

Branko Tošović, Arno Wonisch (Hg.)
**Interaktion von Internet und Stilistik,
Internet und Stil**

Бранко Тошовић, Арно Вониш (ред.)
**Взаимодействие интернета и стилистики,
интернета и стилей**

Branko Tošović, Arno Wonisch (ur.)
**Interakcija interneta i stilistike,
interneta i stilova**

**Kommission für Stilistik beim Internationalen
Slawistenkomitee
Комиссия по стилистике при Международном комитете
славистов
Komisija za stilistiku Međunarodnog slavističkog
komiteta**

**Kommissionsvorsitzende • Председатель Комиссии •
Predsjednica Komisije**
Наталья И. Клушина (Москва)

**Ehrenvorsitzender der Kommission • Почетный председатель
комиссии • Počasni predsjednik komisije**
Stanisław Gajda (Opole)

Kommissionmitglieder • Члены Комиссии • Članovi Komisije

Светлана Ф. Барышева (Москва, RUS)	Marzena Makuchowska (Opole, PL)
Joško Božanić (Zadar, Hr)	Ewa Malinowska (Opole, PL)
Dorota Brzozowska (Opole, PL)	Petr Mareš (Praha, CZ)
Мирослав Ж. Чаркић (Београд, SRB)	Perina Meić (Mostar, BiH)
Даниел Дойчинович (Бањалука, BiH)	Горан Милашин (Бањалука, BiH)
Stanislav Gajda (Opole, PL)	Ol'ga Orgoňová (Bratislava, SK)
Александра Ѓуркова (Скопје, MK)	Надежда В. Смирнова (Москва, RUS)
Jana Hoffmanová (Praha, CZ)	Григорий Я. Солганик (Москва, RUS)
Владимир Стоев Хънгов (В. Търново, BG)	Diana Stolac (Rijeka, HR)
Віктар І. Іўчанкаў (Мінск, BY)	Татьяна И. Сурикова (Москва, RUS)
Лариса Ц. Касперова (Москва, RUS)	Лариса И. Шевченко (Київ, UA)
Aleksander Kiklewicz (Olsztyn, PL)	Лидия Тантуrowsка (Скопје, MK)
Наталья А. Ковалева (Москва, RUS)	Branko Tošović (Graz, A)
Тетяна В. Кузнецова (Одеса, UA)	Maria Wojtak (Lublin, PL)
Iwona Loewe (Katowice, PL)	Arno Wonisch (Graz, A)

Branko Tošović, Arno Wonisch (Hg.)

Interaktion von Internet und Stilistik, Internet und Stil

**Institut für Slawistik
der Karl-Franzens-Universität Graz
Kommission für Stilistik beim Internationalen
Slawistenkomitee**

2016

Gedruckt mit Unterstützung
der Universität Graz



Herausgeber • Издатели • Urednici

O. Univ.-Prof. Dr. Branko Tošović

Mag. Dr. Arno Wonisch

Institut für Slawistik der Karl-Franzens-Universität Graz

Merangasse 70, A-8010 Graz

branko.tosovic@uni-graz.at

<http://www-gewi.kfunigraz.ac.at/gralis>

arno.wonisch@uni-graz.at

Beurteilung der Aufsätze, Satz und Korrektur

Оценка работ, макет и корректура

Vrednovanje radova, prelom i korektura

Branko Tošović, Arno Wonisch

Umschlagbild • Картина на обложке • Slika na naslovnoj strani

© Branko Tošović, Arno Wonisch

Verlag • Издательство • Izdavač

Institut für Slawistik der Karl-Franzens-Universität Graz

Merangasse 70

8010 Graz

Österreich/Austria

Tel.: ++43 316 380 25 22 / 25 24

branko.tosovic@uni-graz.at

<http://www-gewi.uni-graz.at/gralis>

arno.wonisch@uni-graz.at

Kommission für Stilistik

beim Internationalen Slawistenkomitee

Grafid d.o.o.

78 000 Banjaluka, BiH, Republika Srpska

Milana Karanovića 25

tel.: ++387 51 259 250

Fax: ++387 51 258 657

grafid@blic.net

Tošović, Branko, Wonisch, Arno (Hg./ред./ur.). **Interaktion von Internet und Stilistik, Internet und Stil.** Graz: Institut für Slawistik der Karl-Franzens-Universität Graz – Kommission für Stilistik beim Internationalen Slawistenkomitee. 2016. 304 S.

© Branko Tošović, Arno Wonisch, Graz 2016

Alle Rechte vorbehalten. Sva prava zadržana.

ISBN 978-3-9504084-4-7

Inhalt • Содержание

Vorwort [Предисловие]	9
Светлана Ф. Барышева (Москва). Фонетические „заимствования“ в интернет-коммуникации [„Phonetische Entlehnungen“ in der Internet-Kommunikation]	13
Татьяна В. Чернышова (Барнаул). Модели конфликтного речевого взаимодействия в неофициальном публичном общении (на материале обсуждений в социальных сетях интернет-коммуникации) [Modelle der sprachlichen Konfliktaustragung in inoffiziell- öffentlicher Kommunikation (anhand von Erörterungen in sozialen Internet-Netzwerken)]	21
Данијел Дојчиновић (Бањалука). (Не)линеаризованост и (не)довршеност хипертекста [Die (Nicht-)Linearität und (Un-)Vollendetheit des Hypertextes]	35
Александра Ѓуркова (Скопје). Стилот и јазикот на македонските интернет-портали [Der Stil und die Sprache mazedonischer Internet-Portale]	45
Jana Hoffmannová (Praha). Internetová čeština: ekonomie a redukce vyjadřování, explicitnost a implicitnost [Das Tschechische und das Internet: Ökonomie und Reduktion des Ausdrucks, Explizität und Implizität]	55
Елена В. Какорина (Москва). Интернет через зеркало метафоры [Das Internet im Spiegel der Metapher]	65
Лариса Ц. Касперова (Москва). Художественная рефлексия в интернет-комментариях [Die künstlerische Reflexion in Internet-Kommentaren]	87

Aleksander Kiklewicz (Olsztyn). Синтаксические характеристики русских и польских интернет-форумов (на материале простых и сложных предложений с ментальными предикатами) [Syntaktische Charakteristiken russischer und polnischer Internet-Foren (anhand von einfachen und zusammengesetzten Sätzen mit mentalen Prädikaten)]	93
Наталья И. Клушина (Москва). Интернет-коммуникация и ее эффекты [Die Internet-Kommunikation und ihre Effekte]	111
Тетяна В. Кузнецова (Одеса). Аксиологічний потенціал мовного коду в сучасній мас-медійній комунікації (на матеріалі українських видань) [Das axiologische Potenzial des Sprachcodes in der modernen Internet-Kommunikation (anhand ukrainischer Editionen)]	117
Ивона Лоэвэ (Katowice). Интернет как технология и общественное пространство [Das Internet als Technologie und öffentlicher Raum]	127
Marzena Makuchowska (Opole). Dyskurs religijny w Internecie [Der religiöse Diskurs im Internet]	137
Perina Meić (Mostar). <i>Od (pjesničkog) neba naovamo</i> (bilješke o pjesništvu Ilije Ladina) [Vom (künstlerischen) <i>Himmel bis hierher</i> (Notizen zur Poesie von Ilija Ladan)]	147
Горан Милашин (Бањалука). Језик Твитера из стилистичког угла [Die Sprache von Twitter in stilistischer Hinsicht]	163
Лариса В. Селезнева (Москва). Жанровые и стилистические особенности пресс-релиза, размещенного на сайте компании [Genrebezogene und stilistische Besonderheiten von Presseaussendungen auf Firmenseiten]	195
Ольга И. Северская (Москва). „Няшки“ сквозь интернет-призму редеривации [Substantive mit dem Suffix -няшка durch das Online-Prisma der	203

Rederivation]

Надежда В. Смирнова (Москва). Гипертекстовое представление события (на материале российских интернет-изданий) [Hypertextuelle Darstellung von Ereignissen (anhand russischer Internet-Seiten)]	213
Татьяна Свищук (Зальцбург). Демотиватор и мем: к вопросу о возникновении новых терминов Рунета [Der Demotivator und das Mem: zur Frage über die Entstehung neuer Begriffe im russischen Internet]	221
Лидија Тантуровска (Скопје). Македонскиот јазик на Интернет [Die mazedonische Sprache im Internet]	231
Branko Tošović (Graz). Стилистика в интернетe, интернет в стилистике [Stilistik im Internet, Internet im Stilistik]	249
Татьяна А. Воронцова (Челябинск). Речевая агрессия как коммуникативная игра: троллинг и флейминг [Flaming und Trolling: sprachliche Aggression als kommunikatives Spiel]	279
Arno Wonisch (Graz). Диминутивы в туристических онлайн-каталогах [Diminutive in touristischen Online-Katalogen]	293

Vorwort

Bei der „Internationalen Slawistenkonferenz“ im August 2013 in Minsk (Weißrussland) wurde der Beschluss getroffen, eine „Kommission für Stilistik beim Internationalen Slawistenkomitee“ zu begründen, die ihre erste Sitzung und Konferenz sodann am 24. und 25. April 2014 im Rahmen der III. Internationalen wissenschaftlichen Tagung „Stilistik heute und morgen“ [„Стилистика сегодня и завтра“] in Moskau (Russland) abhielt. Bei dieser Veranstaltung einigten sich die Teilnehmenden aus mehreren Ländern darauf, die zweite Kommissions-Konferenz-Konferenz inklusive Kommissions-Sitzung im April 2015 in Graz durchzuführen.

Als Termin wurde der Zeitraum von 16. bis 18. April 2015 gewählt, um in diesen Tagen (nach den Osterfeiertagen und noch während der vorlesungsfreien Zeit) eine Teilnahme von möglichst vielen Kolleginnen und Kollegen zu ermöglichen. Insgesamt nahmen an dieser Tagung 26 Personen aus sechs Ländern teil (Bosnien und Herzegowina, Mazedonien, Österreich, Polen, Russische Föderation und Tschechien), von denen die meisten ihre Beiträge für vorliegende Publikation aufbereiteten.

Bei den 22 Autorinnen und Autoren der hier abgedruckten Aufsätze handelt es sich um ausgewiesene Fachleute für Fragen der Stilistik aus elf universitären Zentren in sieben Ländern (Bosnien und Herzegowina: *Banja Luka, Mostar*; Mazedonien: *Skopje*; Österreich: *Graz*; Polen: *Olsztyn, Opole, Katowice*; Russland: *Barnaul, Čeljabinsk, Moskau*; Tschechien: *Prag* und Ukraine: *Odes/s/a*), wobei die Beiträge in insgesamt sieben Sprachen verfasst wurden (Kroatisch, Mazedonisch, Polnisch, Russisch, Serbisch, Tschechisch und Ukrainisch).

Zur Wahl des globalen Themenfeldes des Sammelbandes – Internet / Stilistik / Stil / Verhältnis Stilistik ↔ Internet / Arten der Internet-Stilistik / Internetstile / Stilistische Normen des Internets – sei festgehalten, dass sich die Interaktion von Internet und Sprache als überaus neues und spannendes Forschungsgebiet erweist, das in den letzten Jahren zu immensen sprachlichen und stilistischen Innovationen führte. Generell seien dazu die nachfolgenden Aspekte angeführt, die in den Beiträgen der Autorinnen und Autoren auf teils unterschiedliche, komplexe und differenzierende Art und Weise angesprochen werden.

1. Verhältnis Stilistik ↔ Internet: Neuorientierung der Stilistik zu Beginn des XXI Jh. unter dem Einfluss neuer Kommunikationsräume; positiver und negativer Niederschlag des Internets auf die Stilistik; das Internet als Generator einer stilistischen Revolution/Evolution; Stilistik in den neuen Kanälen nichtoffizieller Kommunikation; engere und weitere Definition des Gegenstan-

des/Objektes der Internet-Stilistik; Besonderheit der Internet-Stilistik in Bezug auf andere Teile und Richtungen der Stilistik; Einfluss globaler Charakteristiken und Marker des Internets auf das stilistische Niveau: (a) Vorhandensein mehrerer Kanäle, Multimedialität, Nicht-Linearität (Hypertextualität), Zerstückelung; (b) mediale Konvergenzen, Hybridisierung, Vereinheitlichung von Codes (textuell, audiell, visuell), Kommunikation innerhalb der realen Zeit; (c) besondere Individualisierungen, Intimitäten, Öffentlichkeiten; Auswirkung der Anonymität auf den Stil von AutorIn und LeserIn, Pseudobenennungen (Benutzung von Pseudonymen, Spitznamen); Nichtbeachtung der inneren Kontrolle in der nichtoffiziellen Sphäre des Internets als Quelle für stilistische Besonderheiten; positive und negative Auswirkung der Kommunikation in Realzeit; stilistische Aspekte der spontanen Kommunikation; Vorhandensein typischer Funktionen, die sich durch das Internet äußern: Autopräsentation, Amusements, Psychotherapeutisches; stilistische (Un-)Vorhersehbarkeit des Internets; Auswirkung der hochgradigen Individualisierung auf den Stil; Betrachtung der Sprache / des Stils des Internets als funktionale Arten, funktionalen Stil, Subsprache, Jargon, Diskurs u. a.; stilistischer Niederschlag zweier globaler Internetsphären – der offiziellen und der nichtoffiziellen; stilistische Radikalisierung und radikale stilistische Veränderungen in der Internet-Kommunikation; stilistische Natur von „Internetfehlern“ und ihre Deutung aus dem Blickwinkel der Expressivität; (Nicht-)Sinnhaftigkeit des Stimulierens zur Suche nach neuen und ungewöhnlichen Ausdrucksformen; Entstehung einer stilistischen Kreativität in der Internet-Kommunikation; Niveau der Erforschtheit des stilistischen Potenzials des Internets und Grad des Interesses der Forschung, sich mit dem entsprechenden Material zu befassen; Sprachspiele als Quelle der Expressivität im Internet; funktional-stilistische Mannigfaltigkeit des Internets; Einfluss der Rückmeldungs-Möglichkeit auf das stilistische Niveau im Internet; die Rolle elektronischer Korpora in der Internet-Stilistik; Redundanz: minus oder plus im Internet, in der Internet-Stilistik; Wechselwirkung zwischen der Sprache und dem Stil des Internets sowie Interaktion, wechselseitige Verzahnung und wechselseitiger Ausschluss von Stil und Diskurs im Internet.

2. Arten der Internet-Stilistik: Blog-Stilistik; hypertextuelle Stilistik; Stilistik der Sprache von großen und kleinen Internetgruppen; Stilistik erdachter Sprachen (seitens der Autorin / des Autors, persönliche, Hilfssprachen, konstruierte Sprachen, fantastische Sprachen); Stilistik von Hyperlinks, Tags, Likes und anderer Elemente des Internets; Stilistik der Titel und Überschriften im Internet; funktionale Internet-Stilistik sowie der Chat-Stil.

3. Internetstile: Blitzstil; Blog-Stil (Stil in Blogs); genrebezogener Internetstil; interaktiver Stil (gemeinsamer Stil von LeserIn/HörerIn); Kanalstil; Kompilationsstil; Kontentstil (Stil der Auffüllung von Texten); Portalstil (Stil in Portalen); Site-Stil (Stil von Websites – Retrostil, futuristischer, multiplikativer, tagebuchartiger Stil ...); Netzstil; nichttraditioneller Netzstil; funktionaler Netzstil (funktionaler Internetstil): literarisch-künstlerisch, publizistische, wis-

senschaftlich, administrativ, umgangssprachlich); Forum-Stil (Stil in Foren) sowie experimenteller Internetstil.

4. Stilistische Normen des Internets: Wechselbeziehung Standardsprache ↔ Internet ↔ Linguistik des Internets ↔ Internet-Stilistik; (Nicht-)Einhalten der standardsprachlichen stilistischen Normen; stilistische Normen des Internets, Regeln und Empfehlungen; gegenseitiges (Ein-)Wirken des Internets und der stilistischen Normen; (Nicht-)Vorhandensein einer Systemhaftigkeit bei Verstößen gegen die stilistischen Normen im Internet; stilistische Besonderheiten der Sprache von Menschen ohne Beherrschung der Norm, Sprache von AnalphabetInnen, ungebildeten und unkultivierten Menschen (z. B. unpassende, nichtadäquater Ausdruck, Debität u. Ä.).

Es handelt sich – wie aus dieser umfassenden Aufzählung entnommen werden kann – bei der Interaktion von Internet und Stilistik, Internet und Stil um ein äußerst buntes und vergleichsweise noch junges Themenfeld, dem sich die Beiträge der Autorinnen und Autoren in diesem Band widmen. Es ist zu hoffen, dass sich für das Lesepublikum einige interessante, nützliche und vor allem bisher ungekannte Gedankengänge und Aspekte auftun mögen.

Der aufrichtige Dank der Herausgeber gilt dem Forschungsmanagement und -service der Karl-Franzens-Universität Graz, das die finanziellen Mittel für die Drucklegung dieser Publikation bereitstellte.

Branko Tošović

Arno Wonisch

Graz, im März 2016

Светлана Барышева (Москва)

Фонетические „заимствования“ в интернет-коммуникации

В статье исследуется действие языковой тенденции к контаминации письменной и устной форм речи, проявляющейся в „фонетизации“ языка Интернета. Языковой материал доказывает контаминацию двух форм речи на фонетико-фонологическом уровне: в письменной речи интернет-форумов отражены четыре стилевые черты устной разговорной речи.

Одна из самых ярких особенностей языка Интернета – это контаминация, конвергенция двух форм речи: устной и письменной.

Важность изучения формы речи, происходящих здесь процессов конвергенции подчеркивает М.Г. Шилина следующим положением: форма определяет речевые стратегии (Shilina 2014).

В Интернете формируется необычная – „устно-письменная“ – форма, которую М. Кронгауз характеризует как „новый промежуточный тип коммуникации и новую промежуточную форму языка“ (Krongauz 2013: 44). Формируется корпус терминов, определяющих этот вид речи: „письморечь“ (М.Г. Шилина), „письменно-разговорная“ разновидность разговорной речи“ (Г.Н. Трофимова) и др. Исследователи говорят о процессах „фонетизации письма“, об его ориентации на устность. Суть описываемой „письморечи“ состоит в „попытке передать графическим способом все особенности устной речи, включая эмоции, ... особенности произношения и интенсивности тона (звуковое письмо). Таким образом, в книжно-письменной практике происходит структурная перестройка“ (Trofimova 2011: 156).

Одним из проявлений и доказательств процесса конвергенции форм речи, т. е. процесса „фонетизации“ письма, являются фонетические написания, отражающие звуковой состав слова.

Нами были проанализированы тексты нескольких форумов (тематика: туризм и путешествия) в двух аспектах:

- 1) виды фонетических написаний;
- 2) частотность того или иного написания.

Оба фактора отражает приведенная ниже таблица.

В левой части таблицы приведен относительно полный список произносительных явлений разговорной речи (далее РР). С правой стороны указано наличие/отсутствие подобных явлений в интернет-текстах. Таким образом, таблица дает возможность соотнести корпус произносительных фактов, существующих в устной РР, и корпус произносительных фактов так называемой „письменной РР“, чтобы сделать вывод, какие явления звучащей речи фиксируются, а какие нет.

Частотность того или иного фононаписания отражена интенсивностью цвета:



При этом внутри каждого блока перечень явлений составлен также с учетом частотности (они расположены от высокочастотных до нечастотных). Иллюстративный материал приведен после таблиц (орфография и пунктуация авторские).

1. Отражение позиционных чередований гласных и согласных звуков (современных фонетических законов)

1) гласных звуков	а) аканье	
	б) редукция [а] до [э]	—
	в) иканье	—
2) согласных звуков	а) по месту образования	—
	б) по способу образования	
	в) по глухости-звонкости	—
	г) по твердости-мягкости	—
	д) по долготы – краткости	—
	е) чередование с нулем звука	—

1а: *А-ба-жаю Питер! ▪ А-БАЛ-ДЕТЬ!!! ▪ Кароч ребят*

2б: *объеца, раздеца, хоца, постсовецком, аччоты*

2. Написания, передающие орфоэпические варианты

1) Старшая норма в области гласных зв.	а) эканье	—
	б) <i>ша, жа, ца</i> в 1 ПС как [шы, жы, цы]: [жы]лётъ	—
2) Старшая норма в области согласных звуков	а) в сочетании <i>ЧН</i> и <i>ЧТ</i>	
	б) в сочетании <i>ЗЖ, ЖЖ</i>	—
	в) на месте орфографического <i>Г</i>	—
	г) произношение постфиксов	—
	д) произношение прилагательных и глаголов с основой на заднеязычный	—

2а: канешна, скушный, што

3. Артикуляционные модификации и искажения звуков (орфофонические варианты)

3.1. Гласные звуки

1) Усиление артикуляции	а) удлинение: а) хезитационное и б) эмфатическое	
	б) подчеркнуто четкая артикуляция	
2) Ослабление	а) глухость	—
	б) огубленность	—
	в) глоттализация	—

1а: Хезитационное: Эээ, оно как бы можно, но на самом деле нельзя. Эмфатическое: Да-а, Тянь-Шань – это заветное место любого путешественника. ▪ Ну о-о-очень красиво. ▪ маааленькие такие цветочки

1б: Спа-си-би-ще огромное за интересный рассказ.

3.2. Согласные звуки

1) Усиление артикуляции	Удлинение: а) хезитационное, б) эмфатическое и интенсивность		
2) Ослабление артикуляции	а) смычные	носовой резонанс	
		фрикатизация, спирализация, придыхание и др.	—
	б) щелевые (вокализация [в, в'] и [j], замена зубных на небные и др.)		
	в) аффрикаты (ослабление смычки, разложение)		—

1а: Мммм, знаете это такое ощущение, когда ты думаешь что отпуск будет вечно

1б: Эххх, вот это отдых! ▪ Автобусами на Соловки? ЖЖесть! ▪ долина Ярлу – очень стремное место ▪ Стрррашно?

2а: М...да. Мда-а-а... Мдя! Н-да уж.

2б: Новороссийск и Абрау по ценам вообще шумамашли (с ума сошли).

4. Отступления от кодифицированного звукового состава слова

4.1. Эллипсис

Гласные звуки		
1) В позиции конца слова		- „Кароч ребят такая вот тема“ - эт, прям, прост, спасибо, тож, даж,

		<i>к томуж, чтоль</i>
2) Между глас. и согласным		<i>помому (по-моему)</i>
3) При зиянии		<i>ваще, сорентируйте</i>
4) Между двумя согласными	—	
Согласные звуки		
Группа согл. :	а) начальных	<i>пасибо (пасиб, пасип), серовно, де (где)</i>
	б) срединных	<i>тока, стока</i>
	в) конечных	
2) Между гласными		<i>буит (будет)</i>
Эллипсис слогов (частотная лексика)		
где-, кто-, какой-нибудь		- Может <u>кто-нить</u> <u>чё-нить</u> посоветует, а то <u>чёт</u> фантазии не хватает; - <u>чтоньть</u> и <u>когоньть</u>
очень		<i>оч</i>
тысяча		<i>тыщ, стотыщпятьсот</i>
сейчас		<i>щас, счас, ща</i>
чего, ничего		<i>чё, чо, ничо</i>
естественно		<i>ессно, естесно, ес-сно, стессно</i>
собственно		<i>собсна, собсно</i>
может		<i>мож</i>
будем		<i>бум</i>
конечно		<i>канеш</i>
на самом деле		<i>на сам деле</i>
пожалуйста		<i>пажалста</i>

4.2. Явления просторечного характера

Вставка звука		а) [j]: <i>Ерафлот ▪ это ▪ идиётоф ▪ пейсню ▪ чегой-то</i> б) [н]: <i>энту, энтот</i>
Ненормативная диссимилиация		<i>кто, служебно-экспедиционной</i>

Твердость на месте мягкости типа <i>принц</i>		<i>у пенсионэров ▪ туристом больше, туристом меньше ▪ Абыдна! ▪ птыца такая</i>
Ненормативная ассимиляции		<i>ружжэо</i>
Замена, метате-за фонем		<i>Ответ на вопрос номер 2</i>
Лабииализация типа <i>ч[y]мадан</i>	—	
Оглушение типа <i>ю[n]очка</i>	—	
Щелевой [γ] типа <i>[γ]де тут у вас [γ]лавный?</i>	—	

4.3. „Нерусский акцент“

Твердость / мягкость, ино-системные звуки и др.		<i>Энни, ты <u>маладэц</u>! ▪ „Слюшай, дэвушка, кюда пашёлъ, стой, фот-кать буду!“ ▪ А <u>шо</u>, Одесса таки еще <u>харный хород</u> или местный колорит понравился?</i>
---	--	---

Отдельно отметим частотность междометий, выражающих высокую экспрессивность сообщения. Среди междометий встречаются только обозначения согласных неканонических звуков:

а) гортанно-носовые звуки		<i>Хм... Хмм... Кхм...</i>
б) носовые звуки		<i>ммм... м?</i>
в) междометия-аффрикаты		<i>тфу, кхх</i>

Выводы по таблице.

1. Как видно из таблицы, в нашем материале встретились фононаписания четырех видов, при этом первые два – из области кодифицированного литературного произношения, заключительные два – некодифицированного.

К кодифицированным произносительным явлениям относятся:

1) отражение нейтрально-нормативных позиционных чередований гласных и согласных звуков (современных фонетических законов); таблица показывает, что фиксируются далеко не все чередования: в области гласных – аканье, в области согласных только один вид ПЧ – по способу

образования. Возможно, это влияние написаний т.н. „албанского языка“ типа *купацо*.

2) к кодифицированным относится также отражение нейтрально-нормативных орфоэпических вариантов; в нашем материале из хронологических вариантов встретились только фононаписания орфографических сочетаний *чн* и *чт*; очень частотными оказались т.н. „неканонические“ звуки такой орфоэпической подсистемы, как междометия.

В целом слабая задействованность явлений первых двух групп объясняется, главным образом, их неосознаваемостью, незаметностью на слух, т.к. их узнавание в речи требует специальных знаний и умений (например – развитого фонетического слуха и умения транскрибировать).

Более широко представлены явления следующих двух групп, т.е. некодифицированных:

1) фиксация артикуляционных модификаций звуков; отметим, что фиксируются преимущественно модификации звука, связанные с усилением, а не ослаблением артикуляции. Это проявляется как в области гласных, так и в области согласных звуков. (Исключение из случаев ослабления – очень частотное написание частицы *да* с носовым резонансом в виде *мда* или *нда*, распространенное, например, в художественной письменной речи)

2) Очень широко отражаются нелитературные произносительные варианты (отступления от нормативного звукового состава слова). Это, во-первых, многочисленные эллипсисы (у гласных – резко выделяется по частотности позиция конца слова), во-вторых – просторечные явления (чаще других нам встречались просторечные вставки, диссимилиация смычных и ненормативная твердость на месте мягкого), в-третьих – написания, передающие „иностраный“ акцент.

Здесь тоже есть целые группы незадействованных средств, например: модификации, связанные с ослаблением артикуляции, что объясняется:

а) либо той же неосознаваемостью, незаметностью на слух, (например, такие модификации согласных, как аффрикатизация смычного – *вом^н* или ослабление смычки аффрикаты – *пощ^нти*)

б) либо невозможностью фиксации на письме (например, нередуцированного [о] (совпадает с письмом) или глухости гласного и придыхания согласного (такие явления в фонетической транскрипции обозначаются с помощью символов или специальных надстрочных или подстрочных знаков).

II. По признаку частотности разных видов фононаписаний можно выделить нечастотные, средне- и высокочастотные (отражены цветом).

Такая градация нужна не только для изучения фонетизации письма, но и для изучения других активных процессов: например, учеными уже много лет обсуждается вопрос о кодификации некоторых произноси-

тельных вариантов, например разговорно-стилевых вариантов типа *тыща* или *щас*. Наш материал косвенно помогает сделать это: если частотность письменной фиксации этих вариантов высока, то это свидетельствует о лексикализации этих усеченных вариантов. Особенно показательны сильные фразовые позиции, в частности – начало фразы: *Тока* людям нужно в Дуднку; *Мож* какие интересные места; *Оч* красиво...)); *Собсно*, нам туда и надо; *Чёнить* из чартера недорого можно попробовать вытащить и др. Эти варианты – в списке возможных претендентов на кодификацию, в том числе и по частотности.

Таким образом, наш материал подтверждает тенденцию к „фонетизации“ письменной интернет-речи на фонетико-фонологическом уровне: здесь отражены четыре стиливые черты устной разговорной речи:

1) во-первых, некодифицированность (представлена двумя группами фононаписаний);

2) во-вторых, вариативность: нам встретились фонетические написания, свидетельствующие о вариантах произношения. Например:

- постфикс –нибудь в двух вариантах: *гденить*, *гденьть*

- естественно в трех вариантах: *ессно*, *естесно*, *стессно*

3) третьей стиливой чертой РР является повышенная эмоциональность. Фонетические написания повышают эмоциональность речи, отражая модификации звуков, связанные с усилением артикуляции, и фиксируя различные некодифицированные варианты произношения.

4) Четвертая стиливая черта РР – высокая стандартность и клишированность: многие фононаписания уже превращаются в клише (типа *кто-нить* или *оч*). Это уже штампы, а не выразительное средство.

В заключение еще раз подчеркнем, что „фононаписания“ свидетельствуют об активизации фонетико-фонологического уровня в современной письменной речи. Фононаписания становятся новым выразительным средством письменной речи.

Литература

- Krongauz 2013: Кронгауз, Максим. *Самоучитель олбанского*. Москва.
- Trofimova 2004: Трофимова, Галина. *Функционирование русского языка в Интернете: концептуально-сущностные доминанты*. Москва.
- Trofimova 2011: Трофимова, Галина. *Языковой вкус интернет-эпохи в России: функционирование русского языка в Интернете: концептуально-сущностные доминанты*. Москва.
- Shilina 2012: Шилина, Марина. *Текстогенные трансформации инфосферы. Методологический эскиз становления Интернета*. Москва.

Svetlana Barysheva (Moskow)

Phonetic „Borrowings“ in Internet Communication

One of the main and spellings reflect the four stylistic features of conversational phonetics: its noncodified type, variety of units, heightened emotionality and a lot of cliché. The tendency specific tendencies of development of the language of the Internet is level, namely on the example of phonetic spellings, i.e. spellings, transmitting the sound structure of words. Phonetic to contamination of two forms of speech: written and oral. In this paper we prove the existence of this tendency at the phonetic-phonological

Светлана Барышева
МГУ им. М.В. Ломоносова
факультет журналистики
Москва
Россия
barysheva1105@rambler.ru

Татьяна Чернышова (Барнаул)

Модели конфликтного речевого взаимодействия в неофициальном публичном общении (на материале обсуждений в социальных сетях интернет-коммуникации)

В докладе на материале обсуждения социально-культурных тем, развертывающегося между участниками интернет-коммуникации в социальных сетях, рассматриваются типологические признаки неофициального публичного взаимодействия, к которым относятся: мотивы и цели участников обсуждений; факторы, способствующие или препятствующие успешной коммуникации в социальных сетях; сигналы зарождающегося речевого конфликта; разные сценарии конфликтного речевого взаимодействия коммуникантов; языковые и неязыковые средства и способы речевого воздействия на оппонента; различные лингвоперсонологические типы участников интернет-коммуникации в зависимости от их целей, задач, мотивов, ожидаемого эффекта речевого взаимодействия и т. п. Особое внимание уделяется социальным, психологическим и культурным аспектам описания личности и ее культурно-социальным навыкам в сфере обыденного неофициального и официального общения, с другой, – дискурсивным аспектам интернет-общения и возможностям его конфликтного развертывания в ситуации речевой интеракции.

Тема данного доклада предполагает обращение к следующим вопросам: каковы признаки нарастающего речевого конфликта в ходе обсуждения социально-культурных тем в соцсетях (1), каков инвариант (типовой сценарий) модели конфликтного речевого общения и каковы ее вариативные особенности (2), наконец – как различные участники публичной коммуникации реализуют в процессе конфликтной коммуникации свои лингвоперсонологические свойства (3).

1. Признаки нарастающего речевого конфликта в ходе обсуждения социально-культурных тем в соцсетях

Социальная сеть (от англ. social networks) характеризуется разработчиками как „интернет-площадка, сайт, который позволяет зарегистрированным на нем пользователям размещать информацию о себе и коммуницировать между собой, устанавливая социальные связи“ (Социальная сеть-www). Социальные сети объединяет людей, разных по нацио-

нальности, вероисповеданию, профессии, социальному статусу, возрасту, полу и т. д.

Основное предназначение социальной сети – создание условий для общения друг с другом напрямую, без использования дополнительных инструментов комментирования записей, выражения своего мнения. Социальная неоднородность участников социальных сетей требует от них особых навыков общения, умения переключаться с одного регистра на другой, знания психологии межличностного и одновременно публичного взаимодействия, умения предвидеть последствия того или иного речевого поведения.

Очевидно, что подобное качественное разнообразие субъектов коммуникации способствует провоцированию **конфликтных речевых ситуаций**, чаще всего вызванных оценочными суждениями участников интеракций.

Таким образом, осмысление характера использования текстов в речевых (социальных) ситуациях (то есть не только как собственно языковой единицы, но и как единицы коммуникативной, как единицы общения), по мнению М. Н. Кожиной, высказанному в 90-е гг., требует от исследователя как лингвистических знаний, так и учета „ситуации общения и целого ряда экстралингвистических факторов, вплоть до широкого социокультурного контекста, в котором протекает познавательная коммуникативная деятельность (как реализация неречевой деятельности)“ (Кожина 2002: 21–22).

Данное утверждение как нельзя лучше подходит для характеристики особой коммуникативно-речевой ситуации, характеризуемой специалистами как **конфликтная речевая ситуация**.

„Конфликтная ситуация развитие конфликта в конкретный временной период, характеризующееся накопившимися различиями, которые связаны с деятельностью субъектов социального взаимодействия и создают почву для реального противоборства между ними“ (Вишневская 2003–www).

Речевой конфликт возникает в особой конфликтной речевой ситуации.

Конфликт подразумевает столкновение сторон, состояние противоборства партнеров в процессе коммуникации по поводу несовпадающих интересов, мнений, коммуникативных намерений, которые выявляются в ситуации общения. Речевой конфликт имеет место тогда, когда одна из сторон в ущерб другой сознательно и активно совершает речевые действия, которые могут выражаться соответствующими – негативными – средствами языка и речи. Такие речевые действия говорящего – субъекта речи, адресанта – определяют речевое поведение другой стороны – адресата: он, осознавая, что указанные речевые действия направлены против его интересов, предпринимает ответные речевые действия против своего собеседника, выражая отно-

шение к предмету речи или собеседнику. Эта противонаправленная интеракция и есть **речевой конфликт** (Третьякова 2010: 155).

Основой комментария в соцсетях, как и в официальных средствах массовой информации, всегда служит какой-либо вербальный или невербальный факт (событие). Однако если в СМИ это, как правило, социально значимое событие (Чернышова 2014: 236–242), то в социальных сетях – это любой факт, событие, фотография, цитата и т.п., чем-то поразившие автора, пожелавшего выставить его на всеобщее обсуждение.

Рассмотрим на нескольких примерах нарастание конфликтной речевой ситуации в ходе интерактивного обсуждения в социальной сети („ОДНОКЛАССНИКИ“),

Пример 1. Основой речевого конфликта послужило высказывание одного из участников – Андрея З. (In: <http://ok.ru/profile-www>):

МЫ ДОЛЖНЫ БЛАГОДАРИТЬ БОГА: За супруга, который храпит по ночам: значит, он не у любовницы. За сына, который непрерывно смотрит телевизор: значит, он не шляется по улицам. За налоги, которые вы платите: значит, у вас есть работа. За посуду, которую нужно мыть после вечеринки: значит, у вас есть друзья. За одежду, которая становится маловата: значит, у вас достаточно еды. За вашу тень: значит, вокруг вас много солнечного света. За газон, который надо стричь, окна, которые надо мыть, трубы, которые забиты: значит у вас есть дом. За жалобы на правительство: значить у вас есть свобода слова. За место в самом конце паркинга: значит, вы ещё способны ходить, и мало того — у вас есть машина. За даму, которая ужасно орет вам в ухо: значит вы ещё способны слышать. За гору стирки: значит, вашей семье есть ещё что надеть. За усталость в конце дня: значит, вы ещё можете поработать на славу. За будильник, который будит вас ни свет ни заря: значит, вы ещё живы. Благодарение Богу!.

Данный текст, несмотря на начальные и конечные фразы (*МЫ ДОЛЖНЫ БЛАГОДАРИТЬ БОГА; Благодарение Богу!*), пронизан иронией. Сигналами иронии является организация композиции текста на основе конструкций причинно-следственного типа, использование приема параллелизма, а также стилистически не-нейтральная лексика и фразеология, например: *супруг, который храпит по ночам; сын, который не шляется по улицам; За даму, которая ужасно орет вам в ухо; трубы, которые забиты; За гору стирки; будит вас ни свет ни заря* и др.

Как указывает Э. Чепкина применительно к текстам СМИ, „В прагматическом аспекте использование иронии несет в себе определенную опасность: сигнал может быть не опознан, или, даже обнаружив иронические коннотации, адресат не сможет их интерпретировать“ (Чепкина 2000: 223).

Буквальный смысл высказывания моделирует одних коммуникантов, для которых только этот смысл и является единственным. А сигнал иронии, который ставит под сомнение, опровергает первый смысл, моделирует других коммуникантов, понимающих сказанное противоположным

образом“. Иными словами, иронический текст требует от читателя интеллектуальной работы, читатель должен быть подготовлен к восприятию второй модели коммуникации. В противном случае речевое развертывание как в СМИ, так и в социальных сетях будет носить конфликтный характер.

Так, в приведенном выше „религиозном“ наставлении речевой конфликт закладывается с первой фразы Любви Б.: *Я <А> бог то тут при чём?* и после нескольких фраз участников и автора: Татьяна Ч.: *Бог-то Бог, но будь и сам неплох!* | Андрей З. ответил Любви: *А ОН всегда причём!* | Андрей З. ответил Татьяне: *Абсолютно!!!* | Любовь Б. ответила Андрею: *И где он?....Тешите себя иллюзиями чтоб не отвечать за собственную жизнь!* | Андрей З. ответил Любви: *Пусть даже и так!* перерастает в конфликтный диалог автора высказывания Любви Б.:

Любовь Б.(К.) ответила Андрею: *Удачи!!!).....мне с вами не по пути!!!*) | Андрей З. ответил Любви:

Спасибо! А я Вас сюда и не приглашал!!! |

Любовь Б.(К.) ответила Андрею: *Это точно, но тупость так бросалась в глаза, что забрела чтоб сказать что я об этом думаю* | Андрей З. ответил Любви:

Вы могли бы и промолчать! Но видимо захотелось нахамить? Мне то уж точно с Вами не по пути! Хамите у себя на страничке!!!

(повышенная тональность высказывания обусловлена использованием оппонентом лексемы „тупость“, которая расценивается автором текста как грубый выпад против него и квалифицируется как хамство). | Любовь Б.(К.) ответила Андрею:

А Вам дает????Вы читали что написали???? МЫ ДОЛЖНЫ..... и этому кто то ставит класс и эта х..нь высвечивается на моей странице..... | Андрей З. ответил Любви: *У Вас есть выбор, сайт его Вам дает!* | Любовь Б. ответила Андрею:

Я воспользовалась своим выбором. Я высказала своё отношение к подобного рода высказываниям, на этом прощаюсь. | Андрей З. ответил Любви:

Если Вы не увидели легкую иронию в этой заметке, тогда извините! Не всем это дано!!! Удачи!!!

В условиях перерастания обсуждения в речевой конфликт совокупность языко-стилевых средств, используемых для снижения статуса коммуниканта в соцсетях, варьируется в пределах от сниженных разговорно-просторечных до грубых, даже обценных языковых единиц, например: *Это точно, но **тупость** так бросалась в глаза, что забрела чтоб сказать что я об этом думаю; и эта **х..нь** высвечивается на моей странице;* и др.

Показателен и экспрессивный синтаксис монологов Любови Б., которая для выражения эмоций возмущения, негодования и неприятия позиции оппонента использует риторические вопросы (*А Вам дает????Вы читали что написали????*), не предполагающие ответа. Активно используются и невербальные средства выражения эмоций (комбинации знаков препинания, разный шрифт, прописные буквы, графические изображения – „смайлики“ и т. п.).

Пример 2. Предметом обсуждения участников стали две фотографии женщин в одном и том же платье: одна из них – модель, рекламирующая очень открытое вечернее платье для продажи в интернет-магазине, вторая – обычная женщина, несколько полноватая, купившая это платье, которое, по всей видимости, не оправдало ее ожиданий, о чем свидетельствует и тема обсуждения: „ожидание-реальность“ (<http://ok.ru/profile-www>). Поскольку обсуждение посвящено моде, то среди участниц – преимущественно женщины разного возраста, разных национальностей и т. п.

Сначала участницы обсуждения единодушно осуждают выбор платья, поскольку оно не подходит купившей ни по фасону, ни по размеру, ни по фигуре:

Алёна Б.: вопрос: зачем вообще этой женщине понадобилось такое платье??? т.е. изначально непонятно было, как оно „сядет“ по фигуре?(((| Класс! 48 | Олеся Я., ответила Алёне: Вот именно. Тут дело не столько в платье, сколько в необъятных телесах)))0 | Класс! 25 | Зумруд И.: Отчаянная женщина:-D | Класс! 8 | Наталья Р.: да...вот это фигура))) нужно кило так...цать скинуть..ну а потом примерить))) | Класс! 7 | Анастасия Г.: Это точно какая модель и какая женщина которая заказала / Класс! 4 | инга буиф:-):-:-) | Класс! 1 | Татьяна Щ.: платье то красивое, модель не подходит [...].

По мере развертывания обсуждения отзывы участниц становятся все более эмоциональными и выражаются следующими негативно оценочными словами, оборотами и целыми предложениями:

*Она что, себя в зеркало не видела, прежде, чем платье заказывать???; она возможно и не толстушка., но то, что не идеальна и мозгов нет.. купить такое платье.- это однозначно.; платье такое же, а вот фигура не та, не та. не чего на зеркало пенять коли роза кривая; Платье отличное, а вот тушка в нем смотрится ужасно [...]. Думать надо, прежде чем такое платье заказывать; Ужас; ужассссссссссссссссс; тихий ужас; ахаха!!!; *İli bez mozgov*))) ; Ржу, не могу!!; Давно я так не ржала и подобные.*

Данные негативные характеристики поддерживаются большим числом пассивных участников, которые в обсуждении не участвуют, но отмечают понравившееся им суждение при помощи опции „Класс“ – в приведенных фрагментах уровень поддержки варьируется от 4 до 25 и выше.

На таком эмоциональном фоне осуждения полных женщин, которые „польстили себе“, выбрав откровенное платье, разворачивается речевая конфликтная ситуация между „полными“ и „худыми“ участницами обсуждения, одна из которых обращается к наиболее активным противницам пышных форм со следующими словами:

Наталья Н.: ну если вам бог дал хорошую фигуру то это не повод другим делать замечания!!! | Класс! 10 [...].

Чтобы проследить этапы разворачивания конфликтного речевого диалога (полилога), приведем весь интересующий нас фрагмент:

Алёна Б.: да просто люди у нас любят всё списывать на природу или Бога, а сами едят, что попало и двигаться лишний раз не хотят | Класс! 8 | **Наталья Н.:** какие умные все | Класс! 3 | Зумруд: ответила Алёне: Им так проще жить, списывать на когонибудь, кроме себя... | Класс! 3 | **Наталья Н.:** ну конечно!!! не забывайте еще есть болезни способствующие набору веса! и не важно сидеть на диете или нет, так же и про спорт. и ненадо выставлять себя такими умными | Класс! 5 |

Антонина К. ответила Наталье:

Для хорошей фигуры НЕОБХОДИМЫ правильное питание и тренажёрный зал | Класс! 6 | Ксюшенька К: тут было сказано типо того что зачем делать замечания другим если бог наградил шикар-ной фигурой, так вот: просто кто то следит за собой а кто то не очень, и остальное тут ни при чем, все в наших руках! | Класс! 4 |

Танюша Г. ответила Наталье:

Тогда не надо заказывать такие вещи | Класс! 8 | Алёна Б. ответила Наталье: Быть или не быть толстым чаще всего вопрос выбора – хочешь быть стройным, значит занимайся собой. Что касается болезней, то это скорее исключение, чем правило, которые есть всегда и везде и если уж так вышло, то надо думать, что одеваешь – в любом весе можно выглядеть привлекательно, если не напирать на себя всё, что вздумается | Класс! 14 [...]

Наталья Н. ответила Алёне:

так вот вы и не обобщайте!!!будьте проще | Класс! 2 | Танюша Г. ответила Наталье: А это наверно вы на фото раз так нервничаете? | Класс! 7 | **Наталья Н.:** нет. я уж до такого не дойду | Этому ужасу нет названия! [...] |

Очевидно, что высказавшая иную, не совпадающую с мнением большинства участниц обсуждения точку зрения, Наталья Н. была не удовлетворена речевыми действиями говорящих, что и определило ее речевое поведение (противонаправленную интеракцию), причиной которого стало осознание того, что негативно оценочные речевые действия направлены против некой группы лиц, которые, по ее мнению, нуждаются в

защите. Данная интеракция представляет собой некие ответные речевые действия, демонстрирующие как отношение к предмету речи и собеседникам в целом.

Какие речевые действия участников обсуждения побудили Наталью Н. вступить в речевое конфликтное взаимодействие? Прежде всего, общая негативная тональность осуждения „полных женщин“, рискнувших заказать себе такое откровенное платье: кроме уже указанных, в тексте встречаются и более резкие высказывания, содержащие оскорбительные оценки, выраженные просторечно-бранными и даже обценными языковыми единицами (*фууу там бы фигуру сперва в порядок привести, вы куда смотрели когда такое платье заказывали? у вас зеркала дома напрочь отсутствуют, б*** да вы же жирная для него... и подобные*).

Очевидно, что противонаправленную интеракцию порождает и безапелляционность большей части высказываний, выраженная при помощи модальных конструкций долженствования, например:

Для хорошей фигуры НЕОБХОДИМЫ правильное питание и тренажёрный зал; кто то следит за собой а кто то не очень, и остальное тут ни при чем; хочешь быть стройным, значит занимайся собой; Тогда не надо заказывать такие вещи; надо думать, что одеваешь и др.

Аргументы „защиты“ не вполне убедительны и реализуются через структуры речевого акта совета, рекомендации в довольно мягкой форме и несут в себе этическую оценку:

Наталья Н.: *ну если вам бог дал хорошую фигуру то это не повод другим делать замечания!!! | Класс! 10 [...] | какие умные все | Класс! 3 | и ненадо выставлять себя такими умными | Класс! 5 | так вот вы и не обобщайте!!!будьте проще | Класс! 2 |.*

Иногда эти высказывания оформлены в виде иронического согласия: *ну конечно!!!*, об эмоциональности которого свидетельствует усиленная пунктуация.

Слабая выраженность побуждения, возможно, обусловлена тем, что Наталья Н., несмотря на поддержку пассивной части аудитории (ее мнение поддерживается рядом участниц, не вступающих в обсуждение таких от двух до десяти), пытается защищать иную точку зрения практически в одиночку и испытывает противодействие сразу шести комментаторов, которые далеко не всегда обращаются к ней непосредственно. Иногда обмен мнениями происходит между участницами на фоне намеренного игнорирования иного мнения и лица, которому оно принадлежит (актуализируется оппозиция „мы – они“, „свои – чужие“), цель которого – выразить свое пренебрежительное отношение к непрошенной „защитнице“: Ксюшенька К: *тут было сказано типо того что зачем делать замечания другим если бог наградил шикарнейшей фигурой, так вот: просто кто то следит за собой а кто то не очень, и остальное тут ни при чем,*

все в наших руках! По-видимому, неслучайно это конфликтное речевое взаимодействие обрывается неожиданно – после прямого вопроса одной из участниц, который одобряется группой наблюдателей (| Класс! 7|): Танюша Г. ответила Наталье: *А это наверно вы на фото раз так нервничаете?* Незамедлительно последовавший ответ Натальи Н.:

нет. я уж до такого не дойду | Этому ужасу нет названия! |

может быть расценен как поражение в споре, о чем свидетельствует последняя часть высказывания, при помощи которой Наталья Н. дистанцируется от женщин, интересы которых она рискнула защищать.

Другой возможный выход из конфликтной ситуации демонстрирует другая пара конфликтеров, принявшая участие в том же обсуждении: Танюшка – N-Art и Юлия М. Вторая из участниц после нескольких взаимообвинительных высказываний личностного характера прерывает общение следующей фразой:

Надоело читать Вас. Специально на латиницу перешили? С мозгами у меня все в порядке.

2. Инвариант модели конфликтного речевого общения в публичной интернет-коммуникации и ее вариативные особенности

В сознании носителя языка речевой конфликт существует как некая типовая структура – фрейм. **Фрейм „конфликт“** представляет особую стереотипную ситуацию и включает в себя обязательные компоненты отражающего объекта (Третьякова 2010: 156–157).

К верхнему уровню фрейма относятся участники конфликтной ситуации, чьи интересы находятся в противоречии; столкновение, выявляющее их противоречие или несоответствие через речевые действия одного из участников конфликтной ситуации, направленные на изменение поведения или состояния собеседника и ответные речевые действия другого участника; последствия (ущерб), который наносится речевыми действиями участника и который испытывает другой в результате указанных речевых действий.

Нижний уровень включает временную и пространственную протяженность конфликта, а также, третьих лиц, которые могут так или иначе участвовать в развернувшейся конфликтной ситуации.

„Фрейм ‘конфликт’ закрепляет стандартные способы действий, регулируя речевое поведение его участников через структуру знаний о данном фрейме“ (Третьякова 2010: 157).

Данный фрейм можно считать **инвариантом** конфликтного речевого общения в публичной коммуникации.

