знание, объективируемое, прежде всего, во фразеологическом фонде в каждом языке – в пословицах, поговорках, шутках, прибаутках, а также в реалиях –

культурных, исторических, географических, национально-специфических и др. По этой причине особое значение приобретает противоположная глобализации тенденция, а именно глокализация. Из выше сказанного следует, чем больше функций выполняет язык, чем выше его статус, тем выше его распространность и, соответственно, жизнеспособность или витальность конкретного языка. По этой причине все чаще в информационно-телекоммуникационном пространстве наблюдается использование языковых средств, маркирующих этносоциум и сохраняющих национально-культурную идентичность. На наш взгляд, смоделированная в информационно-коммуникационном пространстве Интернета содержательная среда, учитывающая интересы и потребности различных целевых аудиторий, со временем выйдет за пределы виртуального пространства и станет объективной социальной реальностью со всеми ее преимуществами и недостатками. В этом свете особую важность приобретает идея о необходимости освоения «кодов культуры» [Махлина, 2009], которые заключают в себе целый пласт информации и ценностных ориентаций, релевантных для каждой конкретной лингвокультуры и одновременно для различных национально-языковых сообществ.

Напомним, что в современном языкоznании в трудах, посвященных анализу эмпирических фактов, изъятых из социальных сетей, на постоянной основе предпринимаются многочисленные попытки жанрового членения виртуального пространства, однако, систематизация жанров интернет-коммуникации затруднена в силу их гибридного характера и существования на разных платформах. Немецкие ученые в области интернет-коммуникации выделяют три основные социальные сети, а именно Фейсбук, Твиттер, Вотсап, поскольку по их мнению, текстовые сообщения имеют явные различия, идентифицируемые на разных уровнях языка, ср. нем. «Bloggst du noch oder twitterst du schon?» (рус.: Ты предпочитаешь блоггерствовать или общаться в твиттере? – *Пер. наш*) [Klossa-Kückelhaus, 2019, S. 46]. Социальные сети учитывают социолингвистические параметры целевых аудиторий – пол, возраст, социальный статус, гендерный фактор и др. Отмечается преобладание тех или иных социокультурных параметров при определении содержания социальных сетей, в том числе возрастных характеристик. Анализ немецкоязычных социальных сетей показывает определенные тенденции в употреблении грамматических средств. Так, в ходе анализа коннекторов *weil / denn* в Фейсбуке было установлено, что в их употреблении существенную роль играют воз-

растные характеристики – *weil* используется в более зрелом возрасте, в то время как применение *denn* характерно для школьников, например, в сочинениях, ср. нем.: «Die Studie legt nahe, dass in Facebook-Texten eine Präferenz für den Konnektor *weil* vorliegt, wohingegen in Texten von Schüler/-innen häufiger *denn* verwendet wird» [Bröder, Herzberg, 2019, S. 5]. Помимо этого, для Фейсбука характерно использование самостоятельных предложений, которые начинаются с союзного слова *weil*, хотя по правилам грамматики немецкого языка в начале предложения употребляется слово *da*, и самостоятельно придаточное предложение без главного не употребляется.

Глобальный поворот к цифре заставляет членов различных этносоциумов пересмотреть свое отношение к объектам и явлениям окружающей действительности, что находит свое выражение в дискурсивно-коммуникативных практиках, применяемых в бытовой и профессиональной сферах. На языковом уровне это проявляется в широком распространении в немецкоязычном социуме в повседневной и институциональной среде понятия *Lohas*, которое с точки зрения словообразования в немецком языке представляет собой аббревиатуру и восходит к английскому *Lifestyle of Health and Sustainability* [Klosa-Kückelhaus, Schnedermann, 2019, S. 22]. Очевидно, что подобное понятие, укореняясь в массовом сознании реципиента, потребует изменения контента социальных сетей, что приведет к усиленному потреблению таких существительных, как *Veganer / Vegetarier* – вегетарианец, человек, потребляющий растительную пищу; *Frutarier* – человек, отдающий предпочтение потреблению фруктов и т.п. Появление корпуса текстов, посвященных здоровому образу жизни, нуждается в применении четких коммуникационных каналов их распространения – СМИ, радио, телевидения и др., что потребует от пользователей сетей знаний существующих диет, рекомендуемых к потреблению продуктов питания, а также закономерностей порождения рекламных текстов и видеоматериалов. Помимо этого следует напомнить, что вокруг данных понятий в соответствии со спецификой немецкого языка появятся производные, например, *Teilzeitvegetarier* – человек, условно придерживающийся концепции вегетарианства, приверженец частичного вегетарианства. В свете вышесказанного применительно к пользователям сетей возрастет и роль глоссариев, какmono-, так и полиязычных, в которых должна будет присутствовать информация о том или ином явлении, маркирующем здоровый образ жизни. Приведем для иллюстрации следующий реаль-

ный пример, понятие Superfood, возникшее не более 10 лет назад: «Superfood – Nahrungsmittel, dem besonders viele Vitamine und andere wertvolle Inhaltsstoffe und damit eine besondere gesundheitsfördernde Wirkung zugeschrieben wird» [Klosa-Kückelhaus, Schnedermann, 2019, S. 24]. Без такого пояснения перевод понятия «супереда» (рус. также суперфуд) не представляется возможным, а дальнейшее продвижение этого продукта без адекватного оформления в рекламном или медицинском дискурсе представляется весьма затруднительной. В условиях цифровой трансформации меняется собственно стиль жизни, а в дальнейшем и социальное поведение не только индивида, но и конкретных сообществ, объединенных общими интересами и предпочтениями. По этой причине в социальных сетях следует ожидать появления лексических единиц, отражающих новую реальность. В подтверждение вышесказанного приведем конкретные примеры из немецкоязычных соцсетей: Couchpotato / Couchkartoffel; Homing; Cocooning [Klosa-Kückelhaus, 2020, S. 1–2]. Безусловно, раскрыть содержание приведенных выше лексем с точки зрения социокоммуникативной практики возможно только через работу с корпусами данных и анализ контекстного употребления вышеприведенных лексических единиц, которые обозначают вовсе не картофель (Couchpotato / Couchkartoffel), а людей, которые ведут сидячий образ жизни и предпочитают не выходить своего дома без видимой причины или необходимости, ср. нем.: «Mit diesen Wörtern werden Menschen bezeichnet, die ihre Freizeit vorzugweise sitzend verbringen» [Klosa-Kückelhaus, 2020, S. 1]. Homing следует трактовать как времяпрепровождение дома, когда дом рассматривается как центр для организации своего досуга, ср. нем.: «Zuhause als Mittelpunkt der Freizeitgestaltung» [Klosa-Kückelhaus, 2020, S. 2]. Cocooning – это ничто иное, как желание оградиться от внешнего мира, «закрыться в коконе». Об интенсивном использовании социальных сетей в бытовой и профессиональной сферах человека свидетельствует возникновение глаголов, обозначающих речевые и практические действия в виртуальной среде. Приведем несколько примеров из немецкоязычных источников: mailen, anmailen, simsen, bloggen, posten, skypen, whatsappen [Klosa-Kückelhaus, Schnedermann, 2019, S. 46] (рус. – писать по электронной почте, направлять смс-сообщение, размещать пост / постировать, вести блог, выходить на связь через скайп, общаться по вотсаппу. – Пер. наш). На первый взгляд, речь идет о лексемах, маркирующих интернет-коммуникацию. Однако более глубокий анализ лексических единиц с

привлечением социолингвистических исследовательских методов, элементов контент-анализа, теории дискурса и коммуникации позволяет прийти к следующему заключению: единицы *mailen*, *bloggen*, *twittern* выражают не только коммуникационные технологии, служащие опосредованной коммуникации, но и определяют социолингвистические параметры групповых сообществ. По техническому каналу распространения и передачи информации можно определить социальный статус, социокультурный уровень, профессиональные обязанности, уровень сформированности информационной компетентности участника виртуального общения. В этом свете анализ контента социальных сетей требует учитывать также социолингвистические параметры, «заложенные» в информационные каналы общения – блог, Твиттер, Вотсап и др.

Для немецкого языка социальных сетей характерно употребление глаголов, содержащих компоненты *fremd* и *gegen*, ср. нем. «Fremd-Verben und Gegen-Verben» [Müller-Spitzer, Ribeiro-Silveira, 2019, S. 16]. Среди них встречаются лексические единицы, которые представляют определенную трудность для понимания и толкования, например, *fremdschämen* и *fremdevaluieren*. В конвенциональных справочных изданиях данные глаголы не представлены, что требует поиска возможных вариантов толкования либо в корпусах текстов, либо в электронных словарях глоссарного типа, объясняющих их значение, поскольку даже носители языка не всегда готовы сразу дать бытовую дефиницию указанным лексемам, либо собственно в социальных сетях. Тем не менее толкования подобным неологизмам имеются. Это становится возможным в ходе проведения социологических опросов, проводимых на регулярной основе. В электронных словарях, в базах данных, в национальном корпусе немецкого языка фиксируется то толкование, которого придерживается большинство респондентов. Так, достаточно популярный в немецкоязычных социальных сетях глагол *fremdschämen* трактуется как *испытывать стыд за какие-либо слова и поступки*, совершенные третьими лицами, а глагол *fremdevaluieren* является термином, встречающимся в сфере педагогики, и его можно перевести как *проводить независимую диагностику*.

Усложняет анализ содержания современных немецкоязычных социальных сетей явный «сдвиг» в сторону изобразительных средств и средств визуализации, которые отодвигают вербальную часть на второй план. Отметим также популярность термина «сдвиг», применяемого к языковым ситуациям в целом, так называемый *language shift*, который ведет не только к смене или замене

языков общения, но и к смене репертуара языковых средств. Сокращение словесных описаний привносит усиление эмоционального компонента, что приводит в результате к использованию эмотиконов, передающих отношение и оценку участников виртуального взаимодействия к предмету общения. Это особенно заметно в резюмирующей части комментариев на немецком языке в таких жанрах, как ток-шоу, интервью и других зрелищных форматах. Одновременное упрощение вербального контента переводит общение в эмоциональное русло, позволяющее быстро и с большой степенью точности определить параметры целевой аудитории, что важно для маркетинга во всех отраслях экономики. В письменной межкультурной и межъязыковой коммуникации это приводит к использованию эмотиконов, чей репертуар неуклонно растет. Толкование эмотиконов обычно не требуется, но это не исключает необходимость поиска пользователями сетей лингвострановедческого или лингвокультурологического комментария в электронных гlosсариях и иных справочных материалах.

Анализ содержания некоторых популярных немецкоязычных социальных сетей демонстрирует тематику обсуждаемых проблем. Это – трансформации, происходящие в системе школьного и высшего образования, ср. нем.: «Veränderungen im Schul- und Hochschulwesen»; поиск спутника жизни, ср. нем.: «Partnersuche»; новые командные компьютерные игры, ср. нем.: «Neue Teamspiele» [Klosa-Kückelhaus, Schnedermann, 2019, S. 46]. Все тематические группы характеризуются употреблением определенных ключевых слов, которую выполняют функцию социального сигнала для массового реципиента, заинтересованного принять участие в общении именно по указанной тематике. Данные ключевые слова выполняют также и парольную функцию. Их употребление на регулярной основе формирует «профиль» участника данной социальной группы, и по этим данным можно установить и другие интересы коммуниканта – его вкусовые предпочтения, эмоциональные состояния, настроение и т.п. Иными словами, выявить социокультурный портрет участника данной социальной группы, который включает общие черты. Это означает необходимость участникам общения в рамках тех или иных социальных сетей владения ключевыми словами, маркирующими общение по проблеме. И если терминологическую базу можно вычленить, работая с корпусами текстов, применяя методы корпусной лингвистики, то в работе с соцсетями требуется знание слов-паролей – профессионализмов, лексем эритажных языков, диалектизмов и

иных языковых средств. В противном случае велика возможность допущения коммуникативно-прагматических промахов со стороны участника группового общения.

Формат каждой соцсети имеет свои заданные композиционные или структурные параметры, выполнение которых является обязательным для всех участников группового общения, и одновременно поддерживается структурными элементами уже заданного жанра общения. Невыполнение тех или иных композиционных требований приводит к тому, что участник соцсети начинает выделяться на фоне остальных членов группы, что вызывает разную реакцию со стороны других участников. Нередко эта реакция носит характер критики, что вызывает дискомфорт, и член группы общения либо подчиняется общим правилам, либо вынужден покинуть эту группу. Упомянутые обстоятельства стимулируют развитие жанровых форм интернет-коммуникации. В настоящий момент можно выделить социальные группы, которые предпочитают общение в таких жанрах, как *блог*, *чат*, *новости* и др. По мнению немецких исследователей, в социальных сетях наблюдается следующая тенденция: каждый вступающий в опосредованную коммуникацию участник опирается не на заявленную тему, а на уже ранее сделанные комментарии. Иными словами, речь идет о конструировании пространства, в котором собственное мнение нивелируется, что обусловлено попыткой новых участников группового общения «вписаться» в установленный формат. При формировании собственного контента социальных сетей участник группового общения становится невольно «заложником» транслируемых форматов, что приводит к его эмоциональной загруженности, снижающей в ряде случаев качественные и количественные показатели его коммуникативной деятельности. Понимая, что за высказыванием стоит нечто другое, тем не менее участник социальных сетей придерживается заданной композиции и ценностным взглядам и установкам, которые являются обязательными для всех членов данной группы общения.

Однако следует упомянуть, что анонимизация и использование псевдонимов позволяют присутствовать в различных социальных сетях и активно взаимодействовать с различными социально детерминированными группами, нивелируя тем самым все социолингвистические параметры, в том числе гендерный фактор, который мы трактуем вслед за большинством ученых как социокультурный пол. Именно по этой причине многие зарубежные исследователи размышляют о «постфеминистской эпохе», которая

рассматривается ими как историческое развитие феминизма, или, что нам представляется более важным, как часть возникающих в современном мире трансформаций, ср. англ.: «A contrasting perspective regards postfeminism as an historical shift within feminism, or as part of its on-going transformation» [Litosseliti, Gill, Favaro, 2019, p. 4].

Гендерные трансформации ставят участников группового общения перед выбором, обусловленном спецификой конкретных языков и одновременно желанием или нежеланием транслировать свою реальную гендерную идентичность. Элиминирование гендерного фактора в современных текстах нередко приводит к потере гендерной идентичности и одновременно к популяризации гендерных конструктов в других лингвокультурах, где гендерный аспект эксплицитно представлен лексико-грамматическими средствами самого языка (категории рода и др.).

## Заключение

Анализ публикаций, а также авторские наблюдения за развитием коммуникативно-дискурсивного пространства в условиях цифровых трансформаций свидетельствуют о том, что дигитализацию гуманитарного пространства, интернационализацию различных видов институционального дискурса, стремление к сохранению при помощи различных языковых средств своей национально-культурной идентичности следует рассматривать в качестве ключевых последствий глобализации. Применительно к языковым процессам, происходящим в информационно-телекоммуникационной сети Интернет, необходимо подчеркнуть сдвиг в сторону визуализации вербального контента, широкого употребления лексем, типичных для устного разговорного дискурса, а также для ситуаций бытовой коммуникации. Уход от *lingua franca* в виртуальной среде способствует, с одной стороны, сохранению уникальных культурных и языковых характеристик конкретных этносоциумов, и служит маргинализации определенных социальных групп общения, с другой. Языковое оформление опосредованной коммуникации позволяет установить социолингвистические параметры целевых групп общения, определить их предпочтения и вкусовые пристрастия, очертировать круг их возможных реальных интересов. Данные параметры целевых аудиторий позволяют в дальнейшем управлять социальным поведением целых сообществ через регулярное обновление

и актуализацию привлекательного для них содержания. Таким образом, при освоении виртуального пространства учитываются не только технологические возможности телекоммуникационной сети Интернет, но и социолингвистические параметры целевых аудиторий. При этом ключевую роль играют возраст, пол и социокультурные характеристики участников виртуальной коммуникации. Управление социумами осуществляется на различных уровнях языка путем применения разнообразных социокоммуникативных практик. Управление осуществляется путем постепенной замены вербально-го компонента визуальным или аудиовизуальным. Управление социумами происходит на содержательном уровне путем выделения коммуникативных групп с учетом их интересов и потребностей, на композиционно-речевом уровне через использование определенных жанров или жанровых систем, которые включают в себя корпуса текстов, посвященных одной и тоже тематике и одновременно учитывая социолингвистические параметры участников коммуникантов – молодежные социальные сети, родительские сети, сети, предназначенные для лиц старшего поколения и т.п. Управление осуществляется на институциональном уровне путем формирования коммуникативных сообществ по совокупности признаков и профессиональной принадлежности.

Особое явление, требующее дальнейшего изучения, – гендерная вариативность, которая в условиях цифровых трансформаций и развития постфеминистской культуры предполагает конструирование гендерного фактора с учетом индивидуальных гендерных предпочтений участников виртуального взаимодействия, которые не всегда совпадают с их социокультурным и биологическим полом. Социальные сети являются каналом, который служит трансляции изменений, происходящих в обществе, и одновременно выступает инструментом управления как виртуальной, так и социальной реальностью.

## Список литературы

- Богданов С.И., Марусенко М.А., Марусенко Н.М. Языковые переписи и мониторинг как инструмент национальной языковой политики. – СПб. : Изд-во РГПУ им. А.И. Герцена, 2020. – 344 с.
- Душенко К.В. Красное и белое: из истории политического языка : сб. статей / РАН. ИНИОН. – М., 2018. – 307 с.
- Клименко Г.В. Концепты «голова», «лицо», «рука» в русском и английском языках. – М. : Прометей, 2020. – 184 с.

- Кривцова Е.В.* Номадизм как философия и образ жизни фотографа // Цифровое кочевничество как глобальный и сибирский тренд : материалы III международной трансдисциплинарной научно-практической WEB-конференции Connect-Universum-2016 24–26 мая 2016 г. – Томск : ТГУ, 2016. – С. 162–166.
- Махлина С.Т.* Семиотика культуры повседневности. – СПб. : Алетейя, 2009. – 232 с.
- Митягина В.А., Сидорова И.Г.* Лингвистический фокус брендинга территории // Вестник БФУ им. И. Канта. – Калининград : БФУ, 2018. – № 2. – С. 42–51.
- Писанова Т.В., Альварес А.А.* Пространства коммуникации Испании и Латинской Америки : многоязычие, литература, традиции перевода. – М. : ФГБОУ ВО МГЛУ, 2019. – 214 с.
- Потапова Р.К.* Речь : коммуникация, информация, кибернетика. – М. : Либроком, 2010. – 600 с.
- Трошина Н.Н.* Английский язык в Германии // Английский язык на территории Соединенного Королевства Великобритании и Северной Ирландии и за его пределами : сб. научных трудов / РАН. ИНИОН. – М., 2020. – С. 100–125.
- Чукшиц В.А.* О роли диалектов в современной этнокультуре Австрии // Известия ВГПУ. Филологические науки. – Волгоград : ВГПУ, 2017. – С. 123–128.
- Bröcher L., Herzberg L.* Deutsch in sozialen Medien Interaktiv – multimodal – vielfältig // Bericht von der 55. Jahrestagung des Leibnitz-Instituts für deutsche Sprache. Mannheim, 12. – 14. März 2019 // IDS Sprachreport. – Mannheim, 2019. – Vol. 35, iss. 2. – S. 2–8.
- Deutsch in sozialen Medien. Interaktiv – multimodal – vielfältig : Bericht von der 55. Jahrestagung des Leibnitz-Instituts für deutsche Sprache, Mannheim, 12. – 14. März 2019 // IDS Sprachreport. – 2019. – N 2. – S. 2–8.
- Klosa-Kückelhaus A.* Bloggst du noch oder twitterst du schon? (Aus der Rubrik: Neuer Wortschatz) // IDS Sprachreport. – 2019. – N 4. – S. 46–49.
- Klosa-Kückelhaus A.* Von Nichtstun und Erholung (An Weihnachten und zu anderen Zeiten). (Aus der Rubrik: Neuer Wortschatz) // IDS Sprachreport. – 2020. – N 4. – S. 1–5.
- Klosa-Kückelhaus A., Schnedermann T.* Sind Sie auch schon ein Lohas? (Aus der Rubrik: Neuer Wortschatz) // IDS Sprachreport. – 2019. – N 3. – S. 22–25.
- Language biases in the coverage of the Science Citation Index and its consequences of international comparisions of national research performance / Leeuwen Van Th.N., Moed H.F., Tijssen R.J.W., Visser M.S., Raan Van A.F.J. // Scientometrics. – Leiden : Leiden University, 2001. – Vol. 51, N 1. – P. 335–346.
- Litosseliti L., Gill R., Favaro L.G.* Postfeminism as a critical tool for gender and language study // Gender and Language. – L. ; Birkbeck : Equinox Publishing, 2019. – Vol 13.1. – P. 1–22.
- Müller-Spitzer C., Ribeiro-Silveira M.* Fremdschämen muss sich jeder Mal, aber haben Sie schon einmal von Fremdpflegen oder Fremdküssen gehört? // IDS Sprachreport. Eine Studie zur Akzeptabilität und zum Neologismenstatus von Fremd-Verben. – 2019. – N 3. – S. 16–24.

**Н.А. Ахренова**

## **ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИЯ: ОТ ЛИЧНОГО ПИСЬМА ДО ИНФОРМАЦИОННОЙ ВОЙНЫ**

*Государственный социально-гуманитарный университет,  
г. Коломна, Россия, nakhrenova@mail.ru*

*Аннотация.* Статья представляет ретроспективное описание эволюции коммуникации, которая путем долгих эволюционных преобразований сместилась в медиум Интернета, и образовалась новая форма коммуникации – интернет-коммуникация. Анализ проводится с опорой на труды ведущих философов, лингвистов, учитывая ключевые постулаты теории коммуникации. Опираясь на труды классиков, автор делает выводы об изменениях, произошедших за последние два десятилетия, что превратило интернет-коммуникацию в один из ключевых механизмов манипулирования сознанием и формирования общественного мнения.

*Web screens may blossom with movies and be garnished with sound tracks but,  
for the moment, type is the primary vehicle for information and persuasion.  
Its appearance on screen is more crucial than ever. Intense competition for the user's  
attention means that words must attract, inform (and maybe seduce) as quickly as  
possible. Flawless delivery of the message to the screen is the goal. The road to success  
is very broad, but the surface rather uneven.*

Roger Bring (author, graphic designer and educator)

Вся многовековая история развития человечества неразрывно связана со сменой форм и форматов коммуникации и обмена информацией, которая влечет за собой изменение типов и способов восприятия окружающего мира человеком. Бесспорным можно считать и тот факт, что подобная эволюция восприятия, а в последние два десятилетия – революция, проходит в тесной связи с культурными и общественными изменениями. Пройдя долгий и

неоднородный путь, средства коммуникации трансформировались из инструментов межличностной коммуникации в глобальную машину манипулирования и формирования общественного мнения. С приходом Интернета глобальная межличностная и деловая коммуникация претерпели самые серьезные за всю историю своего существования изменения, вступили в неразрывную связь с массмедиа [Крысин, 2009, с. 152] и были по праву причислены к средствам массовой информации. Традиционно М. Маклюэн причислял к разряду инструментария массмедиа разнообразные предметы и факты окружающего мира: одежду, транспорт, денежные знаки, электрический свет, рекламу, жилище, часы, фотографии, оружие, автоматическое оборудование и т. д., – т.е. все, что влияет на коммуникацию человека с окружающим миром (природой и социумом), а также меняет и реорганизует ее [Маклюэн, 2015]. Эти средства приравнивают к внешним «расширениям» человека, которые призваны служить своеобразным техническим продолжением его тела, обоняния и осознания, начиная с «Левиафана» английского философа Т. Гоббса. Постепенно эти средства и технологии полностью овладевают человеком, но не подчиняются ему, а как бы отделяются от него, хотя и сосуществуют с ним. Такое отделение М. Маклюэн метафорически называет «ампутацией», или развитием технологической инфраструктуры тела человека, которое впоследствии происходит со всем социумом. Развитие технических возможностей предметов окружающей действительности и электронных средств интерпретируется как окончательная «ампутация» человеческого сознания, в результате чего человеческие способности оказываются вне его влияния и власти, развивают собственную логику и навязывают ее, не принимая во внимание самого человека. Столкнувшись с отстраненной технологической инфраструктурой, индивид оказывается беззащитным и зависимым существом перед лицом происходящего, и единственным спасением для него являются отсутствие осознания того, что именно с ним происходит, а также радость открывшихся новых возможностей. В итоге люди перестают замечать, насколько они стали зависимы от современных технических средств, которые окружают их повсеместно, от электронных мобильных устройств, при помощи которых общение происходит больше и чаще, чем лицом к лицу. Человек стал зависимым от средств, которые, как ему кажется, облегчают его жизнь. Научно-технический прогресс последних трех десятилетий влияет на образ жизни людей, на их представления об окружающем мире, на язык и общий семиозис.

Тип общества определяется доминирующим в этом обществе типом коммуникации, а человеческое восприятие – скоростью транслируемой информации. Например, «... любая технология обнаруживает тенденцию к развитию среды обитания человека. Так, рукописный шрифт и папирус породили социальную среду, ассоциирующуюся с цивилизациями Древнего мира. ... Отсюда следует, что технологическое окружение не стоит рассматривать как некое пассивное “вместилище” людей, напротив, оно (окружение) конституируется активными процессами, изменяющими как человечество, так и созданные им технологии. Сегодня мы являемся свидетелями одной из важнейших исторических трансформаций – стремительного перехода от механической технологии колеса к технологии электронных схем. Печать с помощью подвижных наборов шрифтов создала совершенно неожиданную новую среду – публику (аудиторию). Рукописные технологии не обладали достаточной интенсивностью и возможностью широкого распространения, необходимыми для создания аудитории в национальном масштабе. Того, что на протяжении последних столетий именовалось “нациями”, не существовало, да и не могло существовать до появления технологии И. Гуттенберга» [Маклюэн, 2015, с. 15, 16]. Очевидно, что модель коммуникации, которая описывал М. Маклюэн, с той или иной степенью точности уже была перенесена на наше общество, и мы в ней достаточно комфортно адаптировались и существуем. Существующая модель обуславливает как индивидуальную сенсорную, так и социальную организации, поскольку типы и средства коммуникации определяют построение знания, формируют основные способы восприятия пространства и времени, навязывая их обществу. В свою очередь, по мнению автора, развитие экономики, социальной сферы и политической инфраструктуры общества было бы проблематичным без тотального изменения коммуникативных стратегий, благодаря которым, в частности, Гуттенберг изобрел печатный станок. При этом оказалось, что предпринимательство и демократизация общества стали эффективными только в условиях массового распространения печатного слова. Именно печатным, а не устным и не письменным (рукописным) словом формируется центральный элемент такого устройства общества – самостоятельная, уникальная человеческая индивидуальность.

Став одним из идеологов трансформации коммуникации в инструмент воздействия на массы, М. Маклюэн выделяет визуально-пространственный (линейный, последовательный, перспектив-

ный) и слуховой (сферический, синхронный, имманентный) способы организации коммуникации. Письменная и печатная культуры относятся к устной, а фотография и кинематограф – к визуальной коммуникации. Телевидение же, в его понимании, нуждается в активном участии зрителя, «постоянном творческом диалоге с кинескопом», поэтому может быть причислено к осязательным (тактильным) средствам общения. В наше время к осязательным средствам общения мы причисляем Интернет, так как он полностью поглощает пользователя, становясь коллективным средством и продуктом, объединяющим всех пользователей сети.

Интересным представляется деление на исторические периоды развития цивилизации, которое несколько отличается от общепринятого, но мы считаем его наиболее подходящим для нашего исследования [Маклюэн, 2015, с. 15, 16]:

- первобытная дописьменная культура с устными формами связи и передачи информации, основанная на принципах коллективного образа жизни, восприятия и понимания окружающего мира;
- письменно-печатная культура («галактика Гуттенберга»), которая ввела цивилизацию в эпоху дидактизма и национализма, заместив присущий предыдущей эпохе коллективизм индивидуализмом, деколлективизацией и детрайбализацией;
- современный этап существования социума, возвращающий нас к естественному аудиовизуальному, мгновенному восприятию мира и к коллективности, имеющей электронную составляющую – через замещение письменно-печатных языков общения радиотелевизионными и сетевыми средствами массовой коммуникации.

До изобретения письменности человека окружала преимущественно устная речь, поэтому он воспринимал окружающую среду на слух (гармонически), а мир за пределами «аудиовселенной» воспринимался и познавался им интуитивно. Философы считают основными проблемами цивилизации изобретение алфавита и возникновение письменности. В Новое время таким поворотным моментом считается изобретение печатного станка. Именно благодаря этому изобретению линейно и последовательно центр восприятия был переключен со слуха на зрение, что положило конец любому другому восприятию и познанию мира, за исключением визуального. Человечество вступило в новую эпоху – механическую, которая продолжается и по сей день. Изменение эпохи повлекло за собой изменение типа человека. На смену жителю деревни, «племенному» человеку, пришел житель города, космополит, человек «типографический и индустриальный». Про-

изошли существенные изменения в технологии получения знаний: как правило, до изобретения технологий печатного слова познание мира человеком осуществлялось в группе, а печатное слово и книга дали возможность человеку получать знания индивидуально и самостоятельно.

Благодаря развитию книгопечатания и увеличению скорости обмена информацией отдельные языки стали языками массовой коммуникации внутри каждого социума, что повлекло за собой развитие национализма и, позже, господство одних языков над другими и вымирание последних.

Следующим значимым техническим прорывом принято считать начало использования электричества, что в еще большей степени способствовало человеческой отчужденности. Этот прорыв приобрел такое значение благодаря созданию телеграфа, телефона, радио, телевидения и других электрических и электронных средств коммуникации. Такие технологии, временные и пространственные рамки погрузили каждого члена социума в заботы и проблемы других людей не только в отдельно взятой местности, но во всем мире, что привело к созданию «глобальной деревни». Теперь информация стала распространяться мгновенно, и каждое последующее событие становится связанным со следующим при помощи электрического или радиосигнала, что называют «плурализмом миров и культур». «Открытие электромагнитных миров вновь создает “поле одновременности” во всей человеческой деятельности... Мы живем в едином ограниченном пространстве, где слышны звуки племенных барабанов» [Маклюэн, 2015, с. 15, 16].

Особое место в работе М. Маклюэна отводится телевидению, так как именно телевидение, по его мнению, выступает от имени всей глобальной электронной реальности, растворяя в себе другие массмедиа. На примере телевидения, так как другие типы, в частности Интернет, отсутствовали, автор выделяет тенденции, характерные для всех СМИ. Для настоящего исследования представляются важными две основные тенденции [там же]:

- мозаичность построения телевизионного изображения, представляющего все вокруг в виде набора неоднозначных, логически не связанных сообщений;

- взаимоусиленный резонанс этих сообщений в сознании его получателя, который преодолевает мозаичную раздробленность, и последующее объединение в устанавливаемое восприятием целостное смысловое единство.

В работах У. Эко [Эко, 2004] делается акцент на том, что жизнедеятельность современного человека и общества в целом осуществляется на основе мозаичного резонанса, который осуществляется при помощи телекоммуникации, массмедиа и компьютеров. Так, в рамках «теории расширения человека» электричество и электронные средства наделяются функцией центральной нервной системы, что получило называние «глобальные объятия», в которых все становится взаимосвязанным, преобразует разнообразные сферы и стороны личной, социальной и психической деятельности человека. В этой системе быстрого обновления мозаично-резонансного пространства единственной связующей формой становится миф, на базе которого удерживается под контролем эмоциональный климат целых культур: массмедиа, с одной стороны, господствуют в обществе, являясь частью культуры, а с другой – правят как культурой, так и обществом.

В философии принято говорить об оцифрованной культуре, которая считается специфической чертой современного общества. Основным символом такой культуры, по мнению Т.В. Казаровой, считается цифра. Об этом говорят технологии, которые нас окружают: цифровое телевидение, цифровые технологии, цифровые носители хранения и передачи информации. Как отмечает Т.В. Казарова, даже коэффициент интеллектуальности (IQ) – цифра [Казарова, 2016].

Протекающие в мире процессы глобализации являются прямым следствием развития массмедиа, науки и техники, инфраструктуры транспорта, системы связи, стационарной и мобильной телефонии, средств передачи информации, радио, телевидения, Интернета. Отсутствие привязки к географическому ландшафту и увеличение числа действий в виртуальном, а не реальном мире повлекло за собой появление условных границ. С развитием технологий изменился временной ритм индивидуальной человеческой и общественной жизни, т.е. так называемый темпоральный формат социальной жизни. Интернет «живет» круглосуточно, не обращая внимания на часовые пояса и время суток. Известный философ и социолог М. Кастельс пишет: «Существует новая пространственная форма, характерная для социальных практик, которые доминируют в сетевом обществе и формируют его: пространство потоков. Под потоками я понимаю целенаправленные, повторяющиеся, программируемые последовательности обменов и взаимодействий между физически разъединенными позициями, которые занимают социальные акторы в экономических, политических и символиче-

ских структурах общества» [Кастельс, 2000]. Подчёркивается, что в наши дни два пространства вступают в противоречие друг с другом, «доминирующая тенденция направлена к горизонту сетевого внеисторического пространства потоков» [там же]. М. Кастельс также пишет: «Смешение времени в СМИ, происходящее внутри одного и того же канала связи и по выбору зрителя / участника взаимодействия, создает временной коллаж, в котором не только смешиваются жанры, но и их временная развертка превращается в плоский синхронный горизонт без начала, без конца и без какой-либо последовательности. Временность мультимедийного гипертекста есть определяющая черта нашей культуры ... Мы находимся не в культуре цикличности, а во вселенной недифференцированной темпоральности культурных выражений» [Кастельс, 2000]. Специалисты в области философии сегодня делают вывод, что наша цивилизация – сетевая, наполненная потоками коммуникативных процессов, а времени не существует вообще, в том числе и исторического.

В конечном счете понятие расстояния стало относительным. В науке этот феномен получил название «сжатие пространства» (англ. *time-space compression*). Если физическое расстояние осталось прежним, то его восприятие в сознании отдельного человека и социума стало абсолютно иным. Для индивидуума пространство фактически превратилось в одну точку, а доступность желаемого места на Земле определяется уже не расстояниями между пунктами, а транспортной (для физического перемещения) или информационной (в отношении получения информации) доступностью. Дж. Коткин [Kotkin, 2000] в этой связи говорит о формировании совершенно новой географии мира, а также о том, что с появлением Интернета география не теряет своей значимости и не перестает существовать, а приобретает новое значение, так как наряду с традиционной географией начинает существовать интернет-география. Раньше решающую роль в обмене информацией и коммуникации играло расстояние, а теперь ключевым элементом принято считать свойства самого объекта, для которых основой служат его дифференциальная природа и социальная среда [Kotkin, 2000].

Интернет-география также прослеживается через языковые символы – аббревиатуры, номинирующие национальные домены разных государств. При этом мы обнаруживаем некоторое несоответствие традиционному geopolитическому государственному делению:

1) ряд государств, которые считаются непризнанными мировым сообществом, имеют свои домены: Палестина (. ps), Тайвань (. tw), Западная Сахара (. eh);

2) многие государства имеют несколько национальных доменов, например: Россия (.ru, .rf, .su), страны Европы помимо домена. они имеют национальные домены на национальных языках (Норвегия, Великобритания и т.д.);

3) благодаря доменным именам многие государства, которые прекратили свое существование, такие как СССР (.su) и Югославия (.yu), продолжают свою виртуальную жизнь;

4) такое государство, как Восточный Тимор, «получило» суверенитет в Интернете задолго до получения его в реальной жизни (.tr).

В наибольшей степени сжатие пространства проявляется в сфере коммуникации и обмена информацией. М. Маклюэн разделяет средства массовой коммуникации на «горячие» (печатные СМИ, так как они выражают авторскую позицию, они субъективны и не способны быть безразличными и абстрактными) и «холодные» (радио и телевидение, так как они зачастую представлены анонимными корпорациями без четко выраженной точки зрения). Автор считает их своего рода продолжениями центральной нервной системы человека, определяющими структуру знания, регулирующими принципы восприятия пространства и времени. Нам трудно полностью согласиться с таким делением и принципами, которыми руководствовался автор при его обосновании, так как, на наш взгляд, телевизионные каналы и печатные СМИ имеют своих спонсоров, владельцев, выступающих в ролях заказчиков и модераторов нужного им мнения зрителей. Происходит это благодаря профессионализму редакторов и журналистов, на них работающих. Однако, несмотря на противоречивость данной концепции, мысли М. Маклюэна стали аксиомой для современной цивилизации, которая подтверждается новым «горячим» глобальным средством массовой коммуникации – Интернетом.

Итак, благодаря Интернету стало очевидно, что понятие «расстояние» практически утратило свой смысл, его приравняли к понятию «время», точнее «время, необходимое для передачи определенного объема трафика». Время в этом смысле попало в прямую зависимость от существующей емкости каналов связи, и такая ситуация оказалась характерной не только для обмена информацией, но и для коммуникаций в целом.

Н.М. Ротшильд более двухсот лет назад произнес фразу, которая определила суть и устройство современного общества: «Кто

владеет информацией – владеет миром». Интернет стал глобальным генератором и распространителем информации, что осуществляется через коммуникацию. В рамках ряда наук есть направления, изучающие феномен Интернета и взаимодействия человека с этим сложным социально-техническим изобретением. Так, в лингвистике таким направлением стала интернет-лингвистика, которая как никакое другое направление современной лингвистики связана с теорией коммуникации, так как коммуникация – основной тип деятельности человека в Интернете. Коммуникация как многогранное явление, с одной стороны, связана со всеми аспектами бытия, с другой – является основной сферой актуализации языковой личности. При этом в современной гуманитарной науке не существует единой научной трактовки понятия коммуникации. Напротив, необходимо констатировать, что наблюдается разнообразие его интерпретаций.

Принимая во внимание вышесказанное, мы трактуем понятие «коммуникация» как базовое для изучения Интернета, наряду с понятиями «информационное общество» и другими, определившими его структуру и содержание.

Представители различных гуманитарных, прикладных и технических научных направлений вкладывают в понимание коммуникации различный смысл – от взаимодействия одноклеточных существ до взаимодействия высокотехнологичных механизмов и компьютерных систем. В сущности, согласно дефинициям, данным коммуникации в лингвистических справочных изданиях: [Лингвистический энциклопедический словарь, 1990, с. 233] и др., ее успешное осуществление обеспечивается целым рядом процессов биологического, психологического, технического и информационного характера.

В лингвистике трактовка феномена коммуникации неоднократно менялась. Так, в период доминирования концепции классического структурализма коммуникация рассматривалась без учета антропоцентрической составляющей. Например, французский лингвист К. Ажеж писал, что язык развивается в себе и для себя. Коммуникация в его работах рассматривалась с позиции ее языковой структуры, т.е. в предельно конкретном для исследователя виде, «словно никто ничего не утверждает, ничего не отрицает, ни о чем не вопрошает, ни к чему не приглашает и не восклицает; получается, что некому воспринимать речь, а значит, и отвечать, исполнять, реагировать» [Ажеж, 2003, с. 222]. Подобное научное представление о коммуникации не учитывает ситуации общения,

утверждая, что языковая система «живет» по своим особым внутренним законам и каждый раз адаптируется к интерлоктивным отношениям личностей, вступающих в коммуникацию. Особенно выделяется языковая составляющая с некоторым учетом социальной природы коммуникативного действия. Именно поэтому психологи А.В. Петровский и М.Г. Ярошевский трактуют коммуникацию как «смысловой аспект социального взаимодействия» [Краткий психологический словарь, 1985]. Новейший философский словарь дает следующее определение коммуникации: «идеально-содержательный аспект социального взаимодействия» [Новейший философский словарь, 2000], в этом же определении выделяются коммуникативные действия и функции коммуникации, основная цель которых – сохраняя индивидуальные особенности каждого отдельного элемента, достигнуть их социального единства [там же].

С разработкой антропоцентрической парадигмы в лингвистике коммуникация, а точнее ее акциональный компонент, стала пониматься по-другому. Одни исследователи описывают коммуникацию как «словесное общение» и / или «передачу информации» с помощью речи, языка и / или других знаковых систем [Кондаков, 1976; Кашкин, 2003; Lasswell, 1948] и т.д. Другие утверждают, что во время коммуникации никакого обмена информацией, передачи и получения информации не происходит, и физически передаваемой информации в природе не существует [Сидоров, 2009] и др., а существует лишь сигнал воздействия на реципиента, активирующий в его сознании «собственные процессы, ведущие к созданию того, что якобы “получается”» [Курдюмов, 1999].

Представители классического структурализма трактуют коммуникацию как механический процесс, т.е. физический процесс передачи голосового сигнала от одного источника к другому, что находит свои истоки в модели К. Шеннона и У. Уивера [Шеннон, 1963]. Эта модель включает ряд компонентов: источник → кодирующее устройство → сообщение → канал → декодирующее устройство → приемник [Кашкин, 2007]. Взаимодействие коммуникантов в рамках данной модели происходит при помощи физического взаимодействия фонации и перцепции, вербальных сигналов. Эта точка зрения послужила основой для метафорической интерпретации процесса коммуникации, где «передача информации» не рассматривалась как процесс чисто акустического влияния на адресата путем передающего канала, а принималась в более широкой ее интерпретации.

Другое представление коммуникации сложилось под влиянием модели языка В.А. Курдюмова, в которой утверждается, что при «идеальной» коммуникации «порождение и восприятие речи зеркально симметричны» [Курдюмов, 2006, с. 171]. «Коммуникация есть создание сигналов для возбуждения в собеседнике предикационных цепей, а элементарным шагом схемы является “частная предикация”, т.е. движение от одной структуры с предикативной связью – к другой» [там же]. Эта концепция также представлена и в работах других отечественных исследователей, которые пишут, что «в речевой деятельности в предложении на первое место выдвигаются его коммуникативно-предикативные признаки», где оно становится «непосредственной интегральной единицей речи, составленной из слов по определенным синтаксическим образам и отличающейся концептуально значимыми коммуникативными целями» [Блох, 2000, с. 229]. Коммуникация, или коммуникативная деятельность (термин Е.В. Сидорова), трактуется как «вид деятельности, состоящей в производстве и восприятии языковых знаков и обеспечивающий специфическую смену между экстериоризацией духовной деятельности в содержание сознания» (К. Менг) [Психолингвистические проблемы семантики, 1983, с. 222], где экстериоризация, используя термины теории В.А. Курдюмова, – «возбуждение в собеседнике предикационных цепей». Подобная концепция свойственна классическому и динамическому структураллистскому подходу, отличительной чертой её является отведение ведущей роли тексту в процессе «индуцирования в речевом сознании адресата коммуникативного образа ситуации» [Сидоров, 1986, с. 19; Курдюмов, 2006, с. 172; Гуревич, 2011, с. 110–112]. Так, ведущая роль в интерпретации истинного смысла высказывания приписывается здесь соотношению текстовых элементов. Однако общепризнано, что для понимания смысла коммуникации адресату часто достаточно паравербальных и невербальных стимулов без вербализации. Необходимо учитывать обобщенную картину процесса коммуникации, а также сигналы, получаемые адресатом «в процессе общения, обеспечивающие неконгруэнтное понимание озвученных адресатом идей и опровергающие гипотезу первичности и базовости текстовой организации в формировании смысла высказывания» [Гуревич, 2011, с. 110–113].

Ряд авторов считают вышеупомянутые взгляды неверными [там же] из-за ошибочной, по их мнению, трактовки термина «информация». Авторы, придерживающиеся противоположной точки зрения, принимают за основу определение информации как «све-

дений об окружающем мире и протекающих в нем процессах, воспринимаемых человеком или специальным устройством» [Ожегов, 1989]. Под сведениями об окружающем мире может подразумеваться информация об окружающем мире, выраженная не только словами, но и целым комплексом вербальных, паравербальных и невербальных сигналов, которые стимулируют в сознании адресата появление образа коммуникативной ситуации (в интерпретации Е.В. Сидорова) [Сидоров, 1986]. Однако, принимая во внимание, что для современного научного дискурса характерна метафоричность даже в терминообразовании, допустимо говорить о процессе «передачи информации» не как физической сущности, а «в метафорическом употреблении, подразумевающем создание комплекса сигналов, стимулирующих активацию образа коммуникации в сознании адресата, и данное противоречие может быть признано несостоительным» [Гуревич, 2011, с. 111, 112].

В рамках антропоцентрической парадигмы коммуникация понимается как «специфическая форма взаимодействия людей в процессах их познавательно-трудовой деятельности, осуществляющейся главным образом при помощи языка (реже при помощи других знаковых систем)» [Советский энциклопедический словарь, 1989]. Философский энциклопедический словарь дает детальную описательную характеристику понятия «коммуникация», в котором в центр ставится человек, а процесс коммуникации рассматривается с учетом изменений, происходящих во внутреннем мире участников коммуникации [Brecht, 1948].

Англо-русский словарь по лингвистике и семиотике определяет коммуникацию как «передачу знаний посредством одной или нескольких семиотических систем, приводящих к изменению моделей мира участников коммуникативного взаимодействия» [Англо-русский словарь по лингвистике и семиотике, 2001].

Таким образом, коммуникацию принято считать не столько актом осознанного рационального речевого обмена информацией, сколько непосредственным эмоциональным контактом между людьми, поэтому коммуникацию необходимо рассматривать не как языковую категорию, а как категорию «прагматико-психологоречевую» [Баженова, 2003; Гуревич, 2011].

Такой интегративный подход к изучению коммуникации получил признание среди зарубежных исследователей в области психологии, социологии, культурологии, антропологии и т.д. [Schramm, 1954; Craig, 1995; Craig, 1999; Griffin, 2003]. В трудах исследователей фигурируют понятия смежных лингвистических

дисциплин, таких как политическая коммуникация, коммуникация в сфере связей с общественностью, рекламная коммуникация и др. [Fiske, 1991; Основы теории коммуникации, 2003; Почепцов, 2001 и др.].

Философ и социолог М. Кастельс определяет коммуникацию как «коллективное использование смыслов в процессе обмена информацией» [Кастельс, 2016, с. 73]. Автор указывает, что на процесс коммуникации влияют следующие факторы: технология коммуникации, характеристики отправителей и получателей информации, их культурные коды и протоколы коммуникации, а также рамки коммуникативного процесса. Значение упомянутых выше факторов может быть понятно только в контексте социальных отношений, в которых происходит процесс обмена информацией и коммуникации [там же].

В рамках глобального общества прослеживается очень четкая граница между межличностной коммуникацией и «социетальной» коммуникацией [там же]. В XX в. основным благом считалось широкое распространение средств массовой коммуникации: телевидения, радио, газет и т.д. Это можно считать первым глобальным информационным бумом. Ю.В. Рождественский определяет внедрение в жизнь общества средств массовой коммуникации и информации как этап семиозиса культуры. В 1997 г., когда о массовом распространении информационно-коммуникационных технологий еще никто всерьез не задумывался, Ю.В. Рождественский предвосхитил проблемы зависимости общества от Интернета и других технологий. Так, он пишет: «Быстрота и глобальность средств связи могут быстро локализовать человека в его действиях и помышлениях. Это состояние рождает, по меньшей мере, следующие проблемы:

1. Деление людей по уровню и характеру семантических операций и создание новых общественных классов по уровню и характеру усваиваемой для оперирования информацией (старая проблема античной политики: деление на рабов и свободных, но не в смысле свободы слова, а в смысле глубины понимания).

2. Конкуренция в области секретной информации в информационных системах необщего пользования порождает в этом классе пользователей своеобразный информационный аристократизм и одновременно внутригрупповую борьбу.

3. Информация в системах общего пользования становится столь объемной, что неизвестно как ею пользоваться, с одной стороны, а с другой – она настолько тривиальна, что не позволяет при-

нимать значимые решения. Одновременно человек “освещен”, находится “под колпаком” информационных систем, над ним может быть осуществлен любой диктат» [Рождественский, 1997, с. 28, 29].

До появления Интернета массовая коммуникация была в большей мере односторонней с точки зрения адресата, с появлением Интернета коммуникация стала интерактивной, двусторонней, можно сказать, заказной (по запросу), открывающей доступ к одновременной отправке сообщений многими пользователями в реальном и выбранном времени, зависящей от потребностей, целей и задач необходимой коммуникативной деятельности.

Выделяют также глобальную массовую самокоммуникацию как отдельный вид коммуникации, который стал возможным благодаря сервисам Интернета, а точнее Веб 2.0: размещение постов в блогах, демонстрацию роликов на *YouTube*, массовую рассылку по электронной почте. М. Кастельс называет это самокоммуникацией, так как производство контента осуществляется самостоятельно, равно как и определение потенциального (ых) получателя (ей) и возврат специфических сообщений или поиск контента в Интернете. Сегодня происходит «одновременное объединение всех форм коммуникации в многокомпонентный, интерактивный, цифровой гипертекст, который включает, смешивает и перераспределяет в их разнообразии всю сферу культурных представлений, передаваемых в ходе человеческого взаимодействия» [Кастельс, 2016, с. 74]. Очевидно, что коммуникация, как и многие другие сферы жизни общества, например, поиск информации, литература и чтение, совершение покупок онлайн, стала гипертекстовой. В рамках нашей статьи мы, описывая явление гипертекстуальности, придерживаемся следующей трактовки: структурированная возможность к доступу информации, представленная в виде ряда тематически связанных текстов разного объема и стилистической принадлежности, обладающих рядом независимых признаков.

Для успешного осуществления в процессе коммуникации подобной конвергенции необходимо проведение ряда трансформаций. К таким трансформациям в первую очередь относятся *технологические трансформации*: оцифровывание коммуникации, перенос коммуникации в компьютерные сети, использование высокотехнологичного программного обеспечения, распространение локальной и глобальной коммуникации через беспроводные сети с использованием Интернета.

Следующим видом трансформаций принято считать *изменение ролей отправителей и получателей*, которые влияют на организацию и институциональную структуру коммуникации, особенно социальную в масштабе всего общества коммуникацию. Здесь отправителями и получателями информации одновременно являются медиа (радио, телевидение, печатная и онлайн-пресса, Интернет) и потребители медиа (аудитория). Традиционно фундаментальными трансформациями, произошедшими в этой сфере за последние десять-двадцать лет, принято считать: тотальную коммерциализацию медиа; глобализацию и концентрацию медиабизнеса через создание конгломератов и медиасетей [Кастельс, 2016, с. 75]. Необходимо также принимать во внимание *культурные многоуровневые трансформации процесса коммуникации*. В рамках данной трансформации выделяются две пары противоположных тенденций [там же]: параллельное развитие «глобальной культуры и множества локальных культурных идентичностей и одновременного подъем индивидуализма и чувства общности как двух противостоящих, но одинаково могущественных культурных паттернов, характеризующих наш мир [там же]. Таким образом, в современной коммуникации благодаря возможностям Интернета, с одной стороны, происходит объединение пользователей (коммуникантов) в глобальное коммуникационное пространство с помощью сервисов Веб 2.0; с другой стороны, наблюдается объединение пользователей для коммуникации по языковой принадлежности и национальному признаку, где появление «чужаков» в этих сообществах часто воспринимается как нежелательное вторжение и нарушение каких-то неведомых границ, часто «карается» вербальной агрессией.

Каждая из названных выше коммуникационных трансформаций представляет собой индикатор социальных отношений, которые лежат в основе «эволюции мультимодальной коммуникационной системы» [Кастельс, 2016, с. 76]. Это наиболее очевидно проявляется в разделении общества по возможностям доступа к Интернету как внутри одной страны, так и во всем мире. Например, даже внутри самой экономически развитой страны отмечается тенденция к неравномерному получению широкоформатного доступа к Интернету. Это ведет к разрыву в умении пользоваться плодами цифровой культуры, что в современном обществе неизбежно ведет к социальному, этническому, возрастному, гендерному и т.д. доминированию как между странами, так и внутри одной страны. Так, наблюдается значительная неравномерность в распределении

числа пользователей Интернета в возрасте старше 60 и моложе 30 лет. Отмечается парадоксальная тенденция – плохо обеспеченные люди придают большее значение своим коммуникационным потребностям и используют значительную часть своего бюджета для их удовлетворения, как показали исследования в Латинской Америке, Китае и Африке.

Современные медиа, к которым относится и Интернет, превращают коммуникацию в сервис по обслуживанию как бизнес-интересов, как и интересов власти оппозиции.

Ярким примером лоббирования бизнес-интересов в Интернете можно считать блоги различной тематики, fashion-блоги, travel-блоги и т.д., которые осуществляют как скрытую, так и прямую рекламу товаров и услуг, предоставляемых их спонсорами. Воздействие на аудиторию осуществляется с использованием персуазивно-манипулятивных техник, но прикрытием всему этому служит личное, доверительное общение с подписчиком.

Таким образом, мы можем смело утверждать, что предвидение Ю.В. Рождественского полностью оправдалось в XXI в. – перемещение значительной части коммуникации в Интернет, утечка личной информации из соцсетей, постоянные хакерские атаки, использование электронных СМИ для создания фейковых новостей как на вербальном, так и видеовербальном уровне симулякров (например, организацией «Белые каски» в Сирии), манипулирование сознанием подростков в целях решения частных политических вопросов через видеохостинги, такие как Tik-Tok, организация политических флеш-мобов через группы в социальных сетях (ВК) и мессенджерах – Telegram, например.

## Список литературы

- Ажежж К. Человек говорящий : вклад лингвистики в гуманитарные науки : пер. с франц. – М. : Едиториал УРСС, 2003. – 304 с.
- Англо-русский словарь по лингвистике и семиотике / Баранов А.Н., Добровольский Д.О., Михайлов М.Н., Паршин П.Б., Романова О.И. – М. : Азбуковик, 2001. – 640 с.
- Ахренова Н.А. Доминанты современной интернет-лингвистики : дисс. ... д-ра филол. наук. – М., 2019. – 363 с.
- Баженова И.С. Неядерные аспекты невербальной коммуникации // «Летняя школа “Общество и гендер”». Рязань, 2003. [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.gendercent.ryazan.ru/school/bazhenova.htm> [ресурс] (дата обращения: 25.09.2021).