Типовой сценарий конфликтной интеракции в социальных сетях, по-видимому, может быть следующим: при обсуждении какой либо темы,

интересной большому числу участников и имеющей явный оценочный перевес по отношению к одной из сторон, один или несколько коммуникантов, не разделяющих точку зрения большинства, демонстрирую при помощи речевых формул свое отношение как к предмету обсуждения, так и к его участникам. Данная конфликтная интеракция в социальных сетях реализуются как на верхнем, так и на нижнем уровне фрейма **конфликт**. Однако временная и пространственная протяженность подобных интеракций незначительна, что обусловлено рядом экстралингвистических факторов, среди которых – социально-психологические и национально-ментальные различия спорящих; дискомфорт, который испытывает инвектум в процессе развертывания речевого конфликта; преобладающее число оппонентов; необходимость принять иную позицию или отстаивать свою; актуализация различных социальных стереотипов в ходе обсуждения; возможность оборвать общение в том случае, если оно становится чересчур агрессивным, и т.п. Немаловажную роль играет языковая и коммуникативная компетенции интеракторов, знание правил и норм публичного речевого поведения и владение ими, умение вести диалог и переключаться на тот или иной языковой код с учетом фактора адресата, и т. п.

3. Как различные участники публичной коммуникации реализуют в процессе конфликтной коммуникации свои лингвоперсонологические свойства

Антропологическая составляющая современной науки о языке послужила теоретической предпосылкой появления целого ряда направлений, посвященных проблемам языковой личности, среди которых выделяются этнокультурный, психолингвистический, социолингвистический, а также лингвоперсонологический аспекты, в рамках которых изучаются типы языковых личностей, аспекты, структура языковой личности, языковая компетенция и языковая способность (Карасик 2003: 99).

Всплеск интереса к проблемам, связанным с изучением языковой личности, позволил исследователям – Ю. Н. Караулову, Г. И. Богину, В. И. Карасику, Н. Д. Голеву и др. выдвинуть идею построения общей теории языковой личности, одной из ключевых идей которой является мысль о единстве человечества, существующего в пространстве и времени (Нерознак 1996: 112).

Значительный вклад в развитие отечественной лингвоперсонологии вносят труды исследователей Сибирской лингвоперсонологической школы (Языковая личность 2014).

Очевидно, что интерес к изучению языковой личности участника социальных сетей обусловлен ее дискурсивной амбивалентностью. С одной стороны, участник обсуждений может быть охарактеризован в

социальном, психологическом и культурном аспекте продуцируемой речи как некий „лингвокультурный типаж“, под которым исследователи понимают „узнаваемый образ представителей определенной культуры“ (В. И. Карасик)¹. В качестве примеров таких типажей могут быть названы, во-первых, ментально-психологические типы, выделенные в народной языковой картине мира (*балагур, демагог, пустобрех, зануда, правдолюб, этик* и др.), а во-вторых, – типы социально-культурные (*английский чудак, британская королева, американский ковбой, новый русский* и др.).

Подключение культурологического аспекта существенным образом обогащает направление типологии ЯЛ, позволяя связать эту проблему с такими категориями современной лингвистики, как языковая картина мира и лингвистическое миромоделирование (Голев 2014: 13).

С другой стороны, с учетом дискурсивных особенностей интернет-общения и возможности его конфликтного развертывания, в ситуации речевого конфликта языковая личность конфликтеров реализуется через особые роли коммуникантов, различаемые по их включенности в речевой конфликт – прямой и активной (по которой можно определить субъектов или оппонентов конфликта); косвенной и вспомогательной, по которой можно определить тех, кто их явно или неявно поддерживает, – это участники конфликта. Участники конфликта делятся на прямых и косвенных. Между прямыми участниками выделяют инициатора (или зачинщика) конфликта и т. д. При этом ролевое поведение конфликтеров реализуется в следующих конфликтных типах языковых личностей: *подстрекатель, провокатор, посредник, медиатор, судья, пособник, союзник, группа поддержки, жертва конфликта* (Вишневская 2002–www).

Своеобразие интернет-коммуникации (ее малая протяженность во времени и пространстве, возможность прервать интеракцию на любом этапе без видимых последствий и т. п.), по-видимому, накладывает отпечаток на характеристику участников обсуждений в социальной сети.

С одной стороны, здесь легко определить зачинщика речевого конфликта, который с позиций лингвокультурного типажа и прежде всего через языковые структуры может быть охарактеризован как *демагог* и *волютарист* („воинствующий атеист“), как в примере 1, либо как *правдолюб* и *защитник обиженных* (судья), каковым выступает Наталья Н. в примере 2.

С другой стороны, в силу ограниченности речевого коммуникативного акта желанием (произволом) говорящего / пишущего, типология языковых личностей конфликтеров отличается нечеткостью и слабой выраженностью: языковые личности только намечаются через ключевые фразы их интеракций.

¹ Более подробную информацию вы найдете в работах Н. Д. Голева (Языковая личность 2014: 10–32).

Так, для Андрея З. (пример 1) такой ключевой фразой, на наш взгляд, является ответная реплика на слова Любви Б.: *Удачи*))).....*мне с вами не по пути*))) | Андрей З. ответил Любви:

Спасибо! А я Вас сюда и не приглашал!!! | Если Вы не увидели легкую иронию в этой заметке, тогда извините! Не всем это дано!!! Удачи!!!! |.

Кстати, эффектность подобного завершения конфликтной речевой интеракции зафиксирована в заключительной фразе стороннего наблюдателя („союзника“ Андрея З.):

Аминь! Это современная интерпретация молитвы!, а также положительными откликами наблюдателей этого речевого конфликта (Класс! 18).

Участники обсуждения из примера 2 также выходят из ситуации речевого конфликта при помощи заключительных высказываний, которые можно считать ключевыми линиями их речевого поведения: одна из участниц прерывает неприятное речевое общение следующей фразой: *Надоело читать Вас*.

Таким образом, речевое взаимодействие в социальных сетях характеризуется следующими особенностями: неофициальный/полуофициальный характер коммуникации (интеракции), свободный отбор языковых единиц, соответствующий условиям речевого общения в данной сфере, определенность оценок. Оппоненты выражают свою точку зрения и прямо формулируют побуждения, направленные на коммуниканта: возмущение, обвинение, отказ от общения и т. п., используя самые разные средства и приемы выразительности. В то же время коммуникация в социальных сетях чаще идет „на ощупь“: предлагая тему для обсуждения, инициаторы общения имеют весьма приблизительное представление о той аудитории, которая примет участие в „разговоре“, поэтому велика вероятность непредсказуемости развертывания подобных обсуждений. Для характеристики типов языковых личностей участников конфликтных интеракций большую роль играют, с одной стороны социальные, психологические и культурные аспекты личности и культурно-социальные навыки обыденного неофициального и официального общения, с другой, – дискурсивные аспекты интернет-общения и возможности его конфликтного развертывания в ситуации речевого конфликта.

Источники

<http://ok.ru/profile/143107744/statuses/62769583123360-www>. Состояние: 09. 3. 2015.

<http://ok.ru/profile/558472445277/album/549871213661/771292348765-www>. Состояние: 12.3.2015.

Литература

а) Монография

- Кожина 2002: Кожина, Маргарита. *Речеведение и функциональная стилистика: вопросы теории*. Пермь.
- Чепкина 2000: Чепкина, Элина. *Русский журналистский дискурс: текстопорождающие практики и коды (1995–2000)*. Екатеринбург.
- Языковая личность 2014: Голев, Николай; Шпильная, Надежда. *Языковая личность: моделирование, типология, портретирование. Сибирская лингвоперсонология*. Москва.

б) Статья в сборнике

- Голев 2014: Голев, Николай. Ментально-психологические аспекты моделирования языковой личности. In: *Языковая личность: моделирование, типология, портретирование*. Москва. С. 10–32.
- Карасик 2003: Карасик, Владимир. Аспекты языковой личности. In: *Проблемы речевой коммуникации*. Саратов. С. 96–106.
- Нерознак 1996: Нерознак, Владимир. Лингвистическая персонология: к определению статуса дисциплины. In: *Язык. Поэтика. Перевод*. Москва. С. 112–116.
- Сибирская лингвоперсонология. Москва. С. 10–32.
- Третьякова 2010: Третьякова, Вера. Конфликт в лингвистических категориях. In: Голев, Николай; Чернышова, Татьяна. *Юрислингвистика-10: Лингвоконфликтология и юриспруденция*. С. 154–164.
- Чернышова 2014: Чернышова, Татьяна. Ирония как социальная оценка. In: *Стилистика сегодня и завтра*. Москва. С. 236–242.

в) Интернет-ресурс

- Социальная сеть: <https://seopult.ru/library>. Состояние: 29. 08. 2014.
- Вишневская 3-www: Вишневская, Алена. Конфликтология: http://www.life-prog.ru/1_12925_vishnevskaya-av-konfliktologiya-kurs-lektsiy.html. Состояние: 10. 3. 2015.

Tatiana Chernyshova (Barnaul)

**Models of conflict verbal interaction in an informal public communication
(on the basis of discussions on the social networks
of Internet communication)**

The report on the matters discussed socio-cultural themes, unfolding between the participants of Internet communication in social networks, are considered typological features of informal public interaction, which include: motives and goals of panelists; factors that facilitate or hinder successful communication in social networks; signals emerging verbal conflict; different scenarios of conflict of verbal interaction communicants; linguistic and non-linguistic means and methods of speech influence on the opponent; various types of linguistic personological participants of Internet communication, depending on their goals, objectives, motives, the expected effect of verbal interaction, etc. Particular attention is given to the social, psychological, cultural aspects of the description of the individual and its cultural and social skills in everyday informal and formal communication, on the other – discursive aspects of Internet communication and the possibility of conflict situations in the deployment of voice interaction.

Tatiana Chernyshova
Faculty of Mass Communication, Philology and Political Science
Altai State University
656049 Barnaul
Tel.: ++8385–2366379
Fax:++83852366384
Privat: Lenin 61
656049 Barnaul
labrlexis@mail.ru
<http://www.asu.ru/structure/faculties/mass/persons/260/>

Данијел Дојчиновић (Бања Лука)

(Не)линеаризованост и (не)довршеност хипертекста

Информационе технологије измијениле су искуство читања и писања. Развојем интернета на значају је добио хипертекст, својеврсни хибрид информација увезаних путем линкова. У многим расправама хипертекст је одређен као превазилажење ограничења класичног текста, нарочито његове довршености и линеарности. У раду се говори о мањкавостима оваквих ставова.

1.

Компјутерска револуција којом је означена последња четвртина двадесетог вијека пријетила је да постане крај до тада познатог свијета, а рођење новог, дигиталног доба. Непрегледан је број оних који су се такмичили да постану његови пророци и најављивачи. Задивљеност пред новим информационим технологијама, која се граничила са страхопоштовањем, утврдила је вјеру у бесконачан напредак људског знања. Интернет је врхунац тог процеса. Парадигма старог свијета, ограниченог и спутаног, била је замијењена слободним интернет простором, у којем су се једна по једна рушиле све баријере: просторне, временске, језичке, материјалне итд. Ново окружење сајбер свијета временом је ширило могућности и стварало илузију о томе да ће многи елементи реалности доживјети своју еволуцију. Према том мишљењу, стари, овјештали облици изумрли би као превазиђени и нефункционални. Књизи је предвиђана таква судбина. Помпезно је, у Ничеовом стилу, најављивана њена смрт (в. Кувер-www, Морисон-www). Она се, међутим, није десила (в. Шепард-www). Дословно узевши, никада се у историји људског рода није штампало више књига.

Међутим, промјене су се десиле и не треба их негирати. Виртуелни свијет, а понајвише интернет, тексту пружа могућности које му не могу понудити папир, пергамент, камен, воштане или глинене плочице. Тако текст еволуира у х и п е р т е к с т, у надресту која, ако бисмо слушали Дарвина, пријети да превлада и потисне „превазиђени“ класични текст. Уз парафразирање ријечи поменутог Ничеа – „сву су богови мртви: сад хоћемо да живи натчовјек“ (Übermensch) (Ниче 1980: 71), могло би се рећи како је информатизовани човјек с краја 20. вијека све гласније узвикавао: „Све су књиге мртве: сад хоћемо да живи хипертекст“ (Übertext).

2.

У разматрању неких од особина хипертекста послужићемо се примјерима из стваралаштва Милорада Павића (1929–2009). Он је један од најособенијих писаца у cjелокупној историји српске књижевности, а нарочито у српској књижевности друге половине 20. и почетка 21. вијека. Његов опус познат је широм свијета, будући да су му дјела преведена на бројне језике. Само роман ХАЗАРСКИ РЕЧНИК, проглашен првом књигом 21. вијека, објављен је у преко стотину издања (104), а до сада је изашао на 36 језика. На руском језику између 1991. и 2013. године објављен је у 29 издања (в. Павић2–www). Павић је био кандидат за Нобелову награду за књижевност.

Павићев опус јесте тријумф хипертекста у српској књижевности. Чиме је подстакнут? У есеју ПОЧЕТАК И КРАЈ РОМАНА ПАВИЋ Поставља питање „можемо ли књижевност спасити од језика“, те констатује:

Линеарност писане и штампане речи више није добродошла. Човек осећа да се забележени језик разликује по тој линеарности од људске мисли и људских снова који нису линеарни (Павић1–www).

Својеврсна тортура језика огледа се у томе што непрецизно одсликава стварност, превodeћи је у једнодимензионално виђење различито од оригинала. Зато је нужно бјежање од класичног читања, јер је неприродно. А да би се могло побјећи од њега, морао се измијенити и начин писања. Тако Павић ствара дјела која се, према његовим ријечима, одликују нелинеарним начином писања (nonlinear narratives), без почетка и без краја. Само за поменути роман ХАЗАРСКИ РЕЧНИК прорачунато је да се може прочитати на око 2.500.000 начина (Павић1–www).

Измијењен сензибилитет човјека информатизованог свијета трагао је за новим облицима. Хипертекст је виђен као нека врста отежане форме, о т с т р а н е н и е, које привлачи пажњу читаоца навикнутог на мултимедијалну површину, и то као једина шанса за преживљавање књиге. Постављамо јасно питање: „Да ли је хипертекст успио да прерасте класични текст?“ Наше мишљење је да није. Однос текста и хипертекста може се илустровати примјером из митологије. Икар, Дедалов син, на себе је привезао крила и тако полетио, али је и даље остао човјек. Није еволуирао у човјека-птицу. Исто је са хипертекстом. Могуће га је богатити мултимедијалним садржајем, али је он и даље класични текст са накалемљеним додацима, попут Икарових крила.

Из ишчитавања хипертекстова Милорада Павића, његових теоријских радова о овој теми и радова других теоретичара, могуће је извести најзначајније одлике хипертекста: нелинеарно писмо, обиље допунских информација и остваривање везе са другим текстовима (Катнић Бакаршић 1999:

108–109, Катнић Бакаршић 2001: 296–299; Поповић 2007: 265, Тошовић 2015: 63–89). Пођимо редом.

3.

Н е л и н е а р н о писмо афирмисало је читаоца. Ролан Барт најавио је смрт аутора у истоименом есеју из 1968. године (Бужињска/Марковски 2009: 347), али је истинска афирмација читаоца заиста дошла тек са хипертекстом. То не треба прећутати. Међутим, претјерује се са улогом коју тај читалац има. Као илустрацијама послужимо се Павићевим хипертекстовима СТАКЛЕНИ ПУЖ и ДАМАСКИН, објављеним 1998. године (в. Електронска библиотека Милорад Павић). Сам аутор врло отворено је говорио о крају старог начина читања. Укључујући читаоца у поступак стварања приче, Павић је бјежао од линеарне концепције и класичног вида писања. Поднаслов ДАМАСКИНА гласи „Прича за компјутер и шестар“, чиме се наглашава како је сајбер простор, интернет, предвиђено окружење у којем дјело функционише. Конципирано је по принципу хиперлинкова. Активна улога читаоца у грађењу приче јесте у одабиру линкова, чиме се мијења редослијед текстова. Коначно је читалац тај који бира, саучествује у стварању и одабиру, а не пасивни рецепијент – помислили бисмо. Хипертекст је читаоцу дао пажњу коју заслужује. А да ли је читалац уопште жели, то је скрајнуто питање. Међутим, у овој концепцији такође постоји низ пропуста који се прећуткују. Навешћемо само један. Истина је да читалац бира између неколико понуђених текстова, али унутар јасно оцртаног опсега. Он је ипак и даље пасивни рецепијент унапријед припремљених облика. Његова активна дјелатност је илузија, јер он не може иступити изван онога што му задаје аутор. Читалац не може сам ни отпочети ни завршити текст већ само одабрати унапријед омеђену стазу којом ће се кретати. И почетак, и средиште, и свршетак дјело су аутора. Ако би читалац самостално могао дописати дио текста, а не просто бирати између већ готових текстова, то би био помак. Јер ако читалац не може иступити из текста, није слободан. А да је слободан, да може самостално дописивати текст, текста не би ни било, тј. постојао би само потенцијално и о њему се не би ни могло говорити.

С друге стране, поставља се питање да ли компјутерски хипертекст у језичком погледу има спецификум који би га разликовао од класичног текста. Одговор је опет негативан. Он је и даље класични текст обогаћен софтверским предностима. Али је концепт по којем функционише одвајкада добро знан. Хипертекст је само наизглед нешто другачије од класичног текста. У ствари, у питању је обогаћен класични текст, попут Икара са крилима.

У вези са овим проблемом и Владислава Гордић Петковић, ауторка књиге ВИРТУЕЛНА КЊИЖЕВНОСТ (2004), говорећи о компјутерском хипертек-

сту, наглашава како је читалац коначно престао бити заточеник текста, сада је у могућности да једним кликом интервенише у самом тексту, те додаје да је хипертекст увијек у настајању, а у зависности од читаочевог избора (78). Овакве изјаве јесу правило у свакој причи о компјутерском хипертексту. Али се може поставити питање о њиховој истинитости. Јер, како смо већ рекли, нити је читалац престао бити заточеник текста, нити може интервенисати у тексту, а нити је хипертекст увијек у настајању. Читалац је и даље неслободан, јер се креће само у оквиру унапријед датог текста, интервенисати може само у оквиру унапријед утврђених корака, а сам хипертекст није у настајању, јер су његовим састављањем већ одређене све варијанте у којима се може јавити. Па макар их било и око 2.500.000, како је са ХАЗАРСКИМ РЕЧНИКОМ. Али су одређене, задате. Хипертекст само пружа илузију надрастања класичног текста.

Слика бр. 1 приказује схему по којој је сачињен Павићев роман ДАМАСКИН. Читалац се креће од поглавља А до поглавља Г₁ или Г₂ (пored су дати наслови). Које ће од посљедња два поглавља уједно бити и крај романа, зависи од читаоца. Али сва поглавља дјело су аутора, који је предодредио и варијанте читања. Читалац одлучује хоће ли редослијед читања бити А–Б–В₁–В₂–Г₂–Г₁, или А–Б–В₂–В₁–Г₁–Г₂, или нешто треће. Али не може га сачинити тако да изненади и самог аутора, да текст прочита на аутору непознат начин.



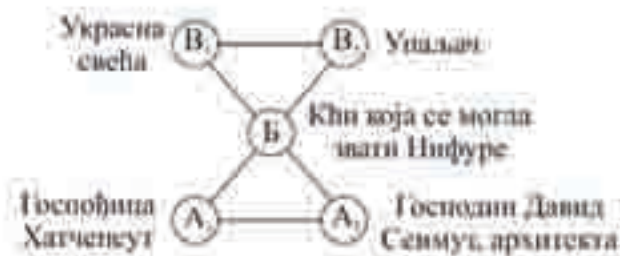
Сл. 1. – Схема приче ДАМАСКИН

4.

У чему је новина хипертекста? Осим практичне стране која олакшава кретање кроз текстове (у себи сједињује цјелокупне енциклопедије, библиотеке), и која је за сваку похвалу, хипертекст као новину доноси само предводника у процесу линеаризације. У тзв. класичном тексту

предводник је аутор, писац. Он линеаризује текст. У хипертексту као помоћника има читаоца, али – наглашавамо – као помоћника. Аутор задаје оквири, а читалац линеаризује. Оно што остаје послјије читања сваког хипертекста јесте (нај)класични(ји) линеарни текст.

Сваки хипертекст нелинеаран је само априори, а класичан апостериори. Можемо закључити да сваки текст тежи да буде класичан, линеаран, а апостериори то сваки јесте. Хипертекст није толико врста текста колико в р с т а ч и т а њ а. Можда би било боље акценат са текста пренијети на читање, јер текст остаје текст. Не доживљава еволуцију. Нагласак је само на томе ко га линеаризује: у класичном – само аутор, у хипертексту – аутор и ограничени читалац. Као примјер послужиће Павићево дјело СТАКЛЕНИ ПУЖ. Његова схема је једноставна (сл. 2). Читалац бира почетак (између два понуђена) и свршетак (опет између два понуђена).



Сл. 2. – Схема приче СТАКЛЕНИ ПУЖ

Постоје следећи начини читања овог дјела: (1) $A_1-A_2-B-B_1-B_2$, (2) $A_1-A_2-B-B_2-B_1$, (3) $A_2-A_1-B-B_1-B_2$ и (4) $A_2-A_1-B-B_2-B_1$. У суштини, ради се о четири начина распореда грађе, што не утиче на сам текст. Он остаје непромијењен. Мијења се само поредак. Стога смо и рекли да је хипертекст нелинеаран само априори, јер читалац који се с њим сусреће бира следећу етапу. Чинећи избор, читалац га линеаризује. Који год од понуђених начина да се изабере, добија се савршено линеаран текст.

5.

Не треба заобићи ни чињеницу да интернет и сајбер технологија не доносе хипертекст као новину. Они га само олакшавају. Хипертекст је у доба појављивања интернета и рачунара био *déjà vu*. Свакако је вриједан помена роман Школице Хулија Кортасара са своја три начина читања: класичним (од 1. до 56. поглавља), методом игре школица (са почетком у 73. поглављу) и насумичним одабиром поглавља (Кортасар 1984). Колико је овај начин читања у блиској вези са забавом, а не са суштином текста,

свједочи и примјер америчког писца Едварда Пакарда, аутора серије књига за дјецу које функционишу по принципу хипертекста. ЗАБРАЊЕНИ ЗАМАК, на примјер, има 28 завршетака (Пакард 1984). Хиперлинковање текстова врши се упућивањем на број стране на коју се иде у зависности од одговора на постављено питање или одлуке у вези са датим проблемом (сл. 3). Опет примјећујемо да су сви одговори и исходи одлука унапријед задати.



Сл. 3. – Примјер увезаних страница Пакардовог ЗАБРАЊЕНОГ ЗАМКА

Када су у питању допунске информације и везе са другим текстовима које нуде хипертекстови, ни то није новина да би се могло говорити о другом типу текстова. Одувијек су постојали разни паратекстуални елементи, женетовски речено, који су били испомоћ у разумијевању текста. Поменућемо само коментаре *Библије*, која се иначе сматра и најстаријим хипертекстом. Штавише, богослужбени текстови хришћанске цркве, нарочито они по православном обреду, јесу хипертекстови првог реда. Свакодневно се укрштају по различитим правилима која одређује типик, врста богослужења, годишњи богослужбени круг итд. Њихова интертекстуалност је на највишем нивоу, као и нелинеарност.

*

Да резимирамо. Компјутерска технологија, а нарочито интернет, умногоме су олакшали систематизацију текстова и њихову прегледност. Међутим, они још увијек нису изњедрили надтекст у његовом, условно речено, онтолошком смислу. Мање или више споља обогаћени мултимедијалним или сличним садржајима, и даље су то класични текстови. Од њих се – изгледа – ипак не може побјећи. Бар за сада.

Извори

Електронска библиотека Милорад Павић: <http://rastko.rs/knjizevnost/pavic/index.html>. Стање 4. 4. 2015.

Кортасар 1984: Kortasar, Hulio. *Školice*. Beograd.

Ниче 1980: Nietzsche, Friedrich. *Tako je govorio Zaratustra*. Zagreb.

Павић 2003: Павић, Милорад. *Хазарски речник*. Београд.

Пакард 1984: Pakard, Edvard. *Zabranjeni zamac*. Beograd.

Литература

Бужињска/Марковски 2009: Bužinjska, Ana; Markovski, Mihal Pavel. *Književne teorije XX veka*. Beograd.

Гордић Петковић 2004: Gordić-Petković, Vladislava. *Virtuelna književnost*. Beograd.

Ерор 2001: Ерор, Гвозден. О појму књижевног хипертекста. In: Петров, Александар (ур.). *Књижевна историја*. Београд. С. 113–115.

Ерор 2006: Ерор, Гвозден. Књижевни хипертекст у кругу компаратистике? In: Орлић, Милан (ур.). *Свеске*. Панчево. С. 65–74.

Катнић Бакаршић 1999: Katnić-Bakaršić, Marina. *Lingvistička stilistika*. Prague – Budapest.

Катнић Бакаршић 2001: Katnić-Bakaršić, Marina. *Stilistika*. Sarajevo.

Кувер-www: Coover, Robert. *The End of Books*. // The New Your Times on The Web – <https://www.nytimes.com/books/98/09/27/specials/coover-end-.html>. Стање 4. 4. 2015.

Морисон-www: Morrison, Ewan. *Are book dead, and can authors survive?* // The Guardian – <http://www.theguardian.com/books/2011/aug/22/are-books-dead-ewan-morrison>. Стање 4. 4. 2015.

Павић1-www: Павић, Милорад. *Почетак и крај романа*. // Khazars – <http://khazars.com/biografija-milorad-pavic/pocetak-i-kraj-romana>. Стање 4. 4. 2015.

Павић2-www: *Преводи дела Милорада Павића*. // Khazars – <http://khazars.com/dela-milorada-pavica/prevodi-dela-milorada-pavica>. Стање 4. 4. 2015.

Поповић 2007: Поповић, Тања. *Речник књижевних термина*. Београд.

Тошовић 2015: Тошовић, Бранко. *Интернет-стилистика*. Москва.

Шепард-www: Shepherd, Lloyd. *The death of books has been greatly exaggerated*. // The Guardian – <http://www.theguardian.com-/books/2011/aug/30/death-books-exaggerated>. Стање 4. 4. 2015.

Danijel Dojčinović (Banja Luka)

(Non)linearity and (in)completeness of hypertext

Information technologies have changed the experience of reading and writing. Along with the development of the Internet, hypertext became an important phenomenon as a sort of information hybrid. In many discussions hypertext is defined as overcoming of the limitations of the classic text, particularly its completeness and linearity. This paper discusses the shortcomings of such attitudes.

Данијел Дојчинович (Банја Лука)

(Не)линейность и (не)законченность гипертекста

Информационные технологии изменили опыт чтения и письма. С развитием Интернета большую значимость приобрел гипертекст – своеобразный гибрид информации, соединенной посредством ссылок. Во многих спорах, гипертекст был определен, как преодоление ограничений текста в классическом смысле, в первую очередь его законченности и линейности. В данной работе речь идет о недостатках таких определений.

Данијел Дојчиновић
Дрварска 17 а
78 000 Бања Лука
Република Српска, БиХ
daniyel.dojcinovic@unibl.rs

Стилот и јазикот на македонските интернет-портали

Во оваа статија се фокусираме на македонските интернет-портали од информативен карактер и на нивните јазични и стилски карактеристики. Со оформувањето на информативните интернет-портали коишто објавуваат материјали исклучиво на Интернет се случи едно значајно проширување на медиумскиот простор во Македонија. Брзината со која една информација може да се донесе до корисниците претставува вистински предизвик за начинот на презентација, па оттаму токму преку јазичните особености може да се манифестираат поинтересните тенденции. Треба да се има предвид дека овие текстови се вклучуваат во новинарскиот потстил како дел од публицистичкиот стил, опфаќајќи ги информативните и аналитичките жанрови. Со посебен интерес се осврнуваме на употребата на разговорниот стил и неговата функција во новинарските текстови.

Целта на ова проучување е да се пронајде начинот на интеракција меѓу Интернетот и јазичниот израз на информативните интернет-портали на македонски. Интересен аспект претставува и споредбата со печатените медиуми, особено во рамките на употребата на графиката во служба на визуелниот ефект.

1. Методолошки пристап во стилистиката

За да ја поставиме темата во општи рамки, прво се осврнуваме на методскиот пристап во стилистиката. Стилистиката е, секако, сврзана со јазичен материјал, којшто се зема предвид од аспект на определен жанр или автор, како и на контекстот во кој се продуцира и восприема, зашто тоа влијае на неговото значење. Изборот на јазичните средства претставува основата за стилистичка анализа. Во дискусијата за различните третмани на стилистиката (за некои лингвисти таа се сврзува исклучиво со литературата во традицијата на класичната реторика и поетика), Џефрис и Мекинтаер (Jeffries/McIntyre 2010: 15) констатираат дека исти видови на стилски феномени се присутни во различни текстови и дека тешко може да се направи јасна дистинкција врз јазична основа. Тргнувајќи од ова, методите за стилистичка анализа покрај користењето на анализата на јазичните средства, ги имаат предвид и ефектите на текстот. Анализата на текстови кои не се книжевни во сферата на ефектите на текстот може да опфати и прашања сврзани со интерпретацијата на текстот, потоа од прагматички аспект (или: во рамките на критичката анализа на дискурсот) – предвид се зема **персуазивноста и манипулативните ефекти** на различ-

ните текстови како: новинарски текстови, реклами, политички обраќања и сл. Оттука, и при анализата на јазикот на Интернет сметаме дека е потребно да ги земеме предвид прагматичките аспекти. Во врска со другите принципи важна е **објективноста**, колку што е можно, како што е определено од Шорт и Ван Пер (Short/van Peer 1999: 273) дека во анализата треба да се тежнее кон јасна и детална анализа и да се биде подготвен да се промени мислењето ако друг доказ или аргумент упатува на спротивно или на друго тврдење. **Емпиризмот** е уште еден принцип во стилистичката анализа, а се базира на опсервација и искуство, односно на земањето предвид на поголеми бази на јазичен материјал заради спроведување на индуктивна методологија. Во рамките на методот во стилистиката, важно прашање претставува материјалот којшто се анализира и неговиот обем, а во врска со нашата тема – ќе биде земен материјал од информативните портали, и тоа: наслови и различни репортерски текстови. Материјалот го земаме предвид со оглед на поширокиот контекст и на визуелниот односно графичкиот аспект.

Кога станува збор за фокусот на новинарскиот потстил во рамките на публицистичкиот стил, двете основни функции на јазикот коишто се важни во анализата на новинарскиот потстил се **референцијалната**, функцијата на соопштување, и **конативната** функција т.е. ориентацијата кон адресатот. Односот кон адресатот е особено важен во процесот на создавање на самиот новинарски текст, од што произлегуваат и основните црти на овој стил, како што потенцира Минова-Ѓуркова (2001: 19): „**извештувањето и поттикнувањето**, кои се во тесна врска затоа што и изборот на вестите, и начинот на нивното изнесување, па и толкување – го условува и видот на поттикнувањето, па и областа во која се очекува да дејствува примачот на веста.“ Од овие причини, сферата на медиумите била и е секогаш интересно поле за борба на влијанија од политички и идеолошки карактер. Ориентацијата кон општеството е елементот којшто е издвоен кај Бадурина и Ковачевиќ (Badurina/Kovačević 2000: 20) што се однесува на публицистичките текстови, факт што има јазични реперкусии на сите облици на публицистичкиот стил. Тргувајќи од ова, овие авторки го истакнуваат прагматичкиот аспект во истражувањето на овој стил. Клушина (2010: 67, 68) којашто ги разгледува особеностите на публицистичкиот стил, истакнува дека „публицистичкиот текст има своја особена намера – убедувањето“, па според тоа публицистичкиот дискурс е сфатен како персуазивен тип на дискурс, во којшто се реализира **авторската комуникативна стратегија**. Другите категории се: номинацијата, интерпретацијата и оценката коишто се ориентирани кон перлокутивниот ефект на текстот. Како заклучок се наметнува констатацијата дека публицистичкиот дискурс којшто во себе ја опфаќа масовната комуникација е силно обележен со прагматичките потенцијали на овој тип на дискурс.

2. Јазиците и нивната употреба и присуство на Интернет

Според податоците што се достапни во врска со употребата на Интернет во светот, може да се види дека во 2013 год. 39% од популацијата користи Интернет; корисници во светот во развој се 31%, а во развиениот свет 77%, додека во Европа 75% од популацијата користи Интернет. Во Македонија според податоци од 2012 год. (од International Telecommunication Union, PERCENTAGE OF INDIVIDUALS USING THE INTERNET 2000-2012, Geneva) 63,1% од населението користи Интернет, а за споредба според податоци од 2014 год. во земјите од регионот процентите се следни: во Словенија 72,3%, во Хрватска 65%, Србија 49,6%, Грција 57,8%.

Врз основа на податоците за присутноста на јазиците на Интернет, генерално според истражувањата на Web Technology Surveys, во однос на веб-содржините, податоците (од 2013 год.) покажуваат доминација на англискиот 55,5%; податоци за други јазици: руски 5,9%, германски 5,8%, јапонски 5%, шпански, кастилјански 4,9%, француски 4% итн. Според истражувањата на Internet World Stats (податоци од декември 2013), првите три јазици на Интернет според зборувачите на определен јазик се: англиски 28,6%, кинески 23,2%, шпански 7,9%, други 40,3%.

Со оглед на овие податоци може да се одбележи глобалниот тренд во присуството и употребата на јазиците на Интернет. Евидентно е дека во светски рамки е најраширена употребата на англискиот на Интернет, што само уште еднаш ја потврдува глобалната сеприсутност на англискиот, а со тоа и неговата важност во глобалната комуникација.

3. Интеракција меѓу јазикот и Интернетот

Во истражувањето на развитокот на стилистиката, општо земено, важно е и прашањето за влијанието на Интернетот врз јазикот и јазичната комуникација. Неминовно е да бидеме свесни за Интернетот како еден вид револуција на комуникацијата и на човековото дејствување односно, како што пишува и Тошовиќ (Тошович 2012), Интернетот може да се сфати како револуција во техничка, социолошка и психолошка смисла, а интернет-стилистиката како еволуција во рамките на стилистиката.

Кога се разгледува јазикот на Интернет треба да се имаат предвид основните карактеристики на Интернетот како медиум. Основното обележје претставува непосредноста на пренесувањето информации и можноста за инстантно испраќање на содржини од секаков вид: информации, прилози, видеоматеријали и пораки. Од таа гледна точка, Интернетот како медиум се разликува од телевизијата, радиото, како и од печатените медиуми.

Меѓутоа, погледнато од јазичен аспект, како што наведува Тошовиќ (Тошовиќ 2012: 487) во првичните и вторичните интернетски текстови (литературноуметнички, публицистички, научни, деловни, разговорни и др.) не се регистрираат радикални промени ниту иновации за да може да се зборува за стилска револуција. Значи, генерално земено во јазикот што се користи на Интернет драстично не се менуваат експресивните средства, не се зголемува обемот на употреба на тропи и фигури и изборот на стилистички средства не се разликува од оние употребени во другите текстови. Она што е интересно во истражувањето на интернетската комуникација е испреплетувањето на објективното и субјективното, **нормата** и **ненормата** (или **антинормата**), на поредокот и „хаосот“ и од тој аспект, може да се каже дека јазикот на Интернет дава потенцијал за стилистичко проучување.

Кога го гледаме Интернетот како медиум и употребата на јазикот во него, може да се констатира дека тоа претставува нова реализација во разновидноста на јазикот преку нови **интернет-жанрови**, како што се: портали, сајтови, форуми, ел. пошта, блогови, електронски корпуси, рекламни банери и др. Како особено важни елементи во анализата на јазикот на Интернетот се и следниве карактеристики: мултимедијалност и виртуелност, интерактивност и комуникација во реално време, индивидуализација во изразувањето и обединувањето на неколку кодови – текстуален, звучен и визуелен (Тошовиќ 2012: 488). Овие особености директно влијаат врз начините на јазичната презентација на Интернет и затоа особено се осврнуваме кон нив.

Д. Кристал (Crystal 2001: 5, 6) оценува дека последиците на развитокот на Интернетот како медиум во кој учествува целиот свет ќе имаат огромен опсег и дека во јазична смисла би било интересно истражувањето на тема – дали може Интернетот да се гледа како еден хомоген јазичен медиум, како колекција од посебни дијалекти кои одразуваат различни потреби, цели и ставови или Интернетот претставува збир на трендови и на идиосинкратска употреба на јазикот.

Во анализата на односот меѓу јазикот и Интернетот важна тема претставува генералната споредба на пишуваниот т.е. печатениот текст од текстот на Интернет. Во принцип, сè што е напишано и отпечатено може да се појави на Интернет, што веќе и се реализира преку дигиталните библиотеки, архивите од електронски текстови и датотеки. Реализацијата пак, на сите различни видови на јазичниот израз како што се правни, новинарски, книжевни, научни и религиозни текстови со сите подвидови, секако се остварува и преку Интернет. Елементот што се издвојува во презентирањето на интернет-текстовите претставува графичката подготовка и прекинатот линеарен текст. Во презентацијата на текстовите на Интернет првенствено се користат различни графички решенија: од употребата на фонот (големина, стил), до упатувања во текстот што може да се однесува на рекламирање, упатување на други теми и вметнување на хиперлин-

кови, што претставува предизвик во линеарното воспримање на текстот. Еклектичноста на Интернетот како медиум доведува до различно воспримање на интернет-текстовите од печатените текстови, а таа еклектичност се изразува како внесување на различни графички елементи и видеоматеријали.

Првиот практичен аспект претставува движењето низ текстот, за што се користи скролување односно прелистување со глумчето низ содржините на една веб-страница. Многу често, текстот на информативните портали се појавува во движечки кајрон, во вид на **телеграфски текст**, дополнително на сите други содржини, хоризонтално презентирање на прилозите и слично.

Начинот на којшто се оформува самиот текст (на пример, во новинарските текстови) се разликува од печатениот во следниве параметри: куси параграфи до 25 зборови и најчесто се состојат од една подолга реченица. Употребата на бојата во самиот текст се огледува преку обележувањето на **хиперлинковите** односно линкови со хипертекст, што претставува значајна структурна карактеристика на текстовите на Интернет. **Хипертекстот** подразбира концепт во којшто се воспоставува директна врска меѓу една позиција во текстот со друга позиција, а се дефинира за првпат кај Кувер (Coover 1992) кој го употребува како генерички термин и го дефинира како електронски текст, за којшто не важат правилата на линеарност на печатениот текст; хипертекстот е радикално различна технологија, интерактивна и повеќегласна. Оваа технологија фаворизира плурализам на дискурсот над дефинитивното фиксирање на текстот. Кувер (Coover 1992) потенцира дека адресантот и адресатот во рамките на хипертекстот се коавтори, тие учествуваат во оформувањето и реоформувањето на текстуалните компоненти кои го вклучуваат визуелното и кинетичкото, а сето тоа не е овозможено од еден автор: рedefинирање на поимот „автор“. Во рамките на хипертекстот **линкот** е потцртан и во друга боја, а преку него постоечкиот текст се поврзува со други текстови; линкот го упатува читателот на движење во рамките на текстот, но и кон други текстови, со што линеарниот текст се разгранува во мрежа.

4. Анализа

Во македонскиот интернетски простор достапни се 36 забавни портали и 18 информативни портали. Во анализата се задржуваме на информативните портали и се осврнуваме на начините на оформување прилози и параграфи и на наслови, на лексиката, на графичката подготовка, употребата на фотографии и на видеоматеријали.

Од визуелен аспект треба да се одбележи сеприсутност на рекламни банери во рамките на разни текстови, на левата или на десната страна на

главната страница на порталот и употреба на хипертекст и на линкови (ефект на хипертекстуалност).

Според јазичниот материјал којшто е достапен, може генерално да се оцени дека информативните портали објавуваат текстови кои се вклопуваат во рамките на новинарскиот јазичен израз, што може и да се очекува. Прво, во врска со информативните текстови, особено оние на прес-пул: известувања од прес-конференции, карактеристични се насловите кои се формулираат за да пренесат што повеќе информации. Оттаму, треба да се одбележи дека се насловите составени од подолги реченици, а најчесто содржината претставува парафраза на нечија изјава.

Второ, од визуелен аспект примарно значење имаат фотографиите кои се инкорпорираат во информативните текстови и тоа во поголем обем. Фотографиите сами по себе имаат цел да го свртат вниманието кон содржината на текстот и во тој аспект, на информативните портали се промовира истата „тактика“ како и во печатените медиуми. Сепак, она што треба да се истакне кај интернет-порталите е употребата на видеоматеријалите како релевантни во известувањето, тоа е предноста на Интернетот која што е широко експлоатирана. Тука мора да се има предвид дека за читателот во оформувањето на текстовниот свет може да биде пресудна информацијата пренесена преку видеоматеријалот.

Кога зборуваме за насловите, многу често се прибегнува кон формулација која директно ја пренесува пораката односно нечија изјава. Примери:

- *Русија: Не правиме ништо што НАТО веќе не го правеше во Југославија* (mkd.mk, 6. 3. 2015)
- *ПЦЕРМ: Јанкулоска нè нарече „Цигани“, институциите уште молчат* (libertas.mk, 8. 3. 2015)
- *Нетанјаху: Израел нема веќе да дава територии* (kirilica.com.mk, 9. 3. 2015)
- *Ципрас: Германија користи „правни трикови“ за да избегне плаќање отштета за Втората светска војна* (mkd.mk, 11. 3. 2015)
- *Хан: Без разлика кој снимал, содржината на прислушуваниите разговори треба да се истражи* (mkd.mk, 11. 3. 2015)
- *Ципрас во писмо до Меркел: Без помош ја запираме исплатата на долгот* (lokalno.mk, 23. 3. 2015)
- *Австриски политичар: Бранот бегалци се доказ дека отцепувањето на Косово од Србија беше грешка* (mkd.mk, 9. 2. 2015)
- *„Еуростат“: Скандинавските држави најсреќни во Европа* (kirilica.com.mk, 20. 3. 2015)

Често во насловите се среќаваме со елементи на разговорен јазик односно јазичен израз со кој се свртува вниманието на читателите. Примери:

- *Десет проценти од Косоварите му ја дувнаа од покраината* (maxim.mk, 19. 2. 2015)
- *Големо апсење во Охрид: Падна познат доктор* (maxim.mk, 19. 2. 2015)
- *Шпанските скали на плоштад куртулија од плаќање комуналии* (plusinfo.mk, 19. 2. 2015)
- *Заев денеска ќе „рокне“ нова бомба* (lokalno.mk, 23. 3. 2015)

Во врска со јазикот на информативните портали на македонски може да се констатира дека ги има карактеристиките на новинарскиот потстил, а во оформувањето на прилозите е силно присутно влијанието на брзината на информацијата. Тенденцијата да се пренесе информацијата што побрзо резултира со куси параграфи и оформување релативно кратки реченици, а за сметка на тоа насловите се третираат како текстот кој треба да ја пренесе најважната информација. Понекогаш е евидентна потребата сите важни информации да се пренесат со насловот.

5. Когнитивен аспект во стилистичката анализа

За анализата на јазикот на информативните портали како важен елемент го земаме когнитивниот аспект, односно **процесирањето на текстот**. За таа цел е релевантна и теоријата на Верт (Cf. Jeffries/McIntyre 2010: 152, 153) за **текстовен свет**, за чие дефинирање и оформување подеднакво се важни сите три елементи: авторот, текстот и читателот. Делото на Верт се смета за прилично влијателно во стилистиката и понајтаму развиено од страна на повеќе истражувачи, а како основа се зема метафората: **текстот е (посебен) свет**. Според теоријата се прави дистинкција меѓу **дискурсен свет** и **текстовен свет**, при што дискурсниот свет е непосредната реална ситуација во која се одвива комуникацијата меѓу авторот и читателот, додека текстовниот свет е она што го оформува читателот според комуникацискиот чин. Во рамките на дискурсниот свет се содржи **контекстот** кој е оформен од шематското знаење на учесниците во комуникацијата заедно со физичкото опкружување; контекстот е дефиниран како релевантна ситуацииска позадина на определен дискурс, а учесниците во комуникацијата ја земаат предвид информацијата од заедничката област. Со помош на овие информации учесниците ја создаваат менталната репрезентација на текстот. Текстовните светови се составени од елементи за градење текст: определба на време (глаголското време и вид), локација, ликови и објекти. Фразите/речениците за воведување на функција се реализирани преку глаголки синтагми. Овие реченици може да имаат форма на материјални процеси, на односни процеси (интензивни, посесивни и ситуациски) и на ментални процеси.

Во процесирањето на текстот, треба да го имаме предвид текстот како **семантичка единица** и постулатот дека текстот се реализира преку речениците. Како текстуални компоненти, како што издвојува Халидеј (Halli-

day 1978: 136), се сметаат генеричката структура, внатрешната кохезија и функционирањето како релевантна околина за соопштување на тематскиот и информацискиот систем. Исто така, важен елемент во единството и презентацијата на текстот претставува контекстот, односно текстот се смета за производ на определена средина и тој функционира во таа средина. Во оформувањето на текстот пак, важен е семантичкиот избор, зашто текстот претставува значење. Во рамките на еден систем се реализира еден определен текст, преку неговото движење низ тој систем, а низ тој процес се изразуваат значењата што ја сочинуваат 'општествената семиотика' и значенските системи на културата. Овие аспекти на текстот ги имаме предвид и во оваа анализа, односно потребно е да се направи осврт на **текстот како семантичко единство** и неговата реализација во рамките на интернет-порталите.

Во рамките на интернетското известување, дискурсниот свет се оформува виртуелно односно во **контекст** на Интернетот, а текстовниот го оформува читателот преку прелистување и воспримање на текстовите. Може да се претпостави дека во оформувањето на менталната репрезентација на текстот корисникот односно читателот може да користи прелистување на повеќе веб-портали во потрага по определена информација, односно може да пречитува и да споредува текстови кои се занимаваат со истиот настан или тема, за да добие нови информации што ќе му помогнат во перцепцијата на текстовниот свет. Затоа, сметаме дека контекстот на Интернетот има важна улога во поглед на менталната репрезентација на текстот, а со тоа е Интернетот како медиум порелевантен во споредба со другите информативни медиуми. Информациската односно репортерската сфера, може да се каже, ја доживува својата крајна развојна точка што се однесува до достапноста, со фактот што преку Интернетот известувањето може непрекинато да се одвива и тоа во реално време, со што на корисниците односно читателите целосно им се ставени информациите на располагање, а со тоа Интернетот добива карактеристика на најшироко дисперзиран медиум.

Интересен аспект во известувањето преку веб-порталите претставува пренесувањето постови од социјалните мрежи, со цел да стане достапен за што пошироката јавност нечиј став и мислење. Овде се случува **медиум во медиум**. Еден вид интертекстуалност што во недоглед ја проширува комуникациската структура и ја доведува до стадиум на **апсолутна комуникација**.

6. Заклучни белешки

Гледајќи на комуникацискиот простор на интернет-порталите од оваа перспектива, може да се каже дека преку хипертекстуалноста се создава една широка мрежа во која и авторот и читателите можат да влезат во тек-

стот односно текстовите и да излезат од нив во неограничен број точки, а создавањето на текстовниот свет и на менталната перцепција на текстот сосема зависи од овој контекст на хипертекстуалност. Во тие рамки пак, ако се навратиме на прагматичките аспекти во известувањето на информативните портали, може да се каже дека преку хипертекстуалноста односно преку линковите што авторот ги одбира како релевантни за својот текст, тој има можност да влијае на перцепцијата на информацијата кај читателите. На таков начин, моделите на персуазивност и на манипулација стануваат неброени и речиси неограничени.

Извори

Информативни веб-портали на македонски споменати во статијата

Кирилица: www.kirilica.com.mk. Состојба 20. 3. 2015.

Плусинфо: www.plusinfo.mk. Состојба 19. 2. 2015.

Мкд: www.mkd.mk. Состојба 11. 3. 2015.

Максим: www.maxim.mk. Состојба 19. 2. 2015.

Либертас: www.libertas.mk. Состојба 8. 3. 2015.

Локално: www.lokalno.mk. Состојба 23. 3. 2015.

Литература

Клушина 2010: Клушина, Н. И. Публицистически текст и его стилистические особенности. In: *Stylistyka XIX*, Opole. Polish Academy of Sciences, Opole University. S. 67–78.

Минова-Ѓуркова 2001: Минова-Ѓуркова, Лилјана. Македонскиот публицистички функционален стил. In: *Предавања на XXXIII меѓународен семинар за македонски јазик, литература и култура*. Скопје. Универзитет „Св. Кирил и Методиј“. С. 19–35.

Тошович 2012: Тошович, Бранко. Интернет-стилистика. In: Арутюнова, Н. Д. (ред.). *Логический анализ языка. Адресация дискурса*. Москва. С. 482–495.

Coover 1992: Coover, Robert. *The End of Books*. New York Times Book Review, June 21, 1992:

<https://www.nytimes.com/books/98/09/27/specials/coover-end.html>. Состојба 1. 7. 2015.

Badurina/Kovačević 2000: Badurina, Lada; Kovačević, Marina. Publicistički stil – problematizacija pojma. In: *Riječki filološki dani*. Zbornik radova 3. Rijeka. S. 19–26.

- Crystal 2001: Crystal, David. *Language and the Internet*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Halliday 1978: Halliday, M.A.K. *Language as Social Semiotic*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Internet World Stats: <http://www.internetworldstats.com/stats7.htm>. Cocyjba 1. 7. 2015.
- Jeffries/McIntyre 2010: Jeffries, Lesley; McIntyre, Dan. *Stylistics*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Katnić-Bakaršić 1999: Katnić-Bakaršić, Marina. *Lingvistička stilistika*. Budapest. Open Society Institute.
- Short/van Peer 1999: Short, M.; van Peer W. A reply to Mackay. In: *Language and Literature* 8 (3). Nottingham: University of Nottingham. S. 269–275.
- Web Technology Surveys: http://w3techs.com/technologies/overview/content_language/all. Cocyjba 1. 7. 2015.

Aleksandra Gjurkova (Skopje)

Style and Language in the Macedonian Web-portals

The subject of interest in the article is the language of web-portals in Macedonian, specifically the informative portals. The numerous web-portals in Macedonian have great impact in the widening of the media space in Macedonia. The texts of web-portals are being analyzed as part of the journalistic style. Special focus of interest represent the headlines of journalistic texts and their structure.

The usage of photos and video-material in the web-portals makes a significant impact in the text structure and especially on the headlines. This results in the tendency to put the focus on graphic elements and the headlines in the text structure.

Aleksandra Gjurkova
Institut za makedonski jazik „Krste Misirkov“
Univerzitet „Sv. Kiril i Metodij“, Skopje
Grigor Prličev 5
1000 Skopje
tel. +389 2 3114 733
aleksandra.gjurkova@imj.ukim.edu.mk
www.imj.ukim.edu.mk

Jana Hoffmannová (Praha)

Internetová čeština: ekonomie a redukce vyjadřování, explicitnost a implicitnost

Článek se zabývá syntaktickými charakteristikami internetové češtiny, tj. syntaxí psaných textů, která je ale výrazně ovlivněna syntaxí mluvené češtiny. Texty jako e-mailová sdělení a SMS (krátké textové zprávy) podléhají obdobným redukčním procesům jako mluvené projevy a tendence k ekonomickému, redukovanému vyjadřování se projevuje ve vysoké frekvenci jevů jako elipsa, apoziopeze, juxtaopozice, výčtové struktury a neukončené výčty, jednoslabičné začátky syntaktických segmentů (*ti řeknu, si myslím*). Lze tu srovnávat míru implicitního vyjadřování u mailů na jedné straně a SMS na straně druhé. To, že účastníci komunikace redukovanému vyjadřování rozumí, je umožněno pragmatickými aspekty internetové komunikace, sdílenými znalostmi účastníků a jejich dialogickým reagováním. Internetová syntax je syntax dialogická, procesuální, což je zároveň důležitá součást stylistického profilu elektronické komunikace.

Tento příspěvek vychází z dat, která shromáždila kolegyně Zdeňka Hladká se svými spolupracovníky v Korpusu soukromé korespondence, který je součástí Českého národního korpusu¹ a obsahuje kromě soukromých dopisů i soubor 2000 SMS zpráv a 1000 e-mailů (Hladká 2005). Jde o maily a SMS privátní, tedy nikoli pracovní nebo úřední; tím je dáno, že z Jakobsonových funkcí plní tyto texty především funkci expresivní (např. SMS s textem *Miluji tě*),² konativní (SMS obsahující pokyny, instrukce a apely: *Prozvoň mě. táta*), zpravovací/zobrazovací/informační/referenční, kterou naplňují různá věcná sdělení (*Přijďte za půl hodiny*) a funkci fatickou, kontaktní (*Žiješ?*). Funkci metajazykovou zde supluje různá sdělení týkající se technických stránek a možností elektronické komunikace; a funkce poetická je zastoupena pouze stopově, některými drobnými projevy jazykové hravosti účastníků, jen zřídka ve větším rozsahu, jako v tomto mailu: *Jesenní vítr je chladný. A vlhko v sobě skrývá. Neopije mne. Impuls tak nečekaný. Náhlý a prostý jak skýva. Atakuje mne.*

¹ KSK-dopisy: <http://ucnk.ff.cuni.cz>

² Texty SMS přejímám z korpusu nebo z CD (přiloženého k publikaci Hladká 2005) v rekonstruované verzi s diakritikou.

Kromě posledního mailového textu dosud uvedené příklady (SMS) představovaly texty velice krátké, jejichž autoři se vyjádřili velice úsporně, ekonomicky. Přesto se v těchto případech nedá mluvit o vyjadřování nějak neúplném či redukovaném, ekonomie a redukce nejdou vždy ruku v ruce. A obdobně nelze tvrdit, že by stručnější vyjadřování vždycky inklinovalo k implicitnosti. S pomocí dat ze zmíněného korpusu se pokusím přispět k ujasnění vztahů mezi těmito pojmy – a z tohoto hlediska zároveň i k porovnání textů mailových a SMS. (Srov. už Hoffmannová 2003, 2013.)

Nejprve k postupům reduktivním, které se projevují především v textech SMS, zčásti i v mailech. Slootovornou redukcí vznikají jednak zde hojně užívaná zkratková slova založená na univerbizaci: *lahvác* (lahvové pivo), *socka* (sociální případ), *Václavák* (Václavské náměstí), jednak zkrácená slova vzniklá vynecháním určité slabiky nebo části slova a někdy obměnou sufixu: v *poho* (v pohodě), *odpo* (odpoledne), *určo* (určitě), *úžo* (úžasné), *hospa* (hospoda), *věča* (večeře), *dovča* (dovolená), *hod'ka* (hodina), *poč* (počítač), *kulec* (kulečník). (O zkratkových a zkrácených slovech podrobně Hrbáček 1979.) Tyto výrazy mají většinou slangový charakter, čeština tohoto typu psaných textů je tedy silně ovlivněna mluvenou češtinou a nespisovnými varietami (obecná čeština, dialekty). Reduktivní účinek má i imitace neformální, nekorektní výslovnosti, kdy se vypouštějí některé hlásky nebo slabiky: *dyť* (vždyť), *ňáká* (nějaká), *páč* (poněvadž), *prže/pže/poe* (protože).

Snad nejvydatnějším zdrojem redukcí v internetové češtině je přejímání zkratk z angličtiny; některé z nich nabývají povahy internacionalismů (*PC*, *CD*, *DVD*, *SMS*), do češtiny pak vstupují v různých podobách: *céděčko*, *esemeska*, *pécěčko/písíčko*, *divídičko/dývídíčko*... Ze zkrácených slov anglického původu uvedu aspoň *komp*, *nout*, *mekáč*, *fitko*; *dýza/dýdžina/disko/ diskoška* (diskotéka). Pak je tu ještě velká skupina iniciálových zkratk nebo zkratkových slov pro konvencionalizované konverzační obraty, jež využívají písmena, případně i číslice: *PLS/pls/plz* (please), *OK/ok*, *NP* (no problem), *gr8* (great), *DNBL8* (don't be late). Podle tohoto vzoru přibývají i české zkratky, zejména pro frekventované kontaktní partikule: *jj* (jojo), *nj* (nojo), *njn* (no jo no), *mmnt* (moment), *z5* (zpět), *o5* (opět). Kvůli redukci počtu znaků v SMS na minimum někdy pisatelé odstraňují ze svých textů i mezery mezi slovy a pomáhají si střídáním velkých a malých písmen:

*AhojkyJITUSKO!coPEKNEHodelas?JaseUCIMfyAvubecMNEtoNEJDE.aVI-Sproc?PROTOZeporadNatebeMYSLIM.JSEMtuSAM:-(chybiMltvujCUMACEKa-TVOJEpusinkyA...chybis MNE! MILUJUte!:-**

Největší prostor bych ale ráda věnovala **syntaxi**, kde redukce nabývají odlišných podob a motivací. Hojně jsou využívány **elipsy**; asi nejsnáze lze vypouštět části ustálených zdvořilostních spojení, která se pak v komunikační praxi usadí v této elidované podobě: *dobrou* (dobrou noc), *máš se?* (jak se máš?), *měj se* (měj se dobře). Eliptické bývají otázky, tj. iniciační výpovědi v dialogických sekvencích: *tak co?* *tak jak?* *tak jaká?* Ještě více pak využívají eliptickou redukci odpovědi, tj. reaktivní repliky, které jsou odvozeny z otázky

a mohou proto řadu výrazů z otázky vynechávat: *Nevím!?!... Ale asi jo. – OK, budu tam. – Nevola!* Eliptičnost a redukovanosť je samozřejmě – jako v mluveném dialogu – umožněna těsnou vazbou na sdílenou situaci a společné znalosti účastníků; zejména v případě aktuálního domlouvání na organizaci setkání, společných akcí apod. mohou být SMS velmi stručné. Právě v těchto případech je asi možné počítat s implicitností, s fungováním presupozic a inferencí; SMS může znít pouze *Přijdeš?*, adresát už z předchozí komunikace dobře ví, kdy, kam, proč má přijít. Maximální redukovanosť vykazuje i tato odpověď: *Ano. T* (= táta). Velmi stručné a implicitní ale mohou být i SMS nevěcné, hodnotící, někdy i důvěrně emocionální: *Jsi skvělej. – Bezva! – O.K., seš super! – Jen jestli nekecáš!* Stručné bývají i pokyny a instrukce (*Prozvoň až budeš.*), ne vždy postavené na imperativu (místo „přijď“ *Přijdeš?*); a také reakce na pokyny: *Vypalovačka odevzdaná. D.* Předchozí kontext, resp. kotext vzájemné komunikace účastníků umožňuje i tak lapidární oznámení, jako *Cobra v Lišni* (určení místa konání koncertu oblíbené skupiny).

Z mluvené dialogické syntaxe přecházejí do psaných textů (a to jak mailů, tak SMS) redukované začátky, v nichž po elizi zůstávají na prvním místě ve výpovědi či replice klitika: *Se těším až budu jezdit. – Sem si říkala... – Se máš že jsi tak v pohodě. – Sme si udělali pěkně večer, že? – Ti teda díky...*

Naproti tomu už na počátku příspěvku byly zmíněny některé stručné SMS, u kterých nedošlo k žádné nápadné nebo násilné redukci, přesto však vyjadřování pisatelů lze považovat za velmi ekonomické. Může to být způsobeno užíváním krátkých, elementárních syntaktických konstrukcí:

Ahoj Zbyňo, jsi ve Žďáře? Pojď na hokej. Prosím! Začíná v pět, já tam budu. Odepiš, Léňa

Úsečným dojmem působí i texty SMS, v nichž jsou syntaktické jednotky k sobě přiřazovány, jaksi stále nastavovány jedna za druhou, aniž by byly explicitně vyjadřovány jejich vzájemné vztahy. Kohezní provázanost je tu omezena na minimum, odkazuje se spíše exoforicky mimo text, **juxtapozice** bývá navíc ještě kombinována s elipsou:

Tak buď nemáš kredit, nebo se ti vybil phone, tak jak, tak pořád sedím v Sacu, esi máš zájem, čau, Veet

Ahoj, bohužel to nestihnu, musím pracovat, moc mě to mrzí, pozdravuj je tam za mě, hezký den, Jana

Juxtapoziční postup bývá využíván i pro sdělení enumerativního typu, tj. pro **výčty**, ve kterých pisatel rychle shromáždí lakonická označení jednotlivých položek; přitom jde často o výčty značně nehomogenní, nesourodé:

Já dnes nestíhám – oslava narozenin, roznášení letáků, rande, sorry, někdy, až toho nebude tolik. Ev

Tento typ syntaktické výstavby působí spíše útržkovitě, fragmentárně, brachylogicky, jako v této naléhavě „vychrlené“, apelativní sérii otázek:

Tak co, kdy? Jak? S kým? Kam? Sehnals auto? Že ne?! Co Léňa? A co Janča? Proč neodpovídáš? [...] Co, že nestíháš? A máš se? – Měj se!

Zkratkovitými, eliptickými otázkami typu *Co...? Co takhle...? Co ty na to? Tak co...? Tak jak...? A co...? No a co...? A jaký...? Jak s tím...?* končí i následující SMS zprávy:

Ahoj Zbyňdo, Milan nás zve večer na pivo. Co ve 20.00? A co vy dva?

Beruško? V kolik mám dojít? Nebo co? Z.

I stručná, eliptická a implicitní (exoforická) SMS zpráva v sobě přitom může v koncentrované formě spojovat více témat a více funkcí (příznačné je, že k funkci informační, expresivní nebo konativní přistupuje funkce kontaktovalá, jednotka povahy fatické):

Ahoj! Magdo, tak jak? Mám teda jít ty 2 neděle za tebe? Jak se jinak máš? Klára

Kromě výše uvedené elipsy, případně juxtaopozice bývá mezi prostředky „neúplného“, redukováného, a tudíž asi implicitního vyjadřování uváděna kromě elipsy i **apoziopeze**, tj. nedokončená výpověď. Její status se ovšem z dnešního pohledu zdá dost problematický. Příklady na nedokončené výpovědi bývaly v gramatických i stylistických příručkách uváděny hlavně z uměleckých textů. V každodenních mluvených projevech se však spíše setkáváme s tím, že replika má neurčité zakončení, vyznívá jaksi do ztracena; mluvčí nezřídka používají výrazy typu *něco takovýho, takovýho něco, tak něco, nebo tak, nebo tak něco* aj. V mluveném projevu samozřejmě nemohou mluvčí použít tři tečky, které jsme byli zvyklí považovat za identifikační znak apoziopeze. V některých typech současných psaných projevů se sice tři tečky vyskytují hojně (právě v privátních e-mailech, případně SMS); patří však už zřejmě k „vzorci“ těchto žánrů a nevyznačují apoziopezi, nýbrž spíš jen dělítko mezi výpověďmi nebo textovými jednotkami. Pisatelům zřejmě vyhovuje, že mají jaksi méně určitý a definitivní charakter než dělicí a ukončující tečka; vytvořili si návyk „zakončovat“ téměř všechny výpovědi trojtečkou. Pouhé mechanické užívání tří teček ale asi v těchto typech textů neznamena, že by šlo o apoziopezi, o něco implicitního, nedořečeného:

Zdravím a pozdravuju... já nechci nějaké napodobeniny od Věrky... originál je originál... já sám.

No, poslední dobou na mě leze úplně spoustu věcí... To je pravda... A trochu už to nedávám... Tak se nezlob...

Apoziopeze jako prostředek redukováného či implicitního vyjádření je v mluvených projevech i v psaných projevech blízkých projevům mluveným těžko odhalitelná. Na základě korpusových dat se pokusím vyčlenit aspoň několik typů apoziopeze.

:(Zase mi to ujelo! Já se na to...

Já sem debil? Ty už asi nevíš, s kým si co měla, vid? Tak jdi do...

Takže to bude dovolená na...

Výpověď tady vskutku zůstává nedokončená, na konci něco vypadlo; zejména v těchto případech, kde je nevyslovený/nenapsaný výraz součástí ustáleného spojení, ho lze zcela jednoznačně doplnit. Apoziopeze se tu tedy překrývá s elipsou a slouží jakési eufemizaci; adresát na základě mechanického

fungování inferencí snadno doplní výraz expresivní nebo vulgární (*já se na to vyseru; jdi do prdele; dovolená na hovno?*).

Tak počkám na nádraží, zavolej 20 min. před.

Zde pisatel neužil tří teček, ale opět tu funguje koncová elipsa splývající s apoziopézí; kontext implikuje chybějící výraz naprosto jednoznačně (*před příjezdem*).

Dobrou noc, broučku, ať se ti zdaj moc pěkný sny, třeba o...

Naposledy uvedený příklad už směřuje spíše k apoziopézi než k elipse: konec přináší mnohoslabný erotický náznak. I zde by se dalo uvažovat o eufemizaci, ale zakončení výpovědi už tu nedokážeme jednoznačně doplnit, můžeme se ho jen přibližně dohadovat.

To je úžasný, nemam slov, Fr. {František} nadšen, jste tak ještě 60 min. doma, že bysme se přišli domluvit (penízky, kdy,...), je teď ve škole. Jupí. K.

Klasickým případem apoziopéze je i neukončený výčet: *domluvit se (penízky, kdy...)*.

Tři tečky mohou dále fungovat jako signál negativních pocitů, nespokojenosti, rozladění pisatele:

Miláčik, co děláš? Já jsem ze všeho down a nemůžu ani spát. Mám to vůbec zapotřebí? Šílená doba...

Já jsem se ulila ze syntaxe a půjdu si číst strašně zajímavou knížku na německý referát... Nějak se to na mě všechno valí... Zatím pa, Zuzi

Mohou být projevem nejistoty pisatele, nebo jeho celkové rozháranosti, chaotických pocitů, neurčitěho uvažování:

Tak sem si to vytiskla, čtu a... co to je? Ničemu nerozumím. Není to... blbost? Kravina? Ááá

Čau, už jsi dostala prvomájový polibek? Já to asi nechám na příští rok... Jsem se pěkně zprasil s Robertem... Ostatně, co děláš odpoledne?

Jindy apoziopéze prozrazuje pozitivnější ladění pisatele, jeho neurčité naděje, doufání:

Čau prde, copak to na mě zkoušíš? Já teď sedím ve vláčku směr Brno. Dnes mě čeká 5 hodin ve škole, takže si toho moc neužiju, snad večer...:-) Pa, Zuzi

Nezpůsobila. Když převrátím název mého oblíbeného filmu, tak: Horší už to nebude... Doufám... A těším se na tebe, až se slezem a splknu...

A ještě více se asi apoziopéze hodí k vyjádření romantických snů a tužeb pisatelů:

Tak poslouchám smutný písničky a nejradši bych sedl do auta a jel někam pryč, jen tak bez cíle, s muzikou ujíždět krajinou...

Z toho si nic nedělej, to je přece u chlapů normálka. Kolikrát mě to ale mrzí stejně. Taky jsem tu sama, Pavel je asi tam někde u nich vysoko v horách...

Přes apoziopézi je možno nyní přejít aspoň k několika postřehům, týkajícím se **srovnání SMS a mailů**. Apoziopéze se v mailech vyskytuje rovněž, ale vzhledem k daleko většímu rozsahu těchto textů je jejich podíl na

syntaxi mailových textů mnohem nižší. Typy a funkce jsou podobné, např. neukončený výčet, rozladění a negativní hodnocení (*ze školy mám noční můru...*), rezignace (*bylo nám to dost líto, ale...*), projev nejistoty a pochybností o sobě (*no byl jsem rád, že to nemusím psát s nima, protože...*), ale i neurčité vyjadřování naděje (*cítím, že ti to musím napsat. Nevím proč...*). Častější je tu asi apoziopse jako prostředek vyjádření časové orientace směrem do budoucnosti: *chystám se v říjnu... Tak jo zatím se měj a zase někdy...*

Texty e-mailů z Korpusu soukromé korespondence jsou tedy v průměru proti SMS nesrovnatelně rozsáhlejší. Jen výjimečně jsou to krátká a věcná sdělení podobná textům SMS, např.:

Ahoj Jajo, můžeš mi, prosím, poslat mail na letošního koordinátora DFTAP? Dík Bob

Ahoj Lído, včera jsem ti zapomněl říct, že v pondělí 3. 12. 2001 budu mimo Brno, a tak bychom chtěli vynechat lekci angličtiny. Sděluji ti to v předstihu, abys s tím mohla počítat. Díky za pochopení. S pozdravem a přáním hezkého dne Tomáš

Převažují tu ale daleko rozsáhlejší texty – které plní vyloženě fatickou funkci: udržet kontakt, popovídat si, svěřit se se svými pocity... Jsou to texty **konverzační**, ve kterých se pisatel dotazuje adresáta, „co je u něj nového“, a sám mu sděluje svoje novinky. Maily proto – na rozdíl od většiny SMS zpráv – obvykle probírají více témat. Nejsou členěny do odstavců, ale vnitřně rozčleněny do textových jednotek, resp. bloků sestávajících z několika výpovědí; tyto jednotky začínají např.: *Jak se máš? A jak je tobě? No a co u tebe? Co děláš ty? Co škola? A co dělá Martin?* Tedy neustálá iniciace nových témat, uvozená také *A já... Mimochodem... Jinak... Navíc...* O tom, že tu jde převážně o konverzaci, pouze kontaktní „hovor pro hovor“, svědčí i poměrně častá situace, kdy pisatel vytvoří poměrně dlouhý mail, ale přitom opakovaně uvádí: *No tak já nevím co psát...*

Čau Jančo! # Tak co jak se máš? Jak ti to jde ve škole? Asi žádná sláva co? To je jak u mě. Právě jsme přišli z tělocviku a máme chvilku čas, tak jsem si řekla, že ti napíšu, ale vlastně nevím co. Lucka už se mi dlouho neozvala a Lenka už vůbec ne. S tím makrem zatím nevím, ale dám ti vědět. Ani nevím, co psát. Když jsem ti volala, tak jsem furt měla co ti říct a teď najednou nevím. [...]

A najde se i pisatel, který celou tuto situaci náročným způsobem reflektuje: napíše dlouhý (20 řádek), romanticky stylizovaný mail, plný složitých souvětí, knižních výrazů a patetických formulací, ve stylu: *Má drahá, věř, já přeju Ti, bys jen krásných chvil prožívala po všech ten čas...* A v závěru připojí stručný a věcný „překlad“:

P. S. Překlad: Dík za mejl a kdyby jsme se v soboru večer neviděli, tak počítej příští týden s parohárnou...))))

Z tohoto korpusu samozřejmě nelze vyvozovat žádná rozsáhlejší zobecnění ani srovnání stylu mailových textů a textů SMS. Ale současně pisatelé, kteří posílají obojí, zřejmě využívají možnosti většího, neomezeného rozsahu e-mailů k účelům konverzačním, k rozvíjení fatického, kontaktního diskursu. Iniciují v nich sice větší počet témat, ale jsou to témata stereotypní,

z omezeného okruhu. U stručných SMS se kontaktní funkce rovněž uplatňuje, určitě se mezi nimi ale najde daleko větší procento sdělení, která plní primárně jiné funkce, jsou věcná, mají charakter informační, organizační.

Syntax mailových textů je ve srovnání se SMS mnohem rozvinutější. I zde se sice vyskytují juxtaponované bloky výpovědí (v tom jsou i tyto neformální texty ovlivněny syntaxí mluvených projevů), ale neprojevuje se tu výrazná potřeba redukce, elipsy ani apoziopce se na syntaktickém profilu mailových textů nijak výrazně nepodílejí. Texty SMS nám poskytly podněty k úvahám o vztahu mezi stručností (ekonomií vyjadřování), reduktivními postupy (stručnost ale může být dosahována v mnoha případech i bez výrazné redukce) a implicitností (i stručné nebo redukované texty mohou být relativně explicitní; implicitnost je spíše projevem vazby textů SMS na životní a komunikační situaci, kterou pisatel a adresát sdílejí, na jejich společné znalosti a zkušenosti). Oproti SMS zprávám nejsou mailové texty zdaleka tolik stručné, jsou více kohezivní a explicitní, nebyvají fragmentarizované a útržkovité.

V tomto smyslu se vyjadřuje i K. Hausenblas (1972), který rozlišuje neúplnost věcnou a neúplnost konstrukční (elipsa, apoziopce) a soudí, že implicitní vyjádření vůbec nemusí být neúplné. Navíc rozlišuje **styl explicitní a styl implicitní** – obdobně jako M. Jelínek (1994, 1999, 2002), který zařadil konkurenci vyjadřování implicitního a explicitního do své koncepce konkurenčních množin výrazových prostředků. Syntakticko-sémantickými projevy implicitnosti a explicitnosti se zabýval i Štícha (1996 aj.). Ještě upozorním na otázku, kterou položila Olga Müllerová (1989: 212): je na místě všeobecně přijímané tvrzení, že psaný text je explicitnější než text mluvený? Nebo bychom měli spíše přemýšlet o různých typech explicitnosti a implicitnosti?

Domnívám se, že to je jedno ze závažných témat internetové stylistiky (Tošović 2015) a že zejména texty SMS zpráv (ale i jiné internetové žánry) nabízejí k takto zaměřeným výzkumům inspirativní materiál; zejména k výzkumům, které spojují analýzy „internetové syntaxe“ s analýzou syntaxe běžných mluvených dialogů.

Prameny

KSK-dopisy: <http://ucnk.ff.cuni.cz>. Stav: 2. April 2015.
CD přiložené k publikaci Hladká a kol. (2005).

Literatura

- Hladká 2005: Hladká, Zdenka a kol. *Čeština v současné soukromé korespondenci: dopisy, e-mail, SMS*. Brno.
- Hausenblas 1972: Hausenblas, Karel. Explicitnost a implicitnost jazykového vyjadřování. In: *Slovo a slovesnost*, 33. S. 98–105.

- Hoffmannová 2003: Hoffmannová, Jana. Čeština v současné korespondenci (dopisy, e-maily, „esemesky“). In: *Přednášky z XLVI. běhu Letní školy slovanských studií*. Praha. S. 57–70.
- Hoffmannová 2013: Hoffmannová, Jana. Výrazová ekonomie a procesy redukce v internetové češtině. In: Kusse, Holger – Kosourová, Hana (eds.): *Tschechisch in den Medien. Beiträge zum 6. Bohemicum Dresdense*. München – Berlin – Washington, D.C. S. 11–19.
- Hrbáček 1979: Hrbáček, Josef. *Jazykové zkratky v češtině*. AUC, Philologica Monographia LXXVII. Praha.
- Jelínek 1994: Jelínek, Milan. Konkurence mezi komunikací explicitní a implicitní. In: *Kształcenie porozumiewania sie*. Opole. S. 17–22.
- Jelínek 1999: Jelínek, Milan. Volba mezi explicitností a implicitností ve verbální komunikaci. In: *Jinakost, cizost v jazyce a v literatuře*. Ústí nad Labem. S. 11–17.
- Jelínek 2002: Jelínek, Milan. Implicitnost a explicitnost komunikace a stylu. In: *Stil* (Beograd), 1. S. 45–53.
- Müllerová 1989: Müllerová, Olga. Ke vztahu psaného a mluveného textu (srovnání mluveného a psaného vypravování). In: *Slovo a slovesnost*, 50. S. 205–216.
- Štícha 1996: Štícha, František. On implicitness in language and discourse. In: *Travaux de Cercle Linguistique de Prague, nouvelle série*. Vol. 2. Amsterdam – Philadelphia. S. 331–346.
- Tošović, B. 2015: Tošović, Branko. *Internet-stilistika*. Moskva.

Príspevek vznikl v rámci grantového projektu č. 15-011165 (*Syntax mluvené češtiny*), podporovaného Grantovou agenturou ČR.

Jana Hoffmannová (Praha)

Internet Czech: speech economy and reduction, implicitness and explicitness

This article is devoted to contemporary informal written texts, which are significantly influenced by spoken ones. The research is based on data from the Private Correspondence Corpus (entitled KSK-dopisy), a part of the Czech National Corpus (since 2006) containing not only private letters, but also e-mails and text messages sent by young people. These internet texts include reduction, ellipsis, aposiopesis, jumping from topic to topic, as well as the phenomenon of one-syllable words (*ti, si, by: ti řeknu, by mě zajímalo*) at the beginning of syntactic segments. In this way, the syntax of spoken Czech can be understood as an important marker of the specific style of common internet genres (e-mails, text messages) and as a means manifesting implicitness in such „written conversation”. Nevertheless, the syntactic implicitness is enabled by the pragmatic parameters of the situation, the dialogical character of the communication and the shared knowledge of the participants.

Jana Hoffmannová
Ústav pro jazyk český Akademie věd České republiky
Letenská 4
118 51 Praha 1 – Malá Strana
Tel.: +420 225 391 438
hoffmannova@ujc.cas.cz

Елена Какорина (Москва)

Интернет через зеркало метафоры¹

Предметом исследования является метафорическое представление Интернета в русском языке. Автор рассматривает круг образов, через которые компьютерные пользователи в повседневной коммуникации осмысливают основные явления, связанные с Интернетом.

Данная тема привлекает к себе внимание лингвистов (Лейбов 1997), психологов (Войсунский 2001), социологов и журналистов, не менее волнующа и постоянно актуальна она и для самих носителей русского языка.

Глобальное информационное пространство – WWW (World Wide Web) – одновременно и новая коммуникативная среда, и „cultural technology“, оказывающая активное влияние на различные национальные культуры и языки, повседневную жизнь каждого человека и жизнь планеты в целом. Любая точка на Земле стала доступна для вербального интерактивного контакта, предоставляемого мгновенно². WWW переструктурировала временную и пространственную составляющую письменного (дистантного) общения, изменила его качество, придав характер большей свободы и устности. Интернет объединил гигантский массив медиа-текстов в единый креолизованный гипертекст, „живущий“ в виртуальном пространстве.

Носители языка, став пользователями, освоили роли участников таких форм общения, где совмещается визуальная и звуковая, вербальная и невербальная, устная и письменная интерактивная коммуникация. Через единый, крайне удобный и привлекательный, канал общения пользовате-

¹ Материалом для статьи послужили интернет-источники, тексты СМИ за 2000–2015 гг.

² Ещё до появления Интернета культурологи писали о том, что электричество и другие технические изобретения „упраздняют пространство и время“; любое средство коммуникации (понимаемое широко, как любая технология) изменяет масштаб, скорость и формы человеческой деятельности (McLuhan 1964). Однако именно в пост-интернетную эпоху средство (?), среда (?) коммуникации усиливает влияние на само содержание передаваемой информации, особым образом „форматируя“ его.

ли стали объединяться в сообщества, связи в которых нередко носят характер устойчивого социального взаимодействия. Постепенно „обживая“ все новые формы социального взаимодействия и сферы общения (досуг, покупки, профессиональная деятельность и мн. др.), новая коммуникативная среда перестала быть только средством создания, передачи и хранения информации: виртуальный мир начал восприниматься как удвоение реального мира и даже как его „конкурент“.

Значение Интернета в жизни социума в целом и существовании отдельного человека постоянно меняется. Одни функции выступают на первый план, другие теряют прежнюю актуальность. Меняются и метафорические образы Интернета³.

Сегодня, спустя несколько десятилетий нашей жизни в интернет-эпоху, интересно посмотреть на Интернет глазами пользователя-неспециалиста *через зеркало метафоры*. Каким видит Интернет „простой“ носитель языка?

Метафоризацию наших представлений об Интернете можно рассматривать как попытку осознания его роли в жизни человека, осмысления различных сторон нашего существования в новой информационной среде. Ср.:

У нас всегда был Интернет, и наш Интернет назывался русской классической литературой. И первый бал Наташи Ростовой – чистая виртуальная реальность. Все, что происходит в романах Достоевского, – то же самое. Эти герои вышли скорее из абстрактного национального образа, чем из того реального мира, в котором жила в то время Россия (Виктор Ерофеев, Известия, 01.12.2001);

Интернет мог оказаться всемирной книгой. А оказался всемирным забором. А на заборе чего только не пишут [...] Нам кажется, что этим мы фиксируем свою жизнь – для себя, ну и чуть-чуть для френдов. А на самом деле создаём портрет человека XXI века (А. Максимов. Надо ли плевать в вечность? АиФ, № 27, 2015, с. 6).

Эти авторские метафоры интересны своей масштабной, отчасти парадоксальной, яркой оценкой роли Интернета в русской национальной культуре и русском языковом сознании. Известный критик Лев Аннинский как-то сказал в разговоре: „*Интернет – это большой забор*, на кото-

³ Например, в английском и французском языках теряет актуальность метафора скоростной трассы, которая, к слову, вообще не была употребительна в русском сегменте Интернета, а для американских пользователей представляла знакомый и привычный образ движения в городе. „‘Information superhighway’, for example, was a useful metaphor at one stage of the development of the Internet, but is largely unused now“ (Markham, 2013). Центр внимания пользователей в процессе освоения Интернета перемещается со скорости движения „человека“ по Интернету на различные способы и пути очень быстрого передвижения данных по нему без участия человека. Передвижение „по дороге“ уступает место движению по водной поверхности, морю (Jamet 2010: 21).

ром пишут все кому не лень“ (ТРУД-7, 25.03.2006). Позже эта метафора была растиражирована в СМИ и сейчас имеет все шансы получить статус общеязыковой. Материал, который я буду обсуждать в дальнейшем, будет ориентирован на узуальные метафоры, употребительные в среде „простых“ пользователей, „наивных“ носителей русского языка, хотя обращение к авторским метафорам также позволит мне выявить важнейшие „взгляды“ на феномен Интернета с позиций русскоговорящего пользователя.

Если задаться вопросом, зачем вообще мы используем метафоры, когда говорим об Интернете, то я думаю, что, во-первых, метафора позволяет нам выразить наши эмоции, а во-вторых, – существенно упрощает наше представление о нём. Создавая метафору, мы задаём целостный образ такого многомерного, многофункционального, сложно устроенного явления, как Интернет. Метафора позволяет объективировать, сделать зримыми и более простыми существенные черты Интернета. „Неведомое новое“ она представляет как „понятное старое“. Ср., примеры из блогов:

Обычному интернет-пользователю часто бывает трудно ответить на вопрос, где „спят“ его данные. Как объяснил мне один эксперт в области хранения данных, „иногда на вопрос „Где хранится моё электронное письмо?“ можно ответить скорее в квантовых терминах, чем в „ньютоновских“, что на человеческом языке означает: оно одновременно находится в таком количестве мест, что всё равно, что его нет вообще нигде;

Последнее время, если пишу, то отключаю маршрутизатор, чтобы не была открыта интернет-труба в мир, дует из неё, воняет. Потом бегом-бегом постик закинул, опять трубу заткнул и – на работу, на работу!

Метафорические образы помогают нам увидеть существенные черты Интернета как многогранного феномена: *средства коммуникации, среды общения, гипертекстового пространства*, в котором протекает коммуникации и др. Метафора используется как удобный способ конкретизировать, визуализировать трудные для восприятия абстрактные, сложные технологические понятия (Ср. Чудинов, Будаев 2008: 68). Когнитивная и объяснительная функции узуальной метафоры включаются при переводе с языка профессионального на „человеческий“ язык повседневного общения, хотя и англоязычный источник – терминологический аппарат, обслуживающий интернет-коммуникацию, в значительной мере метафоризирован. Частотные метафорические образы Интернета представляют восприятие „простого“ носителя языка, отражают наивную, а не научную картину мира.

Перед нами результаты опроса на портале *мейл.ру* со стимулом *Интернет* – это ... Мы видим, что образные обозначения Интернета разнообразны:

- *Окно в мир / Вариант: Еще одна дверь в квартиру?*
- *Паутина*
- *Энциклопедия*

- Наркотик
- Магазин
- Свалка
- Вселенная

Лучшим по результатам голосования был признан ответ: *Это чёрная дыра, которая высасывает деньги и здоровый сон из твоей жизни...* (otvet.mail.ru).

Представленные выше метафоры узуальны. Рассмотрим подробнее данные опроса, в котором принимали участие „простые“ пользователи, с дополнениями из собранного нами материала и некоторыми комментариями. Отметим, что многие метафоры амбивалентны как по знаку оценки, так и по тому компоненту значения, которое может находиться „в фокусе“.

Основные образы, которые используют носители русского языка для метафорического обозначения Интернета, сегодня такие:

- Окно/ дверь/ ключ⁴

Окно и *дверь* представляют **границу** внутреннего/внешнего мира; метафорический образ „ключ, позволяющий открывать многие двери“ может также рассматриваться как средство, инструмент, обеспечивающий переход из одного места в другое, из одного мира – в другой.

- Паутина/сеть/лабиринт/ схема метро⁵

Паутина и *сеть* совмещают в себе разные образы – это прежде всего орудие ловли: то, что удерживает, затягивает. Вместе с тем это и особый тип пространства. Наряду с *лабиринтом* и *схемой метро* Интернет часто осмысливается как особым образом структурированное пространство.

- Энциклопедия/справочник/библиотека/архив

Данные метафоры отражают взгляд на Интернет как на хранилище информации.

⁴ Сближение *окна* и *Интернета* (как средства коммуникации, средства осуществления коммуникативного контакта) обусловлено схожестью функций и основано на терминологической метафоре. Окно – это граница между внешним и внутренним пространством, место их контакта и связи, место перехода из одного мира в другой, в данном случае – из реального мира в виртуальный. При этом *окно* изменяет свои главные функции – служить местом проникновения света и воздуха в дом, а также средством визуального контакта – и становится местом выхода во внешний мир, т. е. берет на себя обычную функцию *двери*. Однако если через *дверь* происходит физическое перемещение в реальный мир, то *окно* используется как „мысленный“ выход в „иную“ реальность. Подробнее см. (Krysmanski, Lohmann, MacCabe 2006; Какорина 2010).

⁵ Пример предоставлен Б. Тошовичем.

- Свалка/помойка

Это также некое хранилище, но „со знаком минус“, хранилище как неупорядоченное нагромождение нужных и ненужных вещей.

- Наркотик/кокаин/экстази

Образ *Интернет* – это наркотик отражает представление о воздействии на сознание человека. С одной стороны – это средство, которое изменяет сознание и делает человека зависимым, с другой – то, что позволяет перейти в другой мир: мир, отличный от реального эмоционально и визуально.

- Магазин

Эта метафора выделяет одну из прагматических функций веб-технологий в жизни современного человека как его главную функцию.

- Место встречи, общения: комната, кухня, курилка, песочница.
- Средство общения: народное СМИ
- Живое существо

Персонификация *компьютера* при „общении“ с ним человека является обычным психологическим феноменом, гораздо реже самому *Интернету* приписываются свойства живого существа или человека.

- Вещь

Восприятие Интернета как „вещи“ обычно представляет новое изобретение человечества не через „технологическую“ метафору, а через предмет обихода (например, *игрушку*).

- Среда обитания

Интернет нередко оценивается как новая среда обитания человека.

- Вселенная

Космологическая метафора представляет образ, через который осмысливается многообразие, многомерность, бесконечность Интернета. Эта идея также может выражаться метафорами *Галактика*, *чёрная дыра*.

Таким образом, на основе анализа более широкого круга метафор обозначаются основные семантические области метафоризации, связанные с информацией как главной составляющей Интернета:

- пространство/место
- параллельный мир / среда обитания
- зеркало
- хранилище информации
- место общения
- СМИ (средство общения)
- наркотик

- человек, живое существо
- вещь (инструмент, игрушка...)

Анализируя процесс концептуализации феномена *Интернета* через метафору, исследователь англоязычного сегмента выделила три главные семантические области: *Internet as Tool*, *Internet as Place*, and *Internet as Way of Being* – *инструмент, место, способ существования* (Markham 2003). Среди „инструментальных“ метафор Интернета (tool) было рассмотрено три главных фрейма: Интернет как *проводник* (канал), как *расширение* или „*протез*“ для наших „конечностей“ и органов чувств, и как *контейнер* (хранилище). В данном очень интересном исследовании проведено описание процесса метафорического осмысления Интернета и – шире – мира новых технологий в динамике. Тезис автора о том, что в медиадискурсе произошло движение наших представлений от „инструментального“ понимания Интернета (Tool) через понимание его как места (Place) к целостному представлению о месте обитания, о среде и способе существования (Way of Being), только отчасти подтверждается конкретным языковым материалом.

На наш взгляд, названные выше метафоры или фреймы сосуществуют в веб-дискурсе (который сам по себе функционально и „текстово“ крайне разнороден) и составляют не стройную, целостную, а мозаичную картину представлений пользователей, аудитория которых крайне неоднородна с возрастной, профессиональной и других точек зрения.

По сравнению с англоязычным узусом в русском языке употребителен более широкий репертуар метафорических образов, при этом их отрицательные коннотации скорее преобладают над положительными.

Учитывая необъятность темы, в своей статье я подробнее охарактеризую некоторые из названных выше метафор, активных в современном узусе.

Сеть/сетка/сети, Паутина

Часть метафорического фонда задана английским источником – исходной терминологией,

поэтому такие метафоры, часто используясь, с одной стороны, стираются, перестают „читаться“, а с другой – напротив, постоянно активизируются в сознании пользователей и „оживают“ в текстах. Этому способствует творческий, словоцентричный характер интернет-среды.

Описание переносных обозначений Интернета продуктивно вести от концепта к метафоре (метафорической модели). Однако при этом важно опираться на реальные употребления, а они дают достаточно сложную картину. Один и тот же концепт нередко выражается вариативно и ком-

пилятивно. Например, идея психологического влияния на человека, интернет-зависимость: 'захват, удержание, затягивание' может выражаться различными метафорами: *сеть, паутина, наркотик, черная дыра*.

Для пользователя Интернета *Сеть* – это одновременно и место, где „ходят“, то, в чем можно *блуждать*, и то, в чем можно *запутаться*. Значения 'запутаться' (= попасть во что-нибудь, так что трудно освободиться) и 'заблудиться/блуждать' (= сбиться с пути, потерять дорогу; искать дорогу, а также передвигаться без цели, беспорядочно) нередко профилируются одновременно. Как синонимичные употребляются *запутавшиеся в паутине / заблудившиеся в сети*.

Значение 'блуждать/заблудиться' часто имплицитно или явно выражается также метафорой *лабиринт* (*блуждание в бесконечном лабиринте*).

Как не дать ребёнку запутаться в сетях Интернета; Попад в сети Интернета, легко заблудиться; Как не заблудиться в Паутине; Заблудился в сети! Просьба меня не искать! (статус);

Не запутаться в сети. Интернет – безграничное море информации, помогающее человеку жить, работать и развиваться; Как не потеряться в паутине Сети;

Но, называя интернет всемирной паутиной и помойкой, мы почему-то не боимся, что в этой паутине могут запутаться совсем еще маленькие дети, а последствия от прогулки по моральной свалке могут оказаться губительнее, чем от привычной помойки;

Граждане! Не потеряйтесь в сети. Он предлагает не потеряться, не забрести в расставленные браконьерами множество сетей, в то время, как основной смысл и призыв фразы – не заблудиться в одной единственной глобальной сети Интернет!;

Я очень рада что встретила тебя в этой липкой паутине интернета!;

Это выход из липкой паутины интернета, которая засасывает тебя с головы до пят и не отпускает;

Не хватит никакой силы, чтобы распутать многочисленные рваные паутины...

Одно и то же обозначение может быть многозначным и даже омонимичным, может соотноситься с разными визуальными образами (*сеть* как орудие ловли и как карта-схема) и, следовательно, представлять разные метафоры. Метафорическое осмысление здесь идет в русле общеязыкового переноса значения по функции (1) приспособление для ловли – то, что лишает свободы, сковывает волю; или по форме (2) приспособление из закреплённых на равных промежутках, перекрещивающихся нитей → совокупность переплетённых линий, расположенных в нестрогом порядке → система коммуникаций, расположенных на каком-н. пространстве, связывающих какие-л. объекты.

В английском языке также отмечается смещение визуализации терминов *web* и *net* от зрительных образов, связанных с пауком или рыбной ловлей, к референтам в виде линий сети на карте города, страны или земного шара (Markham 2003).

Сеть и *паутина* представляют собой разные виды пространственных структур, воспринимаемых зрительно: *сеть* образует строгое, равномерное перпендикулярное перекрещивание нитей, а *паутину* – более неравномерное цепочечно-радиальное соединение узлов.

Типу связей в Интернете более соответствует образ паутины, это менее регулярный, более свободный, сложный, запутанный, имеющий разные центры тип соединений частей в целое. Хотя и переносное употребление слова *сеть* дает картину неравномерности, запутанности. Наряду с визуальными образами Интернета как *сети* или *паутины* отметим образ многолучевой звезды.

Структура связей провайдеров представляет собой многолучевую „звезду“ с центром в Москве, но в последние два года на некоторых концах этой „звезды“ формируются свои „минизвёзды“ с центрами в межрегиональных центрах развития Интернета (Ю. Роснич, Российский Интернет: пространственная картина паутины, 01.12.2000).

Главная характеристика всемирной паутины – „огромная“:

Мой сайтец! Добро пожаловать в мой маленький уголок в этой огромной паутине Интернета.

Существенная особенность „русской паутины“ (русского сегмента всемирной паутины) – отсутствие целостности, непростроенность связей, она „редкая“ и „рваная“:

В рваной паутине сетей трудно найти нужную информацию;

Русская паутина редкая и рваная, сайты многих научных ресурсов не связаны, от одного университета к другому не ведёт никакой ссылки.

Яркие оценочные компоненты исходной метафоры постоянно оживляются, актуализируются в текстах веб-дискурса.

Разные свойства *Сети* – быть пойманным сетью, жить в сети; липкость паутины, запутываться в паутине, её „огромность“ – актуализируют разные типы метафор.

Черты Интернета соотносятся со свойствами паутины – она липкая, затягивает, в ней запутываются, она „засасывает“. Активны многие позиции фрейма: паук, который подстерегает и ловит добычу, мухи, запутывающиеся в ней. Однако в узусе сосуществуют как отрицательные, так и положительные оценки, преодолевающие очевидные типологические характеристики паутины: липкость, использование как орудия охоты на жертву. Ср.:

Замкнутая водой вокруг реальность с живым общением у костра значительно круче бескрайних просторов липкой паутины LJ;

Вообще я очень люблю эту липкую паутину – Интернет и иногда провожу в ней сутки напролёт.

Образные обозначения Интернета *Сеть* (*сетка, сети*) и *Паутина* можно рассматривать не только как вещные, предметные метафоры. *Сеть* и *паутина* задают особый тип пространства. Они представляют собой скорее нечто, соотносимое с *лабиринтом*. Пользователь по сети „ходит“, различным образом передвигается, или „живёт“ в ней. Следовательно, *сеть* и *паутина* являются также и пространственными метафорами.

Таким образом, в реальных употреблениях в Интернет-текстах происходит объединение двух метафорических моделей (двух фреймов): исходной предметной и пространственной. Поэтому в Интернете мы можем одновременно быть „*под Сетью*“, находиться „*в Сети*“, путешествовать „*по Сети*“. Это справедливо и для *Паутины*.

Пространство

Пространственная метафора, являясь базовой общеязыковой метафорой (Лакофф 1995), находит множество разнообразных соответствий и в интернет-коммуникации. Это различные манифестации культурного (*город, деревня, лабиринт*) и природного (*лес, степь, болото, море, заповедник*) пространства.

Коль скоро есть *киберпространство* (киберспейс) / *виртуальное пространство* / *гипертекстовое пространство*, в обыденном общении мы должны его каким-то образом сделать зримым, „обжить“, „овеществить“. Прежде всего необходимо задать какую-то структуру этому очень абстрактному концепту. Один из способов – представить его в виде конкретного природного пространства – *поле, лес, чаща, заповедник, дебри* и тому подобное. Затем мы сможем по нему передвигаться (получая информацию, связываясь с другими объектами). В русском языке это часто медленное движение без дороги, блуждание, продвижение с трудом.

Природное пространство:

земля – лес – степь – болото – море – остров

Знаете, я, как и все, долгое время думал, что Интернет – это такая чистая земля, где нет цензуры и можно найти неискажённую информацию;

Интернет – это огромное информационное поле, на котором каждый пользователь оставляет более или менее явные следы;

Интернет представляется тёмным дремучим лесом, один неверный шаг и ты в глухой непроходимой чаще, где за каждым деревом горят красные глаза хакера;

Мне кажется, киберпространство живёт в крови россиянина – как некий зуд кочевья, как сверхземное **приволье**, ещё не изгаженное экологически, – и технически более доступное, чем чёрная дыра космоса. Виртуальное пространство компьютерных сетей – голубой сияющий **заповедник**, где вольно бродится по бесконечно расходящимся дорожкам: забыться, затеряться, прожить много жизней, сменить много имён... (М. Эпштейн. О виртуальной словесности. СИНЕЮЩАЯ СТРАНА, РУССКИЙ ЖУРНАЛ);

Думаю, когда Россия технически освоит эти **пространства**, она обнаружит в них много сродного традициям своей культуры – в частности, электронную соборность, пренебрежение к частной собственности и узкой специализации, метафизические пиянство и кочевье, дремучий лес, широкую степь, „раззудись, плечо, размахнись, рука“ и т. д. и т. п. (Там же);

Те, кто попал в кабалу новой эпохи – сначала текстового редактора и компьютерной игры, а потом – **бездонного болота** Сети (Г. Гусейнов, Заметки к антропологии русского Интернета: ОСОБЕННОСТИ ЯЗЫКА И ЛИТЕРАТУРЫ СЕТЕВЫХ ЛЮДЕЙ, НЛО, № 43, 2000).

Стандартные обозначения работы в Интернете – выражения *осваивать просторы всемирной паутины* и *пробираться сквозь дебри киберпространства* формируют разные образы информационного пространства с присущими им противоположными признаками (и способами передвижения): *необъятность, простор, широта*, с одной стороны, и *сложность, запутанность, наличие препятствий*, которые приходится преодолевать, – с другой.

Интернет – настолько **обширное пространство**, что иной раз **проторение тропинки** от своей избушки до соседней – это „способ выживания в **пустом заснеженном мире**“ (И. Терентьева, Рунет. ОСОБЕННОСТИ РУССКОЯЗЫЧНЫХ ДИАСПОР В РАЗНЫХ СТРАНАХ, 03.10.2002).

Море

Интернет – это бесформенный **океан** информации.

Общезыковая стёршаяся метафора *море информации* имеет значение „много информации“, **океан** здесь обозначает просто большое количество чего-л. Эта метафора часто предстаёт в интернет-коммуникации как клише с отрицательной оценкой: *море грязной информации*.

В интернет-коммуникации понятие **пространства** приобретает оценочность.

Меня многие уверяли, что интернет—это **грязное пространство**, будь готов ко всему.

Интернет – это **пространство** безграничных возможностей. Здесь можно и учиться, и общаться, и совершать покупки, и много чего ещё.

Оживление исходной метафоры возможно через обозначение необъятности и неопределённости формы, очертаний: **бесформенный океан информации**. В (Jamet 2010) проанализированы различия дефиниций

Интернета в словарях и его образные соответствия на английском и французском материале. Высказана идея о том, что и в английском, и во французском языке уподобление пространства Интернету морю отчасти мотивировано его свойствами: отсутствием границ, обширностью. Он воспринимается как нечто бесформенное, плохо структурированное, необъятное, полное опасности, неизведанности и под. (Там же: 20–21). Движение по Интернету метафоризируется как *навигация*, *сёрфинг*, погружение, скольжение по водной поверхности.

Лексические обозначения передвижения пользователей по сети

Одна из главных функций Интернет как технического средства и среды общения – это распространение информации и обмен данными. Коммуникативное взаимодействие пользователей, ментальный процесс получения информации, обмен ею, представляется прежде всего как **физическое движение** (как и в других языках, см. Jamet 2010:15).

Посмотрим на глаголы движения, которыми пользователи обозначают доступ, „вход“ в Интернет. Выбор того или иного глагола имплицитно задаёт характер и направление движения (движение вовне/внутри открытого/ закрытого пространства), а также характеристики самого пространства.

Вариативность глаголов отражает разные, нередко экспрессивные, характеристики „входа“ пользователя в Интернет: *входить* (в закрытое пространство) – *выходить* (в открытое пространство), *заходить* (ненадолго), *залезать* (двигаться по вертикали, проникать с усилием), *впихиваться* (двигаться с трудом в узком пространстве).