- Блох М.Я.* Теоретическая грамматика английского языка. – М. : Высшая школа, 2000 а. – 382 с.
- Блох М.Я.* Теоретические основы грамматики. – М. : Высшая школа, 2000. – 160 с.
- Гуревич Л.С.* Когнитивное пространство метакоммуникации: основы прагматического изучения : дисс. ... д-ра филол. наук. – М., 2011. – 400 с.
- Казарова Т.В.* Цифровое общество как уникальный культурно-исторический феномен // Цифровое общество как культурно-исторический контекст развития человека : сб. науч. статей и материалов междунар. науч. конф. – Коломна : Государственный социально-гуманитарный университет, 2016. – С. 161–167.
- Кастельс М.* Информационная эпоха : экономика, общество и культура / пер. с англ. под научн. ред. О.И. Шкарата. – М. : ГУ ВШЭ, 2000. – URL: [http://www.gumer.info/bibliotek\\_Buks/Polit/kastel/index.php](http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Polit/kastel/index.php) (дата обращения: 05.10.2021).
- Кастельс М.* Власть коммуникации : учеб. пособие / пер. с англ. Н.М. Тылевич ; под научн. ред. А.И. Черных ; НИУ ВШЭ. – М. : Изд. Дом Высшая школа экономики, 2016. – 564 с.
- Кашкин В.Б.* Введение в теорию коммуникации. – Воронеж : ВГУ, 2003. – 170 с.
- Кашкин В.Б.* Основы теории коммуникации : краткий курс. – 3-е изд., перераб. и доп. – М. : АСТ : Восток-Запад, 2007. – 256 с.
- Кондаков Н.И.* Логический словарь-справочник. – М. : Наука, 1976. – 720 с.
- Краткий психологический словарь* / под общ. ред. А.В. Петровского, М.Г. Ярошевского. – М. : Политиздат, 1985. – 431 с.
- Крысин Л.П.* 1000 новых иностранных слов. – М. : АСТ-ПРЕСС : КНИГА, 2009. – 320 с.
- Кузнецов С.А.* Современный толковый словарь русского языка (более 90 000 слов). – СПб. : Норинт, 2007. – 960 с.
- Курдюмов В.А.* Предикация и природа коммуникации : дисс. ... докт. филол. наук. – М. : Воен. ун-т, 1999. – 263 с.
- Курдюмов В.А.* Элементарная предикационная цепь как структурная схема порождения – восприятия речи // Речевая деятельность; языковое сознание; общающиеся личности. – М. : Ин-т языкоznания. РАН, 2006. – С. 171–172.
- Лингвистический энциклопедический словарь* / гл. ред. В.Н. Ярцева. – М. : Советская энциклопедия, 1990. – 685 с.
- Маклюэн М.* Галактика Гуттенберга. Становление человека печатающего / пер. с англ. И.О. Тюриной. – 3-е изд. – М. : Академический проект, 2015. – 443 с.
- Маклюэн М.* Понимание медиа: внешние расширения человека / пер. с англ. В. Николаева ; закл. ст. М. Вавилова. – 4-е изд. – М. : Кучково поле, 2014. – 464 с.
- Новейший философский словарь* / сост. и гл. ред. Грицанов А.А. – Минск : Книжный Дом, 2000. – 1280 с.
- Новый энциклопедический словарь.* – М. : РИПОЛ классик : Большая Российская энциклопедия, 2004. – 1456 с.
- Основы теории коммуникации* : учебник / Василик М.А. [и др.] ; под ред. М.А. Василика. – М. : Гардарики, 2003. – 615 с.
- Ожегов С.И.* Словарь русского языка / под ред. Н.Ю. Шведовой. – М. : Русский язык, 1989. – 816 с.
- Почепцов Г.Г.* Теория коммуникации. – Киев : Ваклер ; М. : Рефл-бук, 2001. – 656 с.

- Психолингвистические проблемы семантики : сб. статей / под ред. А.А. Леонтьева, А.М. Шахнаровича. – М. : Наука, 1983. – 285 с.
- Рождественский Ю.В. Теория риторики. – М. : Добросвет, 1997. – 600 с.
- Сидоров Е.В. Основы коммуникативной лингвистики. – М. : Изд-во ВИЯ, 1986. – 167 с.
- Сидоров Е.В. Онтология дискурса. – Изд. 2-е. – М. : Книжный Дом «ЛИБРОКОМ», 2009. – 232 с.
- Советский энциклопедический словарь / гл. ред. А.М. Прохоров. – 4-е изд. – М. : Советская энциклопедия, 1989. – 1632 с.
- Шеннон К. Работы по теории информации и кибернетике. – М. : Изд-во иностр. лит-ры, 1963. – 830 с.
- Эко У. Отсутствующая структура. Введение в семиологию / пер. с итал. В.Г. Резник, А.Г. Погоняйло. – СПб. : Симпозиум, 2004. – 544 с.
- Brecht F.J. Einführung in die Philosophie der Existenz. Heidelberger Skripten. – Heidelberg : Maria Schmidt-Carstens, 1948. – 203 S.
- Craig R.T. Foreword // Social approaches to communication / W. Leeds-Hurwitz (ed.). – New York : Guilford, 1995. – P. v-ix.
- Craig R.T. Communication Theory as a Field // Communication Theory. – 1999. – № 9. – P. 119–161.
- Fiske A.P. Structure of Social Life: the Four Elementary Forms of Human Relations. – New York : Free Press, 1991. – 486 p.
- Griffin E.A. A first look at communication theory. – 5 th ed. – Boston : McGraw-Hill Higher Education, 2003. – XXII, 518 p.
- Kotkin J. The New Geography: How the Digital Revolution is Reshaping the American Landscape. – New York : Random House, 2000. – 242 p.
- Lasswell H.D. The structure and function of communication in society // The communication of ideas / L. Bryson (ed.). – New York : Harper & Row, 1948. – P. 37–51.
- Schramm W. How Communication Works // The Process and Effects of Communication / W. Schramm (ed.). – Urbana : University of Illinois Press, 1954. – P. 3–26.

# **ПРИКЛАДНЫЕ АСПЕКТЫ ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ**

УДК: 81

DOI: 10.31249/rech/2022.00.10

**Г.Е. Кедрова**

## **ОСОБЕННОСТИ ИНТЕРНЕТ-ОПОСРЕДОВАННОЙ КОММУНИКАЦИИ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ В МУЛЬТИКУЛЬТУРНОМ ПОЛИЭТНИЧЕСКОМ МУЛЬТИЯЗЫКОВОМ ВИРТУАЛЬНОМ СООБЩЕСТВЕ**

*Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова,  
Москва, Россия, kedr@philol.msu.ru*

*Аннотация.* На основе теоретического осмысления специфики протекания коммуникативных процессов в Веб 2.0 в статье рассмотрены трансформации языкового поведения пользователей социальных сетей в мультикультурных полиглоссических мультиязыковых сообществах. Показано, как ключевые принципы функционирования социальных сетей – мультимодальность, поликодовость, взаимосвязанность, интерактивность, открытость и персонализация информационного обмена – определяют набор лингвистических семиотических ресурсов, используемых участниками социальной сети для самореализации, социализации и формирования своей культурно-языковой идентичности в современном виртуальном мультикультурном полиглоссическом мире. Затронут вопрос педагогического потенциала социальных сетей в изучении и преподавании иностранных языков.

### **Введение**

В мире, который становится все более и более связанным с цифровыми технологиями, все виды коммуникаций, как и формы, и способы обмена информацией, существенно изменились и в большей своей части переместились в Интернет. Сфера интернет-коммуникации, или *интернет-опосредованной коммуникации*, необычайно расширилась. Сегодня диапазон общения в Интернете распространился от обслуживания межличностного бытового, профессионального, учебного, академического и научного общения, а также специализированного информационного обмена в

технических и коммерческих областях до практически всех форм массмедиа и значительной части общественно значимых областей функционирования государства (правительственные и некоммерческие общественные организации, корпоративные отношения, политика и др.).

Наблюдаемые во всем мире тенденции развития интернет-опосредованной коммуникации стали естественным результатом развития технологической базы сетевого информационного обмена на основе совершенствования всех компьютерных информационно-коммуникационных технологий (ИКТ), которые на современном этапе формируются и развиваются как особый вид информационных систем, состоящих из сложной комбинации технических и социальных компонентов – *социотехнических систем* [Castells, 2011]. Главный вывод, к которому пришли исследователи современных социотехнических систем, представленный в динамично развивающейся в последнее время теории социотехнических систем, заключается в том, что при создании любых конструкторских решений и программных разработок для такого рода систем *социальное* необходимо рассматривать и учитывать наряду с *техническим* [Fairness and Abstraction in Sociotechnical Systems, 2019]. Как показала практика разработки и использования социотехнических систем, без учета социальной стороны функционирования системы любые концепции и конструктивные решения, ориентирующиеся исключительно на технократические требования и запросы, становятся не просто неэффективными и неточными, но почти всегда являются ошибочными, что может иметь негативные и опасные последствия, поскольку эти системы встраиваются в конкретный социальный контекст и активно влияют на процессы принятия социально значимых решений и действий. Таким образом, знание теории и практики функционирования социотехнических систем приобретает в современном обществе, которое вступило в эпоху так называемого «пост-цифрового вызова» (postdigital challenge), особую актуальность [Postdigital science and education, 2018]. Однако, если ранее фокус внимания в этой области был сосредоточен на поиске способов преодоления так называемого социально-технического разрыва между тем, что требовалось индивидуальному пользователю Интернета для реализации своих потребностей в современном цифровом информационном пространстве, и теми технологическими и техническими средствами, которые ему предоставляли ИКТ, то сегодня стало понятно, что основные проблемы социотехнических систем лежат не в

плоскости несовершенства собственно компьютерных технологий, но являются проблемами глубоко гуманитарными, социоцентрическими [Кедрова, Муромцев, 2021]. Необходимо фундаментальное понимание того, как люди на самом деле общаются, работают и живут в группах, организациях, сообществах и других формах коллективной жизни, реализуемых сегодня в цифровом информационном пространстве [Ackerman, 2000]. Отмечается, что без теоретического осмысления этой проблемы и без выработки практических рекомендаций по формированию сбалансированной эффективной политики управления современным глобализированным информационным пространством человечество обречено на обострение внутренних противоречий между разными общественными слоями и группами, которые будут углублять и усиливать столь опасное для всего мира цифровое информационное неравенство всех видов [Eubanks, 2017].

Современная статистика, представленная в соответствующей литературе, показывает, что если примерно 281 млрд электронных писем отправлялось (и принималось) в день в 2018 г., то к 2022 г., как ожидается, эта цифра увеличится до более чем 347 млрд ежедневных электронных посланий. По оценкам независимых аналитических агентств, в 2018 г. во всем мире около 1,8 млрд человек покупали товары в Интернете, и сумма розничных продаж, осуществляемых через Интернет, была зафиксирована на уровне 2,8 трлн долл. США, по прогнозам она может почти удвоиться в 2021 г. до 4,8 трлн долл. Особенно быстро растет аудитория социальных сетей – «любимого дитя» Интернета – по прогнозам, в 2021 г. она может достичь 3,02 млрд активных пользователей в месяц, таким образом, в разные виды социальных сетей будет вовлечено более трети всего населения земного шара [Shi, Carliner, Wan, 2020]. К социальным сетям (SNS) в широком смысле относят большой и разнообразный спектр интернет-приложений, включая (но не ограничиваясь) блоги, сайты социальных сетей и контент-сообщества [Kaplan, Haenlein, 2010]. Топ-10 сайтов социальных сетей, ранжированный по доле рынка, – это Facebook (36,64%), YouTube (27,01%), Twitter (6,82%), Reddit (5,10%), Instagram (2,47%), Pinterest (1,95%), LinkedIn (1,58%), Quora (1,29%), Tumblr (1,16%) и Yelp (1,03%). Доля китайской социальной сети WeChat трудно определяема, поскольку она используется почти исключительно на территории Китая, хотя известно, что уже к середине 2020 г. более 1,5 млрд человек ежемесячно пользовались этой сетью [Kallas, 2020].

Мы можем сегодня видеть, что развитие и рост опосредованных Интернетом коммуникаций в России идет в русле основных мировых тенденций, и ведущую роль у нас также начинают выполнять интернет-сервисы, обеспечивающие реализацию социальных сетевых взаимодействий наряду с программными приложениями для ведения информационного поиска в Интернете. По данным проекта Mediascope WEB-Index за 2021 год, количество интернет-пользователей в России достигло более 98 млн человек (число активных пользователей интернет-сервисов за один месяц), при этом каждый российский пользователь проводит в Интернете почти три часа в день (174 мин.). Список крупнейших интернет-ресурсов России, ранжированный по количеству ежемесячно обращающихся к ним пользователей, также свидетельствует о доминирующей роли социальной сетевой коммуникации в поведении современного российского пользователя Глобальной Сети (см. табл. 1).

Таблица 1

**Топ-10 проектов по количеству человек, заходивших на ресурс хотя бы 1 раз за месяц, в тыс. человек, по данным WEB-Index за июль 2021 г. [Mediascope, 2021]**

1	Яндекс	85 644.0
2	Google (ru+com)	82 855.4
3	Youtube.com	79 763.4
4	Whatsapp.com	76 392.8
5	Vk.com	70 921.6
6	Sberbank.ru	70 760.9
7	Instagram.com	60 292.7
8	Mail.ru	58 006.4
9	Gosuslugi.ru	47 923.8
10	Avito.ru	41 346.9

Представляется естественным, что такая важная для понимания процессов, определяющих современную коммуникацию, область опосредованного компьютером межличностного взаимодействия, которая реализуется через общение в *социальных сетях*, выдвинулась сейчас на первый план в мировых исследованиях феномена Интернета. В сервисах социальных сетей в наиболее пол-

ной степени реализованы все базовые принципы и возможности интернет-опосредованной коммуникации на новом этапе развития Глобальной Сети, который принято обозначать как Веб 2.0. Как будет показано ниже, социальные сети могут рассматриваться как некоторое психологическое «убежище» для современного человека, в котором он может «укрыться» от все возрастающей когнитивной перегрузки, которой он подвергается в информационном пространстве современного Интернета. Однако, как и большинство других средств взаимодействия человека с глобальными информационными потоками, которые предоставляют современные интернет-технологии, социальные сети оказывают достаточно сильное влияние на психологическое состояние своих участников, в том числе достаточно негативное [Digital life and youth well-being, social connectedness, empathy, and narcissism, 2017]. Анализ особенностей использования мультимодальной и поликодовой информации в сфере полийтической коммуникации в социальных сетях, как ключевого компонента всей системы интернет-опосредованной коммуникации, представляет, таким образом, особый интерес.

### **Особенности интернет-опосредованной коммуникации**

Теоретические предпосылки для формирования современной теории интернет-опосредованной коммуникации были заложены уже в начале 2000-х годов. Сами создатели Глобальной Сети отмечали в 2001 г., что в отличие от первого этапа функционирования Интернета, который может быть охарактеризован как формат «пассивного» информационного обмена, предоставляющий возможность чтения и минимального редактирования информации [Berners-Lee, Fischetti, 2001], главной особенностью сервисов Веб 2.0 стали программные решения, обеспечивающие активный всесторонний и ничем не ограниченный обмен информацией между всеми пользователями, формирующий глобальное информационное пространство и постоянно его модифицирующий. Эти технологии, объединяемые термином SST (Social Software Technologies), предоставляют каждому пользователю Сети постоянную возможность ничем не ограниченного участия в создании информационного сообщения, его распространения (обнародования), многократного изменения и продвижения (навязывания). Такие, казалось бы, на первый взгляд простые возможности самореализации в разных коммуникативных ситуациях обретают в результате действия

эффекта «больших чисел» ('big data') способность изменить всю информационную структуру общества, что потребовало существенной трансформации всех способов управления информационными потоками в социуме [O'Reilly, 2005]. Сегодня стало очевидным, что социальные сетевые коммуникации участников сетевых интернет-сообществ способны формировать новые ментальные и поведенческие стереотипы, которые очень быстро распространяются в Сети и фактически навязываются многомиллионной аудитории. Наблюдая эти процессы, в последнее время и теоретики, и практики информационных технологий все чаще говорят об опасности проявления в социальных сетях феномена группового «коллективного разума» ('collective intelligence'), проявляющегося через так называемый эффект «мудрой толпы» ('wisdom of crowd'). Этот эффект основан на презумпции истинности коллективного мнения в противовес мнению индивидуальному, что ведет к распространению и усиленному навязыванию мнения некоторой референтной группы как единственного источника правильного знания. Можно заметить, что сегодня этот феномен повсеместно активно вторгается в сферу управления информационными потоками, способствуя тем самым неконтролируемой трансформации информационного состояния общества в целом [Кедрова, Муромцев, 2021]. Хорошо известно, что реализация информационных связей по сценарной модели «мудрость толпы» приводит к тому, что большинство веб-ссылок в Интернете (семантических связей) формируется не на основе профессиональных знаний, а по принципу «ковчей тропы в горах», т.е. путей, которые «сформировались с течением времени, когда многие животные и люди просто случайно воспользовались ими» [Castells, 2011].

Одним из главных уроков новой информационной революции, начатой с появлением Веб 2.0, как отмечает O'Reilly, стало также то, что «сетевой эффект от личного вклада каждого пользователя становится ключом к доминированию на рынке в эпоху Веб 2.0» [O'Reilly, 2005]. Эта особенность функционирования социальных сетей наряду с быстрым распространением и захватом доминирующих позиций этой формы интернет-опосредованной коммуникации в современном глобальном информационном пространстве оказывает, как свидетельствует клиническая практика, достаточно сильное деструктивное воздействие на пользователей. Отмечается, что в условиях социальной сети личный вклад пользователя превращает его самого в своеобразное «средство массовой информации», что имеет серьезные психологические послед-

ствия для личности, действия которой начинают руководствовать-  
ся принципом «быть замеченным – это все» («getting noticed is  
everything») [Andersen, 2007].

Еще одним серьезным психологическим следствием всеобъ-  
емлющего вмешательства в жизнь каждого индивида технологий  
Веб 2.0 в целом и социальных сетевых коммуникаций в частности  
стала когнитивная перегрузка современного человека, которая  
привела к изменению самой формы восприятия информационного  
потока, в котором вынужден существовать пользователь Интернета.  
Наиболее часто в этой связи упоминается так называемое «кли-  
повое мышление», которое активно влияет на все когнитивные  
процессы у поколения Z. Как писал один из основоположников  
современной информатики К.Х. Фон Байер, перечисляя последст-  
вия внедрения технологий «больших данных» ('big data') в информа-  
ционные обменные процессы, в пространстве Веб 2.0 «инфор-  
мация мягко, но беспрестанно и неумолимо льется на нас, как  
невидимый, неощутимый электрический дождь» (*'Information  
gently but relentlessly drizzles down on us as an invisible, impalpable  
electric rain'*) [Von Baeyer, 2004, p. 3]. Отмечается, что явление мо-  
жет оказаться особенно опасным в образовательной сфере, по-  
скольку такое информационное давление провоцирует серьезные  
девиации когнитивных способностей, проявляющиеся в наруше-  
нии концентрации внимания, ухудшении процесса запоминания  
информации, трудностях ее анализа и рефлексии [Гурьянов, Кор-  
таева, 2021].

Таким образом, изучение закономерностей формирования и  
распространения информации в Интернете в целом и, в частности,  
в его социально-сетевом фрагменте, становится сегодня одной из  
наиболее актуальных задач, стоящих перед человеческим сообще-  
ством. Этой проблеме посвящено огромное количество публика-  
ций, в которых обозначены основные характеристики интернет-  
опосредованной коммуникации – в первую очередь это мультимо-  
дальность, гипертекстуальность и поликодовость, а также чрезвы-  
чайно высокая функциональность и эффективность интернет-  
сервисов. Эти базовые параметры интернет-коммуникации лежат в  
основе всех видов современного информационного обмена, при  
этом предлагается разделять понятие мультимодальности, как свя-  
занное с основными органами восприятия (слух, зрение, обоняние,  
осознание и вкус), и понятие поликодовости, связанное со знаково-  
ми системами, с помощью которых передаются сообщения [Пота-  
пова, Потапов, Комалова, 2020]. Такой подход определил методы

и способы анализа информационного наполнения Сети с позиции ее жанрового разнообразия и оказался очень плодотворным для анализа особенностей коммуникации в социальных сетях.

## **Исследования особенностей коммуникативных стратегий в социальных сетях**

Мультимодальность интернет-коммуникации стала сегодня неотъемлемым компонентом социального сетевого общения. Однако мультимодальность как один из наиболее продуктивных видов использования семиотических ресурсов сильно зависит от социального и ситуативного контекста, в котором она используется, что в значительной мере определяет коммуникативные стратегии пользователя в социальных сетях. Одним из наиболее сложных вопросов о том, какими средствами каждый из участников виртуального коммуникативного акта должен оформить свои сообщения в социальных сетях, является выбор не только тематики сообщения, но и его стиля, формы и языка. Из-за расплывчатости и неопределенности адресата каждого сообщения и постоянно модифицируемого коллективными действиями коммуникативного контекста этот эффект социально-сетевой коммуникации получил название «коллапса (схлопывания) контекста». Он существенно усилил поликодовую составляющую социально-сетевого общения [Marwick, Boyd, 2011]. Необходимо отметить, что сама природа последовательности высказываний в чате или в социальной сети – «тред» (thread) – требует постоянного ситуативно и контекстно привязанного их конструирования, поскольку они не могут быть априорно заданы и зависят от развития тематики связанных сообщений. По этой причине использование специфических лингвистических диалоговых моделей в процессе совместного формирования контента является важным средством создания общего эффекта коммуникативного «присутствия» в виртуальной среде, т.е. впечатления, что все коммуниканты участвуют именно в «разговоре», а не в тиражировании и распространении информации или в публикации личных сообщений (как, например, в многих формах ведения блога) [Warner, Chen, 2017]. Кроме того, поликодовость в социально-сетевом общении приобретает также особые свойства, поскольку интернет-коммуникация в Сети в значительной мере лишена целого ряда обычных для внесетевого общения паравербальных средств – жестов, мимики, тембровых и ритмиче-

ских характеристик. Использование в сетевой коммуникации разных семиотических кодов требует от адресата сообщения определенных фоновых знаний, рефлексии и саторчества [Потапова, Потапов, Комалова, 2020, с. 163]. В социально-сетевом общении с его изначальной ориентацией на открытое мультикультурное мультиязыковое множество читателей мультимодальность и поликодовость служат мощным средством формирования общности фоновых знаний и активизации креативных способностей субъекта социальной сети.

Замечено, что базовые параметры Интернета по-разному реализуются в зависимости от основных типов интернет-жанров: электронной почты, веб-сайтов и социальных сетей [Shi, Carliner, Wan, 2020]. Мультимодальность, гипертекстуальность (поликодовость) и функциональность интернет-коммуникации определили и высокую степень сложности в изучении языка этой коммуникации, а также значительные трудности в разработке и использовании адекватной предмету изучения методологической базы, технологий и методик. Это, в свою очередь, существенно затрудняет использование полученных при анализе сетевых коммуникативных практик знаний в прикладных областях, из которых наиболее востребованными сегодня являются прикладные программы и алгоритмы для обработки текстов на естественном языке (NLP – NaturalLanguageProcessing). Тем не менее, в последнее время в этом направлении опубликован целый ряд новых исследований по способам идентификации психологического состояния и намерений сетевого коммуниканта по речевым сообщениям в социальных сетях и мессенджерах [Language as a biomarker for psychosis: a natural language processing approach, 2020; SentiHealth-Cancer: a sentiment analysis tool to help detecting mood of patients in online social networks, 2016], анализу тональности текста на естественном языке для извлечения значимой информации [Vilares, Alonso, Gómez-Rodríguez, 2017; Gascón, 2019], использованию результатов изучения коммуникативных практик в социальных сетях для конструирования диалога в роботизированном человеко-машинном взаимодействии [How We Talk with Robots: Eliciting Minimally-Constrained Speech to Build Natural Language Interfaces and Capabilities, 2018; Consequences and factors of stylistic differences in human-robot dialogue, 2018] и др.

От успешного решения задач автоматической обработки языка сетевой коммуникации не в последнюю очередь может существенно выиграть и образовательная сфера, в том числе через

использование возможностей социальных сетей в изучении иностранных языков. С этой позиции особый интерес представляют результаты исследований сетевой вербальной коммуникации полиглантическими пользователями в мультиязыковом социуме. Этому вопросу посвящено в последнее время достаточно много исследований, благодаря которым наблюдается существенный прогресс в понимании стратегии и тактики использования в социальных сетях участниками коммуникативного акта разных языковых средств для успешного достижения цели общения.

Необходимо отметить, что большинство исследований сетевой интернет-коммуникации свидетельствуют о наличии значимых систематических различий между инвентарем языковых средств, используемых в онлайн- и офлайн-общении [Schneider, Kerwin, Vivari, 2002; Lipinski-Harten, Tafarodi, 2013; Someone is Wrong on the Internet: Having Hard Conversations in Online Spaces, 2021]. В качестве одного из главных факторов, который определяет эти различия, исследователи называют определенную ущербность поликодовой информации в интернет-коммуникации, поскольку целый ряд важных паравербальных составляющих коммуникативной ситуации (язык тела и супрасегментные характеристики речи), которые передают огромное количество информации в разговоре, присутствуют только при общении лицом к лицу в реальном времени. Утверждается, что без этой информации пользователи социальных сетей испытывают трудности с нахождением общего языка с другими пользователями, они становятся более раскованными и склонными к спорам и конфликтным ситуациям. В худшем случае такая коммуникативная стратегия провоцирует токсичное поведение, которое может включать в себя грубость и разного рода оскорбительные высказывания и изображения, домогательства и стремление унизить собеседника (harassment), троллинг (trolling), а также травлю и запугивание – кибербуллинг (cyberbullying) [Someone is Wrong on the Internet: Having Hard Conversations in Online Spaces, 2021].

Богатый материал для изучения и осмыслиения представленных в литературе результатов исследования сетевой социальной интернет-коммуникации содержат работы, в которых рассмотрены стратегии, используемые многоязычными пользователями для поиска адекватных средств из своего богатого мультиязыкового репертуара для оформления разных уровней сетевого взаимодействия и передачи смыслов при общении в социальных сетях типа «Facebook», а также потенциальные возможности использования

этих стратегий для удовлетворения образовательных потребностей учащихся в изучении иностранных языков (L2 и FL). Исследование мультиязычных коммуникативных практик, используемых носителями разных языков в социальных сетях, позволило определить типовой инвентарь поведенческих и лингвистических моделей успешной коммуникации в мультиязыковой цифровой среде. Так, в фундаментальной работе Я. Андрутсопулоса «*Networked multilingualism: Some language practices on Facebook and their implications*» показано, что «сетевые многоязычные практики студентов индивидуализированы, жанрово-ориентированы и основаны на широком и стратифицированном репертуаре» [Androutsopoulos, 2015]. Согласно автору, сетевое многоязычие может быть определено как общий термин для полиязыковых коммуникативных практик, которые управляются двумя взаимосвязанными процессами: реализацией своего коммуникативного присутствия в цифровой среде данной социальной сети, т.е. общением с другими людьми или с тематическими группами в этой Сети через определенный сетевой интерфейс и взаимодействием с глобальным информационным цифровым медиапространством всего Интернета. Показано, что отмеченные выше особенности коммуникативной ситуации в Сети оказывают существенное влияние на все формы использования языка (языков) общения – орфографию, лексику, синтаксис, стилистику. В мультиязычной коммуникации, как отмечает Андрутсопулос, может наблюдаться существенная трансформация практически любых орфографических и / или графических норм оформления высказывания, поскольку пользователи могут использовать весь свой репертуар знаний грамматических и орфографических норм, действующих в разных языках, создавая при этом новые лингвистические формы, размывающие пределы допустимых отступлений от нормы или взаимопроникающие через границы установленных правил письменного оформления текста и требований орфографии, используя образующиеся «неправильности» для создания метапрагматического значения. Особенно заметны орфографические и грамматические сдвиги в текстах социальных сетей у пользователей, живущих в странах, недавно освободившихся от колониальной зависимости, где национальные языки и / креолизированные языки часто не имеют стандартизованных орфографических норм и правил. Еще одним мощным фактором креативной вариативности в использовании кодовых переключений в поликодовом тексте выступает необходимость встраивания сообщения в конкретный ситуативный контекст,

средства для формирования которого в опосредованной компьютером коммуникации существенно урезаны по сравнению с ситуацией обычного, не компьютерного, общения. Автор имеет в виду эмоциональные маркеры, жестовые и иные паравербальные компоненты коммуникации, а также графику. Таким образом, в мультиязыковом сетевом общении значительно возрастает нагрузка на орфографию, пунктуацию и графическую форму языка в целом, что не может не повлиять на индивидуальные стратегии переключения языковых кодов. В мультиязыковой коммуникации через социальные сети, как показывает проведенное Андрутсопулосом исследование, существенно возрастает роль языковой игры, когда для достижения нужного игрового эффекта используются разные способы транслитерации и спеллинга, двуязычные каламбуры, основанные на переносе практики написания слова одного языка на другой, игровой шуточный эффект которых заключается в оформлении высказываний одного языка графикой и орфографией другого. Присутствующее в сетевой коммуникации пользователей языковое разнообразие, связанное с понятиями метролингвизма, мультилингвизма и транслингвизма, поддерживается также постоянно увеличивающимся пространством доступного оцифрованного многоязычного контента, который участники сетевой коммуникации могут исследовать, адаптировать и реконтекстуализировать. Отмечается, что все более популярной практикой в социальной сети Facebook становится использование возможностей автоматического перевода Google или других веб-сервисов компьютерного перевода. Пользователи Facebook часто придумывают и публикуют («постят») фразы на языке, которым, как знают их собеседники, они не владеют. Например, говорящие по-гречески или по-английски могут использовать в своих сообщениях иероглифы китайского языка, пользователи-участники сетевого общения, не говорящие по-немецки, вставляют в свой текст фразы на немецком языке, часто с грамматическими ошибками или стилистически неправильные, и т.д. Для аналогичной цели часто могут использоваться поэтические и / или музыкальные цитаты из разных культурно-языковых ареалов и т.п. материалы. Главным выводом, к которому приходит автор исследования, является то, что мультиязыковые ресурсы, предоставляемые Интернетом, многократно увеличивают возможность лингвистической разнородности в сетевых коммуникативных практиках пользователей.