войти, выйти

*Я честно говорю, когда как. Когда **выхожу**, когда **вхожу**. Ещё было пару случаев, когда я запускаю аську я кричу многим: я наконец-то **заполз** в этот инет;*

*Ну, всякие слова типа **залез**, **заполз**, **законнектился** и т.д. я специально отбросил. Да, они самые популярные, но вопрос не в том;*

*А я в Интернет **выхожу**:-) каждое (буднее) утро сначала **выхожу** на улицу, потом **вхожу** в офис, а потом **выхожу** в Интернет. Потому что **входят** туда, где есть реальные, осязаемые границы – в комнату, в квартиру, в офис, в кабак, в клуб:-) а **выходят** на улицу, где границ реально нет – можно идти, куда захочешь. В Интернете границ тоже нет – всегда можно найти что-то новое, что ты ещё не видел. А учитывая то, что обычно интернет-терминалы стоят именно в помещениях – то в Интернет именно **выходят**;*

Залезть или войти в Интернет. „Выйти из дома“ ещё можно, но „выйти в Интернет“ – это, наверное, для впечатлительных людей, для которых Интернет стал почти реальностью.

Глаголы, выражающие движение пользователей по Сети

Заметим, что даже при высокоскоростном соединении в Интернете пользователи *сидят, лазят, бродят* по нему.

ходить

Я сходилa по ссылке ЖЖ, присланной на френд-ленту, потом я узнала, что там пишут многие известные литераторы, стала захакивать туда с целью читать именно их;

*Зачем вы **приходите** на форум?*

***Прихожу** на форум потому, что это гораздо удобнее визуального общения. Это та же тусовка, вечеринка. Компьютер – это только средство. Когда-то были ассамблеи, балы, вечера с музицированием, посиделки на кухне. А теперь все это происходит в виртуальном мире.*

бродить

(ходить в разных направлениях, медленно, бесцельно)

*Привет, всем тем, кто **забрел** на мою страничку, в столь огромной паутине интернета!*

блуждать

(ходить бесцельно, не зная точного направления)

*Если Вы устали **блуждать** по просторам сети, зайдите на наш сайт и отдохните!*

гулять

(ходить без цели, для удовольствия)

*А мы с тобой **гуляем** по Сети, дарим людям позитив, любовь, улыбки (песня).*

путешествовать

Представление о путешествии по Интернету задаётся английскими терминологическими метафорами: route – *маршрут*, router – *маршрутизатор*, navigation – *навигация* и т. д.

*Пользователь Интернета физически не покидает того помещения, в котором он находится во время **путешествия** по просторам Интернета, куда он попадает через окно монитора;*

***Путеводитель** в море русских ЖЖ;*

*На этот раз объектами пристального внимания издания стали 9 универсальных устройств, объединяющих в одном корпусе ADSL-модем, **маршрутизатор** с функциями межсетевого экрана;*

***Путешествие** по всемирной паутине станет лёгким и приятным с нами!*

лазить

(перемещаться вверх – вниз, в разных направлениях, прилагая усилия)

Процесс перемещения по Интернету обозначается как действие, сопряжённое с усилием, глагольные метафоры „*залезть* в Интернет“, „*лазить* по сети“ в молодёжной аудитории частотны.

погружаться

*Но поскольку российская Паутина редкая, до сих пор в неё не было возможности **погружаться**, по ней не **скользишь** так плавно, как по американской;*

*А что думаете Вы? Стоит ли продолжать **погружение**? Или, может, сеть – зло? Сам вижу, что иногда становится сложнее в реальности, но все равно не отказываюсь. Многие вопросы легче решить в сети, удалённо;*

*Один уже **погрузился**. Если у некоторых отобрать Сеть, то они станут погружаться во что-то другое, замену найдут, будь то алкоголь или шахматы, или работа, или ещё что-то... Вопрос не в деятельности, а в здоровом отношении к ней и к своей жизни;*

*„При **погружении** в сеть человек стареет быстрее“, – говорит Виктор Пелевин.*

И мы не будем ему перечить, т. к. он прав: удивительно затягивает Интернет.

скользить

Предыдущий пример показывает характерное для узуса ИК смешение разных фреймов: *погружаться в паутину, скользить по паутине.*

заниматься серфингом, серфинг (to surf the Internet).

Уподобление движения в Интернете одному из самых экстремальных видов спорта пришло в русский язык из англоязычного узуса. В Рунете гасятся семы „лёгкость, быстрота передвижения“, „передвижение по волнам“, „зримость траектории“, „опасность, риск, связанный с движением“. На первый план выдвигаются семы „прерывистость траектории движения“, „неопределённость направления движения“. Наряду с нейтральными контекстами появляется отрицательная оценка бесцельности такого типа „навигации по сети“.

Многие „зависают“ в чатах и часами болтают ни о чём с виртуальными собеседниками. А многие „ловят кайф“, занимаясь Интернет-серфингом – просто перескакивая с одного сайта на другой; Серфинг – это, когда Вы находитесь в Интернет, занимаетесь своими делами, а в это время у Вас запущена программа – viewbar, показывающая рекламу.

рыскать

(обходить или обегать разные места в поиске информации)

Люди совершенно не умели работать в этой системе; а я и еще один парень из нашего отдела, по образованию компьютерный инженер, – наши начали рыскать в Паутине...

Дорога

Одна из самых употребительных метафор Интернета в английском языке – Information Superhighway – (информационная) высокоскоростная магистраль, скоростная трасса. Характерно, что она, как и метафора **дороги** совсем не употребляется в русском языке, т. к. с понятием дороги у русскоязычных носителей не связано представление о **быстроте** передвижения, высокой **технической оснащённости**, **удобстве** этого вида связи и **полнотой охвата** сетью дорог какой-либо территории.

Глаголы, называющие положение в пространстве:

висеть, зависать, сидеть и др.

сидеть

(находиться где-либо длительное время)

Люблю ходить в кино, читать и „сидеть“ в Интернете.

*Кто дольше **сидит** в интернете: статистика.*

Лидерами по времени пользования интернетом среди европейцев стали французы, которые в среднем проводят в сети 13 часов в неделю (ГАЗЕТА.RU, 29.11.2006).

Метафорическое употребление изменяет сочетаемость глагола.

*Опрос – **С какой скоростью** вы **сидите** в Интернете?*

*Залезть в Интернет и **сидеть** в нём – моё любимое занятие.*

*Мои друзья **сидят** на Интернете.*

Космос как природное пространство

Бесконечность виртуального пространства пользователи часто обозначают Сеть как **Вселенную, Галактику, расширяющееся пространство, черную дыру** или просто как **расширение**. „Иван Засурский: Интернет — это как раз **расширение**, потому что там нет границы (ОТЕЧЕСТВЕННЫЕ ЗАПИСКИ, 2003, № 4). Подобны названным выше культурно нагруженные метафоры **Великое Нигде, бесконечный червяк, Солярис. Слепок с ноосферы**.

*Интернет, как „**расширяющаяся галактика**“, снимает запреты, табу и ограничения;*

*Этот Интернет... **чёрная дыра**! Ребёнок спит, тоже надо ложиться, постель сделать и прибраться немного, у меня бардак, игрушки разбросаны, бутылки детские тоже, медведи по всему полу лежат, вещи стиранные куча лежит, разобрать надо всё, а я то вк, то тут сижу читаю всё (БЭБИ.РУ, 2015);*

*Учёные создали карту **чёрных дыр** Интернета, уничтожающих информацию*

Исследователи из Вашингтонского университета запустили систему „Хаббл“, названную в честь самой известной орбитальной обсерватории. Тёзка телескопа обозревает не космос, а интернет, ища там черные дыры. Но не зоны сверхвысокой гравитации, а случаи бесследного исчезновения информации при путешествии её по Сети (блоги, 10.04.2008);

*Интернет – это **чёрная дыра**, которая высасывает деньги и здоровый сон из твоей жизни;*

*Некоторые родители просто боятся подключать своим детям Интернет, считая его „**Вселенной** зла“ (КОМСОМОЛЬСКАЯ ПРАВДА, 03.03.2010);*

*Интернет – домашняя **модель Вселенной**, созданная по принципу соединения сознания с бесконечностью или создание иллюзии, что бесконечность „конечна“, у тебя в кармане? (Виктор Ерофеев, Труд-7, 28.02.2001).*

Интернет осмысляется как **параллельный мир**, новая **среда обитания**.

Новая среда обитания

*Интернет – это **наша новая среда обитания**;*

*Для современных молодых людей гаджеты, социальные сети и Интернет – естественная **среда обитания**;*

*Интернет – это как удобная **среда, питательный бульон**;*

*Интернет—это действительно весьма **агрессивная среда**;*

*И может быть, к тому времени уже изобретут, наконец, крошечное электрическое сердце, невыцветающую и невыдыхающуюся кровь, силиконовый мозг, или человечество уже окончательно в Интернет **переселится** (С. Болмат, САМИ ПО СЕБЕ).*

Идея удвоения, параллельного мира

*Интернет – это **параллельный мир**. Это **место**, куда может попасть каждый. Мало того, этот каждый еще и может выложить в Сеть все, что он захочет.*

Культурное пространство

Типы культурное пространства, через которые осмысляется Интернет подробно описаны в (Какорина 2010). Это город (мегаполис), деревня, дом, квартира и др. Среди метафор этого семантического поля отметим достаточно редкую и новую:

*Сейчас я рассматриваю Интернет как пустую среду, пока это **свалка**. Момент, когда Интернет перейдёт из состояния **рынка стройматериалов в супермаркет**, ещё не настал. Мы будем пытаться построить на окраине **рынка** нечто похожее на здание (РБК Daily, 26.11.2007).*

Вещный мир

вещь

*Дело в том, **ЧТО инет** у нас пока – не необходимая каждому в быту **вещь**, наподобие телевизора, телефона..., которой пользуется каждый*

ребенок и пенсионер, а домашняя роскошь для одних и средство пр-ва для других.

Игрушка

И так, для большинства народа, Интернет — это не инструмент для делания денег, а модная игрушка (Блоги, 2004).

*В эту заморскую **игрушку** играет по всему свету более полумиллиона человек. Однако именно русскоязычный „ЖЖ“ стал важным звеном в создании новой литературной эстетики (Блоги, 08.07.2002).*

*Да, они заимствуют различные „**игрушки**“ — компьютеры, Интернет, мобильные телефоны, но „**игрушки**“ не меняют основ (Комсомольская правда, 26.05.2005);*

*Интернет не **игрушка**, а средство создания рабочих мест и специальностей, повышения квалификации (Труд-7, 30.05.2000).*

Зеркало

Одна из частотных метафор Интернета — это **зеркало**. Метафора *окно* употребляется не в прямом, предметном значении, а в функциональном, и имеет символику перехода в другой мир, другое, виртуальное пространство. Подобное значение есть и у *зеркала*. Символические функции зеркала многообразны. Отражение предмета, человека, мира сопряжено с представлениями об **удвоении** отражаемого объекта. Зеркало служит **границей** между миром вещным, земным, видимым — реальным и миром „потусторонним“, нереальным. Отражение может нести **искажение**, отражение может быть перевернутым, неправильным.

*Интернет — это своего рода коммуникативная оптика, мега-**зеркало**, показывающее смотрящему миллионы отражений... чего, кого? (Православие и мир, 09.04.2014);*

*Социальные сети и интернет-площадки это своего рода **кривое зеркало**, которое не отражает точно настроения большинства населения (Окно в Россию, 14.03.2014);*

*Глава РПЦ также говорил об увлечении людей интернетом и сравнил это с „погружением в **королество кривых зеркал**“ (Радио Свобода, 07.01.2014);*

*Глобальная сеть — это просто **зеркало** нашего общества. Запретить что-то в Интернете — это как приказать **зеркалу** отражать только половину своего лица.*

Близка к ставшему узуальным образу Интернет — это **зеркало** авторская метафора Михаила Жванецкого:

*Я раньше думал, что Интернет — это **зеркало** толпы. Такое ощущение, что вместо клавиш ты пробегаешь по людям, по лицам, по головам. Но на самом*

деле он не **зеркало**, он **рентген**. Интернет и **рентген** очень похожи – оба говорят правду [...] А Интернет, он так же, в общем, просвечивает... Поэтому я не люблю свой рентгеновский снимок, мне его тяжело рассматривать. И не люблю отзывы в Интернете о себе. Они, в общем, хорошие, но правдивые до ужаса... Во-первых, старый, во-вторых, еврей. Всё это правда, что я могу возразить? (АиФ, 18.10.2014).

Персонификация Интернета

Персонификация Интернета обычно присутствует в авторских метафорах, хотя представление об Интернете как о неопределённом живом существе, как и общая тенденция одушевлять технологические объекты, взаимодействующие с человеком, характерна для сознания „простого“ пользователя.

*Поэтому если бы можно было представить Интернет как некое **существо**, то противники Microsoft давно использовали бы это **чудище** в виде главного свидетеля в суде (Известия, 12.02.2002).*

Товарищ Интернет

*Например, видишь в его [Лескова] ранних романах слово „концепт“ (которым сейчас все бросаются направо и налево) – и как будто об него обжигашься. Сейчас нужно, мне кажется, искать тексты, которые не зафиксированы в **товарище Интернете** (В. Елистратов).*

Друг

*В течение полувека компьютеры станут нашими наставниками, будут следить за здоровьем человека, не требуя от него физических затрат, а родившиеся сегодня младенцы – встречать старость не в одиночестве, а с **железным другом**, который окажется куда более интересным собеседником, чем супруг. И в основе всего этого – Интернет, уже сегодня взявший под опеку человеческий мозг;*

*Воспринимать Сеть не как часть жизни, а как помощника в жизни. Интернет – **друг человека**. Он должен сидеть рядом, как **верная собака**, и выполнять все наши команды. Вообще в этом веке человечество ожидает гораздо более серьёзная ломка, чем та, которую мы сейчас обсуждаем с вами. Я имею в виду возможную биологическую революцию. Мне кажется к клонированию мы менее подготовлены, чем были когда-то подготовлены к Интернету (Виктор Ерофеев, Известия, 01.12.2001).*

Образ Интернета многолик. Это и информационное цунами, и слепок с ноосферы. И своеобразное „народное“ СМИ. Многофункциональность

Интернета провоцирует такие типы метафорических употреблений, которые контаминируют различные образы. Ср.:

*Кто-то скажет, что Интернет – это **параллельный мир**, а кто-то – что это что-то вроде **справочника**. Давайте смотреть с точки зрения нас, женщин. Если рассуждать без соплей, то Интернет – это большая **свалка** информации. Большая – в смысле очень большая, просто огромная. Настолько огромная, что никто не в состоянии посчитать, насколько. Есть люди, которые проводят в Сети всё своё свободное время. Они утверждают, что в Интернете есть ВСЁ. Поэтому, даже если провести в Сети всю жизнь, невозможно понять, насколько ВСЁ, потому что Сеть **необъятна**. Исследовать её целиком невозможно. Кроме того, Сеть, как и **Вселенная**, не только бесконечна, но ещё и **расширяется**: в ней каждый день появляется новая информация. Представьте себе огромную **библиотеку**, в которой горой навалены книги. И куча народу сидит и днём и ночью в поте лица составляет каталоги. Книги каждый день все прибывают и прибывают, работники библиотеки не успевают... Книги на всех языках мира, да и если бы это была только книги, а то рисунки, записки, обрывки, курсовые работы, фотографии... Люди доблестно пытаются всё это рассортировать. По силы не равны.*

*Возможно, **свалка** – не самое поэтическое название для того, что получается в итоге (всё-таки люди стараются, завалы разгребают), но по сути верное (Популярная книга Е. ПАСТЕРНАК „ИНТЕРНЕТ для женщин“).*

В русском языке появляется новый круг культурно значимых метафорических образов, связанных с Интернетом. Метафорическое зеркало делает более зримыми, яркими существенные черты Интернета, проявляет важные аспекты коммуникативного взаимодействия человека в современном мире.

Разнообразные образные номинации Интернета отражают его разные ипостаси и функции:

- виртуальное пространство, в котором протекает коммуникация (лес, дебри, море, Вселенная);
- структура пространства (сеть, паутина, лабиринт);
- хранилище информации (библиотека, архив, куча, свалка);
- место общения (кафе, кухня);
- место „жизни“ (город, деревня, среда обитания) и др.

Рассмотренные нами примеры содержат помимо узуальных, общепринятых, и авторские метафоры, если они находятся в границах тех образных парадигм, которые успели закрепиться в языке ИК.

Литература

- Войскунский 2001: Войскунский, А. Е. *Метафоры Интернета*. – In: Вопросы философии. 2001. № 11. Р. 64–79.
- Какорина 2008: Какорина, Е. В *Метафоры Интернета*. – In: Współczesna komunikacja językowa. Najnowsze zmiany w leksyce i słowotwórstwie języków słowiańskich/ Redakcja naukowa Z. Rudnik-Karwatowa (Современная языковая коммуникация. Новейшие изменения в лексике и словообразовании славянских языков). – Prace Slawistyczne 125 SOW, Warszawa, 2008, Р. 65–93.
- Какорина 2010: Какорина, Е. В. *Язык интернет-коммуникации*. – In: Современный русский язык: Система – норма – узус. Ин-т рус. яз. Им. В.В. Виноградова РАН. Р. 314–340.
- Лакофф 1995: Лакофф, Дж. *Когнитивная семантика*. – In: Язык и интеллект. М., 1995. С. 143–184.
- Лейбов 1997: Лейбов Р. Г. *Язык рисует Интернет*. – In: Internet. № 4. 1997.
- Чудинов, Будаев 2008: Чудинов, А.; Будаев, Э. *Метафора в политической коммуникации*. М., 2008.
- Dzieza 2014: Dzieza, Josh. *A history of metaphors for the Internet*. – In: The Verge. 20.09.2014. – In: <http://www.theverge.com/2014/8/20/6046003/a-history-of-metaphors-for-the-internet>. Stand: 02.05.2015.
- Jamet 2010: Jamet, Denis L. *What do Internet metaphors reveal about the perception of the Internet?* – In: http://www.metaphorik.de/sites/www.metaphorik.de/files/journal-pdf/18_2010_jamet.pdf. Stand: 05.07.2015.
- Krysmanski, Lohmann, MacCabe 2006: Krysmanski H. J., Lohmann I., MacCabe C. *Windows. History of a Metaphor. A Work in Progress. Overview. The Authors. Windows in Painting*. (Article for The Patek Philippe Magazine), 2006. – In: <http://www.uni-muenster.de/EuropeanPopularScience/win-sample/win-overview1.htm#ch1>. Stand: 05.11.2010.
- Markham 2003: Markham, Annette N. *Metaphors Reflecting and Shaping the Reality of the Internet: Tool, Place, Way of Being*. University of Illinois at Chicago, 2003.
- Markham 2013: Markham, Annette N. *Undermining 'data': A critical examination of a core term in scientific inquiry*. In: First Mond. Peer-Reviewed Journal on the Internet. Vol 18.2013. – In: <http://www.firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/4868/3749>. Stand: 05.07.2015.
- McLuhan 1964: Marshall, McLuhan. *Understanding Media: The Extensions of Man* (1st Ed. McGraw Hill, NY; reissued MIT Press, 1994, with introduction by Lewis H. Lapham; reissued by Gingko Press, 2003).

Elena Kakorina (Moscow)

The Internet through the metaphorical mirror

The paper deals with the metaphorical conceptualizations of the Internet in Russian. The author considers a set of images in which everyday Internet users reflects the basic Internet phenomena.

Elena Kakorina
The Institute of Russian language
named after V. V. Vinogradov
Russian Academy of Sciences
Moscow
Tel.: +7 926 564 7867
kakor@yandex.ru

Лариса Касперова (Москва)

Художественная рефлексия в интернет-комментариях

В статье рассматривается проблема отражения рефлексии в художественном творчестве. В данном направлении научной мысли художественная рефлексия – это отражение самопознания в текстах художественного стиля, а образная рефлексия – это отражение самопознания образными средствами в текстах различных стилей (массмедийном, разговорном и пр.). С одной стороны, сгенерированные тексты лишены авторской рефлексии. С другой стороны, явным преимуществом Интернета является отражение рефлексии читателя в интернет-комментариях к художественным текстам. Автор рассматривает четыре типа интернет-комментариев (аналитический комментарий; комментарий-эмоциональный отклик; комментарий-сотворчество; смешанный комментарий).

Одним из процессов самопознания субъектом внутренних психических актов и состояний является рефлексия (лат. reflexio 'обращение назад, самоанализ'). Понятие рефлексии тесно связано с понятием интроспекции. Дж. Локк (1985), описавший метод интроспекции, считал, что человек получает знания из двух источников: 1) объектов внешнего мира и 2) деятельности собственного ума. Посредством внешних чувств мы получаем впечатления об объектах внешнего мира. А деятельность ума (мышление, вера, рассуждение, познание, желания и пр.) познаются с помощью особого внутреннего чувства – рефлексии. С такой точки зрения, рефлексия представляет собой наблюдение, которому ум подвергает свою деятельность. Дж. Локк, сторонник эмпирической рефлексии (описание внутреннего опыта мыслящего субъекта), указывал на явление „удвоения“ психики: сначала мы воспринимаем, мыслим, желаем; затем – наблюдаем составляющие первого этапа. Анализ свойств и законов сознания с помощью рефлексивного наблюдения называется интроспекцией. Следовательно, всякая рефлексия, которая направлена на изучение общих закономерностей, свойственных психике каждого человека, является интроспекцией, а индивидуальное самонаблюдение, не имеющее такой цели, – рефлексией.

В лингвистической науке термин рефлексия тесно связан с изучением метаязыка (языка о языке), т. е. с осмыслением продуктов речевой деятельности). Мы же прибегаем к термину рефлексии в связи с анализом художественных текстов, посвященных теме „самопознания творчества“,

„психологии творчества“ или „рефлексии творческого процесса“, ставшей актуальной в начале XX века в связи с развитием науки психологии. Лексико-семантический анализ таких произведений позволяет читателю приблизиться к пониманию психологической сущности творческого процесса (что такое творчество, как зарождается замысел, каковы этапы творческого процесса, как их назвать, обозначить языковыми средствами и пр.). В данном направлении научной мысли художественная рефлексия – это отражение самопознания в текстах художественного стиля, а образная рефлексия – это отражение самопознания образными средствами в текстах различных стилей (массмедийном, разговорном и пр.).

С развитием Интернета, в частности с появлением художественного интернет-стиля, возможности исследователей рефлексии в словесном творчестве, с одной стороны, сузились, а с другой – расширились. Главная потеря заключается в том, что в текстах собственно интернет-литературы нельзя увидеть результаты авторской рефлексии, т. к. данный процесс при получении таких текстов просто отсутствует. Этот факт ставит под сомнение отнесение сгенерированных продуктов к актам художественного творчества. Такой стиль можно было назвать формально художественным или условно художественным. Признаками такого стиля можно считать (1) приоритет формы над содержанием и (2) случайные семантические удачи. Творчество должно каждый раз порождать принципиально новое. Думаем, что программа генерирования, как любая другая программа, в любом случае имеет пределы возможности. Известно, например, что поэт начала XX века Н. Гумилев, описывая в стихотворении Сады души (1907) Музу, долго искал более точное слово, которое заменит эпитет в строке *У ног ее две черные пантеры | С змеиными отливами на шкурах* на более соответствующий замыслу. Был найден вариант: *С отливом **металлическим** на шкурах*. Металл обладает коннотациями „оружие“, „защита“, „холод“, „неприступность“, но не содержит значения опасности, которое есть в слове *змеиный*. Трудно представить, что в ближайшем будущем будет создана программа, которая научит компьютер совершать такие лингвистические ходы.

Расширение же возможностей исследования рефлексии творческого процесса связано с появлением специальных интернет-конкурсов на заданную тему и с жанром интернет-комментариев. В качестве примера предлагаем рассмотреть конкурс, проведенный на сайте Obshelit.ru-www в январе 2010 года и посвященный теме „Рефлексия творческого процесса в поэзии или стихи о том, как пишутся стихи“. Несмотря на то, что современные поэтические тексты содержат интернет-лексику

*(Моя неугомонная рука | Уже ползет... чтобы **включить ПК...** | Мгновение – и, в ритме гопака, | Порхают пальцы **над клавиатурой**; Иду туда, куда меня заносит | Поставленный на белое, **курсор...** и др.),*

тексты, представленные на конкурс, являются аналогом „бумажной“ поэзии и, как убедительно обосновал в своей последней монографии

„Интернет-стилистика“ Бранко Тошович (2015: 94), к собственно интернет-поэзии не относятся. Но комментарии к таким произведениям открывают для нас новую сферу исследования – рефлексия читателя при восприятии текстов, – которая ранее изучалась только методом опроса.

Рассмотрим следующие типы интернет-комментариев:

1. Аналитический комментарий содержит наблюдения читателя над текстом, его вопросы к автору, анализ семантических удач и неудач в тексте. Комментарий пользователя Барбары Полонской на стихотворение Юлии Вихаревой:

Читала и раньше (стихотворение было в анонсе), заметила смысловые противоречия. Последовательность „рождения“: – „Когда луна, возникнув за плечами, Прольёт свой свет на строки и слова“, т.е. строки – отдельно, слова – отдельно? Даже если не обращать внимания на это дублирование, очевидно: строки (рождённые?) были до прихода луны. „И вот тогда, доверившись всецело Листу бумаги и карандашу, Всё то, о чём я Вам сказать хотела, Я не скажу, а просто напишу“. Юлия, а что за строки были до „и вот тогда“? „Собрав стихи буквально по крупицам, Вложу я в строки каждый вздох и звук“ – т.е. стихи (строки), собранные по крупицам, изначально без вздоха и т.д.? „Начнут своей отдельной жизнью жить“ – литературоведческие постулаты, новизны нет. Финал не Вашего авторства. Юлия, читать Ваши публикации очень интересно!) Вы мастер. Вместе с тем я отмечаю: „притупление зрения“ у друзей из тусовки стимулирует графоманские качества).

2. Комментарий-эмоциональный отклик не содержит элементов анализа, а представляет собой лишь выражение эмоции по отношению к автору, к произведению; может содержать оценку без обоснований. Комментарий пользователя Надежды Литовченко на стихотворение Юлии Вихаревой: *Юля, какая прелесть у тебя получилась!!!!!! Знаешь, я тоже большинство своих стихов пишу ночью, наверно в ней есть что-то особенное! Твои стихи живые, они приходят из тайных уголков души, и поэтому они так прекрасны!!!! С улыбкой, Надя:*) Данный тип комментариев свойствен и самим авторам, которые не любят слушать читателя и работать над своими текстами. Ответ Юлии Вихаревой своему читателю:

Барбара, вижу, Вы решили основательно за меня взяться... Я Вас раздражаю? Ничем не могу помочь. Единственный способ от меня отделаться – НЕ ЧИТАТЬ. И я Вас не буду, обещаю.

3. Комментарий-сотворчество содержит реакцию читателя на авторский текст и желание ответить автору в образной, а нередко и в художественной форме. Это наиболее интересный тип комментария, так как иногда читателю удается вступить в художественную полемику с автором и другими читателями: Комментарий Геннадия Солодилова:

Ах, Юлия, душою не кривите: | Ведь если б ваши славные стихи | Рождались только при луне в зените | Когда деревья сонны и тихИ... Ответ от Julia Vihareva: Душою, друг мой, вовсе не кривлю – | Быть может, тем кого-то и

дивлю, | Но большинство стихов, творений прочих | Написано, увы, глубокой ночью...

Сотворчество часто обнаруживает стремление читателя к иронии, каламбуру, пародии. Так исходный авторский текст: *Иду туда, куда меня заносит | Поставленный на белое курсор*. – породил творческие комментарии читателей:

А если нет курсора под рукой | Я буду на песке писать. Ногой. Или: А если нет ни щебня, ни песка... | Найду чего-нибудь, наверняка!

Показательным в данном аспекте является и пародийный текст автора на сайте Stihi.ru-www:

То ли муза нашептала, | То ли Мазда нагудела, | Я ему в стихах сказала: | „НЕ ТВОЁ СОБАЧЬЕ ДЕЛО“... | Что такое. – Наваждение. | Так и прут стихи „до кучи“. | Вечерком под настроенье | Сочиню ещё покруче.

Метафора, являясь опредмеченной рефлексией, легче и быстрее других тропов стимулирует рефлексивные процессы. В комментариях и блогосфере художественный текст порождает либо образную (Комментарий пользователя tata: *Творчество, в моем понимании — это клопочущее внутри неутомимое желание делиться, невзирая ни на что.*), либо условно художественную рефлексия читателя, зачастую спонтанную, что особенно ценно. Комментарий пользователя Сентябрь на стихотворение Лилит Стихорождение (Стихи писать не каждому дано):

„Стихи писать не каждому дано... | Как всё же возникает это чудо?..“ | А просто так – беспечно и надтрудно: | Поёт, поёт, жуужжит веретено!...:))))).

4. Смешанный комментарий (обнаруживает элементы как минимум двух предыдущих типов): Комментарий пользователя Надежды Шаляпиной на стихотворение Лилит Стихорождение:

Несмотря на такое „тяжёлое“ название, лёгкость в стихотворении необыкновенная! Слова красивые и бесшумные, как птицы... Лили, с прошедшим ДНЁМ РОЖДЕНИЯ! Счастья и вдохновения!:)

В данном примере первая часть комментария имеет черты анализа, а вторая часть, поздравительная, является эмоциональным откликом.

В заключение отметим, что, кроме отражения рефлексии читателя, интернет-комментарии содержат богатый материал для описания обыденного понятия „творчество“, сложившегося в современном обществе. Приведем данные сайта Blogoped.ru-www. При обсуждении понятия „творчество“ используются либо разговорные обороты „это когда“, „это как“: *Творчество его надо не „думать“, а впитывать – это как живая вода;* либо неологизмы заимствованного происхождения или авторские окказионализмы: *В работе любого творческого человека должна быть **фича*** (Feature – англ. „черта, отличительная особенность чего-либо“). *Должно*

же быть что то, что черт возьми его отличает от армии других художников. Или: Иногда мне тоже такого хочется... но от того, что не умею использовать спокойные тона – получается нечто яркое и „вырви-глазное“. Зачастую в одном высказывании соединяются сегменты, принадлежащие разным функциональным стилям традиционной стилистики: коммуникативная функция диктует разговорность стиля, тема творчества способствует привлечению средств художественного стиля, а заданная форма определения может придать высказыванию даже некую наукообразность: *Хо-хо, т.е. ИМХО... смайл... творчество есть отречение, а творец как курган в степи, так-то вот, умники!*

Источники

Obshelit.ru-www: *Общелит*. In: <http://www.obshelit.ru/contests>. Состояние: 14. 12. 2014.

Stihi.ru-www: *Стихи.Ру*. In: <http://www.stihi.ru/2010/04/08/5658>. Состояние: 05. 12. 2014.

Литература

Blogoped-www: *Блогопед*. In: <http://blogoped.com/archives/56>. Состояние: 03. 12. 2014.

Локк 1985: Локк, Джон. *Сочинения в 3-х тт.* Москва.

Тошович 2015: Тошович, Бранко. *Интернет-стилистика*. Москва.

Larisa Kasperova (Moscow)

Literary Reflection in Online Comments

The article considers the problem of creative reflection in literary expression. In this scholarly tradition, literary reflection refers to reflection of self-awareness in literary texts, while figurative reflection is the reflection of self-awareness through imagery in texts of different styles (mass media, conversation, etc.). On the one hand, generated texts lack the author's self-reflection. On the other, a powerful advantage provided by the Internet is that online readers can leave comments on literary texts. The author considers four types of online comments (analysis, emotional responses, co-creation, and mixed type comments).

The analysis type of comment contains the reader's observations regarding the text, his or her questions to the author, and the analysis of semantic successes and problems in the text. The emotional response type of comment contains no analytical elements; instead, it expresses the writer's emotions regarding the author and his or her work. The co-creation type of comment contains the reader's response to the text and

the intention to respond in a figurative, sometimes literary, form. This is the most interesting type of comment because at times the reader enters into a literary debate with the author or other readers. The mixed type of comment shows elements of at least two of the aforementioned types.

Larisa Tazretovna Kasperova
M.V. Lomonosov Moscow State University
Faculty of Journalism
Department of Russian Language Stylistics
latael@mail.ru

Синтаксические характеристики русских и польских интернет-форумов (на материале простых и сложных предложений с ментальными предикатами)¹

Статья посвящена синтаксическим характеристикам текстов интернет-форумов как одной из форм компьютерно опосредованной коммуникации. Стилистические свойства данных текстов рассматриваются с учетом их функциональной природы, т. е. реализуемой участниками дискуссионных групп установки на передачу и получение семантической информации (знаний и суждений). Автор показывает, что функционирование в текстах интернет-форумов предложений с ментальными предикатами подчинено „принципу приоритета“, что находит отражение в специфическом выборе/предпочтении пропозиционально-семантических структур, глагольных лексем, экспликативных и структурных схем.

1. Форум как тип интернет-дискурса

Новые информационные технологии способствуют развитию языковой коммуникации. Это, в частности, проявляется в новых формах публичных письменных текстов. К данной сфере относятся и тексты, культивируемые так называемыми дискуссионными группами. Интернет-форумы представляют собой разновидность межличностного общения массового характера, т. е. с участием большого числа коммуникантов, использующих для этого в качестве платформы один из порталов интернета. Веб-форумы можно отнести к сфере „mass self-communication“, которая – благодаря технологии интернета – соединяет в себе элементы массовой, публичной коммуникации и элементы межличностного, неофициального общения (при равенстве социальных статусов коммуникантов, а значит, и при возможности реплицирования, значительной свободе выбора содержания и формы диалога), см. Castells 2010: 9.

В отличие от других форм интернет-коммуникации, например, чатов, форумы имеют тематический характер, а их важнейшая функция состоит в

¹ Статья подготовлена в рамках реализации научного проекта „Właściwości składniowe czasowników jako baza ich zintegrowanego opisu leksykograficznego (w perspektywie konfrontatywnej polsko-bułgarsko-rosyjskiej)“, финансируемого польским Национальным центром науки (грант № 2013/11/B/HS2/03116).

обмене информацией (см. Grzenia 2006: 27 ссл.). В социальном аспекте форумы служат инструментом решения ряда функциональных проблем, поиска и приобретения знаний (или источников знаний), межличностной интеграции, релаксации др.

В интернете существует несколько десятков тысяч дискуссионных групп, которые распознаются по соответствующим „темам“. Например, на польском портале wp.pl существует около 7000 интернет-форумов, среди которых наиболее часто встречаются следующие темы: „Бизнес“, „Компьютеры“, „Автомобили“, „Образование“, „Семья и дети“, „Развлечения и культура“, „Здоровье“, „Спорт“ и др. В русской интернет-среде форумы представлены более скромно. Если, например, польский портал onet.pl имеет отдельное приложение forum.onet.pl, что позволяет быстро получить доступ к списку дискуссионных групп, выбрать соответствующую тему, заполнить форму на сайте, просмотреть список постов и т.д., то в случае крупнейшего российского портала gambler.ru такой возможности нет: среди продуктов данного медийного портала форумы или дискуссионные группы не значатся (см. Все продукты-www).

С точки зрения стилистики веб-форумы родственны другим интернет-дискурсам, а записи на форумах (посты) подчинены общим правилам, по которым создаются электронные тексты (существует понятие компьютерно опосредованной коммуникации, ср. англ. 'computer-mediated communication', бытует также в сокращении СМС). Одной из важнейших их характеристик является, как пишет Я. Гжениа (Grzenia 2006: 75), независимость от материала, т.е. легкость и свобода, с которой такие тексты создаются, передаются, сохраняются/архивируются и редактируются. Негативным последствием этого является заметный языковой инфантилизм авторов электронных текстов – пренебрежение формальной стороной сообщения (Loewe 2012: 274; Тошович 2012: 486). С этой точки зрения (письменные) тексты веб-форумов несут на себе черты (устного) разговорного стиля. Подобно тому, как в устной, естественной коммуникации у говорящего всё, так сказать, под руками: доступные языковые средства, „говорящее“ коммуникативное окружение, возможность повторения, модифицирования, аннулирования своих реплик, в среде интернет-коммуникации речевой субъект сполна пользуется благами компьютерных технологий. Это, так сказать, притупляет внимание, ослабляет контроль пишущего: „Пусть за меня Пушкин (т. е. компьютер) думает!“

Вместе с тем отождествлять стиль записей на веб-форумах с разговорным стилем нельзя – электронные тексты этого типа, в сущности, являются гибридными (о гибридном характере языкового поведения в неофициальном интернете пишет, в частности, Б. Тошович, см.: 2012: 485). Кроме элементов разговорности, они обнаруживают в себе черты письменных информационных жанров: справочной, учебной, научно-популярной литературы, а также журналистики. Поэтому исследователи считают, что письменная конверсация в интернете специфическая – ско-

рее, в этом случае мы имеем дело с особым электронным (по своей природе – гибридным) стилем. Ср. такие определения, как „Duktus der elektronischer Schriftlichkeit“ и „Schriftlichkeitskultur“ в работе: Thimm 2000: 11.

То, что веб-форумы, преимущественно, реализуют потребность субъектов в обмене информацией, часто – специальной, профессиональной информацией (Grzenia 2006: 97; Kuhlen 1998: 38; Rittenberger/Zimmermann 2001: 258), определяет их специфику, например, на фоне чатов (см. Łuc 2008: 276). Чаты в большей степени отражают атмосферу свободного времяпровождения, чем объясняется неcodифицированный характер многих записей, например, пренебрежение синтаксическими правилами, что по мнению Б. Бремера (Brehmer 2006: 337), сближает тексты чатов с разговорной речью. Дискуссионные группы концентрируются на более важной проблематике, которая нередко требует от партнеров соответствующего уровня компетентности (некоторые дискуссионные группы объединяют людей по общей профессии, например, музыкантов). Поэтому, хотя в записях участников дискуссионных групп встречаются языковые погрешности (прежде всего орфографические и пунктуационные ошибки), синтаксическая сторона этих записей в целом не вызывает особых нареканий. Так, в частности, оценивает синтаксическую организацию постов А. Нарушевич-Духлинская (Naruszewicz-Duchlińska 2011: 102). Польская исследовательница отмечает следующие важнейшие особенности синтаксиса интернет-записей: 1) большое число вводных и вставных конструкций; 2) обратный порядок слов (подчиненный прагматической функции текста – эмфатическому выделению определенных единиц); 3) значительное число компрессированных конструкций, в частности, эллипсиса; 4) преимущественная паратактическая организация сложных предложений; 5) экспансия прямой речи.

У Л. Ю. Иванова (2000/2015–www) можно прочитать, что „характерной чертой синтаксиса языка ГС (глобальной сети. – А. К.) является тенденция к аграмматизму, т.е. отклонению от синтаксических и пунктуационных норм литературного языка“. При этом исследователь обращает внимание на то, что синтаксис веб-записей обусловлен тем, что их объем ограничен программными средствами: например, одна реплика не может превышать тысячу знаков. Иванов, однако, пишет, что аграмматизм записей на интернет-форумах „носит скорее не конвенциональный, как в телеграфном стиле, а окказиональный [...] характер“, поэтому случаи радикальной компрессии предложения (например, опущение предлогов) здесь почти не встречаются. Из наблюдений Иванова вытекает вывод:

[...] Степень отклонения от норм литературного языка определенным образом связана с темой дискуссии. Чем дискуссия тематически ближе к специально-техническим сторонам интернета или к сфере исключительно молодежных интересов, [...] тем более ненормативно – вплоть до разительного пренебрежения правилами грамматики и пунктуации – употребляются языковые средства. Например, при сопоставлении дискуссии о политике и о со-

временной музыке на сайте gambler.ru выясняется, что „политологи“ стремятся придерживаться норм литературного языка, в то время как „музыковеды“ скорее пренебрегают ими (там же).

Предварительное ознакомление с текстами веб-форумов показывает, что нарушение литературной нормы не является в этом случае массовым или обязательным. В качестве примера приведу несколько начальных записей на русском форуме, темой которого является общественный транспорт (<http://www.forumy.ru/showthread.php?t=459>). Тема эта не специальная, поэтому участвовать в дискуссии могут разные пользователи интернета, независимо от возраста, образования, профессии и т. д. Примеры (орфография и пунктуация оригинальная):

Скажите, а что ВЫ думаете о общественном транспорте?

А что о нем думать? В нашем „колхозе“ только маршрутки и есть, да и то я ими редко пользуюсь, так как „колхоз“ не такой уж большой. Так что использую другой вид общественного транспорта редко, при выезде в другой город. И вообще суть вопроса непонятна.

Ничего не думаю, езжу только в маршрутках, чисто, удобно, быстро. Меня устраивает.

Почти не пользуюсь, так как работаю дома. Иногда приходится и в часы пик это кошмар. Народ бешенный, злой. Просто счастлива, что мне не надо ездить куда-то каждый день.

К приведенному выше тексту (это – ряд реплик участников дискуссионной группы) с синтаксической точки зрения практически „нельзя придраться“: конструкции грамматически правильные, полные, они сочетают в себе подчинительную и сочинительную связь. Синтаксическая компрессия и, в частности, эллипсис, выступает редко, практически не встречается и парентеза. Такого рода предварительные наблюдения дали толчок к исследованию русских и польских интернет-форумов с синтаксической точки зрения².

Польские веб-посты были проанализированы и описаны в моей статье: Kiklewicz 2014a. В настоящей статье предметом исследования будут, главным образом, тексты русских дискуссионных групп. Материал, собранный по двум языкам, будет при необходимости сопоставляться. В частности, это будет касаться тех параметров изучаемых лингвистических объектов, по которым в польском и русском материале наблюдаются более или менее заметные расхождения.

2. Стиль записей на веб-форумах в свете экспликативного синтаксиса

Предметом данного исследования является грамматическая реализация базовых семантических структур, лежащих в основе простых и слож-

² Важным отправным пунктом для меня является и мнение Б. Тошовича (2012: 487), что, несмотря на свою инновационность и девиантность, тексты неофициального интернета в целом подчиняются грамматическим нормам языка. Тошович считает, что можно говорить о эволюционном, а не о революционном характере языковой коммуникации в интернете.

ных предложений современного русского языка (в сопоставлении с польским). Предлагаемый для рассмотрения анализ имеет, однако, две особенности. Во-первых, я ограничусь конструкциями с ментальными глаголами. Такой выбор объясняется не только исходной прагматической предпосылкой, что „нельзя объять необъятное“, но и тем обстоятельством, что коммуникация в дискуссионных интернет-группах в значительной степени сосредоточена на информационном обмене, а именно – на обмене знаниями и суждениями. Это значит, что когнитивная составляющая содержания данных текстов занимает особое место в их структуре.

Во-вторых, применяемая для анализа синтаксическая модель имеет специфический характер. Это – модель экспликативного синтаксиса, основы которой были разработаны С. Кароляком (Karolak 1984; 2002), хотя данный автор не употреблял термина „экпликативный синтаксис“. Данный термин был введен в серии публикаций, связанных с реализацией проекта сопоставительного исследования синтаксиса болгарского, польского и русского языков (с 2014 г. проект реализуется при поддержке польского научного фонда „Narodowe Centrum Nauki“, грант № 2013/11/B/HS2/03116), см.: Kiklewicz/Korytkowska 2010; 2012; 2013a; 2013b; Kiklewicz 2014b. Экпликативный синтаксис представляет собой модель интегративного описания языка, а именно – сочетающего в себе формально-грамматический и пропозиционально-семантический аспекты. Грамматическая структура предложения, описываемая в терминах грамматических категорий (на уровне экспликативных схем) и грамматических значений (на уровне структурных схем), рассматривается как репрезентация базовой пропозиционально-семантической структуры, отражающей структуру описываемой референциальной ситуации (с точки зрения ее ментального представления говорящим). Поэтому, с одной стороны, функционально-семантические категории (так называемые глубинные падежи) в экспликативном синтаксисе получают опору в виде грамматических категорий, а формальный аспект синтаксических единиц упорядочивается в соответствии с характером репрезентации пропозиционального содержания. С другой стороны, экспликативный синтаксис показывает, в какой степени формальный аспект синтаксических конструкций подчинен их семантическому аспекту, т.е. формальное описание получает семантическую интерпретацию. Корпусное исследование языкового материала в свете данной лингвистической методологии позволяет сделать еще один шаг – определить функциональную мощностъ тех или иных формально-грамматических репрезентаций, что может пролить свет на проблему дифференциации функциональных стилей в синтаксическом аспекте.

2.1. Анализ пропозиционально-семантических структур

Материал для исследования (500 простых и сложных предложений с ментальным глаголом в позиции ядерного предиката) был получен из портала (<http://www.forumy.ru>), репрезентирующего несколько дискуссионных групп, ср. некоторые темы: „Трудовая деятельность“, „Учеба и образование“, „Семья“, „Социальная жизнь“, „Музыка“, „Кино“, „Духовное развитие“ и др. На первом этапе предложения были проанализированы с точки зрения базовых пропозиционально-семантических структур. В соответствии с методологией экспликативного синтаксиса эти структуры записываются в терминах логики предикатов (математической логики), при этом P , Q , R – символы пропозициональных предикатов, тогда как x , y , z , a , p – символы предметных и пропозициональных аргументов (т.е. названий участников референциальной ситуации).

Предложения с ментальными предикатами реализуют несколько пропозициональных структур – двух- и трехаргументных. Ситуация ментального состояния и ментального действия такова, что позицию фигуры, т.е. активно действующего, доминирующего элемента занимает рефлектирующий субъект. Объекту рефлексии (это всегда – некоторое положение дел) обычно приписывается позиция второго плана. Хотя имеются и такие ситуации, когда рефлективная деятельность субъекта заключается в операции с участием двух объектов – например, это касается операции сравнения. Возможны и такие ситуации, когда некоторое положение дел каузирует ситуацию ментального действия/состояния. Набор такого рода конфигураций, как видим, невелик:

1. $P(x, q)$ – наиболее стандартная семантическая структура, которая представляет ситуацию с рефлектирующим субъектом x и объектом рефлексии q
2. $P(p, y)$ – ситуация с обратным порядком отношений, т.е. когда положение дел p обуславливает ментальное состояние субъекта
3. $P(x, q, r)$ – объектом рефлективной деятельности субъекта является операция, прилагаемая к двум положениям дел (q, r)
4. $P(x, y, r)$ – ситуация, в которой соединены элементы ментальной и коммуникативной деятельности: отношения между субъектами x и y влияют на ментальные действия/состояния одного из субъектов (типичный пример – ситуация обучения)
5. $P(p, y, r)$ – ситуация, в которой некоторое положение дел (p) каузирует ментальную деятельность субъекта, направленное на другое положение дел (r)

Все перечисленные семантические типы с системной точки зрения равноправны, однако, в речевой деятельности, как известно, действует прагматический принцип приоритета (см. Бергельсон/Кибрик 1981) – он и

обуславливает функциональную асимметрию (или диспропорцию) в области реализации пропозиционально-семантических (а также, как мы убедимся далее, и формально-грамматических) структур (см. Kiklewicz 2014a: 303). Это отражает нижеследующая таблица.

Тип пропозициональной структуры	Русский язык		Польский язык	
	Общее кол-во	%	Общее кол-во	%
P (x, q)	476	95,2	496	99,2
P (p, y)	1	0,2	0	0
P (x, q, r)	12	2,4	3	0,6
P (x, y, r)	11	2,2	0	0
P (p, y, r)	0	0	1	0,2
Всего	500	100	500	100

Табл. 1. Количественные данные
о реализации пропозициональных структур

Данные таблицы свидетельствуют, что и в польском, и в русском материале наблюдается значительное превосходство одной пропозициональной структуры: $P(x, q)$. В польском корпусе данный тип охватывает практически все конструкции (его общая частотность составляет 99,2%). В русском корпусе альтернативные формы семантического профилирования ситуации ментального действия/состояния более заметны, однако общая частотность доминирующей структуры – 95,2% – говорит сама за себя. Сказанное означает, что ситуация ментального действия/состояния со структурой $P(x, q)$ наиболее соответствует естественному положению дел и отражает наиболее регулярно воспроизводимый тип рефлексивной активности человека. В его основе лежат такие действия/состояния, как знание, мнение, понимание, суждение, запоминание, убеждение, мышление и др. Приведу несколько примеров:

подумал, что вода ведь у нас и правда очень грязная.

Все-таки я считаю, что все произошло именно так, как должно было произойти!

Я уже давно поняла, что учиться Вам просто никогда не нравилось.

вы знаете, о ком я сейчас говорю!

надеюсь, что здесь все будет иначе

Помню в детстве очень часто выходили на улицу, якобы на инопланетян посмотреть

Каждая пропозициональная структура базируется на лексическом значении глагольного предиката. Поэтому одним из аспектов анализа является определение списка лексических единиц, реализующих эту синтаксическую функцию. Ниже приводятся данные о количестве глагольных лексем, представляющих каждый из выделенных пропозициональных типов.

Тип пропозициональной структуры	Количество глаголов	
	Русский язык	Польский язык
P (x, q)	83	76
P (p, y)	1	0
P (x, q, r)	5	2
P (x, y, r)	2	0
P (p, y, r)	0	1
Всего	91	79

Табл. 2. Количество глагольных лексем в позиции ядерного предиката³

Из таблицы следует, что в русском материале наблюдается несколько большее разнообразие лексических единиц, однако что касается наиболее частотных лексем, оба языка в целом сопоставимы: из общего массива выделяется группа глаголов, которые охватывают большинство конструкций. Так, в русском корпусе в эту группу входят десять глаголов: 71 – *понимать/понять*; 61 – *думать/подумать*; 60 – *знать/узнать*; 24 – *верить/поверить*; *считать/посчитать*; 18 – *видеть/увидеть*; 13 – *помнить*; 10 – *забывать/забыть*; 9 – *замечать/заметить*; *мыслить*. В польском материале к числу десяти наиболее частотных лексем относятся: 88 – *wiedzieć*; 84 – *myśleć/pomyśleć*; 36 – *rozumieć/zrozumieć*; 35 – *widzieć*; 34 – *wierzyć/uwierzyć*; 30 – *uważać*; 22 – *sądzić*; 18 – *pamiętać/zapamiętać*; 15 – *zastanawiać się*; 13 – *znać*.