Эти данные подтверждаются в исследованиях сетевой коммуникации в мультиязычной среде в других самых разных социо-

лингвистических ареалах. Так, изучение практики использования разных языков в переходах с одного языка на другой (так называемые «кодовые переключения» – code-switching) при общении в социальных сетях кенийских студентов, владеющих, помимо одного из 42 местных языков, еще двумя официальными – суахили и английским, продемонстрировало активное использование лингвистических возможностей разных языков. Отмечается, что такого рода кодовые переключения присутствовали в более чем 50% сообщений в социальной сети Facebook и в почти половине постов в мессенджерах, что позволило выявить предпочтительные для коммуникантов пары и тройки языков, которыми виртуальные собеседники манипулировали осознанно и преднамеренно в зависимости от цели сообщения, его адресата, общего контекста коммуникативной ситуации и ограничений, накладываемых техническими параметрами канала коммуникации [Barasa, 2016]. Изучение языковых кодовых переключений в онлайновом общении студентов в университетах Южной Африки, в которой официальными государственными языками являются 11 языков (включая английский), также показало, что студенты активно используют в онлайновом дискурсе разные сочетания языков, которыми они владеют, в зависимости от ситуативного контекста для выражения своих мыслей и чувств [Ndlangamandla, 2020]. Замечено, что чаще всего для выражения негативных эмоций (печаль, страх перед экзаменом, неудовлетворенность и т.п.) пользователи переходят с английского языка на один из местных африканских языков, аналогичные переходы используются также в высказываниях, адресованных определенной аудитории и подчеркивающих тем самым социокультурную общность отдельных коммуникантов; местные языки также широко используются для наиболее частотных кодифицированных формул речевого этикета как один из маркеров культурно-языковой самоидентификации. Аналогичные результаты представлены в исследовании способов создания и сохранения в сетевой социальной коммуникации своей культурно-языковой идентичности студентами немецких университетов с турецко-немецким двуязычием [Solmaz, 2018].

Являясь университетскими преподавателями, авторы этих исследований призывают к расширению круга языков обучения в мультиязычных мультикультурных странах, особенно при использовании цифровых учебных ресурсов и онлайновых педагогических методик. Отмечается, что мультиязыковые компетенции нужны преподавателю для того, чтобы более эффективно взаимодействовать с учениками, имеющими различные языковые и социокультурные фона.

ствовать с новым поколением студентов, отличающимся высоким уровнем компьютерной цифровой грамотности и в полной мере «существующим» в полизтическом мультикультурном онлайн-виртуальном мире.

## **Заключение**

Новая стадия развития информационно-коммуникационных сетевых технологий Веб 2.0, одним из наиболее значимых результатов которой стала разработка сервисов поддержки коммуникации в социальных сетевых виртуальных пространствах, коренным образом изменила коммуникативные практики пользователей Интернета. Ключевые принципы функционирования социальных сетей – мультимодальность, поликодовость, взаимосвязанность, интерактивность, открытость и персонализация информационного обмена предоставляют человеку новые уникальные возможности самореализации и социализации в современном мультикультурном полизтическом мире. Многомерность интерактивных технологий социальных сетей предоставляет пользователям не только различные способы структурирования дискурса, но и различные способы ведения «беседы». Использование этих возможностей потребовало существенной трансформации коммуникативных моделей, наиболее ярко проявившей себя в мультиязыковых практиках сетевого общения.

Изучение коммуникативных практик социальных сетей позволило некоторым исследователям интернет-опосредованной коммуникации предположить, что социальные сети обладают также значительным педагогическим потенциалом – в первую очередь, в обучении иностранным языкам. Несмотря на неразработанность методик использования социальной сетевой коммуникации в обучении, а также активное сопротивление использованию социальных сетей в классе со стороны педагогов – приверженцев традиционных дидактических моделей и определенному недоверию к эффективности этих форм учебных занятий со стороны части учащихся, общие выгоды от применения этих инструментов в обучении могут быть очень значительными. Благодаря расширению взаимодействия со сверстниками в комфортной и привычной виртуальной среде, развитию интеллектуального потенциала через обращение к информационным ресурсам Интернета, ориентированным на потребности учащихся, коллективному обсуждению

способов применения полученных в виртуальном мире знаний к решению проблем в реальной жизни и максимальному развитию навыков цифровой грамотности, обучающиеся обретают новые возможности освоения предмета обучения. Таким образом, интеграция социальных сетей в учебный процесс может стать мощной новой педагогической стратегией. Однако использование потенциала социальных сетей не должно ограничиваться только освоением инновационных технических средств, поскольку, как мы отмечали выше, социотехнические системы, каким в полной мере является Интернет, требуют максимального учета социокультурных и индивидуальных особенностей встроенного в эти системы пользовательского сообщества. Успеха в этом направлении можно добиться только через целенаправленную продуманную интеграцию технологий с максимально полными знаниями о разнообразных коммуникативных стратегиях пользователей социальных сетей для создания и эффективного использования возможностей новой педагогической практики [Gammon, McGranahan, 2015]. Дальнейшие исследования речевого поведения пользователей социальных сетей позволят более точно оценить их дидактический потенциал для определения того, насколько социальные сети могут быть полезными с педагогической точки зрения.

## Список литературы

- Гурьянов Н.Ю., Коротаева Т.В. Девиации когнитивных способностей человека под воздействием информационных технологий // Вестник МГОУ. Серия Философские науки. – 2021. – № 1. – С. 111–118.
- Кедрова Г.Е., Муромцев В.В. Социальные проблемы современного цифрового информационного пространства // VIII Сперанские чтения; Гуманитарные чтения РГГУ-2021. – М., 2021. – С. 45–51.
- Потапова Р.К., Потапов В.В., Комалова Л.Р. Восприятие мультимодальной mono- и полиэтнической коммуникации. – М. : ИНИОН. РАН, 2020. – 210 с.
- Ackerman M.S. The Intellectual Challenge of CSCW: The Gap Between Social Requirements and Technical Feasibility // Human–Computer Interaction. – 2000. – Vol. 15, N 2/3. – P. 179–203.
- Andersen P. What is Web 2.0?: ideas, technologies and implications for education. – Bristol : JISC, 2007. – Vol. 1, N 1. – P. 1–64.
- Androultsopoulos J. Networked multilingualism: Some language practices on Facebook and their implications // International Journal of Bilingualism. – 2015. – Vol. 19, N 2. – P. 185–205.

- Barasa S.* Spoken code-switching in written form? Manifestation of code-switching in computer mediated communication // *Journal of Language Contact*. – 2016. – Vol. 9, N 1. – P. 49–70.
- Berners-Lee T., Fischetti M.* Weaving the Web: The original design and ultimate destiny of the World Wide Web by its inventor. – Darby : DIANE Publishing Company, 2001. – 246 p.
- Castells M.* The rise of the network society. – Wiley-Blackwell : A John WileyandSons Ltd., Publication, 2011. – Vol. 12. – 625 p.
- Consequences and factors of stylistic differences in human-robot dialogue / *Lukin S., Pollard K., Bonial C., Marge M., Henry C., Artstein R., Traum D., Voss C.* // Proceedings of the 19<sup>th</sup> Annual SIGdial Meeting on Discourse and Dialogue. – Melbourne (Australia) : Association for Computational Linguistics, 2018. – P. 110–118. – URL: <https://aclanthology.org/W18-5012> (дата обращения: 30.09.2021).
- Digital life and youth well-being, social connectedness, empathy, and narcissism / *James C., Davis K., Charmaraman L., Konrath S., Slovak P., Weinstein E., Yarosh L* // *Pediatrics*. – 2017. – Vol. 140. – N Supplement 2. – P. S71–S75.
- Eubanks Vol.* Automating Inequality: How High-Tech Tools Profile, Police, and Punish the Poor. – New York : St Martin’s Press, 2017. – 260 p.
- Fairness and Abstraction in Sociotechnical Systems / *Selbst A.D., Boyd D., Friedler S., Venkatasubramanian S., Vertesi J.* // ACM Conference on Fairness, Accountability, and Transparency (FAT\*) (August 23, 2018). – Seoul, South Korea, 2019. – P. 59–68. – URL: <https://ssrn.com/abstract=3265913> (дата обращения: 30.09.2021).
- Gammon M.A., McGranahan C.* Theory through application : A study in the use of social media for teaching // *The Journal of Faculty Development*. – 2015. – Vol. 29, N 2. – P. 23–32.
- Gascón B.M.* A Cognitive Modeling Approach on Ironical Phraseology in Twitter // International Conference on Computational and Corpus-Based Phraseology. – Cham : Springer, 2019. – P. 299–314.
- How We Talk with Robots: Eliciting Minimally-Constrained Speech to Build Natural Language Interfaces and Capabilities / *Pollard K.A., Lukin S.M., Marge M., Foots A* // Proceedings of the Human Factors and Ergonomics Society Annual Meeting. – Los Angeles, CA : SAGE Publications, 2018. – Vol. 62, N 1. – P. 160–164.
- Kallas P.* Top 10 social networking sites by market share statistics. – 2020. – URL: <https://www.dreamgrow.com/top-10-social-networking-sites-market-share-of-visits> (дата обращения: 30.09.2021).
- Kaplan A.M., Haenlein M.* Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media // *Business horizons*. – 2010. – Vol. 53, N 1. – P. 59–68.
- Language as a biomarker for psychosis: a natural language processing approach / *Corcoran C.M., Mittal V.A., Bearden C.E., Gur R.E., Hitzenko K., Bilgrami Z., Savic A., Cecchi G.A., Wolff Ph.* // *Schizophrenia research*. – 2020. – Vol. 226. – P. 158–166.
- Lipinski-Harten M., Tafarodi R.W.* Attitude moderation: A comparison of online chat and face-to-face conversation // *Computers in Human Behavior*. – 2013. – Vol. 29, N 6. – P. 2490–2493.
- Marwick A.E., Boyd D.* I tweet honestly, I tweet passionately: Twitter users, context collapse, and the imagined audience // *New media and society*. – 2011. – Vol. 13, N 1. – P. 114–133.

- Mediascope: WEB-Index. – URL: <https://webindex.mediascope.net/top-resources> (дата обращения: 30.09.2021).
- Ndlangamandla S.C.* Language alternation in online forums: English monolingual normativity and multilingual practices // Scrutiny2. – 2020. – Vol. 25, N 1. – P. 43–63.
- O'Reilly T.* What is Web 2.0. Design patterns and business models for the next generation of software by Tim O'Reilly 09/30/2005. – URL: <https://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html> (дата обращения: 30.09.2021).
- Postdigital science and education / *Jandrić P., Knox J., Besley T., Ryberg T., Suoranta J., Hayes S.* // Educational Philosophy and Theory. – 2018. – Vol. 50, N 10. – P. 893–899.
- Schneider S., Kerwin J., Vivari B.* Characteristics of the discussion in online and face-to-face focus groups // Social science computer review. – 2002. – Vol. 20, N 1. – P. 31–42.
- SentiHealth-Cancer: a sentiment analysis tool to help detecting mood of patients in online social networks / *Rodrigues R.G., Dores das R.M., Camilo-Junior C.G., Rosa Th.C.* // International journal of medical informatics. – 2016. – Vol. 85, N 1. – P. 31–42.
- Shi X., Carliner S., Wan W.* Internet-Mediated Genre Studies: An Integrative Literature Review (2005–2019) // IEEE Transactions on Professional Communication. – 2020. – Vol. 63, N 4. – P. 279–295.
- Solmaz O.* Multilingual and multimodal repertoires as part of identity management on Facebook: A case of international students // Journal of International Students. – 2018. – Vol. 8, N 4. – P. 1662–1680.
- Someone is Wrong on the Internet: Having Hard Conversations in Online Spaces / *Baughan A., Petelka J., Yoo C.J., Lo J., Wang Sh., Paramasivam A., Zhou A., Hiniker A.* // Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction. – 2021. – Vol. 5, N CSCW1. – P. 1–22.
- Vilares D., Alonso M.A., Gómez-Rodríguez C.* Supervised sentiment analysis in multilingual environments // Information Processing & Management. – 2017. – Vol. 53, N 3. – P. 595–607.
- Von Baeyer H.C.* Information: The New Language of Science. – Cambridge (Mass.) : Harvard University Press, 2004. – 272 p.
- Warner C., Chen H.* Designing talk in social networks: What Facebook teaches about conversation // Language, Learning, and Technology. – 2017. – Vol. 21, N 2. – P. 121–138.

**М.В. Хитина**

**ИССЛЕДОВАНИЕ РУССКОЯЗЫЧНОГО ИНТЕРНЕТА  
С ПОМОЩЬЮ РАЗНЫХ МЕТОДОВ И ПРОГРАММ<sup>1</sup>**

*Московский государственный лингвистический университет,  
Москва, Россия, khitina49@mail.ru*

**Аннотация.** Статья содержит обзор материалов исследования в основном русскоязычного Интернета с применением систем анализа текстов, метода контент-анализа, сравнения результатов работы различных систем с данными информантов.

В настоящее время в наш обиход уже вошли такие понятия, как Интернет, социальные сети. Сам термин «социальная сеть» связан с термином «массовая коммуникация», который стал активно употребляться в конце XX столетия. Как отмечает И.А. Гусейнова, эти явления связаны с анализом социологов особенностей поведения людей в рамках специфического вида социальной общности и с техногенным фактором, поскольку появились новые средства передачи информации [Гусейнова, 2009].

С 2014 г. в обиход вошел термин «сетература» – «новая, принципиально отличная от традиционной формы литература, меняющая отношения читателя с автором, превращая их в соавторов, использующая новые технологии, конечный продукт которых размещается в компьютерной сети и может видоизменяться во времени многими читателями из разных мест одноправно» [Барст, 2005, с. 3].

---

<sup>1</sup>В приведенных исследованиях, выполненных под руководством автора статьи, принимали участие А. Берликов, Д. Шишкина, М. Садовникова, А. Сухоручкина, Я. Парфенова.

Сетературой называются тексты, порождаемые в пределах компьютерного сетевого дискурса, отличающиеся особой стилистикой. Специфику этого дискурса отражает определение сетературы, предложенное Г. Рябовым: «Сетература – основанный на использовании письменности вид творчества, конечный продукт которого (произведение) может размещаться на разнесенных в пространстве узлах компьютерной сети, видоизменяться (редактироваться) во времени и быть доступным многим потребителям из разных мест одновременно»; «это новый вид творчества, корнями погруженный в литературу, но использующий новые технологии, которые без сети попросту невозможны» [Рябов, 2001].

Социальные сети как особое образование требуют адаптации старых и развития новых методов их анализа.

Сегодня мы имеем дело с огромным массивом текстовых данных, которые не всегда можем даже просмотреть. Именно поэтому особенно важной является проблема реферирования материалов сетей, а также оценка возможности применения для этих целей уже разработанных систем автоматического реферирования.

В соответствии с довольно популярным определением, данном в Интернете, социальная сеть является интерактивным много-пользовательским веб-сайтом, его контент заполняется участниками Сети. В Интернете представлено много социальных сетей (см. сайт SeclGroup).

Одной из таких сетей является сеть «ВКонтакте», предназначенная для общения различных людей.

Определения автоматического реферирования даются самые разные. Это может быть «краткое, но точное представление содержания документа; дистилляция наиболее важной информации из источника, имеющая цель произвести сокращенную версию для конкретного пользователя / пользователей и задачи / задач; реферирование текста – сокращение его объема и получение краткого изложения его содержания...» [Bolshakova, 2001].

Основная информация может характеризоваться рядом количественных особенностей, среди которых семантическая информативность, последовательность, степень сжатия [Ježek, Steinberger, 2007]. Таким образом, мы можем сократить объем первичного текста, причем предполагается сохранение его содержания. На самом деле вопросами автоматического реферирования текстов занимались различные специалисты, уже давно для этого стала применяться вычислительная техника (см. работы таких ученых, как Г.П. Лун, В. Е Берзон, И.П. Севбо, Э. Ф Скороходько,

Д.Г. Лахути, Р.Г. Пиотровский и др.). В итоге можно выделить два основных направления: экстрагирование из текста первичного документа по формальным признакам наиболее информативных фраз; рефериование, основанное на выделении наиболее существенной информации с помощью специальных информационных языков (далее осуществляется порождение новых текстов – рефераторов).

В России в основном ведутся работы в рамках первого подхода. Для систем автоматического рефериования характерны некоторые особенности, такие как алгоритмизация процесса рефериования, его функциональность, обязательная опора на лингвистические ресурсы и экспериментальная обоснованность [Автоматическая обработка текстов на естественном языке и анализ данных, 2017].

Материалом для исследования послужили 50 текстов малого, среднего и большого объема из социальной сети «ВКонтакте». В них пользователи рассуждали на разные темы, излагали свои мнения по разным вопросам.

Для анализа материала были задействованы программы TextAnalyst, t-CONSPPECTUS и Sumy. В задачу исследования входило изучение работы перечисленных выше программ рефериования, описание структуры социальной сети «ВКонтакте», оценка возможности применения программ для анализа специфического материала сети, а также сравнение результатов рефериирования, сделанных системами и человеком.

Следует отметить, что системы хуже справились с анализом данного материала. Так, программы не смогли в полном объеме обработать все тексты (TextAnalyst не справился в 20 случаях из 50, t-CONSPPECTUS – в 3 и Sumy – в 6). Таким образом, лучший результат на данной выборке показала система t-CONSPPECTUS.

TextAnalyst. Необходимо также отметить недостатки в работе программ. Как показал эксперимент, качество работы программы TextAnalyst зависит, во-первых, от величины анализируемого текста и, во-вторых, наличия лексических единиц в базе данных (БД) системы. Недостаток архитектуры программы состоит в том, что лингвистический процессор осуществляет предварительную обработку входного текста (последовательности символов в определенной кодировке) на основе априорных лингвистических знаний. Они являются общими для выбранного языка. Если в исходном документе будут допущены ошибки (пунктуационные,

орфографические и т.д.), то программа не сможет принять этот текст в обработку [Харламов, 2014].

t-CONSPECTUS. При успешности работы программы, качество рефератов далеко не лучшее. В половине проанализированных случаев в подготовленном реферате отсутствует связность между предложениями.

Sumy. Анализируя тексты, программа наделяет наибольшим весом предложения в заглавии, основной части и заключении. Это придает реферату связность и краткость (при этом он соответствует критериям качества). Но, к сожалению, в исходном тексте основное содержание могло передаваться в других частях текста, в итоге реферат терял презентативность.

Результаты работы по реферированию текстов испытуемыми ( $n=10$ ) могли различаться между собой, но особых нареканий это не вызывало. Они передавали основное содержание текстов. Разумеется, на выполнение задания испытуемый тратил время, а программа делала эту работу почти мгновенно. Поэтому главное преимущество автоматического анализа и обработки текстов – скорость. Кроме того, стабильность и возможность работы в любое время.

Следует подчеркнуть, что приведенные выше результаты являются предварительными. Для получения статистически значимой информации необходимо привлечение большего числа испытуемых и текстов для исследований.

Следующее исследование было посвящено изучению комментариев в сети «ВКонтакте» [Леонтьев, 2012; Марченко, 2013] и их анализ с использованием метода контент-анализа для определения специфики смыслового восприятия текстов человеком и программой Atlas.ti [Блог о контент-анализе, 2012].

В качестве материала были отобраны комментарии по темам «Майдан» и «насилие». Выявлялась экспрессивная лексика и проводилась ее оценка в отобранных текстах.

Материалы комментариев отбирались с учетом следующих критериев: тематика (см. ранее) и дата публикации (начиная с 7 апреля 2014 г.). Предварительно было подсчитано абсолютное число комментариев по заявленным темам и определено их относительное число в общем массиве отобранных текстов.

Материал был взят из следующих групп социальной сети «ВКонтакте. ру»:

- Группа: «Донецк Live»;
- Группа: «0629 Мариуполь»;

- Официальная группа телеканала «Дождь».

Тексты освещали следующие темы:

- «В Петербурге прошла акция солидарности с русской весной на Украине»;
- «Пушкин: Донбасс – это украинская территория»;
- «Под Мариуполем в Широкино позиции сил АТО обстреляны из миномета 120 мм и гранатомета».

Объем комментариев составлял от 10 до 513 слов.

В качестве информантов выступили студенты разных вузов, для которых русский язык являлся родным. Предварительно они прошли анкетирование (ФИО, пол, возраст, образование). Возраст испытуемых варьировался от 18 до 23 лет; 67% обучалось в технических вузах, 33% – в гуманитарных.

После заполнения анкеты участники эксперимента должны были действовать согласно инструкции, которая прилагалась к материалу исследования. Их задача заключалась в выявлении экспрессивной лексики в каждом тексте. Параллельно тексты были обработаны с помощью программы Atlas.ti, которая также определяла экспрессивную лексику в текстах.

Цель эксперимента заключалась в определении и сравнении качества работы программы и человека на основе специфического материала (комментариев в социальной сети).

Задачи данного эксперимента состояли в следующем:

- определить и сравнить корректность выявления эмоционально-окрашенной лексики человеком и программой;
- сравнить качество выявления эмоционально-окрашенной лексики в группе информантов и между информантами и системой;
- установить возможные отличия между полученными результатами.

Для проведения эксперимента комментарии по теме «Майдан» и «насилие» обрабатывались с помощью программы Atlas.ti. Как указывают разработчики, программа Atlas.ti – это средство интеллектуального анализа, синтеза и обработки текстов. Анализируемый массив файлов может содержать текст, аудио- и видеофайлы, отсканированные материалы, географические данные.

В ходе исследования сегменты комментариев кодировались с помощью следующих кодов: «#доброжелательность», «#агрессия», «#негатив», «#позитив». Полученные данные сравнивались с помощью функции QueryTool.

Информанты должны были выделить слова или выражения, которые выражают негативное или позитивное отношение к предмету дискуссии, далее проводился их подсчет.

Эксперимент по сравнению результатов анализа информантами и программой по указанной тематике показал, что программа Atlas.ti выделяет больше слов и выражений, отражающих негативное отношение комментаторов к предмету дискуссии по сравнению с данными информантов. Так, по теме «Майдан» в комментариях было отмечено больше признаков агрессии, чем доброжелательности. Через год эксперимент был проведен повторно. Результаты показали, что соотношение негативного и позитивного восприятия текстов не изменилось, количество агрессивно-окрашенной лексики не увеличилось.

Еще одно исследование было посвящено исследованию распределения дискурсивных слов (дискурсивных маркеров) на материале комментариев социальной сети «ВКонтакте».

На сегодняшний день понятие «дискурс» не определено однозначно даже лингвистами, однако наиболее часто отмечают, что это «текст плюс экстратекстовые компоненты» (наиболее известные определения приведены в ЛЭС [Арутюнова, 1990, с. 136]).

Научную основу современной дискурсологии составляют труды отечественных и зарубежных специалистов, например Н.Д. Арутюновой, Т.А. ван Дейка, В.И. Карасика, А.А. Кибрика, Р. Лакоффа, Б. Фрейзера и др. Поскольку мы имеем дело со специфичным материалом, совмещающим в себе признаки письменного и устного текста, интерес представляет вопрос о том, будет ли отмечена определенная специфика распределения в материале дискурсивных слов.

Понятие «дискурсивное слово» (ДС) также не является общеупотребительным. Можно встретить и другие варианты, такие как «модальное слово», «модальная частица», «логическая частица», «метатекстовый компонент», «коннектор», «маркер разговорной речи», «дискурсивный маркер», «межфразовая скрепа», «метатекстовая вставка», «строевое слово», «неполнозначное слово» и др. [Дискурсивные слова, 2003, с. 9].

В качестве основного критерия выделения ДС называют сферу его действия. Имеется несколько классификаций ДС, среди которых классификации Е.В. Атаевой, Н.С. Поспелова, Г.В. Дагурова, Е.А. Земской, Л. Теньера, В.Н. Шаронова, Е.А. Ивановой, Р. Лакоффа и др.

В исследовании была применена адаптированная для данного материала классификация Б. Фрейзера [Fraser, 1999, р. 167–190].

В качестве материала было отобрано 80 комментариев на тему «Путешествия» (40 мужчин и столько же женщин, всего восемь групп с учетом возраста и технического или гуманитарного образования). Все информанты имеют или получают высшее образование, родной язык – русский.

В каждом из комментариев выделялись ДС и подсчитывалось их количество. Данные сводились в сводную таблицу, где указывалась частота их использования в конкретной группе и частота использования всех групп ДС (по данной классификации).

В итоге были получены следующие результаты: уточняющие маркеры – 63%; контрастивные – 15; маркеры оценки – 7; эвиденциальные – 5; маркеры источника информации – 4; маркеры вывода – 3; маркеры смены темы – 2; маркеры смягчения – 1%.

Помимо этого было проведено сравнение результатов, полученных мужчинами и женщинами; разными возрастными группами и между людьми с разным образованием.

Предварительные выводы показали, что в среднем больше ДС используют женщины; преобладающее количество ДС отмечается у информантов с гуманитарным образованием. Принципиальных отличий в разных возрастных группах отмечено не было.

В качестве наиболее употребительных оказались ДС, относящиеся к группе уточняющих или детализирующих маркеров, наименее употребительными стали маркеры смягчения.

Целью следующего исследования было исследование текстов социальной сети «Facebook», оценка определения смыслового восприятия текстов исследователем, информантами и программой TextAnalyst на основе материала по определенной тематике. В отличие от других социальных сетей («ВКонтакте» и «Одноклассники») данная сеть требует личной информации и обязательной регистрации.

В качестве материала были отобраны сообщения на русском и английском языках. Методологической основой исследования послужили работы следующих специалистов: Р.К. Потаповой, И.А. Гусейновой, В.Е. Чернявской, О.В. Дедовой, С. Тичер, М. Мейер, Р. Водак, Е. Веттер и др., а также работы по проблемам смыслового восприятия текста, которые представлены в трудах психологов и психолингвистов (Л.С. Выготского, Н.И. Жинкина, А.А. Леонтьева, А.А. Брудного, И.А. Зимней, Т.М. Дридзе и др.) и специалистов в области лингвистики и стилистики текста

(И.Р. Гальперина, О.И. Москальской, Н.Д. Зарубиной, В.В. Одинцова, И.Я. Чернухиной и т.д.).

При работе с текстами в социальной сети «Facebook» важно понятие гипертекста. Гипертекст – это и «форма представления текстового материала», и технология, которая «обеспечивает, делает возможным представление и освоение больших объемов текстового материала в нелинейной форме» [Потапова, 2012].

Материалом для исследования послужила выборка текстов из социальной сети «Facebook» [Анонсы. – Facebook, 2014]. В качестве метода исследования был использован контент-анализ материала и система TextAnalyst, которая является инструментом для анализа содержания текстов, смыслового поиска информации, формирования электронных архивов [ Автоматический анализ текста, 2014].

Анализировались сообщения по темам «Культура» и «Политика», опубликованные в сообществах «Большой театр России / Bolshoi Theatre of Russia», «Государственный Эрмитаж. The State Hermitage museum. Officialpage», «Mariinsky Theatre», «The Mikhailovsky Theatre», «Russian Mission to the EU / Постпредство России при ЕС», «МИД России», созданных в социальной сети «Facebook» (100 сообщений из шести сообществ, представляющих новости на русском и английском языках).

Материалы отбирались по следующим критериям: дата публикации (начиная с 01.09.2015) и тема публикации. Следует подчеркнуть, что темы «Культура» и «Политика» являются обсуждаемыми в современном Интернете. Объем комментариев варьировался от 32 до 353 слов.

По материалам комментариев была создана база данных (БД) реляционного типа. Объектами БД стали сообщения социальной сети «Facebook» на темы «Культура», «Политика». Атрибуты данных включали название сообщества, заголовок сообщения, дату публикации сообщения, текст сообщения на русском языке, текст сообщения на английском языке.

Информанты (n=20), участвующие в эксперименте, прошли предварительное анкетирование. По инструкции они должны были выделить «ключевые» слова или выражения и зафиксировать их в специальной анкете. Как показал эксперимент, «ключевые» слова и выражения, выделенные информантами, было целесообразно разбить на следующие подгруппы: основные, второстепенные и дополнительные. То же делалось с помощью программы TextAnalyst.

Анализ показал, что информанты выделили больше слов и / или выражений по темам «Культура», «Политика», чем программа TextAnalyst. При этом оказалось, что в рефератах информантов и программы TextAnalyst встречаются слова и словосочетания трех категорий: «Место», «Время» и «Участники». Полученные результаты, представленные в виде таблиц, сравнивались по каждому сообщению.

Эксперимент показал следующее: программа TextAnalyst выделила в 23 сообщениях слова или словосочетания, относящиеся к категориям «Место», «Время» и «Участники», в 40 сообщениях – относящиеся к категориям «Место», «Время», в 15 – сообщениях относящиеся к категориям «Место», «Участники», в пяти – сообщениях слова или словосочетания, относящиеся к категориям «Время» и «Участники», в трех – сообщениях относящиеся только к категории «Место», в шести – к категории «Время» и в четырех – к категории «Участники». При этом в 4 сообщениях не были выделены слова или словосочетания, относящиеся ко всем 3 категориям.

Что касается информантов, то они чаще всего выделяли слова или словосочетания, относящиеся к категории «Участники». Программа TextAnalyst больше всего выделила слов или словосочетаний, относящихся к категориям «Место», «Время».

При сравнении результатов анкетирования информантов с результатами программы TextAnalyst можно сделать вывод, что информанты и программа TextAnalyst чаще всего включают информацию о месте, времени и участниках события в свой реферат, если такая информация имеется. Однако программа TextAnalyst не всегда предлагает информацию по этим категориям, в отличие от информантов.

Следующее исследование было посвящено проблеме идентификации личности по материалам Интернета, в частности, комментариям в социальной сети «ВКонтакте». Тема актуальна в связи с ростом преступлений с использованием компьютеров и Интернета.

Задачей идентификации личности по речи является определение «на основе характеристик речевого сигнала и речевого потока в целом, принадлежит ли данное высказывание конкретному говорящему при условии выбора из n-стимулов, принадлежащих n-лицам» [Потапова, Потапов, 2006]. В данном случае мы имеем дело с общением в Интернете, обладающим особенностями, что предполагает изучение вопроса о возможности использования метода идентификации личности, применяемого при производстве

фоноскопических экспертиз [Идентификация лиц по фонограммам русской речи на автоматизированной системе “Диалект”, 1995]. В данном случае анализируется группа лексических идентификационных признаков.

Одними из факторов, влияющих на речь человека, являются способ и тематика общения. По-видимому, общение в Интернете обладает особенностями, которые в некоторой степени определяют наличие или отсутствие тех или иных идентификационных лексических признаков в речи человека. Вопрос об устойчивости лексических признаков в материалах Интернета является важным и позволяет адаптировать при необходимости имеющиеся методы идентификации личности для данных текстов.

В качестве материала для исследования были взяты 36 текстов 18 разных авторов с сайтов [www.instagram.com](http://www.instagram.com) и [www.vk.com](http://www.vk.com) (по два текста от каждого информанта). Первый сайт является социальной сетью «Инстаграм», где пользователи могут публиковать свои фотографии и посты на любые темы. Второй сайт – это социальная сеть «ВКонтакте», где люди могут обмениваться текстовыми сообщениями и размещать свой контент в тематических группах.

На основе теоретического анализа материала был составлен уточненный список лексических идентификационных признаков, они были представлены в таблицах, которые заполнялись при анализе каждого текста.

Среди признаков можно отметить: употребление заимствованных слов, наличие слов ограниченной сферы употребления, наличие стилистически окрашенной лексики, использование эмоционально-оценочной и экспрессивной лексики, употребление фразеологизмов, использование незнаменательной лексики, соответствие употребления слова его значению по Толковому словарю, нарушение сочетаемости слов.

В качестве информантов (авторов текстов) были задействованы девять женщин и девять мужчин в трех возрастных категориях: 18–24 года, 25–35 лет и 36–55 лет. Для каждого информанта было проведено анкетирование, любой из них был представлен двумя текстами на различные темы.

В таблицы заносились лексические признаки, выявленные для информантов во всех текстах, приводились примеры и, при необходимости, указывалась частота встречаемости.

Из представленных выше лексических признаков, выявленных в речи каждого из информантов А1–А18 можно отметить тен-

денцию, заключающуюся в том, что наборы этих признаков являются индивидуальными для каждого из информантов. Некоторые лексические признаки присутствуют в речи всех информантов, однако соотношение этих признаков может не совпадать. Например, объем использования незнаменательной лексики у автора А10 значительно больше, чем у любого другого информанта, принял участия в эксперименте.

Иногда было возможно проследить взаимосвязь между используемой лексикой и образованием, родом деятельности и местом жительства индивида. Так, например, информант А18 использовал в своей речи большое количество заимствованной англоязычной лексики и иноязычных вкраплений (проживал в Великобритании десять лет). То же отмечалось у студентов и выпускников лингвистической специализации.

Можно отметить, что тематика текста в некоторой степени определяет наличие конкретных идентификационных признаков лексической группы у информантов. Каждый из них был свободен в выборе темы для обсуждения. Интересно, что соотношение использования лексических единиц определенной категории, например, специальной или книжной лексики, могло варьироваться в зависимости от тематики сообщения даже в текстах одного информанта.

Анализ конкретных лексических единиц показывает, что в большинстве случаев лексемы повторяются нечасто или вообще не повторяются. Возможные повторы лексических единиц наблюдались в пределах одной темы. Количественные характеристики употребления лексем, однако, могут быть использованы для определения словарного запаса личности.

Использование незнаменательной лексики было выявлено у большей части информантов. Анализ присутствия конкретных лексических единиц данной категории показал, что они редко повторяются. Тем не менее, относительно стабильным показателем можно считать примерное общее количество лексических единиц, используемых отдельным человеком. Так, например, тексты информанта А7 характеризуются незначительным использованием незнаменательной лексики, а информант А10 использует относительно большое число незнаменательной лексики в обоих текстах.

Рассматривая вопрос о том, какую роль имеют лексические признаки при идентификации личности по тексту, зафиксированному в Интернете, как в блоге, так и в личных сообщениях, можно сделать вывод о значимости лексических признаков в анализе осо-

бенностей речи индивида. Возможно, лексические признаки могут выступать в качестве наиболее важных при идентификации личности по интернет-тексту, но в большинстве случаев не меньшую значимость имеют и идентификационные признаки других групп.

## Список литературы

- Автоматическая обработка текстов на естественном языке и анализ данных / Большакова Е.И., Воронцов К.В., Ефремова Н.Э., Клышинский Э.С., Лукашевич Н.В., Сапин А.С. – М. : Изд-во НИУВШЭ, 2017. – С. 21–269.
- Автоматический анализ текста. [Электронный ресурс]. – 2014. – <http://www.analyst.ru/index.php?lang=rus&dir=&id=body&left=menu.txt> (дата обращения: 05.10.2021).
- Анонсы // Facebook. – 2014. – URL: [https://www.facebook.com/photo.php?fbid=544771855621617&set=a.150827371682736.30519.148751501890323&type=1&stream\\_ref=10](https://www.facebook.com/photo.php?fbid=544771855621617&set=a.150827371682736.30519.148751501890323&type=1&stream_ref=10). – свободный. – Загл. с экрана. (дата обращения: 05.10.2021).
- Арутюнова Н.Д. Дискурс // Лингвистический энциклопедический словарь / гл. ред. В.Н. Ярцева. – М. : Советская энциклопедия, 1990. – С. 136–137.
- Барст О.В. Структурно-семантические особенности организации гипертекстового нарратива : автореф. дис. ... канд. филол. наук. – СПб., 2005. – 24 с.
- Блог о контент-анализе // Алексей Рюмин. Качественный контент анализ в Atlas.ti. Обзор программы. [Электронный ресурс]. – 2012. – URL: <http://content-analysis.ru/>. – свободный. – Загл. с экрана. (дата обращения: 05.10.2021).
- Гусейнова И.А. Коммуникативно-прагматические основания жанровой системы в маркетинговом дискурсе : дис.... д-ра филол. наук. – М. : МГЛУ, 2009. – 466 с.
- Дискурсивные слова русского языка: контекстное варьирование и семантическое единство : сб. статей / сост. К. Киселева, Д. Пайар. – М. : Азбуковник, 2003. – 207 с.
- Идентификация лиц по фонограммам русской речи на автоматизированной системе «Диалект» : пособие для экспертов / Попов Н.Ф., Линьков А.Н., Кураченкова Н.Б., Байчаров Н.В. ; под ред. А.В. Фесенко. – М., 1995. – 113 с.
- Леонтьев В.П. Социальные сети : ВКонтакте, Facebook и др. – М. : ОЛМА Медиа Групп, 2012. – 255 с.
- Марченко Н.Г. Социальная сеть «ВКонтакте»: лингвопрагматический аспект : дис. ... кандидата филологических наук. – Ростов н/Д, 2013. – 160 с.
- Потапова Р.К. Новые информационные технологии и лингвистика. – М. : УРСС, 2012. – 368 с.
- Потапова Р.К., Потапов В.В. Язык, речь, личность. – М. : Языки славянской культуры, 2006. – 496 с.
- Рябов Г. Сете- или -тура? Псевдонаучное исследование. – М., 2001. – URL: <http://www.netslova.ru/ryabov/setetura.htm> (дата обращения: 05.10.2021).
- Харламов А.А. Технология автоматического смыслового анализа текстов TextAnalyst // Вестник МГЛУ. – 2014. – № 13(699). – С. 236–244.

*Bolshakova E.I.* Recognition of author's scientific and technical terms // Proceedings of the Second International Conference on Computational Linguistics and Intelligent Text Processing. – Berlin ; Heidelberg : Springer, 2001. – P. 281–290.

*Fraser B.* What are discourse markers? // Journal of Pragmatics. – 1999. – N 31. – P. 167–190.

*Ježek K., Steinberger J.* Automatic Text Summarization (The state of the art 2007 and new challenges) / Katedra informatiky a výpočetní techniky, FAV, ZČU Západoceská Univerzita v Plzni (Plzeň). – 2008. – URL: <https://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.456.58&rep=rep1&type=pdf> (дата обращения: 15.09.2021).

Комалова Л.Р.\*<sup>1</sup>, Кулагина Д.А.\*\*

**ВОСПРИЯТИЕ ВЕРБАЛИЗОВАННОЙ АГРЕССИИ  
В КОНТЕКСТЕ И ВНЕ КОНТЕКСТА  
СООБЩЕНИЙ СОЦИАЛЬНОЙ ИНТЕРНЕТ-СЕТИ  
«ТВИТТЕР»<sup>1</sup>**

\* Институт научной информации по общественным наукам РАН,  
\*\* Московский государственный лингвистический университет,  
Москва, Россия, komalova@inion.ru

*Аннотация.* В настоящей статье представлены результаты первичного исследования, в котором предпринимается попытка определить, является ли ближайший речевой контекст, в котором вербализуется агрессия, условием для субъективной оценки данного факта как акта нападения или акта защиты. Исследуется речевая коммуникация пользователей социальной интернет-сети «Твиттер». Для проверки исследовательской гипотезы было проведено экспериментальное исследование с участием 45 респондентов – русскоговорящих продвинутых интернет-пользователей. Проведенное исследование подтвердило выдвинутую гипотезу. Наиболее индикативными при обозначении вербализованной агрессии в исследуемых твитех были лексические параметры. При введении ближайшего речевого контекста наблюдались сдвиги в оценках анализируемых сообщений, а также тенденция к конкретизации типа агрессии. По сравнению с группой мужчин, в группе женщин было обнаружено больше сдвигов в оценке стимульного материала. Наблюдаемые тенденции требуют проверки на расширенной группе респондентов и более широком речевом материале.

## **Введение**

Бурное развитие цифровых технологий в конце XX – начале XXI в. способствовало активному дублированию социальных

---

<sup>1</sup> Исследование выполнено в рамках государственного задания ФГБУН ИНИОН РАН по теме «Лингвокультурные аспекты цивилизационных противоречий».

практик в интернет-среде. В частности, обязательным требованием современности является цифровое присутствие в различных коммуникативных интернет-ресурсах. Особенно адаптивными к данной форме общения выступают люди поколения Z – современная молодежь в возрасте 20–25 лет (см., например: [Поколение Z; Салтыкова, 2021]).

Интернет-опосредованная коммуникация открывает не только новые возможности (связанные с оперативностью обмена информацией, широтой охвата аудитории, комбинацией нескольких модальностей в одном сообщении), но и сохраняет негативные характеристики общения, осуществляемого онлайн. Речь идет о таких явлениях, как кибербуллинг, цифровое мошенничество, язык вражды и т.д. По данным горячей линии психологической помощи «Дети online», «наиболее частая тема обращений <...> – агрессия при общении в Интернете (40%). Свыше 25% обратившихся школьников ежедневно сталкиваются с проявлениями агрессии и травли в Сети» [Каждый второй ..., 2014].

В силу отсутствия строгой регламентации общения в сети Интернет исследователям становится доступным наблюдение за огромным объемом речевого и языкового материала, в том числе характеризуемого как деструктивный. Например, было зафиксировано, что в социальной интернет-сети «ВКонтакте» на 1000 слов приходится 17 обсценных лексем, в сети «Мой Мир» – 16 обсценных слов, в «Твиттер» – 15, в «Одноклассники» – 15,4 слова, в «Facebook» – 13 слов. Конечно, наличие обсценной лексики – это лишь косвенное свидетельство коммуникации на повышенных тонах. В исследовании Brand Analytics на основе анализа содержания коммуникативных интернет-площадок были выявлены следующие ресурсы, в которых чаще продуцируется агрессивный контент: развлекательные ресурсы, пользователями которых являются люди в возрасте 12–30 лет (2ch.hk, yaplakal.com, pickabu.ru и др.), сайты, связанные с киберспортом (prodota.ru, dota2.ru), форумы, на которых пользователи обсуждают острые социально-политические темы (echo.msk.ru, politforums.net, bolshoyforum.com и т.п.) [Data mining ..., 2019].

Агрессия как явление изучается давно, но до сих пор нет однозначных критериев определения границ акта агрессии, так как в концептуализации содержания данного понятия заложен практически не операционализируемый параметр «намеренность действий». Ставшее классическим определение агрессии, данное Л. Берковицем, гласит: агрессия – это «вид поведения, физического либо символического, которое мотивировано намерением при-

чинить вред кому-то другому» [Берковиц, 2001, с. 32]. Ситуация усугубляется тем фактом, что по форме агрессивными могут быть и наступательные, и защитные действия, но это не означает, что первые или вторые осуществляются с намерением причинить вред, нанести ущерб. Однако переход от обобщенного понятия «агрессия» к описанию отдельных видов и форм агрессии, по нашему мнению, представляется более перспективным.

## Методика исследования

В настоящей статье мы представим результаты первичного исследования, в котором предпринимается попытка определить, является ли ближайший речевой контекст, в котором вербализуется агрессия, условием для субъективной оценки данного факта как акта нападения или акта защиты.

Мы полагаем, что при анализе вербализованной агрессии введение учета таких факторов, как коммуникативная ситуация и ближайший речевой контекст может повысить точность определения характера (направленности) вербализованной агрессии в процессе речевой коммуникации. В статье исследуется речевая коммуникация пользователей социальной интернет-сети Twitter.

Под речевым контекстом в рамках настоящей работы понимается макро-контекст – лингвистическое окружение конкретной языковой единицы (слова, фразы, предложения и т.д.), которое шире, чем фраза или предложение, в котором представлена исследуемая языковая единица [Доминикан, 2017]. Для целей настоящей работы ближайшим речевым контекстом являются твиты, следующие за стимульным твитом.

Коммуникативная ситуация – это структурированная речевая сущность, реализуемая во времени и пространстве, характеризующая условия коммуникации, мотивацию к коммуникации, участников коммуникации (адресант и адресат), тематику общения, цели коммуникантов, коды и стили, коммуникативное окружение (например, социальные предписания, табу), культурно-этнические особенности коммуникации (см., например: [Серебрякова, 2009; Bihunov, 2018]).

При отборе речевого стимульного материала мы руководствовались следующими критериями: относительная новизна сообщений (твиты были опубликованы в пределах текущего года); дискуссия связана с острыми социально-политическими темами;

коммуниканты ясно выражают свои мнения, высказываясь за или против чьей-либо позиции; в дискуссии должны участвовать, как минимум, 20 коммуникантов (каждый из них опубликовал, как минимум, три сообщения – твита); язык коммуникации аутентичен коммуникантам. Материал отбирался методом сплошной выборки за дату 21.04.2020 г.

Для определения вербализованной агрессии мы пользовались перечнем признаков, описанным в работах [Комалова, 2015; Комалова, 2020; Potapova, Komalova, 2017]. Для экспериментального исследования было отобрано десять твитов (табл. 1). Примеры представления стимулов (твитов без ближайшего речевого контекста и с контекстом) представлены на рисунке 1–2.

Таблица 1  
**Твиты, используемые в исследовании в качестве стимульного материала (сообщения представлены в авторской орфографии и пунктуации)**

№ п/п твита	Твиты
1	Коммуникант 1: Как объяснить идиотам, что трудности 90-х мы получили не потому что СССР рухнул, а потому что он был? А «смутное время», не потому что Иван Грозный умер, а потому что жил. И несетесь вы опять именно туда. На скорости 27 махов, по непредсказуемой траектории, блять.
2	Коммуникант 2: Ага, я сломал руку не потому, что упал, а потому что я шел. Человек умер не потому, что он заболел, а потому что он жил. Изба сгорела не потому, что ее подожгли, а потому что она деревянная была. (Сама виновата так ей и надо). Философы доморошенные б**ть.
3	Коммуникант 3: Никак! Предлагаю – наблюдать и глумиться. Я уже давно понял, что, во-первых, необучаемые, а во-вторых, дальше кончика носа не видят.
4	Коммуникант 4: Скажем так: вы, сударь, жидко обдристались со своими выводами.
5	Коммуникант 5: Бесполезно. Как мне недавно свысока сказали: «Сейчас модно стало ругать СССР». Такие мы модники, что охренеть.
6	Коммуникант 6: нука объясни – почему Америка в 1930-х во времена глубокого кризиса и «великой депрессии» не распалась как страна? Есть мысли в твоей башке на сей счет?
7	Коммуникант 7: столько лайков это бред собачий собрал.... Подозреваю какой уровень интеллекта у тех, кто их оставил....
8	Коммуникант 8: А разве объяснения идиота кому-то интересны?
9	Коммуникант 9: Не, ну это логично: ты тоже сдохнешь, потому что жил. Но мне тут интересно стало: ты веришь в свою неуязвимость и бессмертие? Просто если нет, то твой бред, невозможно воспринимать всерьез.
10	Коммуникант 10: Коля-Идиот, а ты то сам понимаешь смысл, что пишешь?))



Рис. 1.  
**Пример твита без ближайшего речевого контекста**

В ответ @ostenbaken1004

Коля-Идиот, а ты то сам понимаешь смысл, что пишешь? ))

5:52 PM · 11 дек. 2020 г. · Twitter Web App

Коля Остенбакен @ostenbaken1004 · 11 дек. 2020 г.

В ответ @Prohor\_Gromov

Я тебе секрет открою, тут тех кто не понял, всего человек 10 из 5000. И ты один из них, гений))

Рис. 2.  
**Пример твита с ближайшим речевым контекстом**

Для проверки исследовательской гипотезы было проведено экспериментальное исследование с участием 45 респондентов – русскоговорящих продвинутых интернет-пользователей. Исследовательская анкета была размещена в Интернете в виде Google Forms. Все респонденты дали согласие на участие в исследовании. Демографические данные респондентов представлены в таблице 2.

Таблица 2

**Данные группы респондентов**

Возраст респондентов	Мужчины	Женщины	Вся группа
18–24	9	18	27
25–30	3	6	9
31–40	2	4	7
41–50	1	0	1
51+	0	2	2
Итого	15	30	45

Процедура экспериментального исследования состояла из двух этапов.

На первом этапе мы объяснили участникам исследования, что такое вербализованная агрессия, рассказали о видах и формах агрессии, делая акцент на различении наступательной (ициальной) и оборонительной (ответной) типах агрессии. После этого респондентам последовательно предъявлялись десять твитов. После ознакомления с каждым твитом им предлагалось ответить на вопросы исследовательской анкеты. На первом этапе исследования твиты предъявлялись без ближайшего речевого контекста.

На втором этапе респондентам предъявлялись те же твиты, но каждый из них сопровождался ближайшим речевым контекстом – одним или несколькими последующими комментариями в виде твитов. И твиты-стимулы и твиты ближайшего речевого контекста были взяты из реальных дискуссий, они не подвергались преобразованиям.

Общим заданием на первом и втором этапах исследования было (1) определение наличия в предъявляемых твитах вербализованной агрессии, если респондент указывал, что таковая есть, то определение типа агрессии (наступательная или оборонительная); (2) описание речевых признаков, позволяющих респондентам утверждать, что в сообщении есть вербализованная агрессия.

После полученные данные были проанализированы.

**Результаты исследования**

Обобщенные результаты, полученные на первом этапе исследования, представлены на рис. 3.



Рис. 3.

**Результаты первого этапа исследования  
(твиты без ближайшего речевого контекста):  
ось абсцисс указывает на количество исследуемых твитов (10),  
ось ординат – на количество ответов,  
полученных от респондентов (от 0 до 45)**

Абсолютного согласия между респондентами в отношении однозначного определения вербализованной агрессии не наблюдается, но большинство респондентов согласны с тем, что исследуемые твиты (кроме твита № 5) являются вербализованной агрессией: твиты №№ 1, 3, 4, 6, 7, 8, 9, 10 – вербализует наступательную агрессию, твит № 2 – оборонительную агрессию.

Дополнительно мы спросили у участников исследования, как бы они отреагировали на твиты-стимулы, если бы респонденты участвовали в дискуссиях, в которых данные твиты появились. Обобщение ответов респондентов представлено в таблице 3.

Таблица 3

**Моделирование возможной реакции респондентов  
на твиты-стимулы в реальной коммуникации (в %)**

№ п/п твита	Полностью не согласен с автором	Согласен с автором	Согласен с содержанием, но не с формой	Воздержусь от любой реакции
1	2,6	7,7	17,9	71,8
2	2,8	5,6	0	91,7
3	14,7	0	0	85,3
4	0	12,5	0	87,5
5	5,1	2,6	7,7	84,6
6	14,3	2,9	2,4	82,9
7	12,2	0	2,4	85,4
8	6,1	3	6,1	84,8
9	2,8	0	2,8	94,4
10	1,6	7,7	17,9	72,8

Большинство респондентов утверждают, что в реальных условиях они вовсе не участвовали бы в подобных дискуссиях или проигнорировали бы твиты, предъявляемые в исследовании в качестве стимулов. Респонденты полностью не согласны с авторами твитов №№ 3, 6, 7. Некоторые респонденты согласились бы с автором твита № 4, некоторые согласились бы с содержанием, но не с формой утверждения в твитах №№ 1 и 10.

При этом на вопрос, как бы вы отреагировали на исследуемые твиты, если бы они были направлены на вас лично, респонденты ответили, что скорее всего для защиты они использовали бы вербализованную агрессию, например: *Ну давай разберем по частям, тобою написанное)) Складывается впечатление что ты реально контуженный, обиженный жизнью имбицил)) Развал страны привел к нарушению экономических связей – закрылись предприятия, нарушились производственные цепочки. Экономику начали резко переводить на рыночные рельсы. Про шоковую терапию автор, надо понимать не слышал. Да, СССР не был идеальным государством, но его разрушение было и закономерным, и крайне болезненным. Пора бы перестать винить прошлые эпохи на свои нынешние беды.*

Результаты анализа и обобщения речевых признаков, позволяющих респондентам утверждать, что в сообщении есть вербализованная агрессия, представлены в таблице 4. На основе полученных данных можно предположить, что наиболее индикативными в

исследуемых твитах были лексические параметры. Пунктуация, синтаксико-стилистические и грамматические параметры также выступают значимыми при определении вербализованной агрессии.

Таблица 4  
Оценка речевых признаков вербализованной агрессии (в %)

№ п/п	Пунктуация	Синтаксис, стилистика	Морфология	Грамматика	Лексика
1	15	9	2	9	39
2	7	12	2	3	39
3	18	20	1	14	33
4	1	8	3	5	32
5	1	3	3	3	24
6	8	2	4	26	37
7	19	18	0	3	35
8	11	1	0	2	40
9	6	5	1	5	33
10	25	2	3	1	26

Обобщение результатов, полученных на втором этапе исследования, представлено на рис. 4. В целом при анализе твитов с ближайшим речевым контекстом (твит-комментарий после исследуемого твитта) наблюдаются сдвиги в оценках респондентом (сравните данные рис. 3–4). Наиболее серьезный сдвиг отмечается для твита № 5: от оценки «нет агрессии» к оценке «оборонительная агрессия». Значимые сдвиги отмечены также при анализе оценок твитов № 3 (стерлись различия между оценками «нет агрессии», «оборонительная агрессия», «наступательная агрессия»), № 9 (тенденция в сторону оценки «наступательная агрессия»), № 10 (тенденция в сторону оценки «оборонительная агрессия»).



Рис. 4.

**Результаты второго этапа исследования  
(твиты с ближайшим речевым контекстом):  
ось абсцисс указывает на количество исследуемых твитов (10),  
ось ординат – на количество ответов, полученных  
от респондентов (от 0 до 45)**

Результаты сопоставления данных, полученных на первом и втором этапе исследования, представлены в таблице 5. Можно отметить общую тенденцию к конкретизации типа агрессии: после добавления к стимульному материалу речевого контекста уменьшилось количество оценок «нет агрессии» и увеличилось количество оценок «оборонительная агрессия» и «наступательная агрессия».

Далее мы разделили ответы респондентов на две группы по гендерному признаку (табл. 6) и выявили, что в группе женщин сдвиг оценки происходил чаще (в 53,6% случаев), чем в группе мужчин (в 47,7% случаев). Для сопоставления разных групп количественные данные усреднялись. Мы отметили, что в группе респондентов-мужчин наиболее частотный сдвиг происходил при смене оценки «нет агрессии» на оценку «наступательная агрессия» и при смене оценки «оборонительная агрессия» на оценку «наступательная агрессия». Для группы респондентов-женщин частотным был сдвиг с оценки «оборонительная агрессия» на оценку «наступательная агрессия».

тельная агрессия» и обратно с оценки «наступательная агрессия» на оценку «оборонительная агрессия».