Русский язык		Польский язык	
Глагол	Количество употреблений	Глагол	Количество употреблений
(1) понимать/понять	71	(3) rozumieć/zrozumieć	36
(2) думать/подумать	61	(2) myśleć/pomyśleć	84
		(9) zastanawiać się	15
(3) знать/узнать	60	(1) wiedzieć	88
		(10) znać	13
(4) верить/поверить	24	(5) wierzyć/uwierzyć	34
(5) считать/посчитать	24	(6) uważać	30
		(7) sądzić	22
(6) видеть/увидеть	18	(4) widzieć	35
(7) помнить	13	(8) pamiętać/zapamiętać	18
(8) забывать/забыть	10	zapominać/zapomnieć	4
(9) замечать/заметить	9	zauważyć	11
		zwracać uwagę	1
(10) мыслить	9	(2) myśleć/pomyśleć	84

Табл. 3. Соответствие наиболее частотных польских и русских глаголов

В обоих языках „лидерами“ являются три глагола, хотя их очередность в списке (с точки зрения частотности) обратная: в русском языке

³ Общее число словоупотреблений в каждом языке одинаково – 500.

это глаголы *понимать/понять*, *думать/подумать* и *знать/узнать*, а в польском глаголы *wiedzieć*, *myśleć/pomyśleć* и *rozumieć/zrozumieć*. Эти глаголы описывают три, как видим, наиболее востребованные участниками дискуссионных групп, ментальные операции: мышление, знание и понятийную категоризацию.

2.2. Анализ экспликативных схем

Языковая манифестация пропозиционально-семантических структур осуществляется благодаря употреблению лексических и грамматических форм. Предложенные Кароляком экспликативные схемы представляют общий, категориально-грамматический каркас предложения, который на следующих этапах синтаксической деривации конкретизируется посредством грамматической актуализации соответствующих синтаксем, т.е. реализации их грамматических значений (в первую очередь речь идет о значениях категории падежа). Экспликативные схемы записываются в терминах грамматических классов слов, таких, как *V*, *N*, *ProN*, *NV*, *VI*, *Adv*, *ProAdv*, *Adj* и др. (символы подробно представлены в работе: Kiklewicz/Korytkowska 2010: 23 ссл.). Для каждого типа пропозиционально-семантической структуры определено множество реализующих его (в рамках корпуса) экспликативных схем. Определена также их частотность.

Прежде всего внимания заслуживают формы манифестации наиболее репрезентативной семантической структуры – *P* (*x*, *q*). Здесь выделяются два типа конструкций, связанных с понятием диатезы. Как известно, диатеза означает „соответствие между ролями глагольной лексемы (субъектом, объектом, адресатом и т.п.) и выражающими их членами предложения“ (Храковский 1990: 135). В конструкциях с прямой диатезой субъект ментального действия/состояния занимает позицию подлежащего, а объект – позицию дополнения. В конструкциях с производной (аффективной) диатезой – обратный порядок репрезентации семантических ролей.

*Мне тоже кажется, что родители были больше заняты собой, чем детьми.
Видятся даже разные ветки темы.
Но зато мне запомнился такой момент.*

Поскольку аффективная диатеза отражает как бы „перевернутый“ порядок вещей, ничего удивительного, что доля конструкций этого типа незначительная.

Диатеза	Р (х, q)			
	Русский язык		Польский язык	
	Кол-во предложений	%	Кол-во предложений	%
Прямая	439	87,8	494	98,8
Производная	37	7,4	2	0,4

Табл. 4. Количественное соответствие конструкций с прямой и производной диатезой

Наблюдается незначительное различие конструкций с производной диатезой в польском (0,4%) и русском (7,4%) языках.

В конструкциях с прямой диатезой реализуется более десятка экспликативных схем. Их количественное распределение в русском материале представлено в следующей таблице.

P (x, q) – прямая диатеза			
Экспликативный тип	Общее кол-во	%	Иллюстрации
V N _x , V _q ...	199	45,3	
с союзом	162	36,9	<i>Они понимают, что вы такой же человек, как и они.</i>
без союза	37	8,4	<i>Вот я думаю это правильно!</i>
V N _x , NV _{xq} V _{Pq}	1	0,2	<i>Смысл своей жизни он видел в том, чтобы помогать другим.</i>
V N _x , NV _q ...	155	35,3	<i>Начальство про такие мелочи забывает.</i>
в том числе V N _x , ProNV _q	58	13,2	<i>Вряд ли согласишься во все это!</i>
V N _x , ProAdv _q	7	1,6	<i>Здесь вы ошибаетесь.</i>
V N _x , Adj _q	1	0,2	<i>Если все время искать во всем только плохое.</i>
V N _x , VI _q ...	6	1,4	<i>И не забываем употреблять молочные продукты.</i>
V N _x , NV _{xq} , NV _{Pq} Ø _q	5	1,2	<i>Я под сектой понимаю идеологическое течение.</i>
V N _x , ProNV _{xq} , Adj _{Pq} Ø _q	2	0,5	<i>Циничным я это не считаю.</i>
V N _x , Adj _{Pq} ProNV _{xq} Ø _q	1	0,2	<i>Вы видите в этом плохое.</i>
V N _x , ProNV _{Pq} NV _{xq} Ø _q	1	0,2	<i>Что народ думает по этому поводу?</i>
V N _x , NV _{Pq} , N _{xq} Ø _q	1	0,2	<i>Я чего-то не понимаю в этом.</i>
V N _x , ProNV _{Pq} , N _{aq} Ø _q	1	0,2	<i>Кто что-то знает о легендарном фильтре Петрика?</i>
V N _x , N _{xq} Ø _q	21	4,8	<i>Она нас понимала.</i>
V N _x , N _{xq} , N _{Pq} Ø _q	3	0,7	<i>Я считаю его лучшим исполнителем из этой области.</i>
V N _x , N _{xq} , N _{yq} Ø _q	1	0,2	<i>Мне трудно представить себе на праздничном столе гречневую кашу.</i>
V N _x , Ø _q	34	7,8	<i>Я ошибался...</i>
Всего	439	100	

Табл. 5. Экспликативные схемы предложений с прямой диатезой

Как видим, пропозициональная структура P (x, q) реализуется в конструкциях простых и сложных предложений 18 типов. Это свидетельствует об изобретательности языковых субъектов, их стремлении соотнести форму синтаксической конструкции не только с базовой пропозициональной структурой, но и с лексическим составом предложения, а также с коммуникативным заданием.

При этом, как и в других аспектах, наблюдается действие „принципа приоритета“: большинство конструкций реализуют одну экспликативную схему – $V N_x, V_{q...}$, которая предусматривает выражение объекта ментального действия/состояния в форме придаточного изъяснительного предложения. Конструкции данного типа реализуют базовую семантическую структуру наиболее полным, изосемичным образом.

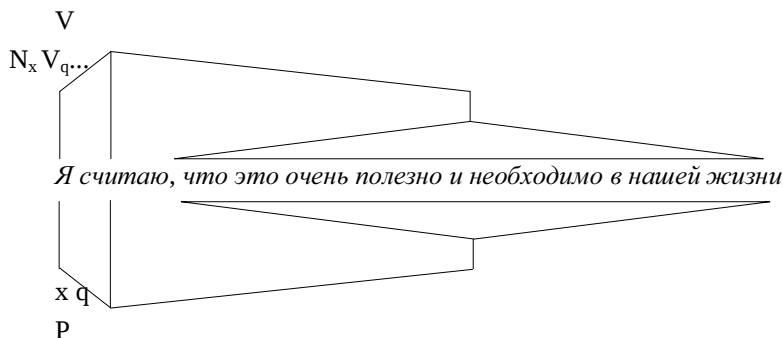


Схема 1. Изосемический тип реализации пропозициональной структуры

Таким образом, можно констатировать, что синтаксис веб-форумов ориентирован на наиболее аналоговые формы, причем это касается русского и польского языков. В русском языке экспликативная схема $V N_x, V_{q...}$ охватывает 199 (45,3%) предложений, в польском – 252 (50,4%) предложения. Можно утверждать о большей активности данного формального типа в польском языке. В целом же стилистическая особенность записей на веб-форумах состоит в своего рода (если воспользоваться термином Р. Барта) „нулевой степени письма“, т.е. наиболее нейтральном, естественном способе организации предложения (в соответствии с пропозициональной структурой мысли), стремлении к употреблению наиболее прототипических форм материализации языкового содержания. Наверняка каждый участник дискуссионной группы заинтересован в том, чтобы его „голос“ вносил нечто новое, оригинальное в информационный обмен, однако для этого, преимущественно, выбираются обычные, стандартные формы выражения смысла.

Конструкций с производной диатезой в материале не много, но и здесь можно констатировать действия „принципа приоритета“.

Р (х, q) – производная диатеза			
Экспликативный тип	Общее кол-во	%	Иллюстрации
$V V_{q...} N_x (\emptyset_x)$	24	64,9	
с союзом	11	29,8	<i>А мне кажется, что властям во многих случаях и дела нет.</i>
без союза	13	35,1	<i>Мне кажется, обычная предновогодняя суета.</i>
$V NV_{q...} N_x (\emptyset_x)$	8	21,6	<i>Вспоминается высказывание</i>

			<i>В. Розанова.</i>
в том числе $V \text{ ProNV}_q N_x (\emptyset_x)$	3	8,1	<i>Это не запомнилось.</i>
$V \text{ NV}_{xq} \text{ Adj}_{pq} \emptyset_q N_x (\emptyset_x)$	1	2,7	<i>Такое отношение мне кажется несколько циничным.</i>
$V \text{ ProNV}_{xq} \text{ Adj}_{pq} \emptyset_q N_x (\emptyset_x)$	1	2,7	<i>Это кажется [мне] просто невозможным.</i>
$V \text{ ProNV}_{xq} \text{ Adv}_{pq} \emptyset_q N_x$	1	2,7	<i>Мне не все так однозначно видится.</i>
$V N_{aq} \emptyset_q N_x$	1	2,7	<i>А в тёплых краях думается о женщинах.</i>
$V \emptyset_q N_x$	1	2,7	<i>Посмотрел тему и подумалось.</i>
Всего	37	100	

Табл. 6. Экспликативные схемы предложений с производной диатезой

Пропозициональный тип $P(p, y)$ представлен только одним предложением, которое реализует экспликативную схему $V \text{ ProNV}_p N_y$: *Только мало кого это вразумило.*

Несколько чаще употребляются конструкции с трехместными предикатами *ассоциировать*, *путать*, *расценивать*, *согласовать*, *сравнивать* – в русском корпусе имеется 11 единиц этого типа. Любопытно, что, как следует из таблицы 7, конструкции с обратной диатезой не уступают по количеству конструкциям с прямой диатезой, а что касается разнообразия экспликативных схем – даже превосходят их.

Прямая диатеза		Обратная диатеза	
Экспликативный тип	Общее кол-во		Общее кол-во
$V N_x, V_q \dots V_r \dots$	1	$V \text{ ProNV}_{xq} \text{ NV}_r N_x$	1
$V N_x, \text{NV}_{q\dots} \text{NV}_{r\dots}$	2	$V N_{xq} \emptyset_q \text{NV}_r N_x$	1
$V N_x, N_{xr} N_{xq} \emptyset_{r\dots}$	1	$V N_{xq} \emptyset_q \text{ProNV}_r N_x$	1
$V N_x, \emptyset_q \emptyset_r$	1	$V \text{ ProNV}_q \text{NV}_r N_x$	1
		$V N_{xq} \emptyset_q N_{xr} \emptyset_r N_x$	2
		$V \text{NV}_q N_{xr} \emptyset_r N_x$	1
Всего	5	Всего	7

Табл. 7. Экспликативные схемы предложений с базовой семантической структурой $P(x, q, r)$

Наиболее часто встречаются предложения этого типа с глаголом в возвратной форме *ассоциироваться*:

Лично у меня [это] с интим-услугами ассоциировалось.

А у меня „друг на час“ ассоциируется с nonsensом.

Это больше всего ассоциируется с уголовщиной.

Шансон у меня ассоциируется с кабацкими песнями.

По количеству употреблений с предыдущим пропозициональным типом сопоставим и другой тип с трехместными предикатами – $P(x, y, r)$.

Предикаты этого разряда (*учить, научить, поучить, убеждать*) обычно обозначают передачу информации и каузирование соответствующих ментальных состояний адресата.

Экспликативный тип	Общее кол-во
V N _x , N _y , V _r ...	1
V N _x , Ø _y , NV _r ...	2
V N _x , Ø _y , VI _r ...	3
V N _x , N _y , VI _r ...	2
V N _x , N _y , ProNV _r ...	1
V N _x , N _y , Ø _r	1
V N _x , Ø _y , Ø _r	1
Всего	11

Табл. 8. Экспликативные схемы предложений с базовой семантической структурой $P(x, y, r)$

Поскольку количество этих конструкций незначительно, я ограничусь только приведенными ниже примерами:

Кто научил людей, что Карма есть наказание Высших сил?

Они меня научат зарабатывать деньги.

Профессор хотел нас поучить.

А разве я кого-то в чём-то убеждаю?

Следует заметить, что в польском материале предложения этого не были отмечены, что, возможно, объясняется недостаточно репрезентативным характером выборки. С другой стороны, в какой-то степени эти данные отражают общие частотные характеристики глаголов данного типа. Так, русские глаголы *учить* и *учиться* обладают общей частотностью 117 и 222, занимая в частотном списке, соответственно, 1154-е и 587-е места. Заметим, что глагол, представляющий пропозициональный тип $P(x, q)$, по фреквентности значительно превосходит глагол, представляющий пропозициональный тип $P(x, y, r)$. Подобная ситуация наблюдается и в польском языке; ср. частотные характеристики глаголов *uczyć* – 28 (2241-я позиция в списке) и *uczyć się* – 44 (1430-я позиция). Знаменательно, что польские лексемы характеризуются более низкими частотными показателями, чем их русские соответствия. Значит, полученные в результате нашего анализа количественные данные не случайны.

Заключение

Электронные тексты не однородны. Среди них мы найдем блоги, микроблоги, чаты, форумы, комментарии, интернет-бюллетени, электронные формуляры, каталоги, электронные письма и др. (обзор жанров компьютерно опосредованной коммуникации, в частности, см.: Chytzyński 2012: 109ссл.). Все они имеют свою функциональную и формальную специфику. Коммуникация на интернет-форумах, с одной стороны, характеризуется той степенью естественности, непринужденности, которая возможна благодаря использованию современных компьютерных технологий; в этом аспекте интернет-форумы реализуют элементы разговорного стиля. С другой стороны, дискуссионные группы, преимущественно, функционируют в условиях информационного обмена, а именно – при постановке акцента на получение и передачу знаний или суждений. Эта функция, в принципе, не характерна для разговорной речи. Как пишут А. Авдеев и Г. Хабрайская (Awdiejew/Habraisjska 2006: 191), разговорные дискурсы ориентированы на координацию совместных действий и выражение эмоций. Именно поэтому записи на интернет-форумах обладают свойствами письменных текстов, прежде всего – в сфере журналистики. Об этом свидетельствует и следующее наблюдение. В работе: Kiklewicz 2014a: 301, я приводил количественные данные о формах выражения пропозиционального аргумента в разных стилях (речь идет о выражении пропозиционального аргумента в форме придаточного предложения – V, в форме абстрактного существительного – NV или в форме инфинитива – VI). Здесь я повторно приведу эти данные, однако с учетом информации, полученной при анализе русского языкового материала.

Стиль		Форма реализации пропозиционального аргумента (данные в %)		
		V	NV	VI
художественный		80,3	11,9	7,8
журналистский		62,6	28,4	9
научный		48,4	45,8	5,7
официально-деловой		25,1	67,7	7,1
тексты интернет-форумов	польские	62,1	36,7	1,2
	русские	65,9	32,1	2,0

Табл. 9. Реализация пропозиционального аргумента в разных функциональных стилях

Как видим, количественные данные говорят в пользу сходства между стилем текстов интернет-форумов и стилем журналистики (а кроме того – в пользу принципиального сходства польского и русского материала). Это формальное, структурное подобие, как уже было сказано, является следствием общей (доминирующей) функциональной установки на обмен семантической информацией.

Литература

- Бергельсон/Кибрик 1981: Бергельсон, Мира Б.; Кибрик, Александр Е. Прагматический „принцип приоритета“ и его отражение в грамматике языка. In: *ИАН ОЛЯ*. Москва. 40/4. С. 343–355.
- Все продукты-www: <http://www.rambler.ru/all>. Состояние: 20 III 2015.
- Засорина 1977: Засорина, Лидия Н. (ред.). *Частотный словарь русского языка*. Москва.
- Иванов 2000/2015-www: Иванов Леонид Ю. *Язык интернета: заметки лингвиста*. Москва. WWW: <http://www.faq-www.ru/lingv.htm>. Состояние: 23 III 2015.
- Тошович 2012: Тошович, Бранко. Интернет-стилистика. In: Арутюнова, Нина Д. (ред.). *Логический анализ языка. Адресация дискурса*. Москва. С. 482–495.
- Храковский 1990: Храковский, Виктор С. Диатеза. In: Ярцева, Виктория Н. (ред.). *Лингвистический энциклопедический словарь*. Москва. С. 135.
- Awdiejew/Habrajka 2006: Awdiejew, Aleksy; Habrajka, Grażyna. *Wprowadzenie do gramatyki komunikacyjnej. Tom. 2*. Łask.
- Brehmer 2006: Brehmer, Bernhard. Jak Polacy czatują? Kilka uwag o komunikacji na polskim czacie. In: Naruszewicz-Duchlińska, Alina / Rutkowski, Mariusz (red.). *Nowe zjawiska w języku, tekście i komunikacji*. Olsztyn. S. 333–343.
- Castells 2010: Castells, Manuel. Communication power: mass communication, mass self-communication, and power relationship in the network society. In: Curran, James (ed.). *Media and society*. London. P. 3–17.
- Chyrzyński 2012: Chyrzyński, Tomasz. *Język w Internecie. Formalne, semantyczne i funkcjonalno-pragmatyczne właściwości języka angielskiego i polskiego w komunikacji internetowej*. Olsztyn.
- Grzenia 2006: Grzenia, Jan. *Komunikacja językowa w Internecie*. Warszawa.
- Karolak 1984: Karolak, Stanisław (1984), Składnia wyrażen predykatywnych. In: Topolińska, Zuzanna (red.), *Gramatyka współczesnego języka polskiego. Składnia*. Warszawa. S. 11–212.
- Karolak 2002: Karolak, Stanisław. *Podstawowe struktury składniowe języka polskiego*. Warszawa.
- Kiklewicz 2014a: Kiklewicz, Aleksander. Nowa gatunki – nowa składnia? Realizacja podstawowych struktur zdaniowych w tekstach forów internetowych (na przykładzie zdań z verba cogitandi). In: Scheller-Boltz, Dennis (Hrsg.). *Die polnische Sprache – 25 Jahre nach der Wende*. Hildesheim – Zürich – New York. S. 285–310.
- Kiklewicz 2014b: Kiklewicz, Aleksander. Znaczenie leksykalne rzeczownika a jego funkcja w strukturze semantycznej zdania. In: *Poradnik Językowy*. Warszawa. 6. S. 64–79.
- Kiklewicz/Korytkowska 2010: Kiklewicz, Aleksander; Korytkowska, Małgorzata (red.). *Podstawowe struktury zdaniowe współczesnych języków słowiańskich: białoruski, bułgarski, polski*. Olsztyn.

- Kiklewicz/Korytkowska 2012: Kiklewicz, Aleksander; Korytkowska, Małgorzata. Экспликативный синтаксис как информационная база лексикографического описания глаголов (на материале польского и русского языков). In: *Acta Linguistica Petropolitana*. Санкт-Петербург. VIII/3. С. 279–297.
- Kiklewicz/Korytkowska 2013a: Kiklewicz, Aleksander; Korytkowska, Małgorzata 2013. Modelowanie płaszczyzny syntaktycznej a segmentacja hasła słownikowego (na przykładzie języków słowiańskich). In: *Biuletyn PTJ*. Kraków. 68. S. 49–68.
- Kiklewicz/Korytkowska 2013b: Kiklewicz, Aleksander; Korytkowska, Małgorzata. Моделирование синтаксической структуры как основа сегментации словарной статьи. In: Lubocha-Kruglik, Jolanta; Borek, Małgorzata (red.). *Konfrontacje składniowe. Nowe fakty, nowe idee*. Katowice. S. 159–170.
- Kuhlen 1998: Kuhlen, Ronald. *Die Mondlandung des Internet. Elektronische Kommunikationsforen im Bundestagswahlkampf'98*. Konstanz.
- Kurcz/Lewicki/Sambor et al. 1990: Kurcz, Ida; Lewicki, Andrzej; Sambor, Jadwiga et al. *Słownik frekwencyjny polszczyzny współczesnej. T. 1 i 2*. Kraków.
- Loewe 2012: Loewe, Iwona. Internet i jego zasoby w polskich badaniach lingwistycznych. Rekonesans. In: Małgorzata, Kita; Iwona, Loewe (red.). *Język w mediach. Antologia*. Katowice. S. 269–280.
- Łuc 2008: Łuc, Izabella. Gry komunikacyjnojęzykowe w korespondencji użytkowników internetowego serwisu randkowego. In: Rutkowski, Mariusz; Zawilska, Katarzyna (red.). *Nowe zjawiska w języku, tekście i komunikacji*. Olsztyn. S. 264–284.
- Naruszewicz-Duchlińska 2011: Naruszewicz-Duchlińska, Alina. *Internetowe grupy dyskusyjne. Analiza językowa i charakterystyka gatunku*. Olsztyn.
- Ritterberger/Zimmermann 2001: Ritterberger, Marc; Zimmermann, Frank. Wissenschaftliche und kommunikative Aspekte eines internen Kommunikationsforums in einem Unternehmen der Medienindustrie. In: Handler, Peter (Hrsg.). *E-Text: Strategien und Kompetenzen. Elektronische Kommunikation in Wissenschaft, Bildung und Beruf*. Frankfurt am Main – Berlin – Bern etc. S. 253–275.
- Thimm 2000: Thimm, Caja. Einführung: Soziales im Netz – (Neue) Kommunikationskulturen und gelebte Sozialität. In: Thimm, Caja (Hrsg.). *Soziales im Netz. Sprache, Beziehungen und Kommunikationsstrukturen im Internet*. Opladen. S. 7–17.

Aleksander Kiklewicz (Olsztyn)

Syntactic properties of Russian and Polish Web Forums (on the basis of simple and complex sentences with mental predicates)

The article deals with the language (namely syntactic) characteristics of the Web Forums texts as a form of the computer-mediated communication (CMC). Stylistic properties of these texts are examined with regard to their functional destination, i.e. implemented by the discussion groups purpose to transmit and receive the semantic information (knowledge and opinion). The author shows that the functioning (in the Internet Forums texts) of sentences with the mental predicates is subordinate to the „principle of priority“,

which has an effect on the specific choice/preference of the propositional-semantic structures, the verbal lexemes, the explicative model, and the structural schema.

Aleksander Kiklewicz
Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie
Instytut Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej
ul. Kurta Obizta 1
10-725 Olsztyn
Poland
aleksander.kiklewicz@uwm.edu.pl

Наталья Клушина (Москва)

Интернет-коммуникация и ее эффекты

Интернет-стилистика в России формируется как самостоятельная область стилистики. Для ее развития необходимо решение целого комплекса научных проблем: определение статуса функционального интернет-стиля и интернет-стилей; построение типологии интернет-жанров; анализ отдельных стилистических феноменов, порожденных интернетом; эффекты интернет-коммуникации.

Интернет-технологии прочно вошли не только в профессионально-деловую и научную сферу, но и в наш быт. Б. Тошович справедливо говорит, что интернет так же сегодня незаменим, как холодильник и телефон. Но заметим, что интернет – не только цивилизационный феномен, но и феномен культуры, так как в нем хранятся именно ее продукты.

Интернет-коммуникация как новая форма коммуникации находится под пристальным вниманием лингвистов, социологов, психологов, философов и многих других специалистов. Формируются отдельные направления исследований, среди которых выделяют жанроведческое, дискурсивное, лингвистическое, стилистическое, дидактическое и т.п. И тем не менее ее изучение находится в самом начале пути, в первом приближении к предмету и объекту исследования. Думается, что прежде всего необходимо создать проблемное поле для дискуссий и сформулировать необходимые вопросы.

Мы полагаем, что можно говорить об интернет-стилистике (термин Б. Тошовича) как специфической области современной медиастилистики. Наша Московская школа стилистики, сложившаяся на кафедре стилистики русского языка факультета журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, одним из приоритетных направлений современных стилистических исследований считает именно медиастилистику. Медиастилика – самостоятельный раздел русской стилистики (наряду с такими ее разделами, как функциональная стилистика, стилистика текста, стилистика художественной литературы, идиостилика, стилистика ресурсов, практическая стилистика и др.). Медиастилика изучает феномен медиа с помощью стилистических методов и в рамках русской стилистической традиции, сформированной трудами В. В. Виноградова, А. А. Потебни, Л. В. Щербы, В. Г. Винокура и других выдающихся ученых.

Какие дискуссионные проблемы могут обозначить исследовательское поле интернет-стилистики?

1. В новейших исследованиях интернет-коммуникации стилистический подход реализуется в описаниях „языка интернета“ по языковым уровням (графическому, лексическому, грамматическому) – Интернет-коммуникация как новая-*www*. „Уровневый“ метод описания разработан в функциональной стилистике для дифференциации функциональных стилей современного русского литературного языка. Но существует ли интернет-стиль как особая разновидность функционирования литературного языка? Каковы экстра- и интралингвистические основания для его выделения? „Вписывается“ ли он в систему функциональных стилей? Есть ли у него специфические лингвистические особенности и стилевые черты? На наш взгляд, функционального интернет-стиля нет. Интернет-пространство слишком разнородно, в нем функционируют тексты различных жанров и различных стилей. Объединить их все в единый стиль по какому-либо непротиворечивому основанию (например, по функции, как это было сделано для выделения функциональных стилей литературного языка) невозможно. Ведь именно поэтому до сих пор дискуссионным остается вопрос о принадлежности стиля художественной литературы к системе функциональных стилей. Не поддается „поуровневому“ описанию стиль художественной литературы, так как его границы разомкнуты: автор использует все доступные ему стилистические ресурсы, в том числе и не литературные. Также невозможно „поуровнево“ описать язык интернета. Может быть, подсказка таится в том, что пространство художественной литературы и интернет-пространство – это виртуальные, а не реальные социальные пространства. Виртуальное пространство „удваивает“ нашу реальность, поэтому в интернет-пространстве „клонировуются“ все пять функциональных стилей современного русского литературного языка. И это убедительно показано в монографии Б. Тошовича ИНТЕРНЕТ-СТИЛИСТИКА (М., 2015).

2. Итак, мы отрицаем функциональный интернет-стиль, но мы постулируем особые интернет-стили. Нам следует определиться, *что* входит в предметную область интернет-стилистики. Мы солидарны с мнением Б. Тошовича, что исключительно те лингвистические феномены, которые порождены интернет-средой, могут относиться к интернет-стилистике (Тошович 2014). К примеру, если газета, теле- или радиопрограмма выкладывают свои тексты в Сеть, они лишь добавляют еще один медийный канал для трансляции своей продукции, который никак не меняет стилистику этих медиатекстов и не влияет на стилевые характеристики публицистического функционального стиля. То же можно отметить о литературных произведениях, выложенных в Сеть, они также будут относиться к литературно-художественному стилю, а не составлять область интернет-стилистики. И только тексты, созданные по законам новых медиа или трансформированные под эти законы, можно в полной

мере считать продуктом интернета. Эти тексты структурируются по определенным жанровым моделям, выработанным интернет-коммуникацией: блоги, чаты, комменты, медиарецензии и т.п., а также складываются в специфические текстовые формации (объединенные темой, интенцией, прагматическим эффектом): сайты, форумы, электронная переписка и др. И здесь мы можем говорить об интернет-стилях различных интернет-жанров и типов текстов.

3. Следует выделить и отдельные стилистические феномены, возникшие именно в интернет-пространстве. К ним можно отнести различные „игровые“ субязыки (язык „падонкофф“, „пацанский“ язык и т.п.), создание эмотивного кода (коллекция эмотиконов) для выражения эмоциональной стороны интернет-коммуникации, корректировка текстовых границ и самопроизвольное развитие сюжета за счет „обрастания“ авторского текста комментариями простых пользователей, троллинг как специфическая интернет-стратегия и многие другие. Эти явления требуют не только описания и осмысления их стилистической сущности, но и прогнозирования их возможного воздействия на развитие русской стилистики и русского литературного языка в целом.

4. И, наконец, отдельного стилистического анализа, на наш взгляд, заслуживает выявление и изучение эффектов интернет-коммуникации в целом. Интернет совмещает в себе особенности передающих и накапливающих медиа, т.е. интернет является одним из каналов, по которому транслируется информация (наравне с телевидением, радиовещанием, прессой), и в то же время интернет становится „хранилищем“ этой информации, библиотекой, которая всегда под рукой. Отсюда проистекают как позитивные, так и негативные эффекты интернет-коммуникации. К позитивным эффектам мы относим скорость (быстроту) распространения информации, ее общедоступность для массового адресата, бесцензурность, интерактивность (вовлеченность адресата в интернет-общение), возможность инверсии коммуникативных ролей адресанта и адресата (например, в интернет-комментариях), „обратимость“ информации (т.е. возможность вернуться к ней через какое-либо время) и др. Но отмеченные позитивные эффекты в критическом прочтении предстают как потенциальные угрозы интернет-коммуникации. К ним мы относим избыточность информации и ее девальвацию, т.к. она становится общедоступной и легко добываемой. Акценты смещаются с достоверности, проверенности и качественности (в т.ч. стилистической) на скорость, быстроту, первенство. Эти процессы порождают такие новые феномены интернет-стилистики, как *реайтинг*, *копипастинг*, *репостинг*, что, в свою очередь, заостряют проблему авторства и плагиата в интернет-пространстве.

К отрицательным эффектам следует, на наш взгляд, отнести и потерю ориентиров. Ю. Хабермас пишет: „Интернет способствует всеобщему равенству, что можно лишь приветствовать, однако платой за это

оказывается децентрализация доступа к неотредактированным высказываниям. В таких условиях высказывания интеллектуалов теряют свою способность фокусировать внимание публики“ (Хабермас 2006).

Таким образом, мы можем говорить о формировании в русской стилистике отдельной области интернет-стилистики, которая сегодня только ставит дискуссионные проблемы, решение которых сможет подтолкнуть развитие данного научного направления. Интернет-стилистика представляется важной частью современного российского медиаобразования, т.к. она способна раскрыть стилистические механизмы создания успешной коммуникации в интернет-пространстве современного российского социума.

Литература

- Интернет-коммуникация-www 2014²: Интернет-коммуникация как новая речевая формация: колл. монография. Науч. ред. Т.И. Колокольцева, О.В. Лутовинова. Москва: ФЛИНТА: Наука. 328 с.
- Тошович 2014: Тошович Бранко. Стилистика – антистилистика – контр-стилистика – неостилистика. In: *Стилистика сегодня и завтра: Материалы конференции. Часть 1*. Ред. коллегия Г. Я. Солганик, Н. И. Клушина и др. – Москва: Факультет журналистики МГУ. С. 217–225.
- Тошович 2015: Тошович Бранко. *Интернет-стилистика: монография*. Москва: ФЛИНТА: Наука. 238 с.
- Хабермас 2006: Хабермас Ю. Первым почуять важное. Что отличает интеллектуала. In: *Неприкосновенный запас. №3 (47)* [электронный ресурс]. URL: <http://magazines.russ.ru/...> Состояние 20. 02. 2015.

Natalia I. Klushina (Moscow)

Internet stylistics in Russia. Statement of the problem

Internet stylistics in Russia becomes an independent field of stylistics. In order to develop it it's necessary to solve a complex of scientific problems: to determine the status of functional Internet style and Internet styles; to create a typology of Internet genres; to analyze certain stylistic phenomena caused by the Internet and the effects of Internet communication.

Наталья И. Клушина
Московский государственный университет
Москва
Россия
nklushina@mail.ru

Тетяна Кузнєцова (Одеса)

Аксіологічний потенціал мовного коду в сучасній мас-медійній комунікації (на матеріалі українських видань)

У статті представлено результати аксіологічного дослідження мас-медійних текстів сучасних всеукраїнських видань. З'ясовано особливості вияву негативно-го потенціалу мовних одиниць, визначено сутність „мови ворожнечі“, виявлено наявні в ЗМІ маніпулятивні прийоми та методи, які провокують агресію та ворожнечу. Окрему увагу приділено особливостям вияву аксіологічної моделі „свій – чужий“, визначено специфіку представлення „своїх“ та „чужих“ у сучасному медіатексті.

У процесі комунікації завжди вирізняється значущістю не лише те, що сказано, а те, як сказано. Зрозуміло, покращанню атмосфери спілкування, підняттю настрою сприяють ті мовні засоби, які несуть позитивні смисли, мають позитивно-оцінне забарвлення.

„З гармонією світу, усім гарного світанку!“ – такий вислів авторка цієї розвідки прочитала, тільки-но відкрила меню однієї зі львівських кав'ярень – „Золотого дукату“. Решта сторінок також вирізнялася позитивністю: була насичена цікавими історичними розповідями про кожний кавовий напій, щирими побажання добра. Наприклад, у ній можна було знайти такі рекламні слогани: *„Кава як дверцята в насолоду, кава як запрошення зупинитися і смакувати момент“*. Розповіді про кавовий напій викликають приємні відчуття, настрій, спогади тощо. Порівняйте:

Фрешкава 'Пристрасть' – суміш ретельно підібраних високогірних сортів створює особливий неповторний букет від терпкого вина до ніжної цитрусової квасники, від гірчинки чорного шоколаду до гірчинки чорного хліба, 'Чорний буштин' – рідкісний камінь, який народився в недрах Галичини мільйони років з гарячого подиху землі і сліз давнього пралісу. Спробуйте цю неповторну фрешкаву кольору чорного буштину, терпкістю тернового вина, з присмаком гіркого шоколаду і солоним поцілунком давнього пралісу.

На окремих сторінках можна прочитати уривки віршів типу: *„Сунічні спогади так тихо муркотіли, Леліяли шедеври чистоти так ніжно, делікатно, для душі...“*. Ця книжечка здійснила диво: зникла втома, справді з'явилося почуття радості й гармонії світу.

„Мова доброзичливості“ виявляється чудотворною: вона лікує душі, вселяє надію, надихає на добрі вчинки.

Сучасний інформаційний простір України, на жаль, не вирізняється широким спектром „комунікативних засобів добра“. Сьогодні в

українській мові простежується навіть своєрідний семантичний зсув: слова з позитивною конотацією починають набувати „нульової“, а іноді навіть негативно-іронічної оцінності. Хоанг Ван Тоан, досліджуючи зміст лексем *добрий* і *добро* в сучасному Інтернет-просторі, відзначає в текстах електронних ЗМК явище енантіосемії: лексеми з позитивною конотацією починають використовуватися для передачі негативно забарвлених реалій сучасного життя (Хоан Ван 2008). Ідеться про вживання лексем *добрий*, *гарний* при характеристиці сучасних олігархів, бізнесменів, чиновників, представників влади в іронічному контексті, унаслідок чого вони набувають пейоративного смислу, як-от: *А тільки Лунгін добрий. Із Парижу. Ситий гастролер.*

Поряд із цим для російської та української мов характерна й тенденція вимивання деяких слів із позитивно-оцінним значенням із лексичного складу мови взагалі. Лінгвісти оцінюють різке скорочення слів з коренем *добро* як поняттєву втрату, різку девальвацію в ХХ столітті духовних цінностей. М. Епштейн, досліджуючи долю слів *добро* та *зло* в російській мові, дійшов висновку про поступове зникнення з лексичного складу слів з коренями *добро* і *зло*. За його даними, чотиритомний Словник церковнослов'янської і російської мови, виданий Імператорською Академією Наук у 1847 році, серед 114 719 зафіксованих у ньому лексичних одиниць містив 146 слів із першоосною *добро*, 254 – із першоосною *зло* та 644 – із першоосною *благо* (яке є синонімом до слова *добро*). Сучасний Великий тлумачний словник російської мови серед зафіксованих у ньому 130 тис. слів містить лише 37 лексем з першоосною *добро* та 63 – з основою *зло*- (Епштейн 2007). Особливо приголомшують масштаби скорочення словотвірних гнізд *добро* і *зло* в ХХ столітті, що засвідчують дані словників дореволюційних та післяреволюційних часів. Порівнюючи дані Словника української мови Б. Грінченка та 11-томного Словника української мови (К., 1970–1980), виявляємо зменшення кількості слів з коренем *-добр-* утричі. Сучасний словник не фіксує таких лексем, як *добрина*, що означало „гарна якість“, *добриненький*, *добрість* (доброта), *добридосвіток* (добрий світанок), *доброгласний* (благозвучний), *доброграй* (гарний музикант), *добродбай*, *добродбач*, *добродійство* (благочинність), *добромовний* (красномовний), *добросердо* (благодушно), *добрословно* (миролюбно), *добротливість* (добродушність), *доброхитний* (добровільний), *доброхіть* (добровільно).

Натомість активного вжитку набувають „агресивні“ слова. І хоча вербальна агресія в сучасному світі оцінюється суспільною свідомістю як менш небезпечна, ніж агресія фізична, однак є першим кроком на шляху агресії фізичної. Вона створює агресивне соціальне середовище та агресивний підхід до дійсності, що є неприйнятним з позиції гуманізації суспільства і життя (Михальская 1996: 159).

З іншого боку, саме мова мас-медіа значною мірою формує асоціативне мислення читача. Особливо яскраво це продемонстрували результати

соціологічного дослідження, проведеного у 1975 році під керівництвом Б. Грушина. Експеримент полягав у тому, що читачеві необхідно було із запропонованим словом швидко, не задумуючись, утворити словосполучення. Аналіз отриманих даних показав, що для кожного третього інформанта першою, а інколи навіть єдиною, асоціацією виявилися газетні штампи. Так, слово *хвиля* найчастіше сполучалося зі словом *протест*, утворюючи словосполучення *хвиля протесту* (а не *морська, солоня*), слово *вахта* – *вахта трудова*. Таким чином, мова народу стала похідною від мови газет (Солганик 2003). Особливо загрозливих наслідків такий вплив набуває в умовах агресивної комунікації.

Сьогодні, коли сучасний етап розвитку цивілізації все частіше описується вербальними засобами „катастрофізму“, активно запроваджується так звана „мова ворожнечі“, або, як її називають сучасні мовознавці, словесний екстремізм, дискурс ненависті, мовлення (словесна, мовна, вербальна, комунікативна) агресія, що заповонила сучасні ЗМК.

Активно використовуючи лайливу лексику, жаргонізми та арго, журналісти неусвідомлено привчають читачів до цього прошарку лексики, вводячи останню до нормованих одиниць. Так, невмотивовано використані жаргон та арго в мас-медіа втрачають свою закритість, специфічну компаративну функцію – бути таємними або спеціальними лексичними одиницями. небезпека жаргонізації та арготизації ЗМК полягає в тому, що вони певною мірою впливають на формування картини світу читача. Картина світу, яку відображає арго, виявляється начебто перевернутою: кримінальне арго, у якому багато різко негативних конотацій, відображає мораль декласованого прошарку, його презирство до суспільства, праці, жінки, загальноприйнятих норм поведінки (Бондалетов 1987: 74). Виявляється, що „слова, які ми використовуємо бездумно, як експресивні, виразні засоби, можуть нести в собі ‘заряд’ психології та світогляду кримінального світу“ (Скворцов 1994: 112).

Транслюючи повідомлення з життя „суспільства спектаклю“, журналісти послуговуються різноманітними маніпулятивними методами та прийомами, які провокують агресію та ворожнечу в соціумі. Найчастотнішими серед них можна назвати такі:

1. Метод понадінформування – полягає в перенасиченні інформацією, що викликає в читачів негативну реакцію на певне явище або людину. Особливо активно цей прийом застосовується ЗМК під час передвиборної кампанії, коли надмір інформації (навіть позитивної) про свого опонента викликає в реципієнтів роздратування та злість.

2. Метод психологічного шоку – насичення преси текстами про жорстокість певних груп людей, що породжує в читачів негативне ставлення до них.

3. Заміна понять – полягає у використанні схвальних визначень на позначення несхвальних дій (або навпаки). Метою цього методу є створення схвального ставлення до насилля й тих, хто його здійснює.

4. Створення атмосфери страху, невпевненості в майбутньому – досягається шляхом видання агресивних текстів про певні народи, явища тощо.

5. Вибірковий підбір інформації – використання лише тих фактів, що виявляються вигідними для інформаційно-психологічного впливу.

6. Метод відволікання уваги – подання неважливої інформації в максимально сенсаційній формі.

7. Використання дезінформації – поширення неправдивих повідомлень.

Агресивність сучасного інформаційного простору значною мірою зумовлена й чіткою опозицією, протиставленням „своїх“ та „чужих“, що, як правило, посилює мінуси реального світу.

З етимологічного погляду „свій“ та „чужий“ протиставлені насамперед як „свій народ“ і „чужий народ“, де „свій народ“ – особливий, значущий, а „чужий“ – ворожий, позбавлений сутності, незрозумілий, який відрізняється від „своїх“. Тобто „своє“ завжди „рідне“, „особисте“, „безпечне“, „особливе“, а „чуже“ – „вороже“, „небезпечне“, „хаотичне“, що підтверджують і деякі психолінгвістичні і суто психологічні дослідження (див.: (Чічановський 1995)).

Разом з тим відомо, що розвиток і розширення „свого“ може відбуватися завдяки як створенню нового, так і освоєнню „чужого“. Адже спробувати побачити і зрозуміти себе можна насамперед відносно „чужого“, „іншого“, „не свого“, лише через „дзеркало“ „чужої свідомості“.

Чужа культура тільки в очах іншої культури розкриває себе повніше і глибше (але не у всій повноті, тому що прийдуть й інші культури, які побачать і зрозуміють більше). Один смисл розкриває свої глибини, зустрівшись і зіткнувшись з іншим, чужим смислом: між ними починається начебто діалог, який долає замкнутість і односторонність цих смислів, цих культур (Бахтин 1979: 33).

Іншим аспектом взаємодії з „чужим“, як свідчать культурологи, є бажання познайомитися з його специфікою, засвоїти його особливості, ідентифікуватися з ним, не розгубивши при цьому власних індивідуальних рис. До того ж ставлення до „чужого“ має широкий діапазон: від захоплення і наслідування до критики і несприйняття.

Тобто, „свій“ та „чужий“ можуть вступати у діалог, доповнюючи і пізнаючи один одного, розкриваючи сторони свого буття. Межа, яка існує між „своїм“ та „чужим“, за словами Ю. Лотмана, „з одного боку розділяє, а з іншого – з'єднує“ (Лотман 2000: 262). Вона начебто та „фільтруюча мембрана“ (метафора Ю. Лотмана), яка може трансформувати „чуже“ в „своє“ та „своє“ – в „чуже“.

У текстовому просторі ЗМК наявні образи „своїх“ та „чужих“ найчастіше перебувають в опозиції. Спрацьовує стереотип сприйняття „чужого“ насамперед як ворога, який несе небезпеку, загрозу для „своїх“. „Ворогами“ у сучасних мас-медійних текстах виступають олігархи, влада, представники інших національностей. Говорячи про них, журналісти, на жаль, активно послуговуються грубими некоректними словами та виразами, вульгарною лексикою. Вже не дивина функціонування у текстах таких найменувань,

як *чурки, жиди, чорномазі, кацати, азіатчина: Все дурні-москалі за нас вже зробили* (День. – 2003. – № 139. – 12 серпня); *Зрозуміло, що під стать своїм жидівським господарям і їхні нещасні газетки, які попри величезні кошти, ніяк не можуть стати популярними серед українців* (Персонал плюс. – 2007. – № 25. – 10 липня); *Але почну з сусідів, щоб довести, що пуповину ми досі не розірвали й мало чим відрізняємося від тамтешньої азіатчини* (Персонал плюс. – 2006. – № 49. – 14 грудня); *Насправді чорномазі утримують крупний гральний, готельний бізнес. А заодно розповсюджують наркотики, зброю* (ГАЗЕТА ПО-УКРАЇНСЬКИ. – 2008. – 11 грудня).

Ці й подібні їм одиниці містять багато сучасних журналістських матеріалів, де висловлюються зневажливі зауваження або натяки, здатні принизити героя статті, висловити відверту негативну оцінку з приводу того чи іншого питання, події тощо. Особливо яскраво негативні характеристики отримують представники владних структур, бездіяльність та аморальність яких обурює журналістів, порівняйте:

Про яку „безплатну“ освіту брежуть ці ніколасніківські біг-морди (Персонал плюс. – 2007. – № 32 (235). – 22–28 серпня); *Кандидат із „дєрьма“* (УКРАЇНА МОЛОДА. – 2007. – № 170. – 19 серпня); *Безмозкі чиновники* (УКРАЇНА МОЛОДА. – 1996. – 3 квітня); *Політичні мавпи, шимпанзе української політики, мавпоподібні люди* (УКРАЇНСКА ПРАВДА. – 2009. – 14 грудня).

Досить часто журналісти цитують політичних лідерів, які активно послуговуються лайливою лексикою при характеристиці своїх опонентів. Наприклад:

„Держи його, сука“, – крикнув хтось із ложі уряду (УКРАЇНСКА ПРАВДА. – 2010. – 28 квітня);

Шуфрич хвалиться, що „дав по морді“ каратисту Зінченку (УКРАЇНСКА ПРАВДА. – 2004. – 25 жовтня);

„Не піддавайтесь одурманеній пропаганді Медведчука, Роднянського, Корчинського та інших нечистоті“, – закликає адресатів звернення Кравченко (УКРАЇНСКА ПРАВДА. – 2004. – 30 серпня);

Чесно кажучи, так відверто владу ще, здається, публічно не лаяв ніхто [йдеться про один із виступів Ю. Луценка]. Віктор Янукович отримав характеристику „маразматичний“ разів десять, Василь Цушко обзавівся „колгоспною водокачкою“, Азаров отримав нове прізвище „Данашиліви“, а Анатолію Кінаху двічі був згаданий анекдот про робота (УКРАЇНСКА ПРАВДА. – 2007. – 24 березня).

Для негативного оцінювання депутатів працівники ЗМК вдаються й до явищ мовної гри, що увиразнює їх мовлення й підкреслює ставлення до героїв статті, порівняйте:

...сумлінні „**кнопкодави**“ Верховної Ради (УКРАЇНА МОЛОДА. – 2007. – № 84. – 15 травня); Микола Азаров з сім'єю та групою товаришів **прихватував** гектар земельки на південному березі Криму (УКРАЇНА МОЛОДА. – 2007. – № 73. – 21 квітня).

Вираження негативного ставлення до „чужого“ політичного опонента часто посилюється навмисним використанням русизмів в україномовних текстах, порівняйте:

Луценко зібрав 15 тисяч і закликав „**Фьодоровича**“ „**отвєчать** за базар“ (УКРАЇНСКА ПРАВДА. – 2007. – 22 березня); Та *хоть би оні й повиздыхали **все*** – нам **только** більше **кислороду** **будет!** – *гигикнув невідомий широкому загалу депутат-“регіонал”, що побажав залишитися невідомим навіть для кореспондентки „УМ“* (УКРАЇНА МОЛОДА. – 2007. – № 22. – 26 березня); Влада як „**здрасіє**“ (УКРАЇНСКА ПРАВДА. – 2010. – 24 травня).

Деякі журналісти, говорячи про „чужих“, посилюють так званий особистісний компонент – авторську позицію стосовно „інших“. Це досягається шляхом представлення лише однієї точки зору (передусім суб'єктивних агресивних суджень медійника), відсутністю коментарів, які б сприяли формуванню інформаційної збалансованості матеріалу.

У сучасному медіатексті під впливом соціокультурних змін усе частіше простежується викривлення аксіологічної моделі „свій/чужий“, унаслідок чого „свій“ може набувати негативних ознак, а „чужий“ – позитивних. Це стосується передусім реалій українського та європейського економічного й соціокультурного простору. Проте і в цьому випадку порівняння „своїї“ та „чужої“ території зумовлює появу негативно оцінного ефекту.

Агресивність та ворожнечу ЗМК посилює й так зване мовне насилля, яке А. Сковородников у статті МОВНЕ НАСИЛЛЯ В СУЧАСНІЙ РОСІЙСЬКІЙ ПРЕСІ визначає як „не аргументований зовсім або недостатньо аргументований відкритий чи прихований (латентний) вербальний вплив на адресата, метою якого є зміна його особистісних установок чи його поразка в полеміці“ [13, с. 10]. З-поміж вербалізованих форм насилля дослідники виокремлюють агресивні фантазії, опис жорстоких сцен. Яскравими „репрезентантами“ цього явища є „метафори війни“, які знаходять свій вияв у матеріалах різного тематичного спрямування:

„**Війна** за довкілля“ (ДЕНЬ. – 2009. – № 94. – 5 червня), „**Війна** за теплі батареї“ (ДЕНЬ. – 2009. – № 170. – 24 вересня), „**Пестицидна війна**“ (ДЕНЬ. – 2008. – № 227. – 12 грудня), „**Війни** людей, **боротьба** фільмів“ (УКРАЇНА МОЛОДА. – 2008. – № 32. – 16 лютого), „**По той бік колючого дроту**“ (УКРАЇНА МОЛОДА. – № 80. – 2008. – 26 квітня), „**Підліткова криза: війна** з суспільством чи захист від страху“ (ДЗЕРКАЛО ТИЖНЯ. – 2005. – № 45 (513). – 19–25 листопада), „**Битва** дипломатів на тлі **війни**“ (УКРАЇНА МОЛОДА. – 2008. – № 143. – 12

серпня), „*Наступ на всі фронти: Абітурієнти ‘штурмують’ приймальні комісії вітчизняних вишів*“ (УКРАЇНА МОЛОДА. – 2009. – № 121. – 8–15 липня), „*Психологічна війна*“ (День. – 2001. – № 38. – 27 лютого), „*Рейкова війна*“ (День. – 2009. – № 218. – 2 грудня), „*Поле битви – телевізор*“ (УКРАЇНЬСЬКА ПРАВДА. – 2008. – 23 вересня), „*Обережно: Спецоперація ‘грип’*“ (УКРАЇНЬСЬКА ПРАВДА. – 2009. – 11 листопада), „*У газових війнах переможців не буває*“ (УРЯДОВИЙ КУР’ЄР. – 2009. – 14 січня), „*Пляжна війна триває*“ (УРЯДОВИЙ КУР’ЄР. – 2009. – 2 липня), „*Крвожержлива високобюджетна війна*“ (ДЗЕРКАЛО ТИЖНЯ. – 2010. – № 18 (798). – 15–21 травня), „*Мовні війни*“ (День. – 2005. – № 147. – 18 серпня), „*Пекло вступної кампанії-2010*“ (УКРАЇНЬСЬКА ПРАВДА. – 2010. – 17 серпня), „*Битва за парламентські комітети. Компроміси та незадоволені*“ (УКРАЇНЬСЬКА ПРАВДА. – 2014. – 05 грудня).