**Таблица 5**  
**Сопоставление оценок, данных испытуемыми**  
**на первом (твиты без ближайшего речевого контекста)**  
**и втором (твиты с контекстом) этапах исследования**

№№ п/п твита	Нет агрессии		Оборонительная агрессия		Наступательная агрес- сия	
	без	с	Без	с	без	С
1	6	6	6	7	33	32
2	6	3	26	25	13	17
3	9	13	15	14	21	18
4	11	7	6	8	28	30
5	21	12	16	18	8	15
6	6	4	7	10	32	31
7	10	7	9	9	26	29
8	5	5	16	11	24	29
9	12	8	13	10	20	27
10	9	6	5	12	31	27
Итого:	95 →	71	119 →	124	236 →	255

**Таблица 6**  
**Сопоставление оценок мужчин и женщин (в %)**

Сдвиг		мужчины	женщины
Нет агрессии	→	Оборонительная агрессия	7,69
Нет агрессии	→	Наступательная агрессия	12,3
Оборонительная агрессия	→	Нет агрессии	1,54
Оборонительная агрессия	→	Наступательная агрессия	11,5
Наступательная агрессия	→	Оборонительная агрессия	8,46
Наступательная агрессия	→	Нет агрессии	6,15
Итого:		47,7	53,6

## **В качестве заключения**

В настоящей статье было рассмотрено влияние одностороннего речевого контекста (комментарии после исследуемого сообщения). Проведенное первичное исследование подтвердило выдвинутую гипотезу о том, что ближайший речевой контекст оказывает влияние на оценку речевого сообщения. Наблюдаемые тенденции требуют проверки на расширенной группе респондентов и более широком речевом материале.

## **Список литературы**

- Берковиц Л.* Агрессия: причины, последствия и контроль. – Санкт-Петербург : Прайм-евроЗнак, 2001. – 512 с.
- Доминикан А.И.* Виды контекстов при разных научных подходах // Вестник Тверского государственного университета. Серия Филология. – 2017. – № 4. – С. 125–131.
- Каждый второй школьник в России сталкивается с агрессией в Интернете. – 2014. – URL: <https://ict-online.ru/news/n105989/> (дата обращения: 05.10.2021).
- Комалова Л.Р.* Агрессогенный дискурс: типология мультилингвальной вербализации агрессии. – 2-е изд., стереотип. – Москва : Спутник +, 2020. – 275 с.
- Комалова Л.Р.* Язык и речевая агрессия : аналитический обзор. – Москва : ИНИОН РАН, 2015. – 75 с.
- Поколение Z: 16 особенностей людей, о которых вы ничего не знали // High School. – URL: <https://school-ethiopia.ru/baza-sochinemij/chelovechestvo-nahoditsya-v-postoyannom-dvizhenii-razvivayas-pokoleniya.html> (дата обращения: 05.10.2021).
- Салтыкова К.* «Ими сложнее манипулировать, чем когда-то нами». Как понять поколение Z? // ТАСС. – 2021. – 01.06. – URL: <https://tass.ru/obschestvo/11492951> (дата обращения: 05.10.2021).
- Серебрякова А.Ю.* О компонентах коммуникативной ситуации // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия Лингвистика. – 2009. – № 25(158). – С. 30–32.
- Bihunov D.* Communicative situations: the standard and the conflict ones // Psychological Journal. – 2018. – N 5(15). – P. 9–23.
- Data mining социума: агрессивность в соцмедиа и новейшие технологии ее выявления // Brand Analytics. – 2019. – URL: <https://br-analytics.ru/blog/agressivnost/> (дата обращения: 05.10.2021).
- Potapova R., Komalova L.* Lexico-semantical indices of «deprivation – aggression» modality correlation in social network discourse // Speech and Computer. SPECOM 2017. LNCS. – Cham : Springer, 2017. – Vol. 10458. – P. 493–502.

Д.И. Гордеев<sup>\*/\*\*/\*\*\*</sup>, Д.В. Филиппов<sup>\*/\*\*</sup>, А.И. Рей<sup>\*</sup>

## СПЕЦИФИКА ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ СООБЩЕСТВ СЕВЕРА РОССИИ

*\* Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, Москва, Россия*

*\*\* Всероссийская академия внешней торговли, Москва, Россия*

*\*\*\* Московский государственный лингвистический университет,  
Москва, Россия {gordeev-di; filippov-dv; rey-ai}@ranepa.ru*

**Аннотация.** В данной работе проводится анализ сообществ социальной сети «ВКонтакте». Были построены тематические модели на основе текстовой информации. Кроме того, на основе статистических данных, характеризующих каждое сообщение и их популярность, были натренированы модели на основе алгоритма случайного леса. Модели строились для предсказания количества комментариев к сообщению, лайков, репостов, а также для времени от первого до второго комментария и времени от первого до последнего комментария. Во всех случаях метапризнаки дали прирост по сравнению с использованием только текстовой информации. Кроме того, был проведен анализ предсказаний каждой модели и основных решающих признаков.

### Введение

С развитием сети Интернет начали появляться новые способы социальных взаимодействий. Интернет-дискурс обладает многими свойствами, не характерными для других типов речи. Так, сетевой дискурс обладает свойствами опосредованности общения, пространственной удаленности коммуникантов, вариативностью речевой деятельности и возможностью асинхронного общения [Поликодовая среда Интернета и проблемы валеологии, 2020; Потапова, Курьянова, 2021]. Первоначально коммуникация в сети Интернет осуществлялась посредством электронной почты. Затем

начали появляться способы массовой оперативной коммуникации, например Usenet. Со временем начали появляться сервисы и технологии для мгновенной коммуникации, например IRC, что привело к популярности чатов, которые часто локально хостились индивидуальными пользователями [Van Dijck, 2013, с. 4–5]. Одной из первых социальных сетей является classmate.com, которая ставила перед собой задачу помочь людям найти бывших одноклассников и однокурсников. Появление Web 2.0 и ресурсов, направленных на генерацию контента пользователями, привели к новому витку популярности социальных сетей [Sajithra, Patil, 2013.]. Кроме того, доступ к Интернету получили многие жители развивающихся стран, среди которых была и Россия. В некоторых из этих стран локальным сервисам удалось успешно противостоять тренду растущей глобализированности Интернета [Schroeder, 2018, с. 98–99]. Одним из таких примеров является Россия и социальная сеть «ВКонтакте».

«ВКонтакте» уже не входит в топ-3 интернет-ресурсов РФ, как это было раньше [Baran, Stock, 2015]. Так, данный сервис уступает по охвату Whatsapp (согласно данным Mediascope [Mediascope], рис. 1). Однако «ВКонтакте» остается одним из важных ресурсов для общения, и в отличие от мессенджеров гораздо более открытым, что делает возможность его исследования.



Рис. 1.  
Самые популярные веб-ресурсы РФ в июле 2021 г.  
(по данным Mediascope)

В рамках данной работы была предпринята попытка оценки того, от каких параметров могут зависеть популярность и охваты сообщений. В качестве признаков мы использовали текстовые характеристики сообщения и некоторую метаинформацию. Данную работу можно рассматривать как пример упрощенной модели распространения сообщений (без знания графовой структуры) в социальной сети и общественного резонанса.

В данной статье используются следующие термины, характеризующие специфику общения в социальной сети «ВКонтакте»:

- Пост – первоначальное сообщение в группе социальной сети
- Репост – копирование поста другим участником социальной сети
- Комментарий – последующее сообщение в ответ на пост
- Лайк – реакция «нравится» на пост

## Обзор литературы

Существует много работ, посвященных анализу характеристик сообщений в социальных сетях. Так, исследователи занимались предсказанием лайков и репостов сообщений сервиса «Твиттер» [Prediction of likes and retweets using text information retrieval, 2020, p. 123–128.]. Они пробовали различные модели, наилучшие результаты показала модель на основе Doc2 vec [Le, Mikolov, 2014] векторов и RandomForest-классификатора [Liaw, Wiener, 2002] (данные предварительно были разбиты на 4 корзины). В другой работе авторы извлекали из изображений признаки посредством различных моделей, в том числе сверточных нейронных сетей, к ним добавляли TF-IDF (term frequency – inverse document frequency) текстовые признаки.

Исследование социальных сетей проводится и с других аспектов. Так, активно изучаются вбросы и сообщения, которые распространяют дезинформацию и «фейковые» новости. Авторы одной из подобных работ применяют методы «опорных векторов», «случайного леса» и «наивного Байеса» для оценки фейковости сообщения в сети «Твиттер» на основе размеченных данных [Cuñamaliuc, Coca, Iftene, 2018]. Из анализируемых моделей лучше всего показан метод на основе случайного леса.

Социальная сеть «ВКонтакте» также активно исследуется. Одна из подобных работ анализировала, является ли аккаунт ботом или нет [Samokhvalov, 2020]. Для этого они использовали биб-

библиотеку градиентного бустинга Catboost. Данные собирались следующим образом: каждый день скрейпер собирал информацию о 120 000 самых новых аккаунтов пользователей сети «ВК», часть из которых блокировалась администрацией. Так, авторы собрали информацию о 3,5 млн аккаунтах, 42 тыс. из которых оказались заблокированными.

## Сбор данных

Для анализа была решено отобрать сравнительно непопулярные сообщества приблизительно одной тематики, для того чтобы минимизировать сетевые эффекты. Было выбрано три группы по тематике Севера России. Данные из сообществ собирались посредством API-«ВКонтакте» с использованием библиотек requests и asyncio. Собирались текст сообщения и мета-признаки: наличие или отсутствие прикрепленного изображения, дата сообщения и его комментарии. На основе этих данных статистические модели должны были осуществлять предсказания. Для этого использовались только текстовые сообщения, без анализа графов друзей и связей пользователей. Данные собирались с начала существования сообществ и по декабрь 2020 г.

Пользователи сообществ во многом пересекаются (рис. 2). Данная информация использовалась для оценки сетевого эффекта и при тренировке моделей не учитывалась. Модели тренировались для предсказания пяти показателей: числа лайков данного сообщения, числа репостов, числа комментариев для данного сообщения, а также предсказывались время до последнего комментария и время до второго комментария. Большинство сообщений во всех сообществах не имело комментариев (табл. 1). Кроме того, средние значения значительно различаются по разным сообществам, что необходимо учитывать при тренировке моделей. Мы считаем, что данные показатели позволяют оценить возможную популярность и «вирусность» сообщения.

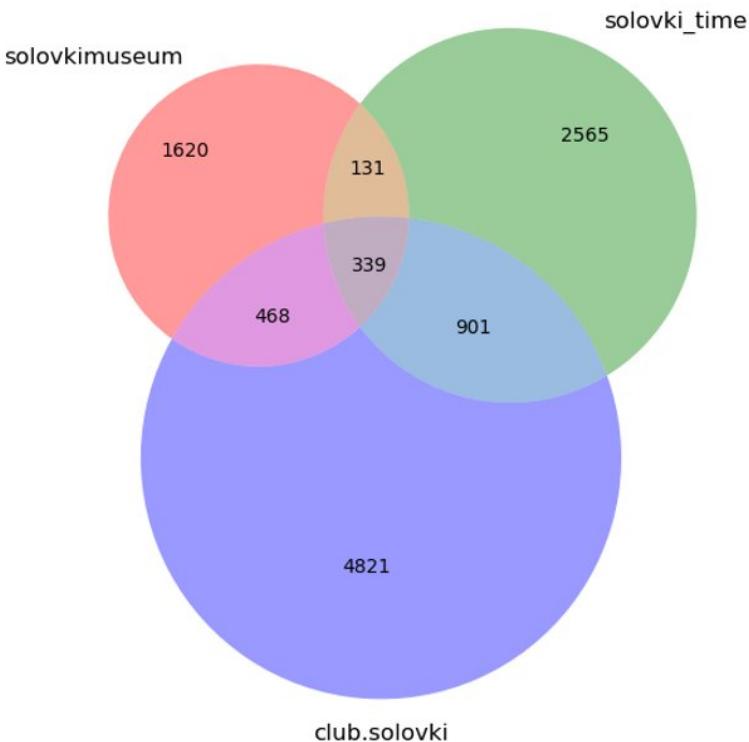


Рис. 2.  
Пересечения по пользователям сообществ

Таблица 1  
Количественные характеристики исследуемых сообществ

	<b>solovkimuseum</b>	<b>solovki_time</b>	<b>club.solovki</b>
Лайков, всего	55115	60638	472856
Постов, всего	1563	6131	10955
Среднее число лайков	35	9	43
Постов без комментариев	1213	5121	7751

Стоит также отметить, что данные предсказываемые параметры сильно зависят от даты. Так, часть набора данных приходится на карантин 2020 г., вызванный пандемией COVID-19.

В связи с этим с марта-апреля 2020 г. наблюдается резкий скачок в числе сообщений (рис. 3). Всё это, конечно же, может сказываться и на предсказываемых характеристиках данных сообщений.

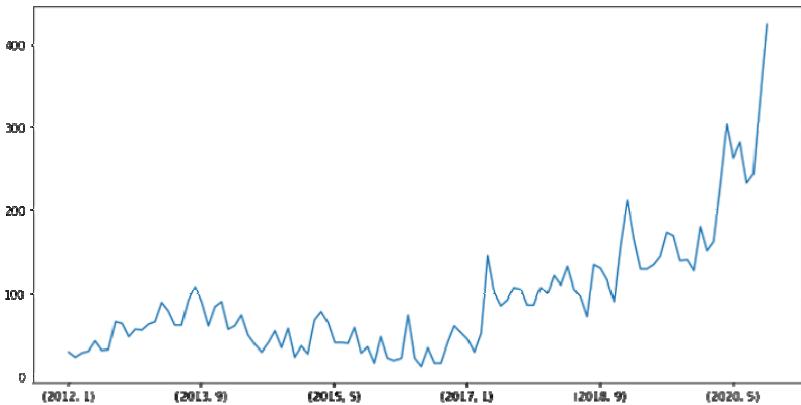


Рис. 3.  
Число постов по месяцам

Однако в реальности прироста характеристик не наблюдается по большинству параметров: растет только количество комментариев, а просмотры в среднем на пост даже падают (рис. 4).

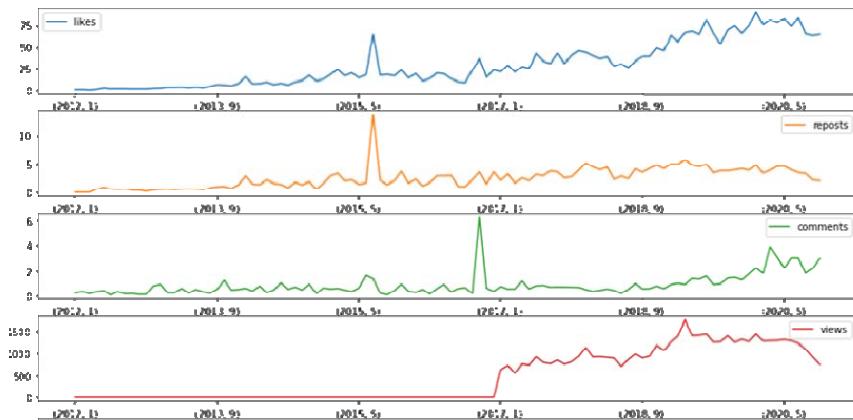


Рис. 4.  
Число лайков, репостов, комментариев  
и просмотров в среднем за месяц

Если же данные нормализовать, то даже наблюдаемый рост по числу комментариев пропадает в период пандемии COVID-19 (рис. 5).

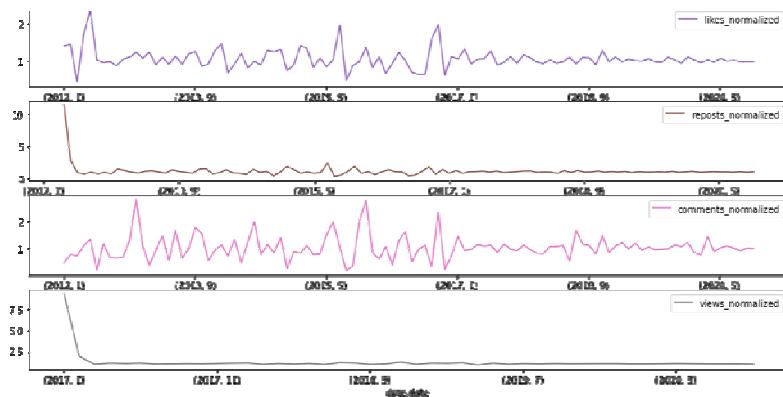


Рис. 5.  
**Нормализованное число лайков, репостов, комментариев и просмотров в среднем за месяц**

Стоит еще отметить, что характеристики сообщений сильно зависят от времени суток и дня недели. Все действия вероятнее всего в данных сообществах в период с 20 вечера и до четырех утра по московскому времени. При этом сами посты, наоборот, в этом временном промежутке почти не появляются (рис. 6 и 7). И для предсказания временных параметров, таких как время до второго и последнего комментария, время поста, приобретает еще большее значение.

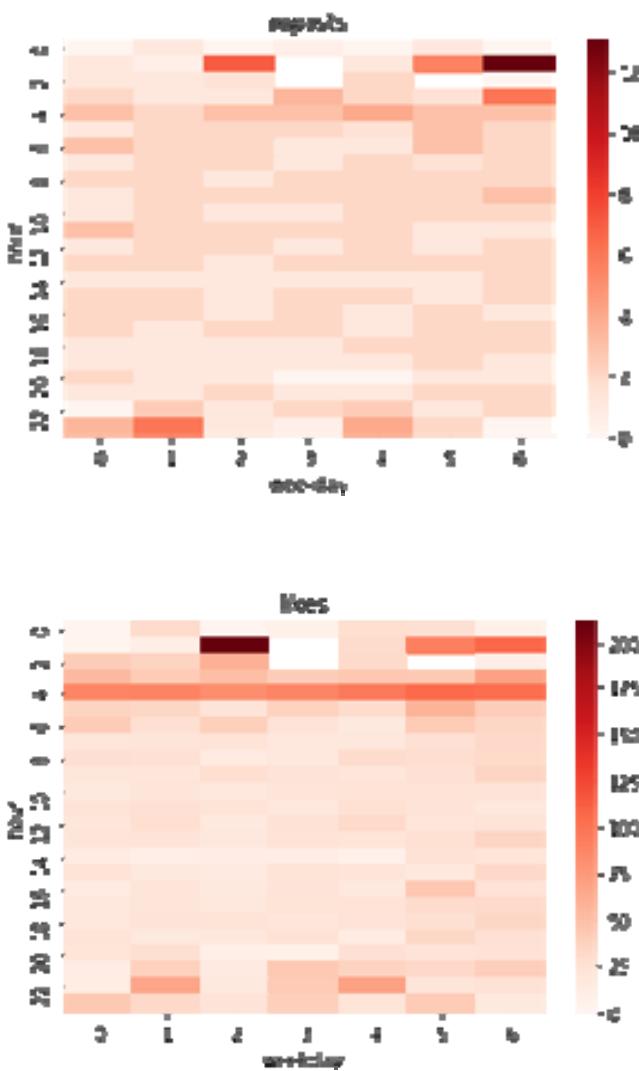


Рис. 6.

Зависимость количества репостов и лайков в зависимости от дня недели и часа. Нулевой день – это понедельник, шестой – воскресенье

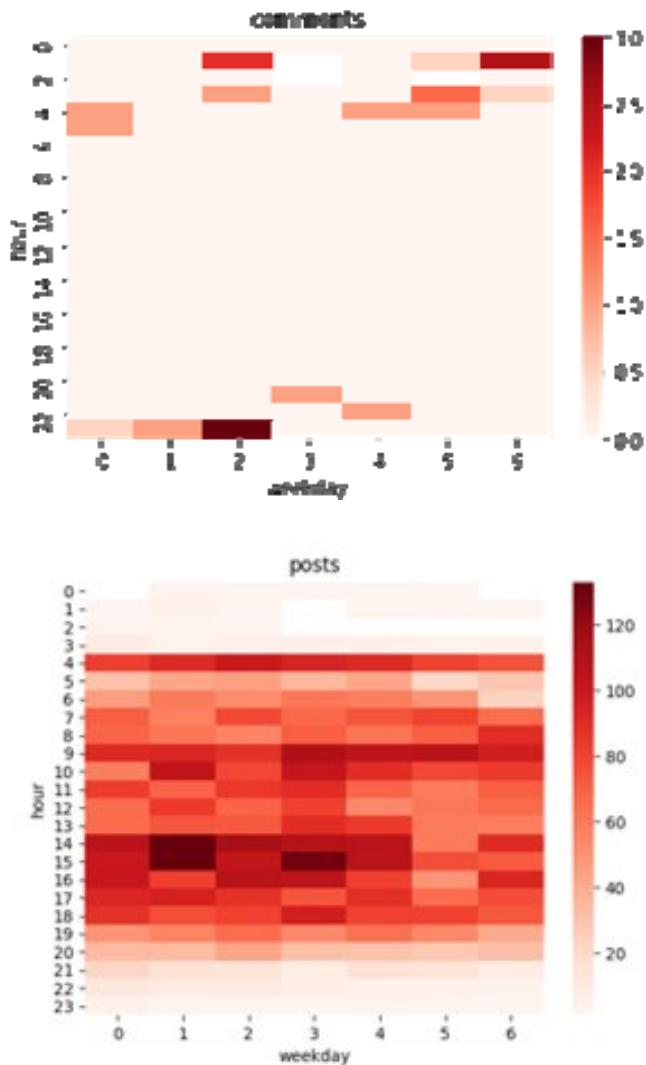


Рис. 7.

**Зависимость количества комментариев и числа постов  
в зависимости от дня недели и часа.  
Нулевой день – это понедельник, шестой – воскресенье**

## Обучение моделей

В рамках данной работы была предпринята попытка предсказания пяти показателей:

- 1) числа лайков сообщения;
- 2) числа репостов;
- 3) числа комментариев под сообщением;
- 4) разница во времени от первого до последнего комментария;
- 5) разница во времени от первого до второго комментария.

Каждая из задач решалась как задача регрессии, где по входным текстовым и метапризнакам предсказывался численный показатель. В качестве метапризнаков использовались:

- Идентификатор автора поста (исследуемое сообщество или изначальный автор в случае репоста сообществом)

- Сообщество
- Час
- Год
- Месяц
- День недели
- Автоматически определяемая тональность с помощью

библиотеки Dostoevsky [RuSemtiment: An enriched sentiment analysis dataset for social media in Russian, 2018]

- Тематики, определяемые с помощью латентного размещения Дирихле (LDA: Latent Dirichlet allocation) [Blei, Ng, Jordan, 2003].

Обучающая выборка была разбита на тренировочный, валидационный и тестовый датасеты. Тренировочный набор данных составлял 80%, а валидационный и тестовый – по 10% от всех строк датасета. Во всех случаях выборка делилась хронологически. Тестовые данные брались с мая 2020 года по ноябрь 2020 года. Валидационные – с января по апрель 2020 года.

Мы проверили несколько моделей регрессионных моделей:

- Lasso (Регрессию лассо) – линейная регрессия с L1-регуляризацией
  - Ridge (Гребневую регрессию) – линейная регрессия с L2-регуляризацией
    - Elasticnet (эластичная сеть) – линейная регрессия с L1 и L2 регуляризаторами
    - Модель случайного леса.

Все модели брались из библиотеки scikit-learn для языка программирования Python.

В качестве основной метрики использовалась RMSE (root mean square error)

$$RMSE = \sqrt{\sum_{i=1}^n \frac{(\hat{y}_i - y_i)^2}{n}},$$

где  $\hat{y}$  – это предсказания модели,  $y$  – истинное значение для данного примера, а  $n$  – количество примеров в тестовой выборке.

## Результаты

Сначала мы провели отбор лучшей модели на задаче предсказания лайков как наиболее простой. Отбор модели проводился на отдельной ограниченной выборке без хронологической привязки. Результаты представлены в таблице 2. По всем параметрам лучше всего себя показала модель «случайного леса». Для последующих задач мы использовали уже исключительно ее.

Таблица 2  
Количественные характеристики исследуемых сообществ

	Lasso (alpha=0.01)	Ridge (alpha=1)	Elasticnet (alpha=0.91)	Random forest
RMSE (корень среднеквадратичной ошибки)	38.43	36.7	42.48	30
R <sup>2</sup>	0.42	0.47	0.29	0.64
MAE (средняя абсолютная ошибка)	25.52	24.1	29.72	17.87
MSE (среднеквадратичная ошибка)	1477.62	1347.05	1804.34	905.92

В дальнейшем на основе алгоритма случайного леса были обучены модели для каждой из задач. Результаты данных моделей представлены в таблице 3. Параметры для каждой задачи перебирались с помощью модуля GridSearch из sklearn на основе валидационной выборки. По каждой задаче строилось две финальных

модели: одна с использованием только текстовых признаков, другая – с присутствием метапризнаков. Тем самым мы могли проверить, достаточно ли только текстовой информации для предсказания искомых характеристик. Для всех исследуемых задач метаинформация дала прирост по сравнению с использованием только текстовых данных. В целом стоит отметить, что качество моделей является сравнительно низким, и моделям не удалось надежно предсказать структурный сдвиг в общении в сети Интернет после пандемии коронавируса.

Таблица 3  
**Количественные характеристики исследуемых сообществ**

Задача	Только текстовые признаки		Все признаки	
	RMSE	R <sup>2</sup>	RMSE	R <sup>2</sup>
Предсказание лайков	55.03	0.21	48.9	0.38
Предсказание репостов	4.22	0.11	4.21	0.11
Предсказание числа комментариев	1.74	0.44	1.53	0.57
Время от первого до последнего комментария (в секундах)	319629 ~89 часов	0.3	315266 ~88 часов	0.32 ~88 часов
Время от первого до второго комментария	247697 ~69 часов	0.305	242356 ~67 часов	0.334 ~67 часов

Кроме того, был проведен анализ вклада каждой модели и основных признаков, участвующих в предсказании тех или иных значений. Это возможно из-за сравнительно простой интерпретируемости моделей на основе случайных деревьев (рис. 8). Мы использовали важность признаков, которая показывает вклад признака в критерий информативности для всех деревьев ансамбля «случайного леса» (feature\_importance из sklearn).

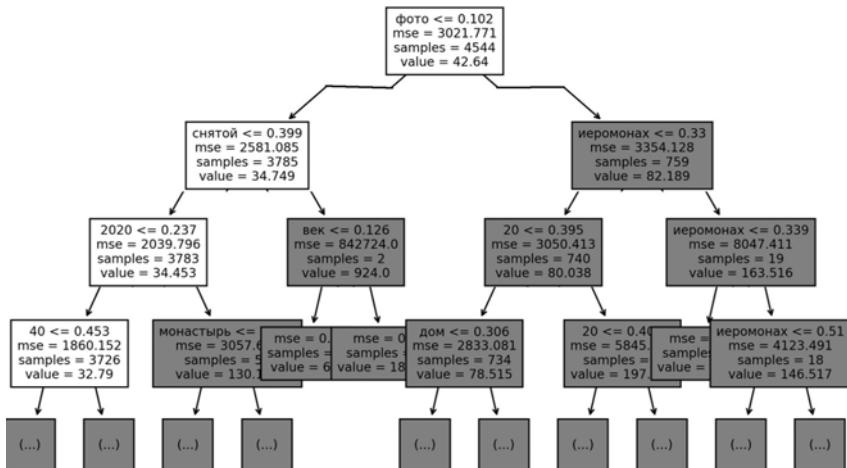


Рис. 8

## **Пример натренированного классификатора-дерева из модели «случайного леса»**

Важность признаков можно увидеть в таблицах 4 и 5. Как видно из данных таблиц, тональности и тематики LDA часто являются наиболее важными метапризнаками. Кроме того, при отсутствии данных о году модели часто стремятся извлечь эти данные из текстов, что видно на примере ансамблей деревьев для предсказания числа лайков сообщения.