Агресивність медіатекстів породжує значна кількість лексичних одиниць, що належать до семантичних полів „смерть“, „кримінал“ (убивати, знищувати, вдарити, пограбувати тощо), які, за даними дослідників, домінують серед усіх оцінних одиниць медійних матеріалів (див., наприклад: (Сковородников 1997)). Як правило, ці лексеми¹ є ключовими словами заголовкового комплексу, порівняйте:

„*І знову смерть на колії*“ (УКРАЇНА МОЛОДА. – 2008. – № 53. – 20 березня), „*Убив через необережність*“, „...*Ви збиралися вмерти у 6.25...*“, „*А може, хтось помер...*“ (УКРАЇНА МОЛОДА. – 2007. – № 34. – 22 лютого), „*‘Регіони’ перед смертю не надишуться*“ (УКРАЇНА МОЛОДА. – 2007. – № 230. – 12 грудня), „*Смертельно слизько*“ (УКРАЇНА МОЛОДА. – 2007. – № 230. – 12 грудня), „*Смерть у бразильських тропіках*“, „*Американці гинуть у Багдаді*“ (УКРАЇНА МОЛОДА. – 2008. – № 66. – 8 квітня), „*Смертельний бімер*“ (УКРАЇНА МОЛОДА. – 2008. – № 82. – 5 травня), „*Смертельний дуплет*“ (УКРАЇНА МОЛОДА. – 2007. – № 220. – 28 листопада); „*Смертельний ‘поцілунок’ на дорозі*“ (УКРАЇНА МОЛОДА. – 2007. – № 148. – 16 серпня), „*Смерть у тумані*“ (УКРАЇНА МОЛОДА. – 2006. – № 29. – 29 березня), „*Загублена смерть*“ (УКРАЇНА МОЛОДА. – 2008. – № 83. – 6 травня), „*Ланночка...померла?*“ (УКРАЇНА МОЛОДА. – 2008. – № 81. – 30 квітня), „*Смерть і хепі-енд*“ (УКРАЇНА МОЛОДА. – 2008. – № 77. – 23 квітня), „...*те німцям – смерть*“ (УКРАЇНА МОЛОДА. – 2008. – № 70. – 12 квітня), „*Хто заплатить за смертельне шоу?*“ (УКРАЇНА МОЛОДА. – 2004. – № 140. – 30 липня), „*Життя і смерть напюмацьки*“ (УКРАЇНА МОЛОДА. – 2008. – № 64. – 4 квітня), „*Віктор Бут, торговець смертю*“ (УКРАЇНА МОЛОДА. – 2008. – № 48. – 13 лютого), „*Ненасильницька смерть зі зв’язаними руками: Тасманича загинув ‘регіонального’ депутата райради*“ (УКРАЇНА МОЛОДА. – 2008. – № 21. – 1 лютого), „*Зволікання смерті подібне*“ (УКРАЇНА МОЛОДА. – 2008. – № 12. – 19 січня), „*Дорогою смерті*“ (УКРАЇНА МОЛОДА. – 2009. – 2 червня), „*ЄС попереджає: ‘куріння – смерть’*“ (День. – 2001. – № 85. – 17 травня), „*Смерть – це надзвичайно балетна тема*“ (День. – 2006. – № 183. – 25 жовтня), „*Духовність або смерть*“ (УКРАЇНЬСЬКА ПРАВДА. – 2008. – 15 квітня), „*Смерть*

¹ Іноді ці лексеми вживають навіть у позитивному контексті. Так, телепередача, яка транслюється каналом СТБ, має назву „Смачно до смерті“.

еврозони“ (ДЗЕРКАЛО ТИЖНЯ. – 2010. – № 18 (798). – 15–21 травня), „Політична **смерть**“ (ДЗЕРКАЛО ТИЖНЯ. – 2010. – № 3 (782). – 30 січня – 4 лютого).

Лексеми з семами „агресія“, „зло“ використовуються навіть у рекламному дискурсі. Здається, автори рекламних оголошень типу „*Фірмі необхідні охоронці – агресивні молоді люди*“, вбачають у цьому певну позитивність, яка для споживача інформації зайвий раз породжує агресію та злість. Сучасні рекламні тексти для пересічного читача – одне із дратівливих явищ, що засвідчують дані психолінгвістичних досліджень. Зокрема, А. Лященко виявила: негативно ставляться до реклами 40,48% респондентів (Лященко 2008: 271). Подібні оцінки зумовлені, на наш погляд, перенасиченістю сучасного комунікативного простору надмірністю низькоякісних рекламних матеріалів. До того ж сучасна реклама часто нав'язує чужі цінності, демонструє низький рівень професіоналізму рекламистів.

Причину агресивної комунікативної поведінки найчастіше вбачають у складному житті, яке ніби змушує людей бути жорстокими, а мова як соціокультурне явище відображає всі зміни, що відбуваються в суспільстві.

Мова – це „окуляри, без яких нам не розгледіти навколишній світ. Мова – слуга і пан. Мова – наш друг і ворог одночасно. Вона немовби стежить за нами й фіксує всі наші проблеми та хворі місця. Суспільство стає кримінальним, і мова слідом за ним. Суспільство зазнає чужого впливу, і мова – теж. Суспільство стає вільнішим, і мова відображає це. Більше того, змінюючись, мова починає впливати на всіх людей, що говорять нею. Це не просто вибір, як говорити, а вибір, як думати і жити“ (Кронгауз 2002).

Ще О. Есперсен зазначав, що в періоди суспільних катаклізмів розмиваються культурні стандарти, етичні та естетичні традиції, які супроводжуються вульгаризацією національної мови. Це спостерігалось в Англії XIV–XV ст., Франції кінця XVIII ст., СРСР 20-х років XX ст. і в багатьох країнах СНД з кінця XX століття. Проте, незважаючи на соціокультурний контекст, агресивному слову може протистояти добре слово, „мові ворожнечі“ – „мова добра“. І сьогодні як ніколи, варто діяти за відомим висловом: „ЗМІ – це всі новини світу, але не школа злослів'я“ (Чічановський 1995: 20).

Література

- Алпатов 1973: Алпатов, В. М. *Категории вежливости в современном японском языке*. Москва.
- Бахтин 1979: Бахтин, М. М. *Эстетика словесного творчества*. Москва.
- Болотов 1971: Болотов, В. И. *Эмоциональность текста в аспектах языковой и неязыковой вариативности (Основы эмотивной стилистики текста)*. Ташкент.

- Бондалетов 1987: Бондалетов, В. Д. *Социальная лингвистика*. Москва.
- Звягин 1998: Звягин, Ф. Е. Анализ актуального употребления категорий вежливости японского языка. In: *Вестник Омского университета*. Омск. Вып. 3. С. 59–62.
- Кронгауз 2002: Кронгауз, М. Язык мой — враг мой? In: *Новый мир*. Москва. № 10: <http://www.classes.ru/ru.philology/krongauz-02.htm>. 10.2002. Стан: 22.10.2002.
- Лебедева 1999: Лебедева, Н. *Введение в этническую и кросс-культурную психологию*. Москва.
- Лотман 2000: Лотман, Ю. М. *Семиосфера*. Санкт-Петербург.
- Лященко 2008: Лященко, А. Суперечності сприйняття реклами як соціокультурного явища. In: *Діалог. Медіа-студії*. Одеса. № 7. С. 270–279.
- Михальская 1996: Михальская, А. К. *Русский Сократ. Лекции по сравнительно-исторической риторике*. Москва.
- Скворцов 1994: Скворцов, Л. И. Просторечные и жаргонные элементы в парламентских выступлениях. В: *Культура парламентской речи*. Москва. С. 110–123.
- Сквородников 1997: Сквородников, А. П. Языковое насилие в современной российской прессе / *Теоретические и прикладные аспекты речевого общения*. Красноярск, Ачинск. С. 35–41.
- Соиторо 2007: Соиторо, И. Еще один ключ к гармонии. In: *Ниппония*. Киев. № 40. С. 7.
- Солганик 2003: Солганик, Г. Я. О языке и стиле газеты. In: *Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования*. Москва: <http://evartist.narod.ru/text12/15.htm>. Стан: 12.01.2001.
- Хоан Ван 2008: Хоанг Ван, Т. *Реализация концепта положительной оценки в средствах массовой информации (на примере анализа текстов российских Интернет-ресурсов)*: <http://library.krasu.ru/ft/ft>. Стан: 24. 1. 2016.
- Чічановський 1995: Чічановський, А. А. Шкляр, В. І. *Світ інформації: особистість, суспільство, держава*. Київ.
- Эпштейн 2007: Эпштейн, М. Добро и зло в зеркале русского языка. In: *Континент*. № 132: <http://magazines.russ.ru/continent>. Стан: 15. 10. 2007.

Tetyana Kuznyetsova (Odessa)

**Axiological potential of the language code in the modern
mass-media communication (on the material of the Ukrainian editions)**

The article represents peculiarities of manifestation of aggressiveness in modern media texts.

The attention is mostly paid to the essence of the „hate speech“ and its manifestation tendencies in media.

Certain attention is also paid to manipulative techniques that provoke aggression and anger. That is specifically method of over-informing, method of psychological shock, concept substitution, making the atmosphere of fear, special selection of information, distraction of attention, disinformation.

In the course of the mass-media materials analysis there was revealed that aggressiveness of the modern information space is mostly caused by the opposition of „our“ and „strange“. As a rule, it intensifies the minuses of the real world. The distortion of the axiological model „our/strange“ more and more often appears in the modern media texts under the influence of social and cultural changes. As a result, „our“ might gain negative features, while „strange“ becomes positive.

Aggressiveness and hostility of mass media are intensified with so called language violence. It is expressed through the „metaphors of war“ that are found in materials on different themes. Aggressiveness of media texts is caused by the great number of lexical units that belong to semantical fields „death“, „criminal“, that are key elements for many mass-media materials.

Тетяна Кузнєцова
Національний університет
Одеса
arnautova.tv@gmail.com

Ивона Лоэвэ (Katowice)

Интернет как технология и общественное пространство

Теме исследований Интернета уделили внимание многие исследователи в Польше. Синтетические работы написали: Ян Гженя (2006) – рис.1, Урсула Жидек-Беднарчук (2013) – рис. 2. Были созданы также сборники научных трудов, которые содержат статьи, посвященные перспективам интернет-исследований в области гуманитарных наук. В настоящей статье попытаемся представить авторскую позицию, выработанную на основе предлагаемой литературы. Сосредоточим внимание на вопросах возможностей и ограничений в данной области исследований, рассматривая их с позиции стилиста-языковеда.



Рис. 1, 2

Интернет как пространство для исследований

На данный момент в Интернете представлен этнический язык данного народа, охватывающий все его стилевые разновидности: разговорный и риторический, деловой, научный, дидактический и научно-популярный, художественный и религиозный. Сюда причисляются также все диалекты

данного языка. Интернет-тексты иллюстрируют письменный язык, а также разговорный и разговорно-бытовой язык.

Интернет дает единичному пользователю сети доступ к разного вида этническим языкам других народов, но этот вопрос остается на данный момент за пределами нашего внимания. Интернет является единственным масс-медиа, которое дает неограниченные возможности для общения многочисленным отправителям – пользователям языка. Никакое другое масс-медиа не даст современному человеку столько возможностей находиться в роли отправителя, а также в роли получателя.

Можно предположить, что настолько большие возможности существуют из-за различных видов коммуникации в Интернете. В свою очередь, многообразие видов коммуникации осуществляется в силу различных форм общения, применяемых в сети.

Опираясь на труды и терминологию Яна Гжени приведем три главных канала общения в Интернете: гипертекстовый, конверсационный и так называемый корреспонденционный каналы. В трудах автора они характеризуются следующим образом:

(1) В этих каналах есть готовые виды текстов, которые дают пользователю возможность участвовать в процессе коммуникации. Таким образом, первый из перечисленных каналов, гипертекстовый, образуется в ситуации, когда участник, используя гипертекстовую систему документов, пользуется веб-страницами, горизонтальными и вертикальными порталами, смотрит видео на You Tube, а также пишет блоги и использует электронную литературу (рис. 3).



Рис. 3

(2) Конверсационный канал, в свою очередь, предполагает интернет-общение, то есть обмен сообщениями, например чаты, Skype, польская программа Gadu-Gadu, разработанная для мгновенного обмена сообщениями.

Этот канал вмещает тексты, возникшие почти синхронно с текстами, созданными получателем (рис. 4).



Рис. 4

(3) Корреспонденционный канал в изложении Яна Гжени вмещает в одну группу все формы электронной переписки, в том числе электронные письма, электронные бланки, форумы, сообщения (англ. post), рассылки, а также социальные сети, напр. Facebook (рис. 5).



Рис. 5

(4) Интернет служит также средством передачи информации, при этом зачастую исключительным, так как обеспечивает пользователю Интернета непосредственное участие в каком-либо событии, например богослужении или же футбольном матче. В данном случае Интернет выполняет ту же роль, что и радио- и телепередачи в „прямом эфире“.

(5) Особое место занимает канал, в котором осуществляется продажа товаров. Пользуются им крупные торговые фирмы, а участник Интернета становится клиентом в сети. В нашей интерпретации эту форму услуг можно считать корреспонденционным каналом, так как для его реализации нужны технологические ресурсы, которыми владеет как сторона, предоставляющая услугу, как и клиент, в том числе также умение заполнять электронные бланки для покупки товара и платеж электронными деньгами (рис. 6).



Рис. 6

Приведенный выше перечень способов коммуникации в Интернете позволяет перейти к обсуждению проблемы языка Интернета, вопросов стиля и стилистических особенностях, типичных для Всемирной сети. Результатом данного подхода является тезис, что не стоит рассматривать польский язык Интернета, так же, как и не стоит анализировать португальский или немецкий языки Интернета. В нашем понимании скорее всего можно говорить о новых стилистических и жанровых приемах, существующих в Интернете вне зависимости от этнических языков. Среди высоко формализованных жанровых форм Интернета относительно новой является, например, мейл. Это форма обмена, в которой пользователь сети действует по строго определенному порядку, выполняя больше условий, чем в случае традиционного письма. Для отправления письма нужны: отправитель, получатель, ручка, конверт и лист бумаги, а также почтовая марка. В свою очередь, для мейла – отправитель с зарегистрированным электронным почтовым адресом, получатель, также с зарегистрированным почтовым адресом и компьютер с доступом к Интернету. Необ-

ходимо также умение пользоваться компьютером, интернет-навигацией и электронной почтой, а также умение заполнять электронные формулы. Увеличивается и количество требований для отправления и получения. Совокупность этих умений назовем интерактивной компетенцией, а реализуется она преимущественно в корреспонденционном канале.

Гипертекстовый, конверсационный и корреспонденционный каналы используют Интернет в качестве общественного пространства с целью создать сообщества, дать возможность контакта и поиска информации и знаний, а также для развлечений. Остальные два вида, а именно канал передачи информации и электронный магазин, следует связывать с Интернетом, понимаемым как технология.

Технология и Интернет

Как было сказано в названии нынешней статьи нас интересует, главным образом, технологическое измерение Интернета. Попробуем разъяснить свою позицию.

Положение о том, что Интернет – это очередное масс-медиа, мы считаем не до конца верным. Да, он таковым является, но, в основном, если реализуется в гипертекстовом канале, так как сюда входят интернет-версии телеканалов, радиостанций, журналов и газет, публикуются новости, фельетоны, комментарии на различных порталах (к примеру в Польше это Onet, Wirtualna Polska и Interia). Но кроме перечисленного, Интернет является также дистрибьютором контента, а также других услуг, выбираемых пользователем. Для иллюстрации в качестве примера приведем классическое масс-медиа – телевидение. Оно имеет один централизованный передатчик – это иерархический дистрибьютор, состоящий из источника и нескольких одинаковых потребителей. В то же время компьютеры – это шахматная доска различных процессоров, каждый из которых может быть источником и получателем информации (Negroponte 1997: 148–149).

Данное явление происходит, когда пользователь выбирает веб-страницу, Фэйсбук, электронную почту, интернет-рассылку, покупает книгу в интернет-магазине, читает или пишет пост для блога: истинная ценность сети заключается не столько в информации, сколько в общении (Negroponte 1997: 151). В связи с так понимаемой технологией Интернета невозможно говорить о каком-либо специфическом языке в нем, либо о специфической его стилистике. Следует говорить о языке и стилистике текстов **в определенном канале интернет-передачи**. В гипертекстовом канале

наблюдаются точно такие же проблемы и такие же вопросы, как и в языке прессы, потому что этот канал, в основном, письменный.

Исследователи на протяжении длительного времени были увлечены мультисенсуальностью Интернета. Они отмечали, что он, как ни одно другое масс-медиа, активизирует совокупность органов чувств.

Между прочим, рефлексия влечет за собой необходимую поправку, что большинство средств массовой информации активизирует больше, чем одно чувство. Для сравнения:

Пресса активизирует осязание, обоняние и зрение. Телевидение – слух, зрение, осязание, а сегодня также все больше и больше вкус (из-за моды на кулинарные программы, которые показываются практически на каждом телеканале). Радио моносенсорное, потому что активизирует только наш слух. И, опять же, не весь Интернет мультисенсорный. Например, когда пишем мейл используем зрение и осязание. На наш взгляд можно говорить об определенном прогрессе в сфере активизации осязания, так как смартфоны, планшеты, так же, как и традиционные нетбуки, предназначены для сенсорной навигации. Интернет успешно заменяет другие масс-медиа: радио, телевидение, газеты, письма, кино и конференции. Что же тогда свойственно только Интернету? Данный вопрос актуален сегодня как для специалиста в области гуманитарных наук, так и для других исследователей данного гипермедиа. В литературе предмета есть попытки разъяснить этот вопрос. Лора Гурак (Gurak 2003) предлагает следующую характеристику Интернета:

- (1) скорость распространения информации
- (2) глобальный охват
- (3) синхронная коммуникация
- (4) интерактивность
- (5) анонимность.

Как видно из приведенной выше характеристики, специалисты не выделяют отдельных каналов в Интернете, которые реализовались бы независимо друг от друга. Однако, не все каналы передачи в Интернете отвечают всем критериям и реализуются одновременно. Характеристики (1) и (2) – это свойства веб-страниц и порталов. Характеристики (3), (4), (5) – особенности чатов и коммуникаторов. Пункт (3) становится особенностью устной коммуникации человека. Характеристика (2) – свойство телеканалов. В свою очередь характеристика (5) присуща листовке, постеру или заметке в прессе.

Есть и другие попытки выделить особенности, характерные только для Интернета. Обращается внимание на факт, что в Интернете человек

может быстро, легко и недорого стать отправителем публично доступного текста. Раньше это было невозможно. Кроме того, не было возможности так легко создавать сообщества и при этом идентифицироваться с ними. Эта потребность объединения видна в силу распространенности таких практик, как рассылки и чаты, многочисленность образования контактов при помощи социальных сетей, огромное количество комментариев к статьям на любую тему, количество зарегистрированных посещений веб-страниц, а также количество так называемых лайков, выступающих в сети в качестве оценки «Нравится».

Интересно обратить внимание, каковы наиболее распространенные наблюдения в сфере Интернета. Медиа-эксперты сравнивают интернет с другими СМИ. Кино-эксперты – с восприятием фильма посредством монитора компьютера, телевизора и экрана в кинотеатре. Лингвисты описывают изменение повествования с линейного на сетевое. Обращают также внимание на некое перепроизводство текстов. Литературоведы видят в нем либеральное творчество. Культурологи, в свою очередь, описывают с одной стороны необыкновенно сильные дивергентные процессы в создании общества, а с другой – глобализационные, в которых отечественная культура страдает. Интересный вопрос на будущее. Образуются ли общие особенности Интернета как отдельной системы передачи и получения информации? Или же, благодаря исследованиям отдельных наук, образуются общие особенности Интернета как отдельной системы передачи и получения информации?

Постулат стилиста-языковеда следующий: нельзя исследовать интернет-пространство в целом, потому что целостью он не является. Мы попытались показать его различные стороны. Таким образом, можно исследовать стиль высказывания в блогах, постах на дискуссионных форумах, комментарии на веб-порталах, язык, тематические рассылки. В одном исследователе может быть уверен. Интернет-тексты являются чрезвычайно легко доступным материалом для поиска новых слов в языке пользователя, глобализмов, европеизмов и новых слов, источником для которых является сам Интернет. Вместе с появлением Интернета стилист-языковед, социолингвист, лексиколог и семантик получили необыкновенные возможности для исследований проблемы, при этом не в деталях, а в целом. Такого не было со времен изобретения диктофона и возможности записи устных сообщений. Интернет – это набор языковых и культурных материалов на любую тематику. Приведем пример. Если я хочу узнать, чем характерен современный польский язык моторизации, достаточно того, что я проверю речевой стиль, которым написаны тексты, посвященные этой теме в Интернете. Они помещаются в широко и публично доступных блогах, порталах и интернет-форумах, посвященных заданной тематике. Безусловно, я получу ответ на вопрос, как говорят сегодня по-польски о моторизации. Польский язык во всем своем стили-

стическом разнообразии в полном объеме присутствует в интернет-текстах. А значит, язык, в польскоязычном Интернете – это и есть современный польский язык.

Интернет как общественное пространство подводит нас к тому, чтобы сформулировать понятие „массовая коммуникация“. Благодаря Интернету массовая коммуникация перестает быть ассиметричной и вертикальной, а становится симметричной и горизонтальной. Кроме того, как считает Богуслава Добек-Островская (Dobek-Ostrowska 1999), благодаря технологии субъективность и взаимозаменяемость ролей участников коммуникации подвергаются значительным изменениям. Информация перестала быть связана с пространством. Оторвалась от него, „стала доступна мгновенно везде и нигде“ (Goban-Klas 2011: 106). Интернет как технология изменил как общественное, так и частное, а также коммуникативное пространство человека в XXI веке.

Литература

- Dobek Ostrowska 1999: Dobek-Ostrowska, Bogumiła. *Podstawy komunikowania społecznego*. Wrocław.
- Goban-Klas 2011: Goban-Klas, Tomasz. *Wartki nurt mediów. Ku nowym formom społecznego życia informacji*. Kraków.
- Grzenia 2006: Grzenia, Jan. *Komunikacja językowa w Internecie*. Warszawa.
- Gurak 2003: Gurak, Laura. *Cyberliteracy. Navigating the Internet with Awareness*. New Haven.
- Negroponte 1997: Negroponte, Nicholas. *Cyfrowe życie. Jak się odnaleźć w świecie komputerów*. Marian Łakomy (Übers.). Warszawa.
- Żydek-Bednarczuk 2013: Żydek-Bednarczuk, Urszula. *Dyskurs medialny*. In: Malinowska, Ewa. Nocoń, Jolanta. Żydek-Bednarczuk, Urszula. *Style współczesnej polszczyzny. Przewodnik po stylistyce polskiej*. Kraków. S.179–198.

Iwona Loewe (Katowice)

The Internet as a technology and a social space

Modern man fulfils his potential on the Internet both as an author and a receiver of information. Wherever there is a text footprint, there is also a style footprint. What is created on the Internet, belongs to the field of stylistics as well as textology, discourse

analysis, genology and other philosophical studies. The Internet itself is not homogeneous. I describe this nonhomogeneity after Jan Grzejna as follows. The Internet is either hipertextic, debatable, or conversational. Additionally the Internet is a service or acts as a medium. These kinds of medium represent different goals and create diverse styles of text.

Iwona Loewe (Katowice)

Internet jako technologia i przestrzeń społeczna

W internecie współczesny człowiek realizuje się jako autor i odbiorca. Tam, gdzie człowiek zostawia swój tekstowy ślad, zostawia też ślad stylowy. To, co powstaje w internecie, należy do obszaru stylistyki, podobnie jak tekstologii, analizy dyskursu, genologii i innych nauk filologicznych. Sam zaś internet nie jest jednorodny. Określam tę niejednorodność za Janem Grzenią tak. Internet jest albo hipertekstowy, albo konwersatoryjny, albo konwersacyjny. Ponadto internet jest usługowy albo służy jako przekaznik. Inne są cele tych rodzajów medium oraz wielorakie są style powstałych tam tekstów.

Iwona Loewe
Uniwersytet Śląski
pl. Sejmu Śląskiego 1
40-032 Katowice
loewe@op.pl

Marzena Makuchowska (Opole)

Dyskurs religijny w Internecie

Życie religijne uważa się za najważniejsze zjawisko towarzyszące ludzkości, od jej pradziejów do czasów dzisiejszych. Obecność religii w kulturze wydaje się trwała i nieusuwalna, okazuje się bowiem, że mimo wszelkich zmian, jakim nieustannie podlega świat, ludzka potrzeba transcendencji nie zanika, lecz szuka wciąż nowych sposobów zaspokojenia. Jednym z głównych czynników zmieniających współczesny świat są wysoko rozwinięte technologie elektroniczne, których najdoskonalszym urządzeniem jest komputer, a właściwie telekomputer, i stworzona przezeń możliwość globalnej przestrzeni komunikacyjnej, jaką jest Internet. Tę nową możliwość – tak jak wcześniej pismo, druk, radio i telewizję – wykorzystuje dla swoich celów również religia. I tak jak w odniesieniu do całokształtu kultury, tak i do religii mówi się, że Internet przynosi zmiany o takiej skali i takim charakterze, że można je określić jako rewolucyjne.

Istota tej rewolucji, kierunki i rezultaty przekształceń, jakim ulega religia w związku z przeniesieniem swej aktywności do Internetu, nie są jeszcze znane, przede wszystkim dlatego, że wciąż jest to proces in statu nascendi; badania naukowe również są dopiero w toku. Ze względu jednak na wagę tych zjawisk dla współczesnego świata zainteresowanie nimi wciąż rośnie, szczególnie ze strony socjologii, antropologii czy filozofii. Ale także dla szeroko (interdyscyplinarnie) rozumianego językoznawstwa dyskurs religijny w cyberprzestrzeni stanowi niezwykle ciekawy, choć zarazem niełatwy do ogarnięcia obszar badawczy.

W artykule podejmę próbę wstępnego opisu najważniejszych procesów, jakim podlega dyskurs religijny w środowisku cyfrowym. Moim celem jest pewien rekonesans badawczy, który pomoże dostrzec nowe, interesujące i ważne poznawczo (ale też społecznie) pola problemowe, domagające się dalszych, dogłębnych już i wyczerpujących analiz.

Formy obecności religii w Internecie¹

Jak twierdzą socjolodzy, Internet okazuje się medium wręcz stworzonym dla religii. Żadna inna kategoria tematyczna – może tylko z wyjątkiem seksu i pornografii – nie jest tak wszechobecna w Sieci jak treści religijne. Niezwykłą atrakcyjność Internetu dla religii tłumaczy się faktem, że Sieć doskonale pozwala na przejawianie się tych wszystkich procesów, które toczą się o f f l i n e – w świecie rzeczywistym.

Spośród owych procesów za najważniejszy należy uznać sam fakt, że religia wciąż trwa i się rozwija. Znana, głoszona od XIX w. tzw. teza sekularyzacyjna wieszczyła bowiem zanik wierzeń religijnych, mający być nieuniknionym rezultatem postępu cywilizacyjnego ludzkości. Dzisiaj coraz powszechniej wyraża się pogląd, że potrzeby religijne (potrzeba sensu życia, poczucia bezpieczeństwa, doświadczania s a c r u m , przynależności do wspólnoty itp.) – stanowią uniwersalną cechę ludzką, dlatego religia nie zniknie, lecz będzie się przeobrażała wraz ze społeczeństwem (zob. tzw. postsekularyzm). To właśnie analizy zawartości Internetu, odkrywające tam ogromną mnogość wierzeń i praktyk, pogląd ów najmocniej ugruntowują.

Kolejne ważne procesy we współczesnej kulturze ujmowane są za pomocą szeregu pojęć, oznaczających sprzężone ze sobą zjawiska: utowarowienie, pluralizacja, indywidualizm, prywatyzacja, refleksyjność. W społeczeństwie konsumpcyjnym wszystko staje się towarem, w tym również wiara. Każda religia stanowi tylko jedną z pozycji w przebogatej ofercie, jaką wytwarza dzisiejszy świat. Możliwość wyboru stanowi dla współczesnego człowieka ogromnie istotną wartość, dzięki czemu rozwija się „rynek religii“, na którym panuje coraz większa konkurencja. Konkurencji tej poddać się muszą zarówno najnowsze ruchy religijne, jak i stare, szacowne religie. Wszystkie one toczą walkę o dusze wyznawców, a ci mogą dowolnie wybierać, w zależności od swych indywidualnych potrzeb, preferencji czy zainteresowań. Wielość wierzeń ma również źródło w indywidualizacji (czy też prywatyzacji) religii, polegającej na tym, że jednostka nie tylko wybiera określoną religię, ale także sama ją sobie tworzy, selektywnie traktując jakiś jeden system lub łącząc składniki różnych systemów w jedną, nową, eklektyczną całość. Działaniom tym sprzyja cecha zwana refleksyjnością, czyli zaangażowanie jednostek w świadome konstruowanie własnych tożsamości i swego własnego, osobistego s a c r u m . Współczesny wierzący zatem to – jak pisze socjolog – konsument zachowujący się na rynku religii jak w supermarkecie, własnoręcznie wybierający sobie religijny towar i układający z niego indywidualne menu (Siuda 2010: 46).

¹ Tę część artykułu w zasadniczej mierze opieram na książce Piotra Siudy (2010), która jest jak dotąd najbardziej wyczerpującą na polskim gruncie syntezą wiedzy o religii w Internecie.

Internet jako narzędzie komunikacji, a zarazem przestrzeń społeczna ogromnie sprzyja wszystkim tym procesom. Uważa się, że wynika to z szeregu (różnorodnych) cech, jakie ma Internet, takich przede wszystkim, jak: szeroki (teoretycznie nieograniczony) zasięg, dostępność i pojemność, otwartość, egalitaryzm, demokratyzm, ahierarchizm czy wręcz anarchizm, indywidualizm, anonimowość, intymność itp. Do tego dochodzi multimedialny tryb przekazu (pismo, dźwięk, statyczny i ruchomy obraz) oraz interaktywność, dzięki czemu możliwe jest odwzorowanie rzeczywistości dające ułudę świata realnego i uczestnictwo w niej (np. aktywny udział internauty w rytuale odprawianym w wirtualnej świątyni). Internet daje więc możliwość nieskrępowanej twórczości w dziedzinie religijnej, swobodnego korzystania z zasobów wytworzonych przez innych ludzi, komunikacji wierzącej jednostki ze wspólnotą i wspólnoty z jednostką, a także uczestnictwa w wykreowanym przez nich i przez siebie świecie s a c r u m.

Piotr Siuda (w zgodzie z socjologią światową – bibliografia w jego książce) proponuje wyodrębnienie czterech wymiarów obecności religii w Internecie. Pierwsze dwa to: religia w sieci i religia sieciowa. W rozróżnieniu tym chodzi o rodzaj aktywności ludzkiej wykonywanej za pośrednictwem Internetu, tak więc: religia w sieci to dostarczanie informacji, np. propagowanie przez różnego rodzaju strony i serwisy wiedzy o historii danej religii, jej tekstach świętych, doktrynie, rytuałach, bieżącym życiu wspólnoty itp. Przykładem religii w sieci może być strona internetowa Stolicy Apostolskiej w Watykanie lub strona Episkopatu Polski, nastawione głównie na informowanie o bieżącym życiu Kościoła, udostępnianie dokumentów kościelnych itp. Natomiast religia sieciowa realizuje się w interaktywności i partycypacji, a więc np. przez czaty, fora, komunikatory, strony WWW, dzięki którym ludzie rozmawiają ze sobą, dzielą się religijnymi doświadczeniami, nawiązują więzi, a także przez serwisy dające możliwość podjęcia czynności religijnych, jak nabożeństwo, rytuał, modlitwa, medytacja, zapalenie wirtualnej świeczki na wirtualnym cmentarzu czy wirtualna pielgrzymka (Siuda 2010; 32 nn). Religia w sieci przewiduje dla internautów rolę raczej biernego odbiorcy (czytelnika, słuchacza itp.), religia sieciowa natomiast zapewnia im wieloraką aktywność.

Pozostałe dwa wymiary to: religia tradycyjna i religia innowacyjna. W pierwszym wypadku chodzi o bogatą reprezentację w cyberprzestrzeni starych, wielkich religii, jak chrześcijaństwo, islam, tzw. wielkie religie Wschodu (np. hinduizm, buddyzm, konfucjanizm) oraz judaizm. Drugie pojęcie natomiast odnosi się do niezliczonych wręcz nurtów religijnych i quasi-religijnych, będących wynikiem nowoczesnych (czy późnonowoczesnych) procesów kulturowych, o których była mowa powyżej. Ich liczebność – nie do oszacowania również dlatego, że bywają efemeryczne – pomnaża wspomniany już fakt prywatyzacji religii, a więc to, że każdy człowiek, niezależnie od wykształcenia, przygotowania itp., może założyć jakąś nową religię lub jakiś odłam starej, założyć stronę do jej propagowania, stać się samozwańczym reformatorem, guru, prorokiem, lub szamanem. Nowym zjawiskiem, umożliwi-

onym właśnie przez Internet, jest m.in. istnienie wirtualnych wspólnot, parafii, a nawet diecezji, które nigdy nie miały i nie mają swych odpowiedników w realnym świecie.

Jednocześnie socjolog wyraźnie podkreśla, że tak wyodrębnione wymiary religii w Sieci są tylko pewnym konstruktem, typem idealnym, w rzeczywistości natomiast bardzo rzadko spotkamy je w czystej postaci. Z reguły bowiem religijna strona czy serwis służy zarówno informacji, jak i (ograniczonej choćby) partycypacji. Granice między religią tradycyjną, oficjalną a religią innowacyjną też bywają zatarte, podobnie jak często płynne są granice między orto- a heterodoksją. Mówimy zatem o pewnych biegunach, względem których konkretne zjawiska lokują się bliżej lub dalej.

Dyskurs religijny w Internecie

Jak powiedziałam wyżej, przed badaczami dyskursu (języka, stylu) religijnego Internet otwiera ogromne pole badawcze, kuszące bogactwem niezwykle istotnych i ciekawych zjawisk. Wydaje się, że zwłaszcza dla obserwacji najnowszych tendencji warto zwrócić się właśnie ku temu, co dzieje się w cyberprzestrzeni.

Aby uchwycić najważniejsze czy najbardziej widoczne procesy, jakim dyskurs religijny podlega w Internecie, należy obrać jakiś punkt odniesienia, pewną kanoniczną wersję dyskursu religijnego, z którą będziemy porównywać to, co spotykamy w środowisku cyfrowym. Polscy językoznawcy zasadniczo przyjmują funkcjonalną definicję języka religijnego sformułowaną przez I. Bajerową i J. Puzyninę (Bajerowa, Puzynia 2000), zgodnie z którą język religijny to język, który służy komunikacji w sferze życia religijnego, czyli życia toczącego się w związku z wiarą ludzi w istnienie nadprzyrodzonego świata *sacrum*. W polskiej praktyce badawczej ta ogólna definicja ulega uszczegółowieniu, to znaczy mówi się o komunikacji w życiu związanym 1) z wiarą w *sacrum* chrześcijańskie, czyli w osobowego Boga, 2) z wiarą zorganizowaną w sposób instytucjonalny, czyli przez Kościół (katolicki i inne Kościoły wyznań chrześcijańskich). Badania koncentrują się więc przede wszystkim na dyskursie religii tradycyjnej, „gotowej“, o ustalonych „parametrach“, takich jak: określona doktryna, symbole, teologia, rytuały, teksty (BIBLIA, księgi liturgiczne), hierarchiczna struktura wspólnoty, regulacje prawne itp. Dotychczas badania obejmowały przede wszystkim takie praktyki komunikacyjne, które bez większych wątpliwości reprezentują tenże dyskurs, jakkolwiek wyróżnia się w jego obrębie centrum, kręgi mniej lub bardziej oddalone od centrum oraz obszary peryferyjne. Kryterium wyodrębnienia dyskursu religijnego jest po prostu instytucjonalny związek tekstów z Kościołem (np. fakt, że mają one *imprimatur*, czyli pozwolenie biskupa, że są używane w Kościele lub w sytuacjach pozostających pod jego auspicjami).

W Internecie, jak pamiętamy, mamy jednak do czynienia także z religią innowacyjną, czyli z ogromną różnorodnością wierzeń, które nie są formalnie, instytucjonalnie, teologicznie lub w jakikolwiek inny sposób związane z chrześcijaństwem ani z inną znaną, oficjalną religią. Przedmiotem kultu może być ktoś lub coś, co w żadnej oficjalnej tradycji religijnej nim nie było, np. Elvis Presley, postacie jakiegoś serialu, sport, turystyka itp. Także tradycyjne religie nie są jednorodnymi monolitami, lecz żyją i rozwijają się poza widzialnymi granicami ustalonych doktryn i wspólnot, przyjmując nierzadko formy bardzo odległe od ortodoksji. W tej sytuacji najpilniejszą potrzebą okazuje się ponowne sformułowanie kryteriów, według których dany dyskurs zaliczymy do dyskursu religijnego, gdyż posługiwanie się matrycą tradycyjnych, „gotowych” religii z całą pewnością przestało być wystarczające (por. Majewski 2010: 48).

Rozkwit religii w cyberprzestrzeni oznacza również, że to, co najogólniej nazywamy dyskursem religijnym, przedstawia sobą rzeczywistość daleko bardziej złożoną i heterogeniczną niż dyskurs jednej religii, a tym bardziej jednego Kościoła czy wyznania, chociaż i ten jest już w dużym stopniu polimorficzny i wielokształtny (por. Wojtak 2006).

Poniżej zwrócę uwagę na kilka czynników, które – jak się wydaje – najbardziej wpływają na charakter dyskursu religijnego w Internecie, a tym samym stanowią też główne źródło różnic między nim a dyskursem religijnym w jego tradycyjnej, kanonicznej postaci.

1) Hierarchizm – ahierarchizm

Do najważniejszych determinant katolickiego dyskursu religijnego należy fakt, że Kościół katolicki stanowi społeczność o zhierarchizowanej, scentralizowanej strukturze i autorytatywnym sposobie sprawowania urzędów. Do istoty działania Kościoła należy posłuszeństwo wobec zwierzchności, co znaczy, iż nadawcy kościelni nie występują jako osoby prywatne, lecz działają z ramienia Kościoła, realizując jego zadania i cele. Wszystko to służy strzeżeniu całkowitej jedności i prawidłowości głoszonej nauki oraz form sprawowania kultu. W obrębie całego katolicyzmu obowiązują teksty w tym samym brzmieniu, którego nie wolno zmieniać – kanoniczna wersja BIBLIJ tłumaczona na języki narodowe z tzw. nowej VULGATY oraz księgi liturgiczne tłumaczone z tzw. *editio tipica*, znajdującego się w Watykanie. Tłumaczenia, dokonywane według oficjalnych instrukcji, muszą uzyskać aprobatę Stolicy Apostolskiej, a wiele tekstów o niższej randze (modlitewniki, śpiewniki, podręczniki do katechezy itp.) – tzw. *imprimatur*, czyli aprobatę biskupa. Dla tekstów oraz ich stylu oznacza to zachowanie pewnych charakterystycznych cech: programowo szanuje się tradycję, używa oficjalnej odmiany języka, wysokich rejestrów stylowych, profesjonalnego słownictwa, utrwalonych formuł, stałych scenariuszy komunikacyjnych itp.

Internet natomiast jest (powtórzmy) przestrzenią całkowicie zdecentralizowaną, ahierarchiczną czy wręcz anarchiczną. Sprawowanie kontroli nad treściami, które pojawiają się w Sieci, jest praktycznie niemożliwe. Stąd też ambiwalentny stosunek Kościoła katolickiego, a także innych tradycyjnych religii do Internetu, bo z jednej strony daje on potężne możliwości propagowania i kultywowania własnej wiary, a z drugiej – silnie sprzyja erozji wszelkich autorytetów i ortodoksji. Owszem, są w Internecie oficjalne strony katolickie, prowadzone przez (subordynowanych) księży i świeckich (pod nadzorem tzw. asystenta kościelnego), ale obok nich internauta znajdzie całe mnóstwo portali, serwisów, stron itp., które – nawet zachowując sztyld katolicki czy chrześcijański – odbiegają od oficjalnej doktryny, modyfikując ją na swój własny sposób, np. przez inkorporację elementów obcych, z New Age, z buddyzmu itp. Nie ma tu instancji, która by wymusiła zachowywanie czystości dogmatycznej i prawidłowości kultu, ani też troski o tradycyjne cechy języka czy stylu tekstów kultowych. Wszystko zależy od inwencji twórczej użytkowników Internetu, ich wykształcenia, wrażliwości, potrzeb, upodobań, co otwiera szerokie pole dla wszelakich modyfikacji, innowacji i przekształceń. Tworzenie sobie własnej wersji religii, jej wersji „patchworkowej”, uszytej niejako z kawałków tkanin o różnych kolorach i fakturze, może zatem skutkować mieszaną tradycyjnego języka jednej religii i elementów innych religii lub dyskursów świeckich, a więc np. język chrześcijaństwa może czerpać jakieś elementy z języków religii orientalnych, a także z dyskursu psychologicznego, parapsychologicznego, medycznego, ekologicznego czy tzw. scjentologicznego, który czerpie z różnych nauk w ramach godzenia religijnej wizji świata z nowoczesną nauką (kosmologią, biologią, fizyką etc.).

2) Monologowość – dialogowość

W kanonicznym dyskursie religijnym najbardziej prototypowy jest taki układ komunikacyjny, w którym rola nadawcy przypada duchownym (tzw. urzędowym członkom Kościoła), a wiernym rola odbiorców. W działaniach rytualnych dominująca pozycja księdza wynika ze specyficznie sakralnej roli kapłana, pośrednika między Bogiem a ludźmi; jako celebrans mszy św. występuje on *in persona Christi*. W scenariuszu rytuałów role są sztywno rozpisane, nie ma miejsc na spontaniczną reakcję zwrotną. W działaniach Kościoła nauczającego ksiądz, po wieloletnim przygotowaniu filozoficzno-teologicznym, obdarzony misją kanoniczną, jest depozytariuszem doktryny, uprawnionym do udziału w „uświęcających, pasterskich” zadaniach Kościoła. Wobec wiernych świeckich ksiądz funkcjonuje jako autorytet, a transfer wiedzy religijnej ma zasadniczo przebieg jednokierunkowy. Dominującą formą podawczą jest więc monolog (por. encyklika, kazanie, list pasterski.), a dialog ma w większości wypadków charakter wirtualny (jest imitowany w tekstach będących formalnie monologiem). Oczywiście są w tym dyskursie także autentyczne formy dialogowe (rozmowy, dyskusje, kazania dla dzieci), ale nie

zmienia to faktu, że do sytuacji równoprawności komunikacyjnej partnerów duchownych i świeckich jest w dyskursie katolickim daleko.

Internet natomiast jest przestrzenią demokratyczną, nie ma tu mechanizmów, które gwarantują utrzymanie tradycyjnych przywilejów. Sieć daje obu stronom takie samo prawo do aktywności. Równoprawność komunikacyjna (jak wszelka równoprawność zresztą) stanowi jedną z najważniejszych współczesnych wartości, a ta najlepiej realizuje się w dialogowaniu. Ponad dwudziestoletnia już obecność katolickiego dyskursu religijnego w Sieci potwierdziła fakt, że tzw. e-duszpasterstwo lepiej niż to w realnym świecie sprzyja rozwijaniu dialogowych form kontaktu (zob. Zdunkiewicz-Jedynak 2006). Dyskusje na religijnych forach, rozmowy na czatach, internetowe rekolekcje, możliwość wpisywania własnych komentarzy itp. – wszystko to pozwala na szybką reakcję zwrotną. Anonimowość, intymność, jaką zapewnia telekomputer, stwarza atmosferę zaufania, w Internecie – jak zauważają sami księża – ludzie są bardziej szczerzy, otwarci, chętniej mówią o sobie, swoich problemach, nie mają też zahamowań w wyrażaniu własnych przekonań i poglądów, w tym także uwag krytycznych. Równorzędny układ komunikacyjny nie sprzyja zachowaniom językowym, które wyrażają instytucjonalną zwierzchność czy władzę, np. w formie języka nakazowo-dyrektywnego, zmieniają się formuły fatyczne (rozpoczynające, podtrzymujące i kończące kontakt) i wiele jeszcze innych parametrów, określających dyskurs religijny i zmieniających jego oblicze w cyberprzestrzeni.

3) Sfera s a c r u m – przestrzeń p o p k u l t u r y

Prototypowym miejscem dyskursu religijnego jest przestrzeń zdefiniowana sakralnie, świątynia. Przestrzeń ta tradycyjnie była oddzielona od sfery p r o f a n u m i rządziła się własnymi prawami. Współczesna religia natomiast coraz wyraźniej zbliża się do kultury popularnej, a Internet to „koło napędowe” tego zjawiska. Kultura popularna promuje selektywne i konsumpcyjne podejście do religii, zachęca do własnych poszukiwań duchowych, a nie do wierności jednej wierze i jednemu Kościołowi. To rodzi wspomnianą już potrzebę „supermarketu” z bogatym wyborem produktów religijno-duchowych, a Internet świetnie odpowiada na to zapotrzebowanie. Są jeszcze Kościoły, tzw. staroparadygmatyczne (zob. Szlendak 2008), które bronią się przed „supermarketyzacją” i toczą boje z popkulturą. Ale większość Kościołów stała się neoparadygmatyczna i, pogodziwszy się z faktami, przejmuje od kultury popularnej wzory postępowania na rynku konsumenckim, aby przetrwać, zdobyć i utrzymać wiernych-klientów. Do konsumenckiego stylu bycia przystosowuje się więc strategię przyciągania wyznawców, wzory przywództwa religijnego, a także doktryny.

Badacze odnotowują więc, że dyskurs religijny ma coraz więcej wspólnego z dyskursem reklamowym. Funkcjonują takie pojęcia, jak c h u r c h

marketing i churchonomics, marketing kościelny, teologia marketingu itp. Zupełnie zwyczajnie brzmią dziś kolokacje ze słowem *promować*, które kiedyś z całą pewnością nie znamionowało stylu *sacrum*, teraz zaś mamy: *promować religię, chrześcijaństwo, naszą wiarę; promocja wartości chrześcijańskich, katolickiej doktryny, religijnego stylu życia* i in. Religijne strony internetowe posługują się środkami typowymi dla reklamy, jak np. slogan czy baner (np. w 2004 r. serwis Wiara.pl zachęcał do uświęcenia niedzieli sloganem „W niedzielę nie chodzę na zakupy“). Promuje się religię przez adaptację popkulturowego materializmu, stąd strony internetowe oferujące przeróżne akcesoria (dewocjonaalia, gadżety, usługi religijne itp.²), a wraz z nimi dyskurs handlowy. Jest to także promocja przez adaptację multimedialności, czyli wykorzystanie słowa, obrazu i dźwięku (np. muzyki), a to z kolei wprowadza przebogatą różnorodność stylów, trendów, mód etc., z tak typowym dla popkultury kiczem na czele (zob. Zdunkiewicz-Jedynak 2006: 156).

Ale zbliżenie dyskursu religijnego do kultury popularnej przekształca go jeszcze w inny sposób, nie tylko przez merkantylizację. Popkultura wnosi bowiem do tegoż dyskursu swe własne cechy: potoczny typ myślenia, banalność, prymat wartości hedonistycznych, schlebienie wyobraźni masowej i przeciętnym gustom, dążenie do atrakcyjności itp. Przetworzeniu ulega więc zarówno zawartość tematyczna dyskursu religijnego, jak i jego siatka pojęciowa, typowe kody (np. biblijny, liturgiczny), konwencje i wiele jeszcze innych parametrów, których nie da się w tym krótkim opracowaniu wyliczyć.

Powyższy referat jest jedynie wynikiem wstępnych „ogłędzin“ zjawiska, jakim jest dyskurs religijny w Internecie, i zwraca uwagę tylko na kilka najważniejszych czynników przemian tradycyjnych postaci tegoż dyskursu. Tyle już jednak wystarczy, by zobaczyć, że relacja: dyskurs religijny – Internet przedstawia sobą całe bogactwo zagadnień domagających się badań, a zarazem dających szansę na poznanie najważniejszych procesów współczesności.

Bibliografia

- Bajerowa/Puzynina 2000: Bajerowa, Irena; Puzynina, Jadwiga. Język religijny. Aspekt filologiczny. W: *Encyklopedia katolicka*, t. 8, Lublin, kol. 19–20.
Majewski 2010: Majewski, Józef. *Religia, media, mitologia*. Gdańsk.

² Np. strona religijnie.pl oferujące usługi z zakresu grafiki komputerowej na potrzeby religii: banery, napisy na koszulkach, graficzne opracowanie stron WWW i in.