Таблица 4

Текстовые признаки	Все признаки	Текстовые признаки	Все признаки
1) соловецкий	1) topic_0 (монастырь)	1) фото	1) sentiment_speech
2) видео	2) hour	2) соловка	2) year
3) монастырь	3) видео	3) соловецкиймузей	3) topic_4
4) соловка	4) day	4) соловецкий	4) фото
5) песнопение	5) sentiment_negative	5) 2020	5) topic_0 (монастырь)
6) ильин	6) sentiment_skip	6) монастырь	6) topic_6 (фотоконкурс)
7) документальный	7) sentiment_positive	7) 2019	7) hour
8) фото	8) sentiment_neutral	8) декабрь	8) sentiment_skip
9) песня	9) topic_12 (скит)	9) закат	9) day
10) светолетопись	10) month	10) мор	10) sentiment_negative

Таблица 5  
**Основные признаки для числа комментариев**

Текстовые признаки	Все признаки
1) янушко	1) гулять
2) гулять	2) янушко
3) разница	3) year
4) опрос	4) разница
5) привозить	5) опрос
6) прислать	6) сформулировать
7) капитан	7) day
8) публиковать	8) привозить
9) приложение	9) кошка
10) изменить	10) капитан

Кроме того, анализ входных признаков моделей показывает, что разные признаки сообщений зависят от разных параметров. Так, количество лайков повышается для сообщений с ключевыми словами «фото» и «видео» (и, соответственно, при их наличии). А количество комментариев уже повышается от совершенно других признаков. Так, выше видно, что фамилия местного политического деятеля приводила к росту числа комментариев. Репосты во многом близки по характеристикам к лайкам, и их число возрастает для сообщений с ключевыми словами «фото» и «видео».

## **Заключение**

В данной статье был проведен анализ сообществ Севера России социальной сети «ВКонтакте». Исследовались характеристики сообщений и были построены модели по предсказанию таких характеристик сообщений, как лайки, репосты, число комментариев, время между первым вторым и последним комментарием и первым и вторым. Данные предсказания могут использоваться для моделирования распространения и вирусности сообщений в социальных сетях. Мы выяснили, что разные виды взаимодействий с постами зависят от разных входных параметров. Так, имена политических фигур в тексте поста приводят к более высокому числу

комментариев, а упоминания фото и видео способствуют увеличению числа лайков и репостов.

## Список литературы

- Поликодовая среда Интернета и проблемы валеологии / Потапова Р.К., Потапов В.В., Лебедева Н.Н., Агibalova Т.В. / под ред. Р.К. Потаповой. – М. : Издательский Дом ЯСК, 2020. – 136 с.
- Потапова Р.К., Курьянова И.В.* Особенности исследования текста в эпоху цифровой коммуникации // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2: Языкоzнание. – 2021. – Т. 20, № 2. – С. 5–15.
- Baran K.S., Stock W.G.* Facebook has been smacked down. The Russian special way of SNSs: Vkontakte as a case study // Proceedings of the 2 nd European Conference on Social Media (ECSM 2015), 9. – 10. July 2015, Porto, Portugal. – Portugal, 2015. – P. 574–582.
- Blei D.M., Ng A.Y., Jordan M.I.* Latent dirichlet allocation // The Journal of machine Learning research. – 2003. – Vol. 3. – C. 993–1022.
- Cumaliuc C.G., Coca L.G., Iftene A.* Identifying Fake News on Twitter using Naive Bayes, SVM and Random Forest Distributed Algorithms // Proceedings of the 13 th Edition of the International Conference on «Linguistic Resources and Tools for Processing Romanian Language» Iasi, 22–23 November, 2018. – Iasi, 2018. – P. 177–188.
- Liaw A., Wiener M.* Classification and regression by randomForest // R news. – 2002. – Vol. 2. – N 3. – P. 18–22.
- Le Q., Mikolov T.* Distributed representations of sentences and documents // Proceedings of the 31 st International Conference on Machine Learning. – PMLR, 2014. – P. 1188–1196.
- Mediascope [онлайн ресурс]. – URL: <https://webindex.mediascope.net/top-resources/projects> (дата обращения: 05.10.2021).
- Prediction of likes and retweets using text information retrieval / Daga I., Vardhan R., Gupta A., Mukherjee P. // Procedia Computer Science. – 2020. – Vol. 168. – P. 123–128.
- RuSemtiment: An enriched sentiment analysis dataset for social media in Russian / Rogers A., Romanov A., Rumshisky A., Volkova S., Gronas M., Gribov A. // Proceedings of the 27 th international conference on computational linguistics. – 2018. – P. 755–763.
- Sajithra K., Patil R.* Social media-history and components // Journal of Business and Management. – 2013. – Vol. 7, N 1. – P. 69–74.
- Samokhvalov D.I.* Machine learning-based malicious users' detection in the VKontakte social network // Труды института системного программирования РАН. – М., 2020. – Vol. 32, N 3. – P. 109–117.
- Schroeder R.* Social theory after the internet: Media, technology and globalization. – UCL Press, 2018. – 210 p.
- Van Dijck J.* The culture of connectivity: A critical history of social media. – Oxford : Oxford University Press, 2013. – 228 p.

Г.М. Вишневская\*, А.А. Прохорова\*\*

## ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИЯ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОМ ОБЩЕНИИ НА ИНОСТРАННОМ ЯЗЫКЕ: АСПЕКТЫ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ

\* Ивановский государственный университет,  
Иваново, Россия, galamail2002@mail.ru

\*\* Ивановский государственный университет  
Иваново, Россия, prohanna@yandex.ru

*Аннотация.* В статье рассматриваются вопросы интернет-коммуникации применительно к новым условиям профессионального образования, тесно связанного с подготовкой специалистов, владеющих иностранным языком (иностранными языками) в сфере своей профессиональной деятельности. Анализируются некоторые речевые технологии XXI в., используемые в мультилингвальном обучении русскоязычных студентов технического вуза. Особое внимание уделяется фонетическому аспекту звучащей речи в интернет-коммуникации для целей профессионального общения.

*The overall decoding of the daily Internet mainstream by human may be affected by such a factor – and first of all – as cognitive background of the linguistically and non-linguistically structured phenomenon.*

Rodmonga Potapova, Vsevolod Potapov<sup>1</sup>

Проблемы языка профессионального общения в мультикультурном пространстве XXI в. приобрели особую актуальность и нашли отражение в материалах многих научных международных конференций, в научно-практических исследованиях и публикациях последних лет, позволив выделить и описать основные лин-

---

<sup>1</sup> [Potapova, Potapov, 2020, p. 399].

гвистические признаки и особенности множества профессиональных вариантов английского языка в областях политики, экономики, менеджмента, юриспруденции, медицины, религии, в средствах массовой информации и других сферах межкультурного общения [Freydina, Seiranyan, 2021] и др. Интенсивное массовое развитие различных видов интернет-коммуникации, вызванное появлением новых технологий и неожиданным наступлением пандемии в мировом масштабе, обострило интерес как теоретиков, так и практиков к лингвистическим и экстралингвистическим характеристикам речевого поведения участников межкультурной международной коммуникации. Стремление к достижению ее эффективности за счет билингвальной и мультилингвальной форм передачи данных становится в ситуации языковой глобализации широко распространенным явлением. В этих условиях профессиональный билингвизм становится частью языковой личности индивида с учетом его способности и готовности осуществлять речевые поступки, принимать (распознавать) и создавать произведения речи как на родном языке, так и на языке неродном, используемом в межкультурном профессиональном общении.

Опрос студентов технического вуза показывает [Прохорова, 2020], что 100% будущих инженеров ежедневно используют мобильные устройства, более 80 – для доступа в Интернет и общения, более 70 студентов – для развлечения и более 50% используют различные цифровые устройства для самообразования и самосовершенствования. Кроме того, более 75% опрошенных уверены, что мобильные устройства, дающие доступ к мировой сети Интернет и вмещающие в себя различные мобильные приложения, служат стимулом к изучению иностранных языков. В этой связи виртуальные конференции, форумы, виртуальные музеи, электронные российские и зарубежные библиотеки, электронные книги, газеты, журналы, энциклопедии, словари, самоучители, лингвистические игры, сетевые сообщества, доступные каждому участнику учебного процесса, могут способствовать формированию у студентов мультилингвальной коммуникативной компетенции [там же]. Цифровые технологии и появившиеся благодаря им новые формы лингвистического обучения существенно активизируют мультилингвальную деятельность будущих инженеров, делая ее своевременной (*just-in-time*: в удобное для обучающегося время), достаточной (*just enough*: с точки зрения объема изучаемого материала) и персонализированной (*just-for-me*: ориентированной на индивидуальные интересы и потребности). Особенно популяр-

ными в настоящее время являются разного рода мобильные приложения: коммуникативные (электронная почта, микроблоги, социальные сервисы и пр.); справочные (энциклопедии, словари и пр.); совместные (блоги); документирующие (*Google+*, *Google Calendar*); мультимедийно-генеративные (игры, подкасты и пр.); поисково-навигационные (*Google Maps* и др.). Отдельные виды цифровых приложений способствуют усвоению различных аспектов иностранных языков. К примеру, приложение платформы *Coursera* предлагает множество онлайн-курсов на разные темы на различных языках. Приложение *Zinio* дает возможность для чтения разноязычных электронных журналов, а приложение *Audible* предназначено для скачивания и чтения отечественных и зарубежных аудиокниг. *Kindle* является приложением для скачивания словарей и дает возможность непосредственного перевода слов, словосочетаний и фраз на любой из предложенных языков при чтении в приложении *Audible*. Приложение *iPlayer Radio* является помощником для прослушивания радиопередач *BBC*. Приложение *TV Time* предоставляет возможность просмотра фильмов в оригинале. Существует также большое количество приложений для переписки с носителями различных языков (например, приложение *Slowly* и другие). Имеются также международные базы данных, позволяющие знакомиться с современными научными разработками, подходами, изобретениями в самых разных сферах деятельности, например: 1. Патентная база *Orbit Intelligence* компании *Questel* включает не только зарегистрированные патенты, но и документы от стадии заявки до регистрации. Большинство документов содержат аннотации на английском языке, полные тексты документов приводятся на языке оригинала. Общее количество документов превышает 55 миллионов. Для работы с материалами необходимо просто зайти на сайт <https://www.orbit.com/>. 2. Коллекция электронных книг издательства *Springer Nature* является крупнейшей на сегодняшний день коллекцией научных и технических публикаций (*STM*). Для работы с материалами необходимо зайти на сайт <https://link.springer.com/>. Работают доступы к ресурсам *Springer Journals* (<http://link.springer.com/>), 85 журналам *Nature Publishing Group* (<https://www.nature.com/siteindex>), коллекции научных протоколов по различным отраслям знаний *Springer Nature Experiments* (<https://experiments.springernature.com/>), научным материалам в области физических наук и инжиниринга *Springer Materials* (<http://materials.springer.com/>), базе данных по чистой и прикладной математике *zbMATH* (<http://zbmath.org/>), базе данных

*Nano* в области нанотехнологий (<https://nano.nature.com/>). 3. *Wiley Online Library* – интегрированный доступ к 1600 журналам, содержащим свыше 4 млн статей. Коллекция охватывает полный спектр тематик (естественные науки, инженерные науки, экономика, гуманитарные науки), многие из журналов считаются передовыми изданиями в своих областях и имеют высокий индекс цитирования. Для работы с материалами необходимо зайти на сайт <https://onlinelibrary.wiley.com/>. 4. База данных *IEL* издательства *IEEE (Institute of Electrical and Electronics Engineering Xplore Digital Library)*. Это институт инженеров по электротехнике и радиоэлектронике, который является всемирной организацией, объединяющей специалистов по радиоэлектронике, системам управления, компьютерной технике. Полнотекстовая база данных *IEEE / IEL* содержит периодические издания, материалы конференций и стандарты *IEEE*: 193 журналов *IEEE* и др. периодических изданий, более 3900 принятых и опубликованных стандартов *IEEE* по ключевым отраслям техники, труды более чем 1400 ежегодных конференций *IEEE* и *IET*, свыше 4,5 млн статей (<https://ieeexplore.ieee.org/Xplore/home.jsp?reload=true>).

Использование вышеупомянутых и других интернет-сайтов (<http://lyricstraining.com>; <http://youglish.com>; <http://breakingnewsenglish.com>; <http://listenandwrite.com>; <http://vocaroo.com>; <http://clarisketch>; <http://tubequizard.com>; <http://www.grammargamble.com>; <http://edpuzzle.com>) в сочетании с традиционными средствами обучения обладает большим образовательным потенциалом при грамотном соотношении их возможностей с учебными целями и организацией учебной мультилингвальной деятельности обучающихся. Примечательно, что в большинстве своем указанные сайты предлагают лингвистические тренажеры на нескольких языках (генетически связанных: английском, немецком и др.). Таким образом, интеграция мультилингвального обучения в содержание иноязычной подготовки будущих инженеров не только потенциально допустима и оправдана новыми требованиями к инженерно-техническим кадрам на трансформирующемся рынке труда, но и закономерна с точки зрения динамичного процесса глобализации, интернационализации, технологизации и цифровизации мирового сообщества. Эффективным способом обучения будущих специалистов межкультурной профессиональной разноязычной коммуникации является применение кейсов на основе аудиовизуальных материалов. Современные мультимедийные средства обучения позволяют представить ситуацию профессионального разноязычного общения в

аудио- и видеоформате. Это помогает проанализировать речевое поведение участников коммуникации, включая интонационное оформление высказываний, невербальные способы выражения информации (мимику, жесты и пр.; см., например: [Потапова, Потапов, Комалова., 2020]), причины разногласий или недопонимания между участниками профессионального общения (несоблюдение культуры общения, неправильная интерпретация ситуации, понятий, терминов и пр., этически некорректная манера поведения и т.д.). Особый интерес у студентов технических направлений подготовки вызывают «живые мультилингвальные кейсы», в рамках которых, например, предлагается совершить мультилингвальный маршрут по лингвокультурным мероприятиям и принять участие в дискуссиях, дебатах, круглых столах, мини-конференциях и прочих событиях разноязычной межкультурной направленности. Встраивание мультилингвального обучения в образовательную систему технического вуза нельзя не признать своевременным и прогрессивным направлением в свете проблем современного социума.

В XXI в. развитие множества средств и методов интернет-общения, как в его устной, так и в письменной формах, позволяет выделить основные каналы передачи данных, среди которых выделяют чаще всего голос, видео, текст сообщения, документы, файлы. В устном речевом поведении говорящего большую роль с позиции успешности его профессионального общения играет именно *голос* и характер *произношения*. Несмотря на несомненный успех лингвистической науки в определении лексических (особенно терминологических), грамматических (морфологических и синтаксических), стилистических особенностей многих регистров профессиональной речи, *фонетические средства устного межкультурного общения* остаются наименее изученными, требующими тщательного и глубокого анализа на основе обширного экспериментального корпуса аутентичного звучащего материала.

Как известно, интернет-технологии делают коммуникацию трансграничной. Общение перестает быть привязанным к местоположению коммуникантов. Доминирующим языком в ситуации массового сетевого общения продолжает оставаться английский язык как *lingua franca* эпохи глобализации. Произносительная вариативность английского языка как нативного (родного), так и ненативного (второго и иностранного) в современном мире безгранична. Поиск нормы произношения для целей обучения правильной, понятной и разборчивой иноязычной речи – задача

нелегкая. Однако ее необходимо решать для обеспечения успешности межкультурной коммуникации. Особенно это касается тех экстремальных ситуаций, когда в коммуникативный диалог на английском языке вступают ненативные носители языка (скажем, летчики международных авиалиний) [Осипова, 2018].

В сфере образования английский для профессиональных, или специальных, целей (*ESP / LSP*) является в настоящее время как предметом научных изысканий, так и предметом изучения в большинстве вузовских аудиторий. Он широко используется в сфере профессиональной деятельности и маркирован в лингвистическом плане рядом релевантных признаков [Vishnevskaya, 2012]. В отечественной лингвистике для обозначения указанного регистра речи (в его устной и письменной форме) широко используется термин «подъязык». В области английского языка чаще всего выделяют: основной или базовый английский для специальных целей (*General ESP: English for Specific Purposes*), английский для академических целей (*EAP: English for Academic Purposes*), английский сферы искусства (*EA: English for the Arts*), английский сферы бизнеса и экономики (*EBC: English for Business and Economics*), английский сферы юриспруденции (*ELP: English for Legal Purposes*), английский сферы медицины (*EMP: English for Medical Purposes*), английский для научно-технических целей (*EST: English for Science and Technology*), английский для социокультурных целей (*ESCP: English for Sociocultural Purposes*). Список подъязыков для специальных целей продолжает постоянно расширяться в связи с интенсивным развитием ряда современных сфер профессиональной деятельности (*EVP: English for Vocational Purposes or EOP: English for Occupational Purposes*), таких как компьютерный английский (*ECP: English for Computer Purposes*), английский язык в сфере авиации (*AE: Aviation English*), английский язык в гостиничном бизнесе (*EHM: English for Hotel Management*), английский язык туристического бизнеса (*ET: English for Tourism*) и т.д. В Великобритании нередко пользуются при описании языка узких сфер профессиональной деятельности термином *microlanguage* («микроязык»), а в США термином *Workplace ESL* («язык на рабочем месте», т.е. узкоспециальный язык). В любых специальных текстах, вне зависимости от их тематики, всегда присутствуют общие особенности их языковой организации [Crystal, 2008]. Однако на фоне этих общих характеристик ярко проявляются конкретные свойства языка для специальных целей. Лингвистические аспекты изучения языка для специальных целей связаны с изучением во-

просов терминологии, грамматических особенностей специальных текстов, вопросов произношения, проблем лексикографии, трудностей перевода, специфики устных презентаций, особенностей письменной формы изложения, проблем интерференции и т.д. Об актуальности изучения языка для специальных целей свидетельствует появление ряда фундаментальных отечественных и зарубежных работ, создание целой серии словарей *LSP*, проведение международных конференций и симпозиумов, выпуск специальных журналов [Key Issues, 2018]. Имеются постоянно обновляющиеся веб-страницы, где всегда можно найти актуальную информацию об исследованиях в области языка для специальных целей. Лингвистическая маркированность языка для специальных целей обнаруживается в устных и письменных текстах любого регистра на лексическом, грамматическом и фонетическом уровнях и др. Прежде всего, это логико-понятийный аппарат терминообразования, имеющий специфическую структуру терминологических слов и групп. Особое место среди них занимают акронимы и аббревиации. Грамматическая организация текстов разных жанров *ESP* также имеет определенные типовые формы организации языкового материала на уровнях предложения, абзаца, сверхфразового единства. Особо следует подчеркнуть маркированность синтаксиса специального текста различными средствами когезии. Английский ученый Мартин Хьюингз [Hewings, 2002], подчеркивая рост активности распространения языка для профессиональных целей в современном мире, отметил ряд тенденций в его дальнейшем развитии: интернационализация и специализация словаря, рост доли делового английского в профессиональной сфере, жанровая вариативность, корпусный анализ словаря, увеличение степени воздействия английского как языка международного общения и др. Особое значение, по мнению ученого, должно отводиться фонетике устного регистра речи при использовании языка для специальных целей. Фонетическая организация устного специального текста требует соблюдения определенных параметров, связанных с качеством (тембром) голоса, беглостью речи при транспонировании письменного текста в его устную форму (либо при устном переводе). Немаловажное значение имеет соблюдение правил акцентуации слов, особенно сложных слов и многокомпонентных словосочетаний, в потоке речи, правил экспрессивного чтения текстов интеллективного регистра речи. Интонационно правильное выделение смысловых частей текста при его устной интерпретации способствует адекватному восприятию и пониманию профессио-

нально ориентированного устного текста коммуникантами. В нашем исследовании был проанализирован фонетический аспект терминологии языка экономики с точки зрения отражения произношения экономических терминов в современных специальных словарях в сопоставлении с произношением корпуса терминов в речи носителей английского языка и студентов, пользующихся английским языком для специальных целей в условиях аудиторного билингвизма. Особое внимание было уделено акцентуации профессиональных терминов, характер которой зависит от ряда вариативных факторов. Бинарные словосочетания, типичные для подъязыка экономики, обладают рядом лингвистических параметров (морфологических, словообразовательных, семантических, рецессивных и др.), оказывающих воздействие на модели акцентуации терминов, обладающих значительной протяженностью в потоке речи. Анализ акцентуации терминов, имеющихся в авторитетных произносительных словарях, показывает, что их акцентная реализация вариативна: зафиксировано девять типов акцентных моделей в произношении терминов. Именно это обстоятельство и вызывает трудности в произношении профессиональных терминов при изучении английского языка. В процессе обучения студенты находятся под сильным воздействием произносительных норм родного (русского) языка, обладающего иными качественными и количественными характеристиками в области акцентуации слов. Английские термины в произношении русскоязычных студентов обладают рядом признаков, свидетельствующих об ограничении числа акцентных моделей и реализации степеней ударения в просодии термина как в парадигматике, так и в синтагматике устной речи. Симплификация произношения английского термина и исказение его акцентной нормы приводят к нарушению просодии всего высказывания или устного текста, восприятие которого носителем английского языка вызывает значительные затруднения и может привести к коммуникативной неудаче. Следует заметить, что большинство двуязычных словарей и справочников, предназначенных для специалистов, не имеют фонетической характеристики терминов, что, безусловно, является серьезным недостатком в подготовке специалистов к межкультурному устному профессиональному общению. Лингвистическая маркированность интеллективного регистра речи представляет несомненный интерес как для теории, так и для практики изучения языка для специальных целей. Важность фонетического аспекта при изучении иностранных языков и инокультур трудно переоценить, поскольку именно

он обеспечивает продуктивное взаимодействие коммуникантов и их взаимопонимание. Ученые полагают, что овладеть тем или иным языком, не освоив его звукового строя и нормы произношения, практически невозможно [Вишневская, 1993]. Между тем, фонетический аспект оказывает влияние на все составляющие мультилингвальной коммуникативной компетенции. Он предполагает широкую фонетическую эрудицию, которая включает:

- знания о специфике артикуляции звуков речи в родном и изучаемых иностранных языках, об особенностях просодии и интонации, об основных фонетических явлениях и терминах, стилях произношения (официальный, нейтральный, неофициальный);
- умения применять знания на практике и строить высказывания, адекватные целям и условиям коммуникации;
- знания о том, как социальные факторы влияют на выбор фонетических форм в зависимости от возраста, пола, социального положения, образовательного уровня, профессионального статуса и т.д.;
- умения применять данные знания в практике профессионального общения с целью достижения взаимопонимания при взаимодействии;
- знания о способах построения речевых актов с использованием интонационных и эмоциональных средств (мелодия, паузы, акцентуация, темп, ритм, тембр);
- умения применять знания в практике профессионального общения с целью достижения необходимого эффекта в процессе коммуникации;
- знания, которые направлены на распознавание иноязычных лексических и грамматических структур;
- умения использовать знания для идентификации лексических и грамматических структур в потоке речи;
- знания литературной нормы произношения, а также вариантов произношения, допустимости их использования в ситуациях общения;
- умения использовать знания в конкретных ситуациях и условиях профессионального общения для установления диалога;
- знания о сходствах и различиях в фонетических системах родного и изучаемых иностранных языков;
- умения наблюдать за речью носителей языков с целью определения произносительных особенностей и осуществления вокально-речевой имитации, т.е. адаптировать собственное произношение к стандартам иноязычной произносительной культуры.

Поскольку иностранный язык как средство кросскультурного общения прежде всего проявляется в манере звукового поведения в условиях профессионального взаимодействия, то фонетический аспект содержания мультилингвального обучения должен, по нашему мнению, включать:

- определение способов фонетического описания языков;
- следование фонетическим нормам, а также произносительному этикету, принятым в культуре изучаемых языков;
- учет национальных, социальных, профессиональных особенностей иноязычного произношения (вариативность произношения);
- учет стилей произношения (официальный, нейтральный, неофициальный);
- отбор соответствующих фонетических средств в условиях межкультурного диалога и / или в условиях его отсутствия;
- соблюдение правильной артикуляции (отчетливость, связность);
- просодическую и интонационную корректность;
- сравнительно-сопоставительный анализ фонетических систем родного и иностранных языков;
- соотнесение фонетического состава иноязычного предложения с его значением;
- фонетическую дифференциацию близких по звучанию слов и словосочетаний;
- расстановку словесного и фразового ударения;
- понимание интонационных средств выражения вопросов, команд и просьб;
- определение эмоционального состояния, говорящего и его отношения за счет интонации;
- выявление и анализ фонологических и фонетических ошибок и трудностей, причин их появления;
- фонетический самоконтроль и самокоррекция.

Устная речь, по прогнозам известного английского ученого Давида Кристала [Crystal, 2006], а вместе с тем ее фонетические и фонологические характеристики, получит в ближайшем будущем еще более широкое распространение в Интернете на материале различных стилей устного дискурса, а также на материале произносительной вариативности нативной и ненативной речи носителей множества языков мира. Массовый характер билингвизма и мультилингвизма настойчиво требует глубокого изучения проблемы взаимодействия реального и виртуального языкового общения для понимания роли *HomoSapiens* в виртуальном мире XXI в.

## **Список литературы**

- Вишневская Г.М.* Интерференция и акцент: (на материале интонационных ошибок при изучении неродного языка) : дис. ... д-ра филол. наук. – Санкт-Петербург, 1993. – 481 с.
- Осипова О.А.* Просодические особенности дискурса радиообмена гражданской авиации : дис. ... канд. филол. наук. – М., 2018. – 168 с.
- Потапова Р.К., Потапов В.В., Комалова Л.Р.* Восприятие мультимодальной mono- и полистнической коммуникации : монография. – М. : ИНИОН. РАН, 2020. – 210 с.
- Прохорова А.А.* Методическая система мультилингвального обучения студентов технического вуза : дис. ... д-ра пед. наук. – Нижний Новгород, 2020. – 512 с.
- Crystal D.* Language and the Internet. – 2<sup>nd</sup> ed. – Cambridge : Cambridge University Press, 2006. – 316 p.
- Crystal D.* A Dictionary of Linguistics and Phonetics. – 6<sup>th</sup> ed. – Oxford : Blackwell Publishing, 2008. – 529 p.
- Freydina E., Seiranyan M.* Attitudes to Pronunciation Standards and Pronunciation Models in Teacher Education in Russia // LATEUM 2021: Language Communication Society: Current Challenges and Beyond. – Moscow, 2021. – URL: <https://www.philol.msu.ru/dcx/LATEUM%20CONFERENCE%202021.pdf> (дата обращения: 20.09.2021).
- Hewings M.* A History of ESP through English for Specific Purposes // English for Specific Purposes World: a web-based journal. – 2002. – № 1(3). – URL: [http://esp-world.info/Articles\\_3/Hewings\\_paper.htm](http://esp-world.info/Articles_3/Hewings_paper.htm) (дата обращения: 20.09.2021).
- Key Issues in English for Specific Purposes in Higher Education / Yasemin Kirkgöz, Kenan Dikilitaş (Eds.). – Switzerland : Springer International Publishing, 2018. – Vol. 11. – 353 p.
- Potapova R., Potapov V.* Some Comparative Cognitive and Neurophysiological Reactions to Code-Modified Internet Information // Lecture Notes in Computer Science / A. Karpov, R. Potapova (eds.). – Springer, 2020. – Vol. 12335. – P. 399–411.
- Vishnevskaya G.M.* English Phonetics for ESP Learning and Teaching Purposes // European Journal of Natural History. – Moscow, 2012. – N 5. – P. 65–66.