- Siuda 2010: Siuda, Piotr. *Religia a Internet: o przenoszeniu religijnych granic do cyberprzestrzeni*. Warszawa.
- Szlendak 2008: Szlendak, T. *Supermarketyzacja. Religia i obyczaje seksualne młodzieży w kulturze konsumpcyjnej*. Wrocław.
- Wojtak 2006: Wojtak, Maria. *Styl religijny we współczesnej polszczyźnie*, Stil, s. 54–63.
- Zdunkiewicz-Jedynak 2006: Zdunkiewicz-Jedynak, Dorota. *Surfując po Internecie w poszukiwaniu Boga... Gatunki komunikacji religijnej na polskich katolickich stronach internetowych*. Tarnów.

Marzena Makuchowska (Opole)

Religious discourse on the Internet

Article take about changes in religious discourse to take place in connection with its operation of the Internet. The first part of the article uses sociological studies and discusses various forms of presence of religion in Internet and the underlying trends that govern contemporary religious life. The second part presents the main transformations governing religious discourse, the comparative background is the traditional discourse of the Catholic Church. In a nutshell and simplification it can therefore be noted that trends lead from hierarchism to ahierarchism from monologism to dialogism and the sacredness of the features that characterize contemporary popular culture.

Marzena Makuchowska (Opole)

Dyskurs religijny w Internecie

Artykuł podejmuje temat zmian w dyskursie religijnym, które dokonują się w związku z jego funkcjonowaniem w Internecie. Pierwsza część artykułu wykorzystuje badania socjologiczne i omawia różnorodne formy obecności religii w cyberprzestrzeni oraz zasadnicze tendencje rozwojowe, które rządzą współczesnym życiem religijnym. W drugiej części przedstawia się główne przeobrażenia, jakim podlega dyskurs religijny, przy czym tłem porównawczym jest tradycyjny dyskurs Kościoła katolickiego. W dużym skrócie i uproszczeniu można zatem odnotować, iż kierunki zmian wiodą od hierarchizmu do ahierarchizmu, od monologowości do dialogowości oraz od sakralności do cech, które charakteryzują współczesną kulturę popularną.

Marzena Makuchowska
Uniwersytet Opolski
Instytut Polonistyki i Kulturoznawstwa
Pl. Kopernika 11
Pl-45-040 Opole
marzena.makuchowska@uni.opole.pl

Perina Meić (Mostar)

Od (pjesničkog) neba naovamo (bilješke o pjesništvu Ilije Ladina)

Ilija Ladin (pravim imenom Ilija Kozić) jedna je od najosebujnijih pojava hrvatske književnosti u BiH. Svojim je književnim opusom, kojega čini dvanaest knjiga poezije, stvorio prepoznatljiv stil neosporne umjetničke vrijednosti i jedinstvenih formalnih i sadržajnih karakteristika. Korespondirajući u nekim segmentima s poetičkim konceptom postmoderne, u svom je pjesništvu na osobit način spajao tradiciju i modernost.

Ilija Ladin (pravim imenom Ilija Kozić) jedan je od najosebujnijih pojava hrvatske književnosti u BiH. Svojim je književnim opusom, koji čini dvanaest knjiga poezije¹, stvorio prepoznatljiv stil neosporne umjetničke vrijednosti i jedinstvenih formalnih i sadržajnih karakteristika. Korespondirajući u nekim segmentima s poetičkim konceptom postmoderne, u svom je pjesništvu na osobit način spajao tradiciju i modernost. Zainteresiran za pitanja suvremenog čovjeka i njegova života u književnoj je tradiciji, ali i u stvarnosti, često pronalazio literarne poticaje. Trajući na književnoj sceni gotovo četiri desetljeća

¹ Ladin je za života objavio sedam samostalnih pjesničkih zbirki (PRIJE TEBE NIČEGA, 1968.; OD NEBA NAOVAMO, 1973.; PJESME O KOLIBI, 1975.; PJESME O PTICAMA, 1979.; PATNJA JE POČELA, 1986.; GOSPODIN MO, 1995. i MUZAMA SE ISPRIČAVAM, 1995.) i pet izbora pjesama.

Izbori pjesama objavljeni su ovim redom: PJESME (1982. – izbor pjesama: S. Tontić i autor), IZABRANE PJESME (1984. – izbor pjesama i predgovor: S. Tontić), TAKAV SAM VAM VEČERAS (1989. – izbor pjesama: S. Mehmedović i autor) i POČETAK (1989.) i RAČUN SVODEĆI (1999., izbor i predgovor: Ž. Ivanković). Izdanja iz 1982. i 1984. objedinjuju pjesme iz prvih četiriju zbirki: PRIJE TEBE NIČEGA, OD NEBA NAOVAMO, PJESME O KOLIBI i PJESME O PTICAMA. Na kraju obiju knjiga pridodano je i nekoliko novih pjesama organiziranih u zaseban ciklus.

Izbor pod naslovom PJESME iz 1989., većim je dijelom, nastao na temelju pjesama iz zbirki MUZAMA SE ISPRIČAVAM i GOSPODIN MO, uz nekoliko pjesama iz zbirke PATNJA JE POČELA.

U svaku od navedenih knjiga Ladin je intervenirao, dodajući nove pjesme koje nisu objavljivane niti u jednoj od zbirki na temelju kojih su navedeni izbori nastali, kao i uvrštavajući čitav niz djelomično preinačenih (ranije objavljenih) pjesama.

Knjiga pod naslovom RAČUN SVODEĆI najobuhvatniji je izbor Ladinove poezije nastao pred sami kraj autorova života u trenutku kad on, zbog bolesti, nije bio u stanju išta novoga dodavati.

pomno je gradio svaki svoj stih, svaku pjesmu, ciklus i zbirku stalno propitujući mogućnosti vlastitog pjesničkog izričaja ostajući dosljedan i s t i m, uvijek inspirativnim temama i motivima.

Ladinovim pjesništvom nastalim do 90-ih godina 20. stoljeća dominira interes za prirodu, književnu prošlost i njihove raznolike simboličke inačice. Među njima se, kao najučestaliji i najrazrađeniji, pojavljuju motivi ptica, kolibe, puta, ljubavi. Prati ih kazivačev antimodernistički nazor koji se očituje u težnji prema vraćanju iskonskom, autentičnom, naravnom, tj. oslobađanju od nametnutih civilizacijskih konvencija. Najvažnija pitanja koja zaokupljaju Ladinova lirskog subjekta su suodnos neba i zemlje, tj. pitanje čovjekova mjesta u svijetu. U zbirkama objavljivanim 90-ih godina 20. stoljeća često se pojavljuju pjesme prožete piščevim impresijama o ratu i životu u ratnim okolnostima.

S formalnog aspekta gledano Ladinovo je pjesništvo prepoznatljivo po dvama karakterističnim obilježjima: 1. praksi stalnog interveniranja, tj. popravljanja i korigiranja već objavljenih pjesama i 2. svrsishodnoj i promišljenoj organizaciji zbirke i svih njezinih dijelova.

Varijacije i ponavljanja – poetičke konstante

Način na koji je stvarao pokazuje da je Ladin bio autor koji pjesnički čin razumijevao ne kao kreiranje gotovih, zatvorenih struktura koje čitatelju nude zadane interpretacijske okvire, već suprotno, kao stalno propitivanje i potragu za pravom riječju i iskazom. U skladu s tim je i netom spomenuta praksa stalnog popravljanja ranije objavljenih pjesama. Analizom takvog tipa korekcija i intervencija može se doći do zaključka o tomu što je držao umjetnički vrijednim i autentičnim, a što ne. Ladinove intervencije najvećim se dijelom odnose na korekcije teksta pjesme, no nije rijetko i to da se, uz tekst pjesme, mijenja i njezin naslov ili da se ista pjesma objavi pod drugim naslovom.

Korekcije ili promjene naslova pokazuju autorovu namjeru dodatnog preciziranja onog što je smatrao ključnom idejom ili motivom (a što je u ranijoj varijanti pjesme možda izostalo). Da bi to postigao, Ladin pribjegava: ili skraćivanju/dodavanju (npr. PISMO PENELOPI: LJUBAVI USPUTNE / DRUGO PISMO PENELOPI: LJUBAVI USPUTNE; DALEKI SVIJETE DALEKI SVIJETE / DALEKI SVIJETE) ili zamijeni pojedine riječi iz naslova (npr. SAM SI ČUDOTVORČE / SAM SI PJESNIČE, JEDAN DJEČAK PLAČE POSLIJE RATA / DJEČAK PJEVA POSLIJE RATA). U nekim je pjesmama naslov izmijenjen u potpunosti (npr. ZNACI SU ALIJA VAS PITAM / LJUBAV U PEDESETOJ; TORBO MOJA / ORASI; ŽIVEŽ TVOJ / NE PIJ VODU SAM).

Izmjene koje se tiču teksta pjesama također pokazuju kakve su bile pjesnikove težnje. One su se očitovale kroz nekoliko osnovnih tipova promjena. Jedna je proširivanje teksta umetanjem novih stihova ili strofa. Druga je zamjena pojedinih dijelova pjesme (strofa ili stihova) koje je autor mogao

smatrati boljim jer produbljuju smisao rečenoga. Treća su vrsta promjena kompozicijske intervencije – npr. spajanje dvaju stihova u jedan ili obrnuto: razdvajanje strofe u dva dijela, te premještanje pojedine riječi ili skupine riječi na različita mjesta unutar pjesme. Takve su promjene obično uvjetovane izmjenama ritmičkog ustroja teksta. U nekoliko se primjera pojavljuje i promjena žanrovskog statusa teksta – npr. tekst pisan u stihovima reorganiziran je u formu pjesme u prozi.

U zbirke nastale nakon prve knjige pjesama PRIJE TEBE NIČEGA autor često umeće ranije objavljene (često i korigirane) pjesme. Takav postupak opetovnog uklapanja istih ili djelomično izmijenjenih pjesama iz ranijih zbirki u nove, proizvodi različite učinke. Ranije se objavljenim pjesmama, u novom kontekstu, proširuje značenjski dijapazon, te se otkrivaju njihovi dotad manje istaknuti ili slabije uočljivi aspekti. To ima izravan utjecaj i na značenje same zbirke koje su dio. U nekim je slučajevima opseg intervencija povećan toliko da se navedeni uradci mogu smatrati novim pjesničkim ostvarenjima.

Praksa konstantnog interveniranja, tj. popravljanja ili ponavljanja ranije objavljenih pjesama Ladina legitimira (i) kao predstavnika postmodernog pogleda na literaturu koji polazi sa stajališta da književne tvorbe (u Ladinovu slučaju pjesme) nisu okamenjene značenjske činjenice već dinamične strukture koje se u dijalogu s čitateljem otvaraju novim interpretacijama.

Unatoč tomu, česta ponavljanja u pjesmama kao i piščeve stalne intervencije pojedini čitatelji nisu uvijek gledali blagonaklono. Misli se tu ponajprije na književne kritičare koji su često izricali zamjerke Ladinovoj ispravljajčkoj praksi.² Jedan od njih je Miodrag Bogićević. On je u tekstu NEIZVJESNOST PJESNIČKOG LETA, među ostalima, ustvrdio da Ladin „postaje zamoran i apartan kad u nedogled razglaba neke teme i beskrajno ih varira“ (Bogićević 1979: 139). Risto Trifković bio je još eksplicitniji. Zamjerajući piscu što, kako veli, gomila izraze, on je zaključio da Ladin nerijetko „izgubi efekat koji

² Stalne intervencije na pjesmama i njihova ponavljanja u novim zbirkama kritičarima su donekle otežavali književnopovijesni opis njegove poetike. Potvrđuje to i Stevan Tontić koji je priređujući *IZABRANE PJESME* 1984. upozorio na teškoće s kojima se susretao tijekom interpretacije Ladinova pjesništva. U navedenom se izdanju, točnije njegovu predgovoru, Tontić pragmatično opredijelio za analizu Ladinova pjesništva s obzirom na tematske krugove. U izboru pjesama pokušavao je ostvariti književnopovijesni pregled prateći vremenski slijed, tj. kronologiju kojom su se javljale pojedine Ladinove zbirke.

Ponešto drugačiji koncept prezentacije izabrao je Željko Ivanković. On je u izboru naslovljenom po pjesmi *RAČUN SVODEĆI* kombinirao analizu s obzirom na dominantne teme s pokušajem prepoznavanja i opisivanja četiriju faza kroz koje je Ladinovo pjesništvo, po njegovoj prosudbi, prošlo. Prema Ivankovićevim uvidima navedene je faze moguće pratiti kronološki. Svaka od njih, prema Ivankoviću, objedinjuje po dvije, kronološkim slijedom nastale zbirke. Takvo je načelo u rasporedu pjesama odabranih za navedeno izdanje priređivač realizirao djelomično.

je već bio dosegnuo“ (Trifković 1974: 407). U suglasju s ovakvim razmišljanjima je i komentar Stevana Tontića, priređivača dvaju izbora Ladinova pjesništva. On je u tekstu POEZIJA JEDNOSTAVNOG također upozorio na učestala ponavljanja te ustvrdio da takvi postupci ponekad rezultiraju monotonijom. Ipak, istaknuo je Tontić, „to ne može bitnije uticati na pozitivni sud o originalnoj pojavi Ladinova pjesništva“ (Tontić 1974: 366). Ponešto drugačiji stav o navedenim pitanjima imao je Krešimir Šego koji je u tekstu MNOGOZNAČNI PJESNIČKI SVIJET općenito i bez iznošenja argumentacije zaključio da se u Ladinovu pjesništvu ponavljanje „ne pokazuje kao nedostatak, već kao bitni konstitutivni element pjesme“ (Šego 1980: 34).

Neovisno o ponavljanjima i stalnim korekcijama, sve su Ladinove pjesničke zbirke koncipirane kao pomno osmišljeni sustavi znakova u kojima suodnosi dijelova i cjeline pokazuju visok stupanj koherencije ponajprije u sadržajnom, a onda i u izvedbenom smislu. Potvrđuju to (među ostalima) i ciklus ljubavnih pjesama iz knjige TAKAV SAM VAM VEČERAS (TRINAEŠT PJEŠAMA) ili ciklus posvećen p r o m i š l j a n j u o slikarima i ratu iz zbirke MUZAMA SE ISPRIČAVAM (RUČAK U SARAJEVU).

Ladinove su zbirke obično fokusirane na g l a v n u temu (najčešće istaknutu u naslovu). Ona se u pojedinostima razrađuje od pjesme do pjesme od ciklusa do ciklusa. S obzirom na činjenicu da odabir teme za sobom vuče i osobit način njezina artikuliranja – od formalnog uobličavanja pjesme, preko uspostavljanja relacija s književnom tradicijom iz koje se preuzimaju pojedini motivi, pa sve do kompozicijskih strategija u organizaciji pjesme, ciklusa ili zbirke kao cjeline – moglo bi se reći da analiza tog segmenta Ladinove poetike može doprinijeti preciznijem opisu njezinih glavnih poetičkih mijena.

Poetičke mijene

Književni opus Ilije Ladina mogao bi se, promatrano sa stajališta književne povijesti, načelno p o d i j e l i t i u dvije vremenski uvjetovane i (u pojedinostima) poetički različite etape. Njihova razdjelnica, kronološki gledano, koincidira s društvenim promjenama nastalim raspadom Jugoslavije i ratnim sukobima 90-ih godina 20. stoljeća.

Zbirke objavljene prije raspada Jugoslavije nastajale su u kulturnom i ideološkom miljeu kojega je determinirala javno proklamirana vjera u pozitivne vrijednosti socijalističkog samoupravljanja i radništva kao nositelja progresivnih promjena u društvu. Određivalo ga je i uspješno laviranje ondašnje političke elite između interesā Istoka i Zapada koje se pokazalo kao glavni model funkcioniranja i opstanka. Ipak, baš se u to vrijeme, daleko od očiju javnosti i u nesuglasju sa službeno promoviranom slikom napretka i boljitka, počinju javljati i disonantni glasovi tj. nagoviještaj raspada Jugoslavije nakon čega su uslijedile i dramatične promjene društvenog poretka. Književnost koja se u to doba percipirala kao ideološki kurentna r o b a postupno je otvarala prostor

za subverziju i podrivanje sustava.³ U takvom se okružju, ovisno o tomu kakav su stav zauzimali prema kulturnom i društvenom životu, pojavljivalo nekoliko tipova književnika. Jedan je bio onaj koji se dobro uklapao u zadane ideološke okvire i u javnosti figurirao kao relevantan čimbenik društvenog i kulturnog života. Drugom su tipu pripadali pisci koji su, zbog nepristajanja na kompromise, postajali disidenti, otpadnici sustava. Trećoj su, uvjetno rečeno, skupini pripadali oni koji su anticipirali promjene i (na simboličkoj razini) propitivali svijet oko sebe (pa i sam sustav) ali su, u načelu, izbjegavali izravni upliv u rasprave o osjetljivim ideološkim pitanjima. Literaturu ovog tipa književnika kojoj je, sudeći po nekim karakterističnim obilježjima poetike najbliži Ilija Ladin, determinira pomalo rezigniran, nerijetko ironičan svjetonazorski stav kao i stalno prisutan eskapistički impuls.⁴

Imajući sve to na umu lakše je odgovoriti na pitanje zašto je priroda, tj. motivi ptica, kolibe ili simboličkog suodnosa zemlje i neba u zbirkama objavljenim prije 90-ih često privlačila Ladinovu pozornost. Ako se uzme u obzir kontekst u kojemu je pjesništvo tog razdoblja nastajalo logičnom se čini pretpostavka da je Ladinov b i j e g u prirodu ili u literarnu prošlost proizišao iz potrebe povratka iskonskom, naravnom i autentičnom, onom koje se suprotstavlja izvještačenosti i licemjernosti kakvu je moguće naći, ne samo kod

³ Kako su stvari sa sustavom u to vrijeme funkcionirale slikovito pokazuje epizoda koju je za dnevni tisak ispriповijedao Ladinov prijatelj, pjesnik Miro Petrović: „Ima zgoda kad Iliju, kao sumnjivog, legitimira policajac u vlaku. A Ilija izvadi legitimaciju Udruženja književnika BiH, na kojoj prvo piše Savez književnika Jugoslavije – i kaže: druže, ja sam savezni književnik. (U to vrijeme s a v e z n i političari su imali nepisani imunitet). I, policajac ga uredno pozdravi, ono, salutirajući. Kasnije će Ilija pričati da je u v i j e k n a d r l j a o kad bi policiji rekao da je književnik – ali s a v e z n i (sve istaknula P. M.) književnik – to je bilo nešto drugo“ (Bašić 2010: 67).

⁴ On se kod različitih pisaca očitovao na različite načine. Među ostalima i kroz bohemu koja je u takvom društveno-političkom okružju imala različite konotacije. O tomu je osebujnim stilom pisao Tomislav Ladan. On je, novinskoj bilješci pod naslovom *PREOSTALI BOHEM*, razglabajući općenito o Ladinovu pjesništvu, među ostalima ustvrdio da je ovaj iznimni pjesnik jedan od zakašnjelih ili preostalih bohema toga doba. Objašnjavajući navedeni fenomen s obzirom na ondašnji društveni trenutak Ladan je zapisao: „Jer, boheme je i u nas među književnicima sve manje. Većina se dočepala ukušna posla, pravog ili samo plaćevnog. Glavnina pisaca postadoše činovnici, pa ipak neki ostaju bohemi, bilo da su u kakvu radnom odnošaju ili izvan njega. U svijetu današnjih uzora-nazora-nadzora pjesnik bohem se otkriva kao svojevrsan preslikaj negdašnjeg šamana, maga, vatesa, vaganta, goliarta, trubadura, dvorske lude ili današnjeg umjetnika hipstera ili beatnika: verbalnog magnetizera i lirskog hipnotizera. Uspoređen sa sredenim, uređenim *uredskim pjesnikom*, bohem opsjenjuje već samom *razlikom* koja je *prosvjedi* i *oporba*: prema *sprezi* i *stezi* društvoavnog *pisačkog stroja* (istaknula P. M.)“ (Ladan 1974: 43).

pojedina, nego i kao obilježje cijelog sustava.⁵ On se, također, može tumačiti i kao subverzivna gesta u kojoj u prvi plan izbija namjera da se pjesništvom diskretno, ali nedvosmisleno, iskaže pozicija nepripadanja. Zbog svega se čini opravdanim zapitati se: ne predstavlja li Ladinovo pjesništvo neku varijantu simboličnog nepristajanja ili pasivnog otpora sustavu koji je tzv. p o š t e n u i n t e l i g e n c i j u, a među njima i pisce, nastojao držati čvrsto pod kontrolom, pretpostavljajući formalno i birokratsko suštinskom i autentičnom. Naposljetku, nećemo pogriješiti ako kažemo da je eskapistički impuls u Ladinovu pjesništvu metaforička inačica želje za bijegom od ideala čovjeka m o d e r n o g doba i kolektivnog duha. Ono je poetska artikulacija težnje lirskog subjekta/autora da se bude drugačiji od, kako bi rekao španjolski filozof, sociolog i esejist José Ortega y Gasset, č o v j e k a m a s e (Ortega y Gasset: 2003) – onoga koji je savršen materijal za ideološke i totalitarističke manipulacije kao i nametnute svjetonazorske kalupe.

U tom bi društveno-povijesnom okviru valjalo tumačiti i jedan od najzanimljivijih motiva u Ladinovu pjesništvu, motiv kolibe. Koliba u Ladinovu pjesništvu, u suprotnosti s kulturom urbanog života u bezličnim socijalističkim neboderima i soliterima, postaje kompleksan znak. O d o b i č n o g obita-vališta ili skloništa ona se preobražava u prostor za kontemplaciju, samoću i bijeg. Snažna veza sa zemljom sugerira to da koliba simbolizira i tjelesno. Otvorenost nebu, ali i (konkretnije) okrenutost drugomu čovjeku ukazuje na mogućnost njezina simboličnog poistovjećivanja sa samim lirskim subjektom (SAGRADIT ĆU KUĆU, VRIJEME MIRA MEĐU KOLIBAMA, POJESTI ILI BITI POJEDEN, NETKO KUĆA, VRATA NA KOLIBI). Zbog mnogovrsnih značenja kojima obiluju, pjesme o kolibi mogu se interpretirati i kao metafore kazivačeva/autorova propitivanja svoga mjesta u svijetu ili, još preciznije, kao poetska inačica stalnog napora i pokušaja povratka samom sebi autentičnom i jedinstvenom.

Kad je riječ o eskapizmu lirskog subjekta, valja reći da on nije isključujući. Ladinov lirski subjekt nije mizantrop. Upravo suprotno. On, tj. njegova koliba uvijek je u dijaloškom odnosu prema drugom: čovjeku, prijatelju ili čitatelju. Iskustvo d r u g o g (čovjeka, ptice ili književnog junaka kakav je npr. Odisej) jest ono s čim se do određenog stupnja identificira. Fokusiranost na dodir s drugim, običnim, svakodnevnim svijetom pokazuje i nevjerojatnu sposobnost simboličke transformacije Ladinovih pjesničkih poruka. Pijace, šareni prostori svakodnevnog života za njegova su lirskog subjekta najveće znamenitosti svakog grada, mjesta autentičnosti u kojima on upija miris zemlje (PIJACE).

Raznolika iskustva vezana za međuljudske odnose često se prepleću s metaforom puta koja, jednako kao i motiv kolibe, ljubavi ili ptica, donosi

⁵ Iskonsko/naravno/authentično, u mnogim Ladinovim pjesmama, priziva asocijacije na arkadijske ugođaje i motive kakve nalazimo u bukolikama i pastoralama antičkih grčkih i rimskih književnika koje je autor, inače romanist po struci, zasigurno dobro poznavao.

čitav niz novih značenja. Motivom puta sugerira se potraga za drugim, često žuđenim bićem, ženom (stvarnom ili nekom imaginarnom, utjelovljenom u liku Penelope). Istodobno, on u širem smislu simbolizira potragu za dobrom, skladom i srećom. Put, nadalje, podrazumijeva želju za komunikacijom i razumijevanjem.

Osim motiva kolibe ili puta u Ladinovu se pjesništvu, kao iznimno važan, pojavljuje i motiv ptica. Najdominantniji je, i sustavno razrađen, u zbirci *PJESME O PTICAMA*. Valja ga tumačiti kao slikovito utjelovljenje teme koja je konstanta u cijelom Ladinovu opusu: a to je propitivanje odnosa: nebo – zemlja, stvarnost – mašta, životna pragma – duhovnost. Kao posrednik između neba i zemlje ona je semantički potentan znak. U zbirci *PJESME O PTICAMA* svijet je raznolikih ptica prikazan kroz niz poetskih fragmenata, tj. varijacija na zadanu temu.⁶ Moguće ih je tumačiti kao pjesničko kazivanje o različitim tipovima osoba i/ili detaljima iz njihovih života: od glupog noja s glavom zabijenom u pijesak, preko rajske ptice iznimne ljepote i tragične sudbine, pa sve do sokola, robakrila to g, kako je nazvan u jednoj od pjesama. Ne treba, pri tomu, zaboraviti i to da se u podlozi pjesama opticama često pronalaze više ili manje očite reference na mitološke priče ili pojedina književna djela. Da se tu ne iscrpljuju njihova značenja, pokazuju i analize koje polaze od pretpostavke da su ptice „metafora čovjekovog duboko ličnog svijeta“ (Bogičević 1979: 138).

Ladinu je ideja opticama kao (pjesničkim) znakovima mogla biti inspirativna preko Svetog Franje Asiškog poznatog po svojim propovijedima pticama. Poticaj je mogao doći i posredstvom asocijacija na Aristofanovu komediju *PTICE*. Kao argumentacija za ovo potonje mogla bi se navesti učestala pojava ironijske (gdjekad i komične) perspektive. Ona je najočividnija u kazivanju lirskog subjekta o sudbini ulovljenih ptica koje (iako povlaštene posrednice neba i zemlje) završavaju nedostojno (gdjekad tragikomično) kao delicije na tanjuru (*TETRIJEB VELIKI, RIJEČ SLAVUJA* i dr.). Asocijacije vezane za književnost, u pjesmama ovog tematskog kruga, također su prisutne. Najbolje to potvrđuje dio stiha iz pjesme *UŠETNJI* u kojoj pjesnik izrijeком veli: *Riječi su kao ptice* (Ladin 1982: 27).

U zbirkama nastalim 90-ih godina 20. stoljeća Ladinov se iskaz – unatoč tomu što se može reći da u bitnome slijedi otprije zacrtan poetički model – u nekim segmentima mijenja. Najjasnije se to vidi u načinu na koji su artikulirane pjesme s ratnim temama. Naime, u ranijim je zbirkama simbolika motiva vezanih za rat obično proistjecala iz referenci na (arhetipske) motive iz pojedinih književnih djela. Mogu to pokazati primjeri pjesmama: *DJEČAK PJEVA*

⁶ U takvim je Ladinovim varijacijama M. Bogičević prepoznao glazbene elemente: „Minijature na temu ptica (*JEDNA ZEBRA, PTICE* i sl.) kao da su dijelovi jedne ptičje simfonije što je budno osluškuje čovjek, podsjećajući, na primjer na onu Hajdnovu temu gdje se čuje radostan ptičji poj ali u daljini i zvuci neostvarene čežnje“ (Bogičević 1979: 141).

POSLIJE RATA ili DVA PUTELJKA PREKO NJIVA ILI PRIČA ILIJE ŠARCA IZ PONIJEVA. Prva među njima tj. njezin naslov predstavlja parafrazu znamenite pjesme Dušana Vasiljeva ČOVEK PEVA POSLIJE RATA. Uradak DVA PUTELJKA PREKO NJIVA ILI PRIČA ILIJE ŠARCA IZ PONIJEVA nameće potrebu usporedbe s Krležinom kratkom prozom iz HRVATSKOG BOGA MARSA.

U zbirkama nastalim 90-ih godina sve su prisutniji motivi stvarnosne provenijencije. Autor (kao i u ranijim zbirkama) odabire motive svakodnevlja, ističući u prvi plan naoko banalne i (ne)važne životne detalje preko kojih ocrta grubu ratnu stvarnost. U pjesmama nastalim u tom vremenu manje je optimizma. I čovjek i Bog su, kako se sugerira u pojedinim stihovima, nemoćni. Ostala je gola egzistencija i nemoć lirskog subjekta koji, pomalo rezignirano, promatra nevesela zbivanja oko sebe nalazeći utočište u poeziji. A nju pak karakterizira sve artikuliranije kazivačevo ogorčenje i sve češća ironija s primjesama cinizma.⁷ Zahvaljujući takvoj perspektivi poznata djela klasika svjetske literature (Balzaca, Goethea ili Dantea) postaju simbolički obremenjeno znakovlje preko kojeg se progovara o jednoj neumjetničkoj i nehumanoj, ratnoj zbilji (npr. u pjesmi KAVA NA BALZACU). Na isti način funkcionira čitav niz pjesama o (prijateljima) slikarima u kojima se problematizira pitanje svrhe i uloge umjetnosti u ratu. U takvom okružju kojeg određuje poremećeni sustav vrijednosti čovjekov se život (ili bolje reći opstanak) svodi na, iščitava se u pjesmama iz ovog perioda, zadovoljavanje primarnih životnih potreba, po cijenu uništenja plodova duha ili umjetničkog stvaranja.

Formalne pretpostavke

Ladinovo pjesništvo, gledano sa stajališta forme, nije doživjelo neke znatnije promjene. Pjesme su većinom artikulirane na način da su, više puta spominjane, svakodnevne teme ili, iz književne tradicije poznati motivi, posredovani slobodnim stihom oslobođenim tradicionalnih obilježja (npr. rime, stalnog mjesta cezure i sl.). S obzirom na takva svojstva moglo bi se reći da Ladin, u određenom stupnju, baštini versifikacijske manire A. B. Šimića (kojemu je posvetio prvu pjesmu iz zbirke PRIJE TEBE NIČEGA s naslovom DRINOVCI). I dok ritmički obrasci njegovih pjesama u nekim segmentima podsjećaju na načine gradnje stihova navedenog autora, njihova eufonijska uređenost, te sklonost igrama riječima pokazuje određeni stupanj srodnosti Ladinova s pjesničkim iskazom Maka Dizdara (npr. NAMJESTO EPITAF, PROLJEĆE NA

⁷ Da je ironija u poeziji p r e d r a t n o g perioda bila b l a ž a mogu potvrditi i riječi Gorana Simića. On je, analizirajući pjesme s tematikom o kolibi, ustvrdio da se u Ladinovu ironiziranju stvarnosti „niti u jednom momentu ne nazire prkos koji bi poentirao snagu ironije“ (Simić 1976: 25). U pjesmama nastalim 90-ih situacija se ipak mijenja. Ono što ostaje konstanta jest svjetonazorski stav Ilije Ladina, tj. njegova lirskog subjekta koji, ostajući vjeran konceptu neuklopljenog individualaca, teško prihvaća p r a v i l a i g r e novog sustava i njegovih ideoloških načela.

GROBLJU). Potvrđuje to i primjer pjesme LJUBAV U POMPEJIMA u kojoj čitamo parafrazu Dizdarova stiha iz poznate pjesme ZAPIS O ZEMLJI koja u Ladinovoj izvedbi glasi: *Tko je taj šta je taj te odavde suncu gleda u lice* (Ladin 1982: 53).

Kad je riječ o vrstama pjesama, tj. oblicima u kojima se javljaju, moglo bi se govoriti o dvama dominantnim tipovima: stihične i strofične pjesme. Njima se mogu pridružiti i, ne tako brojne, ali jednako zanimljive, pjesme u prozi.

Gledano na razini cijeloga opusa, uočljiva je razmjerno učestala pojava tzv. stihičnih pjesma sastavljenih od uzastopnog niza (obično) dužih stišnih redaka. Umjetnički su najuspjelije i najbrojnije kraće i konciznije lirske forme sastavljene od manjih strofa kraćih stišnih redaka (najčešće se javljaju u kasnijim zbirkama). Najmanje je, kako je već rečeno, pjesama u prozi.

Zastupljenost različitih oblika lirskih pjesmama karakteristika je svih Ladinovih zbirki. U njima dominiraju eufonijske figure, među njima najviše anafora. Brojna su ponavljanja i sintaktički paralelizmi. Česti su i grafostilemi. Među njima se izdvajaju kapitalom istaknute ili spacionirane riječi ili stihovi koji su obično u funkciji isticanja ključne riječi, ideje ili poruke. Oni se najčešće javljaju u pjesmama prve zbirke. U manjem ih je broju moguće naći i u kasnijim uradcima. Uz njih se (najviše u pjesmama ranijeg perioda) pojavljuje i pomicanje početaka cijelih strofa (s lijeva na desno, prema sredini stranice), te veliki rasponi, tj. grafičke bjeline (duže od jednog praznog retka) koje odvajaju dvije uzastopne strofe. Zbog takvih se grafičkih rješenja pojedine strofe mogu percipirati (i) kao neovisne poetske tvorbe. Pjesme kojih su te strofe dio kao da su koncipirane po modelu pjesme u pjesmi.

Idući prema kasnijim zbirkama, počevši sa zbirkom OD NEBA NAOVAMO, sve je učestaliji tradicionalniji, tj. grafički *k o n z e r v a t i v n i j* izgled pjesme. Lijeva se margina u većini pjesama (za sve strofe) ujednačava i poravnava. Grafičke bjeline među strofama su kraće. Za razliku od pjesama prve zbirke gdje su se strofe često odvajale dvama čak i trima praznim redovima, dominantno postaje (uobičajeno) odvajanje kitica jednim praznim retkom.

Kao konstanta ipak ostaju znakovite grafičke bjeline unutar pojedinih stihova. Obično se radi o dvama uzastopnim prazninama koje *d i j e l e* stih na dva (nekad i više) značenjski i ritmički zaokruženih stišnih članka.

Kad je riječ o ritmičkom ustroju, u Ladinovu bi se pjesništvu načelno moglo govoriti o postojanju triju temeljnih tipova organizacije. Jedan je ritmički obrazac zasnovan na uzastopnim izmjenama dugih i izrazito kratkih stihova (kratki se stihovi često sastoje od samo jedne, nerijetko, jednosložne riječi). Duži su stihovi ritmički kompleksniji čemu (jednim dijelom) doprinose i povremena prekoračenja i opkoračenja. U njima je primjetna karakteristična pojava dubljih sintaktičkih granica koje su nerijetko markirane velikim slovom za riječ koja dolazi nakon cezura. Uz ovo, cezura se na pojedinim mjestima naglašava dodatnim grafičkim bjelinama (s već spomenuta dva umjesto uobičajenog jednog razmaka među riječima). Drugi je tip ritmičke

organizacije svojstven modelu pjesme u prozi. U njemu je uočljiv n e s r a - z m j e r između izrazito poetičnog i metaforičnog izričaja i njegova formalnog k a l u p a. Riječ je o vizualno upečatljivom, p r o z n o m u z o r k u koji počiva na uzastopnom bilježenju redaka od početka do kraja stranice. Za navedeni su tip pjesama karakteristični učestali eufonijski elementi, ponavljanja te izrazita poetičnost izraza. Treći tip ritmičke organizacije počiva na pokušaju ujednačavanja ritma uzastopnim nizanem stihova srodnih ritmičkih obilježja koji se, u pravilu, organiziraju u kraće strofe.

Za razumijevanje načina funkcioniranja ritmičke strukture važna su i ponavljanja kojima obiluje Ladinovo pjesništvo. Obično se ponavljaju manji fragmenti ili strofe koje se razlikuju neznatno – tek u malim, naoko nevažnim pojedinostima. U nekim je slučajevima u pitanju zamjena samo jedne riječi. Riječi koje se zamjenjuju nerijetko su bliskoznačnice. Najčešće se lociraju na tzv. jaka mjesta u stihu (na početku stiha, poslije cezure i sl.). Zbog srodnosti značenjskih polja z a m i j e n j e n i h riječi, kao i činjenice da se one nalaze u i s t o m kontekstu, iskaz dobiva na značenjskoj slojevitosti i kompleksnosti. Tomu doprinosi i odabir modela kazivanja.

U većini je Ladinovih pjesama kazivačka perspektiva osobna što može navesti na zaključak da je lirski kazivač/subjekt identičan s empirijskim autorom. To mogu potvrditi i pjesme u kojima autor progovara o sebi (NA ZEMLJI, IMAM NA LIJEVOJ STRANI MLADEŽ, ZNACI SU AL JA VAS PITAM), o svojoj obitelji i njezinu podrijetlu (NA GROBU MAJČINU, ODLAZAK OD KUĆE, OCU I MATERI, MOJI PREDI i dr.). U pojedinim pjesmama autor koristi model neosobnog kazivanja posredovanog preko tzv. kolektivnog m i koji se artikulira kao g l a s sveljudske zajednice ili njezinih univerzalnih, životnih iskustava (SLJEME KUĆNO, AKO ČEMO O LJUBAVI).

Nekoliko je pjesama Ladin napisao u dijaloškoj formi (DOĐITE DRUŽE U NAŠ DISKOKLUB, JOŠ ČUDA NEMA ILITI AUTOINTERVIEW IZ NEOLITA i sl.). Takav se oblikotvorni obrazac – osim što ukazuje na autorovu otvorenost različitim modelima kazivanja – pokazuje učinkovitim u ritmičkom smislu. Postojanje više subjekata i izmjenjivanje njihovih kazivačkih perspektiva podiže ritmičku tenziju istodobno povećavajući značenjski potencijal teksta. Semantičkoj slojevitosti doprinosi i činjenica da se u pojedinim pjesmama pojavljuju sadržaji u zagradama. Oni, kako se može vidjeti, u nekim pjesmama funkcioniraju kao neka vrsta poetskih didaskalija u kojima se dodatno o b j a š n j a v a j u ili preciziraju u stihu izrečeni sadržaji.

Dijalog s drugim(a) – s t a r i sadržaji u n o v o m ruhu

Dijalogičnost ili općenito težnja ka uspostavljanju komunikacije s drugim (čitateljem, pjesnikom, prijateljem) također su vrijedni istraživačke pozornosti.

sti. Očituju se u pjesnikovoj navadi da (razmjerno često i prigodno) svoje pjesme posvećuje prijateljima i znancima.⁸

Iako bi sadržaji navedenih pjesama možda mogli ponešto otkriti o naravi odnosa s osobama kojima su pjesme posvećene, one su puno važnije jer pokazuju kakvo je pjesnikovo razumijevanje književnosti, tj. njezine funkcije u svekolikom prostoru međuljudske komunikacije.⁹

Pjesme posvećene pojedinoj (stvarnoj) osobi nastajale su po prepoznatljivom modelu. Referentni se sadržaj pronalazi u stvarnosti da bi se potom, osobitim načinom izbora i kombinacije znakovlja, literarno uobličio i preinačio. Drugim riječima kazivanje o stvarnom i pojedinačnom se, zahvaljujući Ladinovu književnom postupku, transformira i prebacuje u sferu univerzalnih iskustava.

Na sličan način pjesnik u svojim pjesmama ostvaruje komunikaciju s književnom tradicijom iz koje *p r i s v a j a i p r e r a đ u j e* pojedine motive. Njegov odnos prema djelima iz daleke ili neposredne književne prošlosti inklinira postmodernom razumijevanju literature kao procesa stalnog komuniciranja (a to znači prihvaćanja, koliko i preispitivanja, čak i ironiziranja) s djelima različitih autora.¹⁰

Pozorniji uvid u Ladinove pjesničke zbirke pokazuje koja su mu djela i autori bili inspirativni. Među njima istaknuto mjesto zauzima ODISEJA iz koje je *p r e u z e o* niz motiva koje je *o b r a d i o* prilagodivši ih *s a d a š n j e m* trenutku. Pjesme inspirirane tim djelom progovaraju o iskustvima modernog vremena i suvremenog čovjeka. One, kao i predložak kojim su potaknuti,

⁸ Ladin je svoje pjesme posvećivao, u široj javnosti više ili manje poznatim, pjesnicima, prijateljima i znancima i, naravno, obitelji. Među njima: A. B. Šimiću, Vesni Parun, Vitomiru Lukiću, Stevanu Tontiću, Tvrtku Kulenoviću, Enveru Kazazu, Predragu Matvejeviću, Adiliji Lopes, Susan Sontag, ali i mnogim drugim.

⁹ Da je komunikacija bila (i jest) dvosmjerne naravi mogu potvrditi pjesme nastale u čast Ilije Ladina ili povodom prisjećanja na njegov *l i k i d j e l o*. Iako autori tih uradaka uglavnom ne uspijevaju nadići značenje neposrednog povoda i prigodnog trenutka, njihove su pjesme zanimljive jer pokazuju raznolik (p j e s n i č k u) percepciju Ladina kao osobe i kao književnika.

¹⁰ Prema Risti Trifkoviću u Ladinovu se pjesništvu komunikacija s književnom tradicijom odvija bez afektacije. Zbog toga, kako veli ovaj kritičar, Ladinovi *p r i j a t e l j i p o l i t e r a t u r i*, Proust, Rembaut i drugi, u njegovu pjesništvu postaju *n e i z b j e ž n i* (Trifković 1974: 407).

Koliko je širok raspon poticaja i utjecaja koje je moguće pronaći u Ladinovu pjesništvu potvrđuje i navod Krešimira Šege koji je ustvrdio da se u Ladinovu djelu nalazi „i govor naroda u kojemu je kondenzirana tisućgodišnja mudrost življenja, ali i iskustvo i refleksije znanstvenika i filozofa“. Pjesnik se, prema Šeginim riječima, rado koristi epskim nasljeđem kao motivom i kao poticajem. Općenito je primjetan utjecaj lektire (Šego izdvaja ime Miroslava Krležu) kojom „autor obogaćuje i proširuje krug motiva“ (Šego 1980: 33).

konotiraju stalnu čovjekovu potragu za smislom života i postojanja, za ljubavljju.

Uz ODISEJU, Ladin je inspiraciju pronalazio i u drugim djelima antičke grčke i rimske književnosti ili, općenito, u grčkoj i rimskoj mitologiji i umjetnosti. Tragovi njihova kreativnog iščitavanja razasuti su u brojnim pjesmama. Najviše ih je u zbirci PATNJA JE POČELA. Među pjesnicima i djelima iz tog književnog k r u g a posebno se izdvajaju Dante (DOĐITE DRUŽE U NAŠ DISKOKLUB, DVIJE CRKVE U KOJIMA SAM IMAO SOTONU ZA VODIČA QUO VADIS DOMINE), Ovidije (npr. FILEMON I BAUKIDA), Aristofan (MOJA KOLIBA ili pojedine pjesme iz zbirke PJESME O PTICAMA).

Važnu ulogu pri nastanku nekih Ladinovih pjesma imali su i neki ruski pisci. Među njima je, kako se može vidjeti, autoru bio inspirativan – ne samo djelom (npr. OBLAK U PANTALONAMA) već i životom – avangardni pjesnik nesretne sudbine, Vladimir Majakovski. Kad je riječ o ruskoj književnosti određene reference prisutne su i na djela znamenitog autorskog dvojca Iljfa i Petrova, tj. na nezaboravni lik njihovih romana, genijalnog obješenjaka Ostapa Bendera. Uz ova, zanimljiva mogu biti i druga Ladinova l i t e r a r n a p r i s j e ć a n j a: na primjer ono na W. Shakespearea koje, kako se može vidjeti, nije lišeno ironijske pozadine (POJESTI ILI BITI POJEDEN).

Ladinovo pjesništvo ima dosta dodirnih točaka i s poetikom Nikole Šopa. Najočevidnije je to u pjesmama u kojima je fokus na umjetničkoj obradbi m a l i h, naoko nebitnih detalja svakodnevnice preko kojih se otvara prostor za propitivanje egzistencijalnih pitanja.¹¹ Pjesme kao što su: SA ISUSOM SAM PIO U KRČMI SANJAO SAM: SLUŽILE NAS LIJEPE GREŠNICE, TELESKOPI, ELEKTRIČNO ZVONCE, PIJACE, SLJEME KUĆNO Ladina pokazuju kao kreativnog sljedbenika Šopova antimodernističkog stava koji se očituje i u nostalgiji za idiličnim svijetom prirode i (literarne) prošlosti.

Pjesme iz ratnog kruga pokazuju, među ostalima, i pjesnikov interes za kinesku filozofsku i književnu tradiciju a osobito za taoizam – što najviše dolazi do izražaja u zbirci GOSPODIN MO. Taoistička koncepcija neprestane brige za dobro drugoga, te ideja o tao-u kao putu, tj. kao ideji metafizičkog apsoluta i prirode našla je plodotvornu rezonancu u Ladinovu pjesništvu. U suglasju s tim je i činjenica da se u pjesmama iz ovog razdoblja kao literarni j u n a c i pojavljuju kineski filozof Mo Di i general države Wu. Pjesme u kojima se javljaju metaforični su iskazi autorova snažnog antiratnog protesta. Ipak, ono što dodatno intrigira jest činjenica da takav protest Ladin posreduje stilom ili manirom koji kao da priziva Sun Cu-ovo UMIJEĆE RATOVANJA. To je vrhunsko djelo o filozofiji ratovanja, nastalo oko 6. stoljeća prije Krista, u

¹¹ Ovu je karakteristiku Ladinova pjesništva Staven Tontić objasnio riječima: „Dok mnogi naši suvremeni pjesnici blude u površnom i spoljašnjem, Ladin je potpuno posvećen u prvotnu tajnu zemaljskog postojanja doduše s pogledom u nebo [...]. U slikovitom poređenju rečeno, umjesto za tehničke naprave što donose 'blagodati', on se još brine za hljeb nasušni“ (Tontić 1974: 366).

Ladinovu pjesništvu prisutno u različitim naznakama. Najprije preko ironijske geste u kojoj autor, o p o n a š a j u ć i Sun Cu-ove savjete vezane za r a t n e s t r a t e g i j e, zapravo zagovara antiratni princip. Kodirajući tekst na način da se može čitati na više razina, Ladin u toj vrsti pjesama r a č u n a s barem dva adresata. S jedne je strane miroljubivo nastrojen svijet kojemu preko lirskog subjekta o d a š i l j e ohrabrujuću poruku (koja kao da je pisana po Sun Cu-ovom p r i r u č n i k u o tomu da je najveća pobjeda i najuspješniji rat onaj koji se nikad ne dogodi. Uz njega, latentno je nazočan i adresat-protivnik. Njemu je n a m i j e n j e n a poruka prkosa i ironije koja na momente ima (za adresata) omalovažavajući prizvuk.

Način na koji Ladin pridružuje n o v e konotacije s t a r i m (općepoznatim) književnim sadržajima (npr. mitskim pričama o Ikaru, Sizifu, Tantalu, Parisu, Jeleni, Euridici, Orfeju ili pričama iz STAROG i NOVOG ZAVJETA) pokazuje srodnost poetičkom konceptu postmoderne u kojoj autor, odranije poznate sadržaje, posređuje modernim iskazom u kojemu se iščitava povremeni ironijski odmak spram te iste tradicije.

Od trenutka kad se pojavio na književnoj sceni Ilija se Ladin nametnuo svojim pjesništvom, ali i neobičnom osobnošću. Da je dojam koji je njegova pojava ostavljala na suvremenike bio (i još uvijek jest) iznimno jak pokazuje i činjenica da i danas u javnom prostoru, i u razgovorima s onima koji su ga poznavali, u prvi plan izbija p r i č a o Ladinu kao osobi, a tek potom o pjesmama o kojima je ovaj pjesnik tako pomno skrbio.¹² Kako bi Ladin reagirao

¹² Tako su mrežne stranice čiji su sadržaji povezani s Ladinovim imenom (stječe se dojam) većim dijelom r e z e r v i r a n e za priče i anegdote iz pjesnikova života: od one o kupnji automobila (opjevanog u jednoj od pjesama) kojega pjesnik, kao nevozač, nikad nije vozio, preko priče o putovanju u Pariz koje je, kako se čini, ostalo zapamćeno po nizu autoportreta nastalih u automatima za fotografiranje koje krasi naslovnicu knjige TAKAV SAM VAM VEČERAS. Ladinovi znanci rado spominju i ratne epizode, a stan kojeg je jedno vrijeme dijelio s pjesnikom Mirom Petrovićem u sarajevskim je umjetničkim krugovima postao, zahvaljujući i Ladinovu životnom stilu, dijelom urbane legende poznate kao Suteran b. b.

Na temelju jedne od niza zanimljivih epizoda iz Ladinova života, 2010. je snimljen i kratki film KAKO JE ILIJA LADIN PREDAVA O NJEMAČKI. U njemu je ispričana priča o tomu kako je pjesnik, igrom neobičnog slučaja, postao nastavnikom njemačkog jezika (kojeg uopće nije znao), te je (unatoč svemu) za svoj inovativni pristup učenju njemačkog čak i nagrađen. Govoreći o nastanku filma, izražavajući pozitivne impresije o piščevoj osobi, redatelj filma, Segor Hadžagić jednom je prilikom kazao kako je tijekom pripreme za snimanje skupio obilje podataka od ljudi koji su osobno poznavali Iliju Ladina: „[...] svako od njih bi mi ispričao bar po jednu anegdotu od koje bi također mogao nastati film. Kako je na primjer u vrijeme kad je predavao u Hercegovini, jedno jutro u pidžami krenuo za leptirom čija ga je ljepota oduševila,

na takav t r e t m a n u javnosti teško je pretpostaviti. No ono što se može zaključiti iz prakse stalnog popravljavanja pjesama koje se s vremenom iskristaliziralo kao z a š t i t n i z n a k njegovog umjetničkog postupka jest to da je bio pisac koji je itekako vodio računa o svojoj poeziji i o tomu kakav će dojam ostaviti na čitatelja.

O svojim je pogledima na izazove pjesničkog čina izravno p r o g o v o r i o i u nekolicini svojih pjesama u kojima je pokušao poetski obrazložiti svo-

kako je sjeo na bicikl i stigao čak u susjedno selo loveći leptira. Policiji je bio sumnjiv, legitimisali su ga, nisu mogli povjerovati da je čudak u pidžami na biciklu zaista nastavnik francuskog iz obližnjeg mjesta“ (Bašić 2010: 64).

Iz tog je vremena pjesnik Miro Petrović podsjetio na niz anegdota, među njima i zgodu „kad Ilija, koji nema TV, a bit će u nekoj emisiji, pokuca na vrata nepoznatih ljudi i kaže: Molim vas, mogu li malo pogledati TV, sad ću ja biti tamo... Ljudi se zbunili, dok su slegnuli ramenima Ilija je već bio na TV–u i čovjek onda kaže – izvolite, sjedite, ženo, daj mezu, piće [...]“ (Bašić 2010: 67).