**И.В. Курьянова\*, С.Н. Лопаткин\*\***

**ГЛОБАЛЬНОЕ ЦИФРОВОЕ ПРОСТРАНСТВО  
КАК СПОСОБ И СРЕДСТВО  
СОВЕРШЕНИЯ ПРЕСТУПЛЕНИЙ**

\* Государственное бюджетное учреждение г. Москвы  
«Московский исследовательский центр» Департамента региональной  
безопасности и противодействия коррупции г. Москвы,  
Москва, Россия;

Московский государственный лингвистический университет,  
Москва, Россия ivkuryanova@mail.ru

\*\* Независимый эксперт, юрист  
Москва, Россия sn.lopatkin@yandex.ru

*Аннотация.* Статья посвящена рассмотрению цифрового пространства с позиции кибербезопасности государства. Дан краткий обзор основных видов киберпреступлений, совершаемых посредством сети Интернет: киберэкстремизм и кибертерроризм, кибердевианты и делинквентные группы в сети Интернет, а также кибермошенничество. Рассмотрены речевые и психологические способы воздействия на адресата в различных категориях киберпреступлений. Отдельное внимание уделено возможностям лингвистической экспертизы продуктов речевой деятельности в аспекте глобально значимой проблемы совершения противоправных общественно опасных деяний с использованием сети Интернет.

Глобализация цифрового пространства в XXI в. обусловила появление многочисленных исследований, в том числе междисциплинарных, посвященных изучению воздействия среды Интернета на трансформацию характеристик личности, характер речевого взаимодействия, функционирование современного социума в целом (от органов государственной власти, общественных организаций до обычных граждан, принадлежащих к разным слоям населения), национально-культурную самоидентификацию и др. (например: [Ротарова, 2015; Потапова, 2019; Поликодовая среда Интернета,

нета и проблемы валеологии, 2020; Голощапова, Курьянова, 2019; Потапова, Курьянова, 2021; Потапова, Потапов, 2022 а]. Данное явление легко объяснимо: повсеместное использование информационно-телекоммуникационных технологий во всех сферах оказывает значительное влияние на жизнь современного общества. При этом процесс использования компьютерных сетей в настоящее время представляет собой сложно организованную систему, для которой характерны широкий охват аудитории, практически полная анонимность, высокая оперативность и вариативность форм информационного взаимодействия, нарушение иерархии социальных отношений, манипулирование сознанием реципиента, эмоционально-модальная насыщенность и др. [Речевая коммуникация в информационном пространстве, 2017; Потапова, Потапов, 2022 б].

Под работу информационно-телекоммуникационных технологий адаптированы многие сферы жизнедеятельности общества, в настоящее время функционирование большинства систем было бы просто невозможно без различных интернет-платформ. В то же время повсеместное распространение Интернета существенно упростило жизнь мошенникам и злоумышленникам, дав возможность совершать преступления дистанционно. Постепенная информатизация мира привела к появлению нового вида преступников и новых видов преступлений. Зарубежными учеными довольно активно ведется изучение влияния технологических достижений на общественные процессы, в частности, на развитие права и трансформацию преступности. В последнее время за рубежом как особое направление исследований обособленно выделяется так называемая «виртуальная криминология» (например: [Muncie, McLaughlin, 2006]). В России аналогичные исследования современной криминологии начали появляться сравнительно недавно и достаточно разрозненны, среди них наиболее известны коллективная монография Академии управления МВД России «Цифровая криминология» [Ищук, Пинкевич, Смольянинов, 2021] и учебник В.С. Овчинского «Криминология цифрового мира» [Овчинский, 2018], в которых рассматривается проблема совершения киберпреступлений, их виды, криминологические риски и способы предупредительного воздействия с позиций современного права. В целом же изучению современной киберпреступности – с учетом ее превенции и противодействия ей – посвящено достаточно ограниченное число работ, а имеющиеся данные носят, зачастую, фрагментарный характер.

В настоящее время особую значимость в условиях противодействия преступности приобретает рассмотрение вопросов, связанных с исследованием «киберпреступности» в целом и «киберобъектов» в частности, что имеет особое значение для кибербезопасности государства. По официальной информации правоохранительных органов Российской Федерации, значительная часть криминальных деяний совершается с применением ИТ-технологий. Противодействие этим преступлениям сегодня затруднено по причине эволюции киберпреступников: усложняются формы и способы совершения преступлений, осваиваются новые сферы противоправной деятельности (например, так называемое сетевое мошенничество), киберпреступность обретает все более организованные формы и транснациональный характер, а сами преступники изобретают новые и все более изощренные способы обмана, для реализации которых требуется только телефон (компьютер) и доступ к Интернету. Согласно официальным статистическим данным МВД России, каждое четвертое преступление в настоящее время совершается с помощью гаджетов и Интернета: «Если в январе 2020 года удельный вес преступлений в сфере высоких технологий составлял 17,7%, то в первом месяце текущего года он увеличился до 25%» [Официальный сайт МВД России]. Глобальная преступность в ее современных формах сосредотачивается в глобальных коммуникациях, используя постоянно расширяющиеся возможности виртуального пространства.

Преступления, совершаемые в сети Интернет или посредством ее использования, могут осуществляться из любой точки земного шара и отличаются от других видов правонарушений крайне высокой латентностью, неперсонифицированностью, интеллектуальным и удаленным характером деяний. Бесконтактный и быстрый способ совершения киберпреступлений делает современное общество наиболее уязвимым, перечислить все виды правонарушений в Интернете практически невозможно. Условно современную цифровую преступность можно представить в виде следующих глобальных направлений: (а) кибертерроризм и киберэкстремизм, (б) кибердевианты и делинквенты, (в) кибермошенничество.

*Киберэкстремизм и кибертерроризм* на сегодняшний день являются одной из серьёзных угроз государственной безопасности Российской Федерации, сложной и наиболее обсуждаемой проблемой в мировом сообществе. Согласно Стратегии государственной национальной политики Российской Федерации на период до 2025 г., утвержденной Указом Президента Российской Федерации

от 19.12.2012 № 1666, сохраняют актуальность проблемы, связанные с проявлениями ксенофобии, межэтнической нетерпимости, этнического и религиозного экстремизма, терроризма. Согласно пп. «г», «д», «т» п. 19 Стратегии, основными принципами, приоритетными направлениями и задачами в сфере государственной национальной политики Российской Федерации являются «предотвращение и искоренение любых форм дискриминации по признакам социальной, расовой, национальной, языковой или религиозной принадлежности», «уважение национального достоинства граждан, предотвращение и пресечение попыток разжигания расовой, национальной и религиозной розни, ненависти либо вражды», «пресечение деятельности, направленной на подрыв безопасности государства, нарушение межнационального мира и согласия, разжигание расовой, национальной и религиозной розни, ненависти либо вражды». С этой целью п. 21 Стратегии определена необходимость «совершенствования правовых основ научного и экспертного обеспечения раннего предупреждения межнациональных конфликтов, проявлений агрессивного национализма и связанных с ними криминальных проявлений, массовых беспорядков, проявлений экстремизма и терроризма», а также «предотвращения и пресечения деятельности, направленной на подрыв безопасности государства, разжигание расовой, национальной и религиозной розни, ненависти либо вражды».

Интернет может использоваться не только как платформа для публикации экстремистской риторики и разнообразных видеоматериалов соответствующего содержания, но и как способ установления отношений с ведомыми лицами, наиболее легко поддающимися на целенаправленную пропаганду, – аудитория Интернета обеспечивает террористическим организациям и их сторонникам глобальный резерв потенциальных новобранцев [Овчинский, 2018]. Террористическая пропаганда нередко специально рассчитана на то, чтобы быть притягательной для уязвимых и маргинализованных групп общества: «в процессе вербовки террористы, как правило, играют на имеющихся у человека ощущениях несправедливости, изоляции или унижения. Пропаганда может также быть адаптирована таким образом, чтобы учитывать демографические факторы, например возраст или пол, социальные или экономические обстоятельства» [там же, с. 131]. Как правило, пропагандистские материалы имеют целью побуждение к актам терроризма. Исследователи отмечают, что в настоящее время насчитывается около 30 тысяч экстремистских и террористических

сайтов, которые зачастую используются для вербовки своих сторонников, создания автономных ячеек, управления их деятельностью, сбора средств, поддержания связей и т.д. [Ищук, Пинкевич, Смольянинов, 2021]. Уже десять лет назад было установлено, что 90% террористической и экстремистской деятельности в Интернете осуществляется с помощью инструментов социальных сетей, в которых ведется подготовка к совершению экстремистских акций и террористических актов, освещению информации о проведенных мероприятиях, некоторые тематические чаты могут содержать практические советы и рекомендации по использованию оружия, а также подробные «инструкции» по различным формам ведения вооруженной борьбы и совершения иных насилиственных, разрушительных действий [Овчинский, 2018].

Эффективным инструментом выявления, расследования и доказывания по делам об экстремизме и терроризме являются судебные экспертизы и исследования, направленные на выявление речевой агрессии в публичных дискурсах интернет-коммуникации. Лингвистическая экспертиза одной из первых стала использоваться при доказывании по делам об экстремизме, так как в большинстве случаев позволяет установить необходимую и достаточную для последующей правовой квалификации совокупность диагностических признаков по киберобъектам, предоставленным на исследование [Курьянова, 2018; Потапов, 2020; Галышина, 2021] и др. В связи с тем, что многие преступления экстремистского и террористического характера имеют коммуникативную природу (ст. 280 УК РФ «Публичные призывы к осуществлению экстремистской деятельности», ст. 282 УК РФ «Возбуждение ненависти либо вражды, а равно унижение человеческого достоинства», ст. 205.2 УК РФ «Публичные призывы к осуществлению террористической деятельности или публичное оправдание терроризма» и др.), объектами судебных экспертиз по делам об экстремизме и терроризме, как правило, являются продукты человеческой коммуникации – устные и письменные тексты, аудио- и видеозаписи [Курьянова, 2018; Галышина, 2021].

Одной из тенденций развития современной экстремистской риторики является все большая визуализация коммуникации. Большое распространение получают объекты, в которых изображение зачастую важнее верbalного текста: в сети Интернет распространяются видеоролики, не имеющие текста или имеющие минимальное вербальное сопровождение, назначение которого – задать вектор интерпретации [Судебная экспертиза по делам о преступлениях экстремистской направленности, 2016]. Часто сама

вербальная информация, сопровождающая изображение, представлена символом, значение которого требует интерпретации. Поэтому наибольшую сложность при лингвистическом исследовании представляют так называемые креолизованные (или поликодовые, семантически обогащенные) тексты. В креолизованных текстах экстремистского содержания часто используются криптограммы, которые стали знаками принадлежности к различным движениям, группировкам, субкультурам (например, знаки 1488, 4/20, НН и др.). Так, например, знак 1488 может иметь следующие прочтения:

– 14 – означает 14 слов Дэвида Лэйна, члена организации белых сепаратистов: «We must secure the existence of our people and a future for white children» – «Мы должны защитить само существование нашего народа и будущее для белых детей»;

– 88 – является закодированным приветствием «Heil Hitler!», поскольку буква «Н» стоит в латинском алфавите восьмой [Курьянова, 2018; Судебная экспертиза по делам о преступлениях экстремистской направленности, 2016].

Таким образом, интерпретация объектов, порожденных в сфере интернет-коммуникации, имеет особые правила, обусловленные особенностями жанра и соответствующими конвенциями интернет-коммуникации [Судебная экспертиза по делам о преступлениях экстремистской направленности, 2016]. Лингвистика, будучи разделом семиотики, исследует вербальный и невербальный компоненты информации с точки зрения смысловой составляющей. Анализ только вербального компонента в креолизованных текстах во многих случаях не позволяет адекватно интерпретировать объект исследования. Мониторинг экспертной практики по делам об экстремизме и терроризме позволяет констатировать, что данный подход способствует объективизации лингвистической и иных смежных видов экспертиз.

К кибердевиантам и делинквентам цифрового пространства можно отнести сетевых «троллей» и иные группы травли в Интернете, различные деструктивные секты и «инфоцыган» (бизнес-тренеров, обещающих успешную жизнь и несметные богатства в случае, например, получения кредита для оплаты курса своего гуру), преступников в сфере детской порнографии, а также так называемые «группы смерти» в Интернете. При этом из перечисленных выше девиантных и делинквентных групп наибольшую опасность и угрозу на сегодняшний день представляют «группы смерти» из-за сложности предупреждения преступлений, связанных с подро-

стковыми суицидами. «Схема» побуждения к суициду в таких группах строится следующим образом: подросток через социальную сеть (например, группа смерти «Синий кит» затягивала своих жертв через социальную сеть «ВКонтакте») вовлекается в смертельно опасную сетевую игру, соединяющую в себе жанры квеста и экшена. Участники смертельной виртуальной игры – управляемые герои, которые в ходе прохождения квеста выполняют ряд предлагаемых заданий повышенной сложности, по истечении которых игрок должен совершить самоубийство. «Куратор» игры давал индивидуальные для каждого участника задания (например, разыскать в городе какой-либо предмет, перебежать дорогу в непосредственной близости мчащегося на скорости автомобиля и пр.), финал игры был одинаковым для всех – суицид. Поскольку согласно правилам игры «кураторы» собирали персональную информацию и контактные данные от «новичка», в случае желания участника выйти из игры начинался шантаж и угрозы в адрес «отступника» (как правило, угрозы касались убийства родных, шантажировали публикацией интимных снимков, которые были результатом выполнения одного из заданий). Основным условием «куратора» было не спать в течение всей игры, поэтому к концу квеста, состоящего из 50 заданий, подростки теряли связь в реальности, все самоубийства совершались в период с 4.20 до 5 часов утра. Смертельная опасность группы «Синий кит» широко освещалась в сети Интернет. По информации различных СМИ, от 100 до 300 подростков покончили с собой в результате прохождения опасного квеста (например, см.: [«Группы смерти» стали проверкой для государства и общества в России.]). В настоящее время известны такие опасные игры с летальным исходом, как «Тихий дом», «Разбуди меня в 4:20», «Мертвая кошечка»; в частности, в последнюю игру вовлекаются девочки, которые, по замыслу автора игры, должны совершить самоповреждение.

Виртуальные сообщества сторонников суицида отличаются многочисленностью, отсутствием географической привязанности и свободным доступом лиц любого возраста; в них достаточно легко найти информацию о способах и местах совершения самоубийства [Овчинский, 2018]. Материалы, содержащие переписку в социальных сетях и поступающие на экспертное исследование для определения наличия либо отсутствия лингвистических и психологических признаков побуждения к суициду показывают, что подростки, состоящие в «виртуальном клубе самоубийц», испытывают депрессию и страдают от одиночества, поэтому для них от-

крытый доступ к подобной информации в сети Интернет представляет непосредственную опасность.

**Кибермошенничество** посредством сети Интернет стало уже классикой среди преступлений подобного рода. Это может быть обман покупателя в интернет-магазине, например с помощью использования сайта-двойника (получив оплату несостоявшегося клиента, продавец и его объявление исчезают), или продажа билета в несуществующий VIP-кинотеатр. В последние годы участились случаи рассылки фейковых смс от банка. Злоумышленники присылают на номер жертвы текст о том, что банковская карта заблокирована, или же, напротив, сообщение о каком-либо крупном выигрыше:



Иногда подобные сообщения содержат призыв перевести деньги для разблокировки карты (уплаты налогов за выигрыш), иногда абонента просят позвонить или отправить смс на указанный в сообщении номер. Как только доверчивый пользователь начинает выполнять заявленные условия, он тут же попадает в руки искусственных мошенников.

Наиболее популярным способом мошенничества в последние годы стал звонок от якобы сотрудника банка. В Сети можно встретить даже появившиеся по этому поводу шутки:

Операторы из Сбербанка))



В наши дни преступникам не требуется проведения сложных технических операций для получения доступа к персональным данным и использования специальных программ подмены номеров, чтобы будущая жертва поверила в обман, все это с легкостью удается мошенникам с помощью сети Интернет. Как правило, мошенники используют несколько вариантов: (а) пытаются узнать данные карты, включая трехзначный код, чтобы совершать по ней покупки; (б) просят сменить привязанный к карте номер телефона, чтобы завладеть кабинетом онлайн-банка своей жертвы; (в) стремятся заставить жертву перевести имеющиеся деньги на «резервный» или «безопасный» счет [Официальный сайт МВД России]. При этом психологические и речевые тактики, используемые мошенниками, достаточно однообразны. Чтобы ввести человека в заблуждение, злоумышленники обращаются к жертве по имени отчеству, представляясь сотрудником банка, и сообщают о подозрительных транзакциях с карты клиента. Для того, чтобы деньги не попали в руки мошенников, лжебанкиры предлагают перевести все имеющиеся средства на «безопасный» счет. Риски для злоумышленников при этом минимальны: если собеседник не поверил в то, что ему нужно срочно перевести все деньги на «резервный» счет, преступники хамят несостоявшемуся клиенту, используя обсценную лексику, и бросают трубку. В последнее время мошенники несколько изменили традиционный «сюжет»: клиенту банка приходит сообщение или письмо от банка о том,

что заявка на получение кредита, оформленная по доверенности, одобрена. Как правило, сумма такого кредита варьируется от трех до 4 млн руб. Далее с взволнованным человеком связывается якобы сотрудник банка и информирует о том, что клиент стал жертвой мошенников, о чем составлен соответствующий акт, который передан в отделение полиции. Синхронно жертве начинает звонить подельник лжебанкира, представляющийся сотрудником полиции (для достоверности мошенники присылают фотографию поддельного служебного удостоверения), который просит снять одобренную сумму кредита и срочно перевести ее на необходимый счет другого банка, чтобы таким образом «вычислить» якобы подозреваемого среди сотрудников банка мошенника. При этом они выстраивают разговор таким образом, что у собеседников не остается никаких сомнений в том, что им позвонил настоящий сотрудник банка (в смс сообщениях текст, как правило, короткий, состоящий из малораспространенных конструкций; различные речевые приемы используются мошенниками в телефонном разговоре), потенциальная жертва оказывается в положении, когда времени на раздумья практически нет. Необходимую информацию о жертве – персональные данные, включая дату рождения, место работы и «обслуживающий» клиента банк – мошенники получают из социальных сетей, куда, не задумываясь о последствиях, пользователи размещают личную информацию и подробности своей жизни.

О разностороннем влиянии глобальной сети Интернет в настоящее время идет много дискуссий. При различных позитивных сторонах интернет-социализации исследователями проблемы отмечается ряд негативных тенденций, трансформировавших социокультурную реальность: от массовых проявлений различных видов речевой агрессии в Сети до увеличения количества краж с банковских счетов и электронных кошельков. Исследователями отмечается, что обозначенные проблемы вряд ли могут быть решены без комплексного подхода с созданием и реализацией государственной программы обеспечения безопасности сетевого информационного пространства (например: [Кириленко, Алексеев, 2021]).

Во многих государствах создаются национальные концепции противодействия киберпреступности, разрабатываются программы обеспечения безопасности глобальных сетей, создаются специализированные агентства и ведомства [Шевчук, 2021]. Так, например, в эфире «Вести ФМ» от 14.09.2021 (программа «Восточная шкатулка», <https://www.youtube.com/watch?v=ndcfVJuJxJ8>)

в беседе с российским востоковедом-синологом А.А. Масловым (см., например: [Маслов, 2008; Маслов, 2010; Маслов, 2014] и др.) обсуждалась кампания, проходящая в настоящее время в Китае по контролю интернет-пространства. По информации ученого, руководством КНР разработан документ «Набор руководящих принципов для построения цивилизованного киберпространства», который призывает представителей всех уровней государственной власти к усилению контроля над онлайн-контентом. Как отмечает А.А. Маслов, «власти всех уровней должны усилить управление средой киберпространства, уделив особое внимание идеологии, культуре и поведению в Сети», в частности, регулировать интернет-сленг, то, каким языком авторы излагают свои идеи в Интернете. При этом приоритетной задачей проводимой кампании является воспитание китайской молодежи, которая копирует западные нормы и не свойственные для Китая манеры поведения и язык общения. При сопоставлении функционирования сети Интернет в Китае и в нашей стране ученый отмечает, что в отличие от России китайский Интернет практически заблокирован от «некитайских влияний», в китайском Интернете нет зарубежных интернет-ресурсов, содержащих потенциально опасные источники для безопасности государства, т.е. «китайский Интернет изнутри не похож на российский Интернет». Если в Китае осуществляется контроль за коммуникацией в цифровом пространстве, решаются вопросы по урегулированию и переводу интернет-общения «в цивилизованные русло» (например, рассматривается вопрос о постепенном введении интернет-полицейских из числа молодежи, которая будет отслеживать все делинквентные проявления в Сети), то в отечественные меры борьбы с речевой агрессией и экономическими киберпреступлениями в Интернете не отвечают современным реалиям, о чём, в частности, свидетельствует печальная статистика совершаемых в сети Интернет преступлений с тенденцией к постоянному увеличению. По точному замечанию большинства исследователей, «предупреждение цифровой преступности должно осуществляться на основе коренных изменений стратегии и тактики ее проведения, на поиске и внедрении более эффективных форм и методов проведения квалифицированной работы, которые и должны определить успех предупредительной деятельности в цифровой сфере» [Ищук, Пинкевич, Смольянинов, 2021]. Важным условием для противодействия киберпреступности представляется гармонизация российского законодательства с нормами права развитых государств, тем более что в информационном пространстве

отсутствуют государственные границы; этим может быть определена необходимость международного сотрудничества в борьбе с киберпреступностью [Кириленко, Алексеев, 2021]. Этот вид преступности требует особого внимания и особого подхода в деятельности по ее предупреждению.

## Список литературы

- Галышина Е.И.* Судебная лингвистическая экспертиза : учебник. – М. : Проспект, 2021. – 424 с.
- Голощапова Т.И., Курьянова И.В.* Функционирование языка – зеркало нации // Человек: Образ и сущность. Гуманитарные аспекты : науч. журн. / РАН. ИНИОН. Центр гуманит. науч.-информ. исслед. – М., 2019. – № 2(37). – С. 61–72.
- «Группы смерти» стали проверкой для государства и общества в России // Деловая газета «Взгляд» [Электрон. ресурс]. – URL: <https://vz.ru/society/2017/6/9/873862.print.html> (дата обращения: 09.09.2021).
- Ищук Я.Г., Пинкевич Т.В., Смольянинов Е.С.* Цифровая криминология : учебное пособие. – М. : Академия управления МВД России, 2021. – 244 с.
- Кириленко В.П., Алексеев Г.В.* Киберпреступность и цифровая трансформация // Теоретическая и прикладная юриспруденция. – 2021. – № 1(7). – С. 39–53.
- Курьянова И.В.* Маркеры речевой агрессии в интернет-коммуникации при исследовании текстов экстремистской направленности // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Сер. Гуманитарные науки. – М., 2018. – № 6(797). – С. 29–38.
- Маслов А.А.* Восток-Запад: история и конфликты в современном мире. – М. : РУДН, 2008. – 180 с.
- Маслов А.А.* Наблюдая за китайцами. Скрытые правила поведения. – М. : Рипол-классик, 2010. – 288 с.
- Маслов А.А.* Китай и китайцы. О чем молчат путеводители. – М. : Рипол-классик, 2014. – 288 с.
- Овчинский В.С.* Криминология цифрового мира : учебник для магистратуры. – М. : Норма : ИНФРА М, 2018. – 352 с.
- Официальный сайт МВД России. [Электрон. ресурс]. – URL: <https://mvd.ru> (дата обращения: 26.08.2021).
- Поликодовая среда Интернета и проблемы валеологии / *Потапова Р.К., Потапов В.В., Лебедева Н.Н., Агибалова Т.В.* ; под ред. Р.К. Потаповой. – М. : ЯСК, 2020. – 136 с.
- Потапов В.В.* Междисциплинарность в области прикладной лингвокриминалистики. (Обзор) // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Серия 6: Языкознание : реферативный журнал. – 2020. – № 3. – С. 117–212.
- Потапова Р.К., Курьянова И.В.* Особенности исследования текста в эпоху цифровой коммуникации // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2: Языкознание. – 2021. – Т. 20, № 2. – С. 5–15.

- Потапова Р.К., Потапов В.В.* Аддитивная трансформация личности в эпоху цифровой коммуникации // Речевая коммуникация в сетевых структурах: между глобальным и локальным : сб. науч. трудов / РАН ИНИОН ; отв. ред. В.В. Потапов, Е.А. Казак. – М. : ИНИОН. РАН, 2022 а. – (см. в этом сборнике).
- Потапова Р.К., Потапов В.В.* Конфессиональная составляющая социально-сетевого контента // Известия Российской академии наук. Сер. литературы и языка. – 2019. – Т. 78, № 1. – С. 53–63.
- Потапова Р.К., Потапов В.В.* Эмоциогенное информационное содержание цифровых технологий (в формате Digital Humanities) // Вызовы цифровизации общества / под ред. А.В. Кузнецова : коллективная монография. – М. : ИНИОН. РАН, 2022 б. – (в печати).
- Программа «Восточная шкатулка» (эфир «Вести ФМ» от 14.09.2021) [Электрон. ресурс]. – URL: <https://www.youtube.com/watch?v=ndcfVJuJxJ8> (дата обращения: 15.09.2021).
- Речевая коммуникация в информационном пространстве / *Потапова Р.К., Потапов В.В., Долинский В.А., Хитина М.В., Харламов А.А., Баженова И.Ю., Комалова Л.Р., Бобров Н.В., Гордеев Д.И., Оськина К.А.* ; под ред. Р.К. Потаповой. – М. : ЛЕНАНД, 2017. – 112 с.
- Судебная экспертиза по делам о преступлениях экстремистской направленности / *Матвеева О.Н., Вязигина Н.В., Градусова М.М., Королев А.А., Шашкова Я.Ю., Шмидт Е.И.* ; под ред. О.Н. Матвеевой. – Барнаул : Новый формат, 2016. – 351 с.
- Указ Президента Российской Федерации от 19.12.2012 № 1666 «О Стратегии государственной национальной политики Российской Федерации на период до 2025 года» // Информационно-правовая база Гарант.
- Шевчук Р.* 43 года тюремы за репост. Как регулируют интернет в разных странах // The Economist. 27 ноября 2021 [Электрон. Ресурс]. – Режим доступа: [https://knife.media/internet-under-dictatorship/?utm\\_referrer=https%3A%2F%2Fzen.yandex.com](https://knife.media/internet-under-dictatorship/?utm_referrer=https%3A%2F%2Fzen.yandex.com) (дата обращения: 01.12.2021).
- Muncie J., McLaughlin E.* The Sage Dictionary of Criminology. – 2<sup>nd</sup> ed. – London : Sage, 2006. – URL: <http://www.uk.sagepub.com/books/Book227942> (дата обращения: 18.09.2021).
- Potapova R.* From deprivation to aggression verbal and non verbal social network communication // Global Science and Innovation : Materials of the VI International Scientific Conference. Chicago, 18–19 November 2015. – Chicago (USA) : Accent Graphics Communications Publishing Office, 2015. – Vol. 1. – P. 129–137.

**РЕЧЕВАЯ КОММУНИКАЦИЯ  
В СЕТЕВЫХ СТРУКТУРАХ:  
МЕЖДУ ГЛОБАЛЬНЫМ И ЛОКАЛЬНЫМ**

**Сборник научных трудов**

Оформление обложки И.А. Михеев  
Техническое редактирование  
и компьютерная верстка К.Л. Синякова  
Корректор О.П. Дормидонтова

Гигиеническое заключение  
№ 77.99.6.953.П.5008.8.99 от 23.08.1999 г.  
Подписано к печати 03 / III – 2022 г.  
Формат 60x84/16 Бум. офсетная № 1 Печать офсетная  
Усл. печ. л. 16,1 Уч.-изд. л. 15,0  
Тираж 300 (1–100 экз. – 1-й завод) Заказ № 103

**Институт научной информации  
по общественным наукам Российской академии наук (ИНИОН РАН)**  
Нахимовский проспект, д. 51/21, Москва, 117418  
<http://inion.ru>, [https://instagram.com/books\\_inion](https://instagram.com/books_inion)

**Отдел маркетинга и распространения  
информационных изданий**  
Тел.: +7 (925) 517-36-91, +7(499) 134-03-96  
e-mail: [shop@inion.ru](mailto:shop@inion.ru)

Отпечатано по гранкам ИНИОН РАН  
ООО «Амирит»,  
410004, Саратовская обл., г. Саратов,  
ул. Чернышевского, д. 88, литер У