Sjećanja na Ladinovu osobu pribilježio je i N. Džanko: „Nije pio alkohol i nije se dao uvući ni u kakvo zlo, u čemu je većina ostalih članova Kluba sa zadovoljstvom plivala. Taj užas koji se tamo upražnjavao nije baš za priču. Šta je anđeo radio u paklu? Ladin je samo sjedio i posmatrao. Ta, morao je sjediti negdje. Kada je Klub književnika preseljen u Dom pisaca, nerado je išao tamo. ‘Ima previše svijeta za moj ukus’, rekao je Ilija, i u drugoj polovini osamdesetih, na našu veliku radost, sve češće boravio u kulturnoj sarajevskoj knjižari Walter, u Skenderiji, koju je tada uspješno vodio kolega Nerzuk Ćurak. U to vrijeme je pušio po tri kutije onoga Veka. Na sve je imao odgovor pa i na to. Objasnio je da on, ustvari, nije ni pušač. Cigarete mu služe za pravljenje dimne zavjese između sebe i nas koji smo upijali svaku njegovu riječ. Ako se već družimo, ne moramo se, je li, još i u oči gledati“ (Džanko 2001: 50).

Osobna sjećanja na druženja s pjesnikom zabilježila je i pjesnikinja Dara Sekulić. U tekstu pod naslovom SVETAC MEĐU PTICAMA ona je, među ostalima, napisala: „Imao je Ilija Ladin svoj nekakav otkaćen stil u svemu. Kad bi odlazio negdje poslom među ozbiljne ljude ili kad bi nastupao na književnim priredbama, oblačio bi se građanski nenapadno smireno i smjerno. Ali u slobodno svoje vrijeme, predveče, recimo, pozvao bi me u šetnju Obalom. Ljudi bi zastajali i zagledali se u nj, moguće su pomišljali da je negdje u blizini cirkus iz kojeg je taj klovn ko zna zbog čega pobjegao. Prolaznici bi se okretali i ostajali bez odgovora, jer Ilija bi uzdignute glave hodao krupnim koracima ozbiljan i važan. Naizgled luda i smiješna, bila je to njegova bolna čežnja za slobodom, za slobodnim letom ptice koja se i stihom i životom izdvojila iz jata. Jato su predvodili oni koji su samo za se prisvojili sve njegove slobode“ (Sekulić 2012).

Iako ove, ali i niz drugih anegdota ili sjećanja mogu baciti svjetlo na piščevu osobnost i pomoći u mogućoj r e k o n s t r u k c i j i pojedinih etapa njegova života, one nisu osobito relevantne za razumijevanje Ladinove poetike. Ovdje su ipak navedene (i) kao ilustracija utjecaja n o v i h medija (ponajprije interneta i filma) koji svojom dostupnošću otvaraju nove recepcijske kanale evidentno pre/oblikujući dosadašnje načine razumijevanja poezije, kao uloge koju, u suvremenom trenutku, imaju oni koji je stvaraju. Vrijeme će pokazati koliko bi sve to moglo (ne)plodotvorno utjecati na recepciju djela Ilije Ladina.

je književne postupke (PJESNIK I VERZIJE, KUD IZLAZIŠ PJESMO MOJA, MRLJA OD MASTILA, KADA PIŠEM SVOJE PJESME, SAM SI PJESNIČE, OD PJESME SVOJE SAMO SLIJEPI MIŠ ŽIVI) braneći do zadnjeg trena svoje p r a v o na ponavljanja i pisanje različitih varijanti i s t i h pjesama.

Ono što se iz perspektive današnjeg trenutka i jednog završenog književnog opusa može reći jest to da poezija Ilije Ladina ima niz karakterističnih svojstava po kojima je ovaj pjesnik blizak poetičkom konceptu postmoderne. Potvrđuje to, uz ranije navedeno, i netom spomenuta skrb o čitatelju koja se očitovala u težnji k jednostavnom, umjetnički vjerodostojnom iskazu lišenom pretencioznosti i teško shvatljivih metafora. Zbog takvih je svojstava Ladinova poezija prijemčiva i širim čitateljskim slojevima.

Njegov pjesnički izričaj odlikuje svojevrsna l a k o ć a izražavanja, te sjajan osjećaj za ritam. Svakodnevni, nipočemu osobiti motivi u Ladinovoj i z v e d b i postaju upečatljivi pjesnički znakovi. Otprije poznate priče ili književne teme dobivaju nova značenja bivajući predstavljeni u drukčijoj poetskoj vizuri.

Iako naoko obične i jednostavne Ladinove su pjesme obremenjene nizom značenja zbog čega izazivaju čitavo bogatstvo asocijacija. Najbolje među njima pravi su poetski biseri, slojevite pjesničke poruke: od (pjesničkog) neba naovamo.

Izvori

Ladan 1974: Ladan, Tomislav. Preostali bohem. In: *Oko*. Zagreb. God. 2, br. 21. (13. veljače 1974.). S. 43.

Ladin 1982: Ladin Ilija. *Pjesme*. Sarajevo.

Literatura

Bašić 2010: Bašić, Adisa. *Veliki pjesnik i ekscentrik dobre duše*, In: Slobodna Bosna. God.10, br. 235. (14. listopada 2010.) Sarajevo. S. 64–67.

Bogičević 1979: Bogičević, Milorad. Neizvjesnost pjesničkog leta / Na marginama poezije Ilije Ladina. In: *Putevi*. God. 25, br. 5–6. Banja Luka. S. 135–144.

Džanko 2001: Džanko, Nisvet. O Iliji Ladinu. In: *BH Dani*. Sarajevo. God. 10, br. 221. S. 50–51.

Sekulić 2012: Sekulić, Dara, Svetac među pticama. In: <http://www.glassrpske.com/komentar/kolumne/Svetac-medju-pticama/lat/1114.html>. Stanje 26. svibnja 2012.

Ortega y Gasset 2003: Ortega y Gasset, José. *Pobuna masa*. Zagreb.

- Simić 1976: Simić, Goran. Između savremenosti i iskona. In: *Naši dani*. Sarajevo. God. 23, br. 493. S. 22–25.
- Šego 1980: Šego, Krešimir. Mnogoznačni pjesnički svijet / Napomena uz pjesništvo Ilije Ladina. In: *Izraz*. Sarajevo. God. 24, br. 7. S. 31–37.
- Tontić 1974: Tontić, Stevan. Poezija jednostavnog. In: *Izraz*. Sarajevo. God. 18, br. 10. S. 365–367.
- Trifković 1974: Trifković, Risto. Iskren glas, In: *Stvaranje*. Titograd. God. 33, br. 7. S. 406–407.

Perina Meić (Mostar)

From (poetic) sky towards us
(notes about Ilija Ladin's poetry)

Ilija Ladin (real name Ilija Kozić) is one of the most peculiar poets of Croatian literature in Bosnia and Herzegovina. In his literary opus, which consists of twelve books of poetry, he had created a recognizable style with undeniable artistic value and unique formal and thematic characteristics. By corresponding, in some segments, with poetic concept of postmodernism, he connected in a particular way, tradition and modernity in his poetry.

Perina Meić
Filozofski fakultet
Sveučilišta u Mostaru
Odjel za hrvatski jezik i književnost
Matice hrvatske b. b.
88 000 Mostar BiH
e-mail: perinaxmeic@gmail.com
mob: ++ 387 63 639 936

Језик Твитера из стилистичког угла

Твитер је онлајн друштвена мрежа која омогућује корисницима да шаљу и читају кратке поруке – т в и т о в е (tweets), са ограниченим бројем карактера (140), што условљава и различите језичко-стилске особености. Управо су оне предмет овог истраживања, а биће посматране на (орто)графијском, лексичком и граматичком нивоу. Корпус је једнојезичан – чине га примјери писани српским језиком. Пажња ће бити посвећена и стилским фигурама у анализираним твитовима.

1.0. Комуникација на интернету свакако је једно од најактуелнијих питања у хуманистичким наукама посљедњих година, што је и природно, с обзиром на то да живимо у времену и н т е р н е т р е в о л у ц и ј е, која се често, због свог утицаја на цјелокупно друштво, пореди са проналаском штампарије, електричне енергије, телеграфа и телевизије. С тим у вези јесте и питање језичке стране глобализације, тј. незаустављивог продора енглеског језика у виртуелни простор, чему погодује и популарност онлајн друштвених мрежа, међу њима и Твитера.

1.1. Твитер¹ омогућује корисницима да шаљу и читају кратке поруке – т в и т о в е (t w e e t s). Између осталог, и ограничен број карактера (не више од 140) у порукама условљава различите језичко-стилске особености.

1.2. У подлози ове анализе биће лингвостилистички критеријуми, што значи да ће бити обухваћени и план стилематичности и план стилогености издвојених језичких јединица. Корпус као емпиријску основу овог рада чини 1.500 порука са двјестотинак различитих профила. Монолингвалан је – обухвата само поруке писане српским језиком, а сакупљан је преко

¹ Бесплатна онлајн друштвена мрежа и микроблог услуга Твитер (енг. Twitter) основана је 2006. године. Њен назив оноματοпејског је поријекла – у енглеском језику означава цврнут птица. Корисницима ове мреже омогућено је да шаљу своје и читају туђе микротекстуалне уносе, тј. твитове. При томе је комуникацију могуће ограничити само на круг пријатеља. Иако је Фејсбук и даље најпопуларнији, расте и број налога на Твитеру; у мају ове године било је 302 милиона активних корисника у свијету (в. Википедија-[www](http://www.wikipedia.org)). Све је значајнији и у политичком животу (в. Конвеј/Кенски/Ванг 2015).

двije године, од марта 2013. до јула 2015. Мада не постоје тачни подаци о корисницима, на основу садржаја исказа може се закључити како је ријеч о претежно млађој популацији. Циљ рада јесте утврдити најважније језичко-стилске карактеристике порука на Твитеру. Полази се од претпоставке да језик ове онлајн друштвене мреже одликује све оно што се и иначе убраја у особености разговорног стила, али да постоји и специфичан жаргон њених корисника, те посебан начин остваривања језичке економије због ограниченог броја карактера у порукама. С разлогом се, такође, претпоставља и да се јавља утицај енглеског као тренутно доминантног свјетског језика, будући да се то може уочити у свим видовима комуникације базиране на употреби нових технологија, нарочито интернета. У складу с предметом истраживања, биће примијењене углавном методе дескриптивне анализе како би се уочене језичко-стилске особености описале што јасније.

2.0. Утицај интернета на језик и комуникацију, као што је већ речено, све више заокупља пажњу научника. Већ крајем прошлог вијека почео је излазити JOURNAL OF COMPUTER-MEDIATED COMMUNICATION, један од најзначајнијих часописа посвећених овом проблему. Велики допринос освјетљавању „онлајн језика“ дао је Дејвид Кристал, и то у књизи LANGUAGE AND THE INTERNET (2001), а о компјутерски посредованој комуникацији (computer-mediated communication – СМС) писано је и са становишта анализе дискурса (в. Херинг 2001, као и тамо наведену литературу). Кад је о стилистичком аспектима ријеч, најзначајнија је монографија Бранка Тошовића ИНТЕРНЕТ-СТИЛИСТИКА (2015). С друге стране, интернет се толико брзо модификује да сваки покушај његовог описивања бива за релативно кратко вријеме у потпуности или у неким сегментима недостатан, превазиђен. То важи и за уочавање особина језика интернет комуникације, али се, ипак, са приличном сигурношћу може тврдити да се његове најзначајније карактеристике – брзина, ефикасност те с тим повезана тежња ка језичкој економији – неће мијењати. Он је изазов за лингвистику, нарочито јер се у њему преплићу говорење и писање, тј. представља „својеврсни писани разговор“ (Јањић 2012: 563), због чега га Дејвид Кристал и означава термином *net speak* (интернет говор).²

² Овај термин Кристал нуди као алтернативу постојећима: *Netlish*, *Weblish*, *Internet language*, *cyberspeak*, *electronic discourse*, *electronic language*, *interactive written discourse*, *computer-mediated communication* (CMC) и др., а сматра га језговитим и довољно функционалним јер има у виду „that ‘speak’ here involves writing as well as talking, and that any ‘speak’ suffix also has a receptive element, including ‘listening and reading’ (Кристал 2001: 17–18). То је у складу с његовим мишљењем: „It is neither ‘spoken writing’ nor ‘written speech’“ (Исто: 238). О овоме в. и Јањић 2012: 561–564.

2.1. С тим у вези, као феномен посебно занимљив за изучавање издвојила се комуникација на онлајн друштвеним мрежама,³ првенствено на Фејсбуку као најпопуларнијем, али и Твитер закупа све више пажње истраживача, нарочито због ограниченог простора за писање, услед чега се јавља тзв. к о м п р е с и о н и с и н д р о м (в. Исерс/Атјагина 2014). Такође, веома је интересантан и са становишта функционалне стилистике. Наиме, налоге на овој мрежи имају и председници држава, институције, часописи и др., те се њихова саопштења могу сврстати у административни односно публицистички стил. С друге стране, твитови „обичних“ људи, често под лажним именима – дакле анонимних,⁴ углавном припадају, скупа са приватном електронском поштом, порукама из интернет причаоница (чатова) и др. (в. Тошовић 2002: 314–318), разговорном стилу, тј. његовој писменој реализацији, будући да их одликују: економичност, фамилијарност, присуство жаргонизама, вулгаризама, бројне штампарске, ортографске, граматичке, стилске грешке и др.

У раду, као што је поменуто, издвојени искази биће посматрани на (орто)графијском, лексичком и граматичком нивоу, а посебно ће бити анализирани стилске фигуре остварене у њима. Другим ријечима, твитови ће бити освијетљени из графостилистичког, лексикостилистичког, фоностилистичког, морфостилистичког, синтаксостилистичког и семантостилистичког угла, па је овај рад заправо и допринос развоју дисциплине коју је Тошовић назвао *интернет стилистиком*.

3.0. На нивоу (орто)графије језик Твитера донекле се разликује од језика Фејсбука. С једне стране, и у њему се одсликава принцип језичке економије, чак и више. Такође, повезује их далеко већа заступљеност латиничког писма, што је и „опште место онлајн комуникације“ (Јањић 2012: 565). Ћирилица као прво и основно српско писмо врло се ријетко јавља, а њена евентуална употреба повезује се с патриотизмом, као што је случај у сљедећем примјеру: *имам толико твитова ћирилицом да ми просто није јасно зашто ми тома до сад није доделио орден????* (Заре ИГРА... @zareseizigro).⁵ С друге пак стране, евидентан је другачији при-

³ Мноштво је радова који то потврђују (нпр., Елисон/Стајнфилд/Лампи 2007, Стерн/Тејлор 2007, Тима 2007, Капасо 2013, Бикова 2014, Исерс/Атјагина 2014, а код нас Влајковић 2010, Гордић Петковић 2010, Јањић 2012, Ашић 2014, те литература на коју се тамо упућује).

⁴ Биљана Радић Бојанић примијетила је како анонимност смањује одговорност за написану ријеч, а повећава слободу изражавања (цит. према Јањић 2012: 564).

⁵ Корпус чији је извор интернет није трајан – многи профили бивају деактивирани, а многи искази и слике свакодневно се бришу. Такође, важна је и заштита приватности корисника профила (о томе в. Влајковић 2010: 184–185). Корпус у овом раду чине примјери узети само са профила подешених тако да нису доступни искључиво одређеном кругу пријатеља (дакле незаштићени су, јавни), а доносе се с упућивањем на име и корисничко име (име @корисничко име), без време-

ступ тзв. ортографској англomанији.⁶ Наиме, у истраживањима која су се бавила графијом Фејсбука (уп., нпр., Влајковић 2010: 185–188, Јањић 2012: 564–568) уочен је утицај енглеског алфабета – користе се графеме **q**, **w**, **x** и **y**, којих нема у српском. Такође, африкате и фрикативи врло се често обиљежавају енглеским диграфима, а све ово иде у прилог тврдњи да „engleski nije samo sredstvo nego i simbol modernog života“ (Бугарски 2009^a: 63). Међутим, у језику Твитера, који је међу корисницима и схваћен као алтернатива Фејсбуку, ово, чини се, није правило, већ изузетак, и веома често се критикује, а то илуструју следећи твитови: *na ulici se ne pozdrave ali bitno da su na fejsu najbolje drugarice i da pišu jedna drugoj „prelepa si ljubavi volim te najwishe“* (BARTOVA @streptokokina); *Žalimo se kako ima malo ljubavi u svijetu, a pogledajte postove na FB tinejdžerki: „Ljubaw moja“, „Najwishe“, „SVE“, „Moy swiyet“...* (Miles iz Taleta @tajnovidac); *X nije deo naše latinice ponavljajte sebi ovo ili pitajte nekog da vam razjasni šta znači snađite se nek vam ometenost ne bude izgovor* (Sirence od kozu @drusnaMargo); *razmišlja o tome gde u imenu da stavi x, y ili duplo slovo pa da bude urbana*: (Raspevana Šišarka @Raspevana); *‘Dusho volim te najwishe’ ovakav nacin pisanja ja ne mogu da podnesem* (Dolii @andjii23). Ако се и појављује, најчешће има функцију негативне критике или стварања комичног ефекта, што је, у ствари, један у низу покушаја да се направи

на објављивања/преузимања и без хиперлинка који води ка профилу корисника. Преносе се, колико је могуће, онако како изгледају у оригиналу. Интервенције су минималне: апострофи, наводници и полунаводници уједначени су, тј. прилагођени основном тексту, а цртица је замијењена цртом. То је учињено јер се на основу ових знака не могу доносити никакви релевантни закључци, будући да се тичу техничке стране комуникације на мрежи, а не нужно језичке (не)културе говорника. Из примјера се, такође, уклањају хиперлинкови, те имена корисника којима су упућени твитови (тзв. м е н ш н и; в. т. 4.1), осим када она имају синтаксичку функцију. С друге стране, задржани су нестандартне бјелине испред знакова интерпункције, чак и ненамјерни вишеструки (обично двоструки) размаци између ријечи, који указују на брзину комуникације, али и словне грешке. Графостилистичка средства, првенствено емотикони, преносе се у складу с могућностима програма у којем се пише рад.

⁶ Енглески језик, како је у литератури већ уочено, постао је *lingua franca* – водећи језик међународне комуникације (в., нпр., Стојић 2003, Џенкинс 2007, Ивић 2007, Мугавић/Трбојевић Милошевић 2014), а будући да је нарочито заступљен у комуникацији која се остварује помоћу нових технологија (рачунара, мобилних телефона и др.), неки аутори га у тој употреби с правом називају „матерњим језиком“ (Бугарски 2009^a: 63). Он је, дакле, језик глобалне комуникације, те се зато означава терминима: *International English*, *World English*, *Global English*, *Globalish*, *Globish* и *Globalese* (в. Бугарски 2009^b: 16). Његова доминација утицала је на друге језике, велике и мале (о негативном утицају глобализације на словенске језике в., нпр., Пипер 2004, 2005).

отклон од најпопуларније друштвене мреже. То потврђују следећи примјери:

SADA IDEM DA SPAWAM ZBOG RADI SXTO SUTRA IMAMO KONTOLNI IZ GRAMATIKAMA I PADEZZI! MNOGO SAM UCXILA DANAS O NJOJZIMA!!!!1! (Raspevana Šišarka @Raspevana);

Učiteljica: Leti leti leti leti.. KONJ

**dižem ruke*

Učiteljica: Ispao si!

ŠTA STE REKLA FYXO,PA HERKULOV PEGAZ LETI,VI STE ISPALA POZZ!11! (VINSTONNAH @Nedostupan_);

I Y LJOOWAWI I Y PADEZZI SWE YE DOZWOLYENO!!!!1! (Raspevana Šišarka @Raspevana);

Y@ s@m Srbeen, y@ s@m pr@w0sl@w@c (Petar Kečarović @PetarKetchupov) и др.

Ипак, када је ријеч о биљежењу африката и фрикатива графемама без дијакритичких знака (такође и коришћењу диграфа **dj** уместо **d**), стање је исто као и у осталим видовима изражавања базираним на новим технологијама. То илуструју многи примјери:

Zeni nije bitno da bude lepa, vec lepsa (Cocaine Kate @posvodusa);

Koliko vama smeta ova vrucina, toliko meni prija;))) (Vaš č'o'ek @dakingAD);

Sto sam besniji, to sam tisi (UmbertoEgo @stanovnikzemlje);

Ne zaboravite da slikate svoju exit narukvicu. A mozete i da sastavite ruke sa vasim dosadnim prijateljima pa kao svi imate exit narukvice (Radovan Milivojevic @Preduhitrivach);

Znate one sto obuku trenerku i vezu pundju i budu prelepote ja to uradim i izgledam ko da se nisam treznila 10 dana (Sekretarica @uvek_dostupna) итд.

Ово се, свакако, не може узети као правило јер је у корпусу забиљежено и много исказа у којима се корисници служе стандардним графемама:

Možda ću ime da ti zaboravim čim ga izgovoriš ali ću parfema da se setim i posle deset godina (I Don't Care™ @Idont__care_);

Odustaje se od teških i tmurnih ljudi, a ne od tmurnog jutra. Iza ovih oblaka je ipak plavo i vedro, iza tmurnih ljudi je ipak jedno ništa (Mr.Nicolletto @MrNicolletto);

Znate, Tviter uopšte nije planirao da bude ozbiljno shvaćen (Maja M™ @Maja-Moon14);

U prošlom životu sam bio konj a u ovom sam magarac (SELJAČINA @SajberFaker);

Nije bre lako ovim devojkama, to mora da ustane u 5 ujutru da se našminka za posao, to u 7 ujutru vec sredeno ko pudlica (Tviter Psihoterapeut @miki_neo) итд.

3.1. У бројним твитовима не поштује се правило о писању великог слова – све ријечи написане су малим словима, па чак и прва, што је у

складу са тенденцијом да се комуницира што брже и са што мање напора, а то се види у наредним случајевима:

ja k'o doris malo mi za sriću triba (Srećko @ajdpali);

srbija je na pravom putu. za nigde (paramecijumka @paramecijumka);

roman koji prevodim je pisan tako zavrnuo da ulazim u svaku rečenicu kao u rudnik, sve sa svetlom na kacigi (ljilja @ljiljaks);

mislim da sam ja pravi pobednik ove veceri (Radovan Milivojevic @Preduhitri-vach);

gde je lajaње на русе ни амерички долари нису далеко. има истина људи који лају а да паре видели нису. њих је понело (самовар @jurodivi) и др.⁷

3.1.1. Из графостилистичког угла нарочито је занимљиво писање великим словима дијелова исказа који треба посебно да се истакну. На тај се начин ставља акценат на најважнији дио поруке, преноси афективност, графички представља повишен тон итд., као у следећим твитовима:

Dacic izjavio da govori cetiri jezika i to srpski, hrvatski, bosanski i crnogorski. PRESTANITE DA NAS BRUKATE (Individualac @Individualac);

Pakao zamišljam kao scenu gde 6 ljudi puši jednu cigaretu i gleda ko će im platiti piće dok tračaju ljude koje ne poznaju UPS TO JE TVITAP! (Raspevana Šišarka @Raspevana);

Morate prestati da tvitate o sexu, ima nas ovde normalMA KOGA JA TO ZAVARAVAM.... (Tviter Psihoterapeut @miki_neo);

Dobro jutro, jel moSPAVAM (Acetilsalicilna @kiselinaa) и др.

Понекад се графостилемско онеобичавање с истом функцијом реализује размацима између слова:

ne razumem foru (paramecijumka @paramecijumka);

„EJ DRUZE LAJKUJ MI OVAJ TVIT“

LAJKUJ?

LAJKUJ?

L A J K U J ? (BRILJANTIN VOSAK @CAPSLOCK94).⁸

⁷ Ни ово се не може генерализовати будући да има подједнак број твитова у којима се поштује правило о писању великог слова: *Padose dvije kapi kise u Podgoricu i ostasmo bez struje pa ja ne znam mi smo Afrika u Evropi* (ZABJELČANIN @panklav_); *Meg Rajan sad izgleda kao neki lik koji se izoperisao da lici na Meg Rajan iz 1996* (Radovan Milivojevic @Preduhitri-vach); *Nego njih ni Vatikan neće* (MORGANI DOGMA @armakitten) и сл.

⁸ У овом се исказу жели указати на грешку у служењу жаргоном друштвене мреже. Наиме, проблем је то што се умјесто глагола *фејвовати/фејвати*, који припада твитерашком регистру, користи глагол *лајковати*, што припада лексици Фејсбука, а овдје се поново може видјети антагонизам између корисника ових двију мрежа. О твитерашком жаргону биће више ријечи касније. Иначе, као што се може видјети, аутор наведеног исказа у саставу корисничког имена има синтагму *caps lock*, термин којим се у компјутерској технологији означава дугме на

3.2. Принцип језичке економије огледа се и у (не)употреби интерпункције, прије свега запете. У литератури се за недостатак интерпункцијских знакова у административном стилу наводе два разлога: 1) правни текстови настали су као писани и не читају се наглас, те интерпункција, као пандан прозодији, губи функцију; 2) ријеч је о недовољно изграђеној језичкој култури (в. Кликовац 2008: 262, као и тамо наведену литературу). Чини се да ова појава у језику Твитера има исте узроке, с тим да овдје свакако треба додати и ограничен број карактера, што потврђује и овај примјер: *Mrzim kad mi tvit prešiša limit od 140, pa vagam dal' da gutam slovo ili znak a komentari uvek budu: „Al je vickast, šteta što je nepismen“* (Redža @REDzA_). У вези с тим занимљив је сљедећи твит:

Dopisivanje sa nepoznatom osobom—sve tačno gramatički,tačka zarez,sve kako treba.

Dopisivanje sa poznatom—samo piši sve će ona to razumeti (Elizabeta I @Tamara-Jojo).⁹

Огрешења о норму има много и тешко би их било све издвојити, те ће као илустрација послужити само примјери неиздвајања вокатива запетом,¹⁰ те неписање запете када су реченице у саставу зависносложене у инверзији:

Druže Tito mi ti se u venu (Ra's Chick @H_athor);

Kad su ove vrucincine obozavam sto sam solo

Ne bih podneo da neko lezi pored mene na plus 40 (Nebojsa Nesha Yee @Nes-haYee);

Ne aco ja moram ovo da ti ritvitujem nekako si ME UBIO TVITOM (MORGANI DOGMA @armakitten);

Kada je osobi samoj od sebe jasno da je prenebitna pokretna masa ja se tu ne mešam (Raspevana Šišarka @Raspevana);

Kad zgazim puža opasno se skenjam (Srećko @ajdpali) итд.¹¹

тастатури што омогућава писање великим словима. Тако је у име унесена једна особина идиолекта – сви твитови овог корисника у цијелости су исписани великим словима.

⁹ С обзиром на бројне грешке, може се закључити како корисница комуникацију на Твитеру доживљава као дописивање с познатима.

¹⁰ Неким корисницима ово смета, о чему свједочи сљедећи примјер: *raznežim se kad vidim zarez posle vokativa* (anana @ananapopovic).

¹¹ Насупрот томе, постоје и примјери гдје није присутан принцип језичке економије – сувишно коришћење запете, али и апострофа (умјесто самогласника који се изгубио у резултату асимилације и сажимања, те у облицима *нек*, *нит* и сл.): *Kazu da najkraci trenuci, ostaju najduze u secanju* (Vladimir Janković @ing_u_ostavci); *Juče sam video pauka u stanu sada gledam nema ga nigde, možda je i tako bolje navik'o sam biti sam* (Osoba sa interneta @Vlada_3maj); *Pa nek' ti srede tvoji da budeš slučajni prolaznik na Studiju B* (koza na štiklama @celava_ti_mama); –

3.3. У писању ијекавских облика, затим сугласника **j**, али и ријечи у којима се (не) остварују гласовне промјене, такође се појављују бројне грешке:

*Evo kako zaista izgleda haljina koja je **podjelila** cio svijet* (Glas Srpske @Glas-Srpske);¹²

*Neko vidi i kroz jednu **rječ** kako si. A neko gleda u tebe i ne čujete* (Dex_emotivac @DEXemotivac_);

*Šta to krije **sijenka** Plutona?* (Glas Srpske @GlasSrpske);

*Samo jedna poruka od određene osobe može da mi **promjeni** dan* (BrutalnaŽena @indigo_deca);

*50 studenata potpisalo peticiju da se utvrdi prava #istina jer im je bilo neshvatljivo da se Gojkovic ubio! I to se zagubilo u nekoj **fijoci*** (MrNeny @MrNeny);

Kazem ja babi „JA SAM ZAVISTAN OD TVITERA“ ona ode kevi i kaze znala sam da ce se uvaliti u neka govna na tom kompjuteru:))) (Nebojsa Nesha Yee @NeshaYee);¹³

*Treba mi život u kome u svakom času mogu da kažem „Povući ću se u svoje oda-je.“ i onda **odpešačim** do svog krila zamka* (koza na štiklama @celava_ti_mama) итд.¹⁴

3.4. Проблеми који се тичу састављеног и растављеног писања не разликују се од уобичајених. Као најчешће јављају се писање партикуле не састављено с глаголом, а растављено кад стоји уз глаголску именицу, те састављено писање је л(и):

*Grejt sad imam dve Pande, **nedam** nijednu* (Neko iz Kraja @ideszakanadu);

*Zaključam se, **nedam** da mi ponovo uđu u život neki ljudi, od kojih sam davno odustao* (Rokenroler @Rokenroler1);

*I ne **odgovaranje** na poruku je poruka. I tvit je poruka. Ali čovek koji te pogleda u oči i kaže ti sve u lice je čovek* (Nervozna bombona @Iva_mala);

***jel** su ljudi i pre bili poremećena goveda ili smo sada više informisani?* (paramecijumka @paramecijumka);

*Zivimo u zabludi da letimo ka vrhovima u svemu, a **ustvari** smo skocili i padamo dok ne obesmislimo sve* (UmbertoEgo @stanovnikzemlje);

Šta ima novo? – Evo nema ništa, kod tebe? – Isto. Nit’ glupljeg pitanja, nit’ glupljeg odgovora (BOKIŠA @bokisa_smokisa) итд.

¹² Овдје је ријеч о налогу једних од најтиражних дневних новина у Републици Српској. Требало би да се ту много више пази на начин писања, али огрешења о норму су честа. В. трећи примјер, а такође и т. 6.1.

¹³ Примјер се не тиче (првенствено) ортографије – могао би се убројати у лексичке или граматичке особености, али је овдје сврстан због чињенице да се њиме баве (и) наши правописни приручници.

¹⁴ Присутна је и тенденција шаљивог односа према ортографским грешкама овог типа, што потврђује и следећи примјер: *Meni baš kul kada ne znamo kako se nešto pravilno piše pa napravimo foricu sa velikim slovom, tipa srBski, ljuCki, sveCki etc* ♥♥♥♥ (Ajvi @IvyJbte).

–*Kako skola, kako veza?*

–*Jel ja tebe nesto vredjam?!?* (Srdjan Petrovic @SrdjanPetrovic_) итд.

3.4.1. Занимљиви су и примјери у којима се указује на грешке овог и сличног типа:

Nije sramota ne znati, sramota je neznati (Tozica @tozzzica);

evo neznam kakvu poruku da pošaljem ovima ne pismenima (paramecijumka @paramecijumka);

Ljudi spasite me od nepismenih momaka....samnom,poljubci....zastooo???? (addictedtoyou @Svojvoda);

Nemojte se smeјati ovima što pišu NEZNAM možda im ne radi speјs (Ozren Soldatovic @makrobre);

DA JOŠ JEDNOM PONOVIМО GRADIVO

NE SE PIŠE ZAJEDNO KOD:NEMOGU,NERADIM,NEDAJ

A ODVOJENO SE PIŠE KOD NPR:NE MOGUĆE,NE REALNO...

NAUČITE (BRILJANTIN VOSAK @CAPSLOCK94) и др.

Међутим, и у покушају да се коригује или исмије нечији начин изражавања могу се јавити грешке, што илуструје следећи случај:

U vozu upravo pita novinaricu:

– „Jer“ slobodno

– Ako kažete „JEL“ i ako ste se tusirali jutros, WELCOME.

–?!!!!??? (SEDMA SILA @novinarica).¹⁵

3.5. Са графостилистичког становишта занимљиви су и тзв. смајлији, тј. емотикони, који настају комбиновањем различитих знакова интерпункције и графичких обиљежја из других језика, нарочито енглеског, као у примјерима:

Redakcija Blica:

–*Šefe autobus sleteo ima poginulih!*

–*YES!!! IMA POGINULIH bravo Đurice ako je više od 10 daću ti da im razvučeš creva!:)* (Ra's Chick @H_athor);

Baba: Ne pevaj za ručkom biće ti žena luda!

Ja: Vidim deda je voleo da zapeva!

B: _____

Ja:))))))

B: _____

Ja:))))))

B: _____

¹⁵ Ради се о покушају исправљања релативно честе грешке – замјене конструкције *је л'* узрочним везником *јер*. Аналогно томе, али углавном као шала, конструкција *је ли* супституише се ријечју *јери*, што илуструје следећи примјер: *Jeri budan ko* (Ozren Soldatovic @makrobre).

Ja::)))) (Ivanković @voj_is_love).

Међутим, за разлику од, на примјер, Фејсбука, гдје су емотикони више него популарни (уп. Јањић 2012: 566–567), на Твитеру се они често, и то међу „правим твитерашима“, не сматрају пожељним, што потврђују сљедећи искази: *Na tviteru sam naučio da ljude nervira smajli, da postoji zanimanje kontent menadžer i da se jebiga piše spojeno* (Dopisnik iz Srema @pera_vampir); *nije me sramota da skinem fejbv ako vidim smajli na kraju tvita ŠTAE?!* (Prosipam Pamet @teram_inat); *Čudite se šta se desilo novinarima u Parizu a vi ovde ne opraštate ni smajli na kraju tvita a kamoli da neko piše šta hoće* (MILENA @MilenicaMM).¹⁶

3.5.1. Ипак, док су смајлији у ужем смислу ријечи релативно непожељни, иконице нису, а могу се користити као допуна тексту, што потврђује сљедећи примјер:

Kupi mi 🍷🍷

Srebrne lančiće

Crvene maline

I 🇺🇸 do Amerike

Znamo se skoro već 10 dana

Daj mi svoj 🚗

I 🏠 od stana

Heeej (Volšebna @Volshebna).¹⁷

¹⁶ Овдје треба поменути један од занимљивијих примјера из корпуса – твит Александра Вучића, премијера Србије: <https://t.co/B3p1TGWIBC> (Александар Вучић @SerbianPM). Ријеч је о минималној форми хипертекста, састављеног од једног емотикона и хиперлинка који води до налога корисника Премијеров осмех @bjutidingospo (већ је његово име индикативно само по себи), тј. до његовог твита насталог након што је јуниорска репрезентација Србије освојила свјетско првенство у фудбалу: *Летујте у Србији, земљи светских првака*. Наиме, то је алузија на премијеров позив грађанима Србије да своје годишње одморе ове године проведу у својој земљи, што је на друштвеним мрежама често бивало предмет критике или подсмјеха, а емотиконом је Вучић показао да му је ова шала на његов рачун била смијешна.

¹⁷ У много случајева, какав је и овај, може се говорити о интертекстуалности. Као прототекстови твитова служе најчешће поп и фолк пјесме, изјаве политичара, естрадних личности итд. Онеобичавање је овдје остварено графички, замјеном појединих ријечи иконицама. Међутим, понекад се мијења сам текст како би се прилагодио некој актуелној ситуацији, нпр.: *Ал је леп овај свет | овде пресушен поток | тамо увео цвет | овде суво дрво | нигде хлад | тамо Дунав фекалних вода пун | овде жути трава, | тамо сув жбун* (Џониини @DzoniT); *Nema sveta nit plane-te gde ne može završiti moj telefon dete jer sve dečje staze vode od igre do da vidim kako je kad leti garant je vrh!* (Ra's Chick @H_athor). Посебан вид дијалога са другим текстовима може се уочити у твитовима насталим мијењањем или парафразирањем неких устаљених израза, колокација, фразеологизама, пословица и сл. Ово су само неки од примјера: *Tela* (← *D(j)ela*), *a ne reci* (UmbertoEgo @stanovnikzemlje); *ostavi me nemiru* (← *na miru*) – *vàn* @misaonaimenica; *osobe ostecenog*

3.6. На нивоу графије видљиве су специфичности и у начину писања скраћеница. У корпусу су забиљежене оне које су већ уобичајене за интернет комуникацију. Ријеч је о енглеским скраћеницама, као што су: *LOL = laughing out loud*, *OMG = oh my God*, те оне настале од псовки: *WTF = what the fuck*, *OMFG = oh my fucking God*, *BTW = by the way*, *PLS = please* итд.¹⁸ И од домаћих псовки праве се скраћенице: *jbg(a)*¹⁹ = *јеби га*, *jbt(e)* = *јеботе* итд. Јављају се и друге елидирани скраћенице: *nzm = не знам*, *obvz = обавезно*, *msm = мислим* и др. Слово К (= *кило*) користи се у комбинацији с бројком умјесто три нуле, тј. како би се означила хиљада, опет по узору на енглеско писање. Има и примјера гдје се слово замјењује бројевима или другим симболима (*str8 = straight* – ‘хетеросексуалан’). Двије су скраћенице, ипак, карактеристичне само за језик Твитера, а то су *RT = retweet* – гл. ‘прослиједити, објавити нечији твит на свом налогу’; им. ‘прослиједјени твит’, те *DM = direct messages* – ‘поруке које нису јавне, не виде се на профилу, него их види само онај коме су послате’. Све наведено потврђују сљедећи примјери:

Izveli teroristu da im na licu mesta pokaze sta su i kako radili lik im pobegao ne mogu da ga nađu 3 dana lol (MORGANI DOGMA @armakitten);

OMG ladno ste komentarisali bez mene (Volšebna @Volshebna);

PREKINITE TOLIKO DA FEJVIJETE I RT PREGLUPE TVITOVE OMG (BRIJANTIN VOSAK @CAPSLOCK94);

ovo je uzas hahaha.. oni njemu rekli da ima odlican glas wtf -- (Api @ApolonSt);

Kako me iz sna moze trgnuti odvratani san omfg sta sam ja pisala ni ne secam se (👑 NADUVANA ZVEZDA 👑 @jana2lune2);

Wow. Seka za rodjendan od muza dobila sat od 20k eura koji joj je btw kupio njenim parama. Soo romantic (Mr.Nicolleto @MrNicolleto);

Sve je sranje. pls RT i nastavi dalje (magda janjić @magdajanjić);

Slatke su mi ove zene koje su zgrozene mojim slikama u donjem vesu, sve neke fine jbte. Jbga mora neko da bude i promiskuitetan (Gospodjica Felicity @AlexOfficial85);

duha (← *sluha*) – Nik Mar 512 @NikMar512; *Toliko lepih reci, ali mrzi ljude da ustanu, da otvore gvozdena vrata* (← *L(ij)epa r(ij)eč i gvozdena vrata otvara*) – UmbertoEgo @stanovnikzemlje итд.

Интертекстуалност твитова заправо је веома занимљива за проучавање, али због недостатка простора мора се оставити за неку другу прилику.

¹⁸ Појављују се и критике ове појаве, на примјер: *Osobe koje koriste retardirane americkie skracenice – Bacite ih lavovima* (Zlikavac @Zlikavac).

¹⁹ Понекад се у скраћеницама умјесто графеме **j** јавља енглеска графема **y**, као у примјеру: „*Lol*“ *mi je reakcija na sve ybggg* (👑 NADUVANA ZVEZDA 👑 @jana2lune2).

slika zorana kesica u gradskom prevozu gde objasnjava kako se pravilno pise, EVRO ili EURO me samo motivise da kupim svoj auto. Ili AVTO **nzm** (Жаре и Gucci @zxa_killa);

Recite Bojanici da **obvz** napise memoare ali sa posebnim naglaskom kako se „provodila“ po Zenevi... (Maša voli sendvič @Masa_Beograd);

Komsije prave zurku, nesto: zbog te ljubomore ja imam nocne more....crna golubice

Msm, poistovecujem se al zovem zovem devedesetdva (AloJa @_dostana_);

Riki Martin je moja jedina I wish he is **str8** i da nema rupicu na bradi osoba (Raspevana Šišarka @Raspevana);

SAD OPET MOGU DA SE MENSNUEM SA VAMA STO NEMATE **5K FOLOVE-RA JERI I JA OPET NEMAM, KOLIKO LJUBOMORNYHH DYSXCHAAAA OVDEEE** (BRILJANTIN VOSAK @CAPSLOCK94);

Uvek me sramota kad neko od mojih folovera komentariše ono što **rt** a ostavi me u menšnu, onda osoba koju sam **rt** misli da imam proste folovere (Acetilsalicilna @kiselinaa);

Najviše volim kada je ovako neki tvitap pa vas sve poblokiram ali mi posle mučno kada me po **DM-u** preko nekoga molite da skinem blok (Raspevana Šišarka @Raspevana) итд.

3.7. И организација текста може бити стилематична, па и стилогена. Врло често се искази парцелишу, чиме се изглед твита онеобичава и привлачи пажњу. У корпусу је један примјер који би се могао назвати г р а - ф и ч к и м а п р о с д о к е т о н о м²⁰. Наиме, узвици су у њему распо- ређени један испод другог, што би могло имати сексуалну конотацију, али аутор на крају изневјерава очекивање:

UH

AH

UH

AH

UH

AH

UH

AH

UH

AH

UH

AH

UH

²⁰ Апросдокетон се овдје посматра онако како га је дефинисао Милош Ковачевић – као сложени језички израз у коме је неки од структурних елемената реализован супротно очекивањима (в. Ковачевић 1998).

AH

UH

AH

UH

AH

UH

AH

UH

AH

UH

NIJE TO STO MISLITE

OVO JE TVIT IZ TERETANE (Nebojsa Nesha Yee @NeshaYee).

3.7.1. Један од најкреативнијих примјера (додуше, с грешком у употреби модалног глагола *треба*ти) јесте организовање текста у облику часовника у твиту датом на слици:



4.0. На лексичком плану такође се могу уочити језичко стилске особности ексцерпираних примјера. Већ у претходном дијелу рада посвећеном (орто)графији језика Твитера било је ријечи о снажном утицају енглеског на комуникацију корисника ове друштвене мреже. У избору лексике то је можда још уочљивије, што резултује језиком који је у нашој литератури назван а н г л о с р п с к и м (в. Васић/Прћић/Нејгебауер 2011). Енглеске ријечи код нас се преписују дословно, измијењено, произвољно, итд. (исп. Прћић 2005), чак и ћирилицом, а то илуструју следећи примјери:

Disconnect dakle postojis (UmbertoEgo @stanovnikzemlje);

Do zivota mi je level ne gledam kad prelazim ulicu (Šmekerka @_razmazena);

Ne znamo se, ali bi mogli da se upoznamo:)

*–*seen, unfriend, blok** (Adil @NeBijemZenu);

*Glumis orgazam. Glumis suze. Glumis osmeh. Glumis divu. Glumis stav. Glumis kurvu. Glumis da ti je zao. Lose glumis zivot. **Play dead, dear** (UmbertoEgo @stanovnikzemlje);*

***Lec hev fan** (Vojislav Vujosevic @SamSvojBog);*

*Увек неко неког мора оставити на **сеен**... Ал боље ја тебе него ти мене.*

Логично (Greška u delirijumu @faktorXY);

300gr. parizera..Da vam narezem?

*Ма јок,prebaci mi na **flash**... (Zoran Radulovic @zoorranr);²¹*

*Taman ten će **hejtovati** samo beli ljudi **level** leš bez mogućnosti da pocrne (Tranquilla @Gdjica_Lidija);*

izgleda da ce vam veceras gledanje evrovizije biti zabavno jer cu ostati gajbi.

*spremite se za 2 sata **fat** i **gay jokes** (Radovan Milivojevic @Preduhitrivach) итд.*

4.1. Нарочито су бројни англицизми у лексици која припада жаргону ове друштвене мреже (о томе укратко у Николић 2015). Као што је већ речено, назив Твитер у енглеском је добијен суфиксацијом (суфиксом **-er**) енглеске ријечи *tweet*, која је ономотопејског поријекла и означава цврнут птица. У српском језику њена семантика није прозирна. Суфиксацијом назива мреже (суфиксом **-аш**) настао је назив за корисника – *твитераш*, а затим моционим суфиксом **-иц(а)** и за корисницу – *твитерашица*. Из енглеског је преузето и име поруке – *твит* (← *tweet*), која се у потпуности уклопила у морфолошки систем нашег језика, а коријенска морфема **ТВИТ** постала је творбена база глагола *твитовати* и *твитнути* као видских парњака. Прослијеђени твит, по узору на енг. *retweet*, адаптиран је на два начина – *ретвит* и *ритвит*.²² Природно, по истом принципу настали су глаголи: *ретвитовати/ритвитовати* (који могу бити и свршеног и несвршеног вида) и *ретвитнути/ритвитнути* (свршеног вида). Обавјештења се, према оригиналном *notifications*, именују као *нотификације*. Најпопуларније теме на мрежи могу се потражити под опцијом *trends*, чији је назив у српском дао именицу *тренд* (која је, додуше, већ устаљена код нас) односно глагол *трендовати*. Назив за радњу *quote* – ‘цитирати, наводити нечије ријечи на свом налогу’ – јавља се и са нултом адаптацијом, тј. дословно преписан, али и као глагол *квотовати*. Идентичан је случај и са опцијом *search* – или изостаје адаптација, или се појављује глагол *срчовати*. Глаголу *лајковати*, који се појављује у лексици Фејсбука, а означава радњу којом корисник показује да му се свиђа нечије саопштење, на Твитеру одговарају *фејвовати* односно *фејвати* (двовидски), те *фејвнути*, који је свршеног вида; резултат ове радње је *фејв*. Стављање

²¹ Ова релативно духовита досјетка базирана је на колокацији из области компјутерске технологије – *нарезати CD: нарезати паризер*.

²² Будући да је у стандардном српском језику **ре-** уобичајена адаптација страног префикса **re-** у значењу поновљене радње, требало би да облик *ретвит* има предност. Међутим, у корпусу је подједнак број потврда за оба облика, што поново указује на снажан утицај енглеског, којем је ближи изговор префикса **ри-**.

нечијег корисничког имена у властити твит означава се именицом *мениш* (← *mention*) односно глаголом *менишовати*. Вертикални низ твитова који се приказује на екрану назива се *лајна* (према енг. *line*), док се прегледање *лајне* именује конструкцијом – *скроловати лајну*. Радња којем се забрањује неке да приступи информацијама са профила означава се глаголом *блокирати*. Окупљање твитераша у стварном животу назива се *твитан*. Све ово потврђују следећи примјери:

Ali tviteraši sa Fejs stranicama svojih tvitova +++++

Kad se to desilo i zašto se to ne leči? (Mr.Nicolleto @MrNicolleto);

Preko dana skroman profesor hemije, uveče vatrena tviterašica (lupus @dusasjeverna);

Ljudi su u stanju da tvitnu genijalnost (Slomljen Rapidograf @Begin_Again8);

ZA MENE JE LAST SEEN NA TVITERU KAD TI NEKO NE ODGOVARA NA DM DUZE VREME A NON STOP JE NA LAJNI I TVITUJE STA ZNAM (BRILJANTIN VOSAK @CAPSLOCK94);

sta vam je odjednom pa mi retvitujete ovo, da nisam izasao negde na televizor ne d'o bog (Tviter Psihoterapeut @miki_neo);

Ne aco ja moram ovo da ti ritvitujem nekako si ME UBIO TVITOM (MORGANI DOGMA @armakitten);

Seksualni život mi je kao tviter. Nki mi tvitnu, neki retvitnu, a najviše je fejvova... (Loo Loo @dobrocentrirana);

–Zbog tvog ritvita me zapratila moja tviter simpatija.

–POKLONIĆETE MI PRVO DETE! NEMA NA ČEMU! (Raspevana Šišarka @Raspevana);

Znači toliko su mi loši tvitovi da više fejvova dobijem na retvit nego sopstveni tvit... Plakaču krstami!1! (Doživotna @madafakazzzzz);

Budicu te, drmacu te notifikacijama... Neces spavati! (Srdjan Petrovic @SrdjanPetrovic_);

Tako je, trenduj Srbiju! #Serbia #U20 #WorldChampionships (Nenad Stajic @stajaterijan);²³

Ako se slazes sa mnom udaris RT, nemoj mi moj tvit objasnjavat sa tim quote (ZABJELČANIN @panklav_);

na како нисте рекли кад сам вас квотовао...и немојте молим вас о Бонапарти, није лепо.... (Александар Кнежевић @ INNOCENTCONVICT);

²³ У овом твиту употребљен је знак (#), енг. *hash*, који се у српском најчешће назива *тараба*. Ставља се испред кључних ријечи или теме поруке, а тако се добија *hashtag*. Међутим, он није само специфичност Твитера, будући да је веома заступљен у онлајн комуникацији, и то понајвише на мрежи Инстаграм. Понекад је и то предмет твитерашког подсмјеха или негативне критике, као у следећим примјерима: *lol niko ne bi odbio dzabe tunis zamisli te slike #selfie #serbiangirls #tunisia #sexy #shooting #help #allahuakbar #wedding #happyend* (MORGANI DOGMA @armakitten); *#wc #šolja #slika #999 #letnja #spavačica #pocrnela #sam #na #njivu #ogledalo #prano #1976te #godine...* (paramecijumka @paramecijumka).

Imala sam komentar za Enu Popov ali neću search-ovaće me i bacati replike pa ću morati da je učinim poznatom (Raspevana Šišarka @Raspevana);

Ma dal se vi to srčujete pobogu (Acetilsalicilna @kiselinaa);

Kakav je to krivi spoj, fejvuješ njegov tvit, a nećeš moj (Lojko Zobar @HomoSarkastikus);

Ja te fejvam, ti me ne fermas... Ma idi bre... (Srdjan Petrovic @SrdjanPetrovic_);

OMG sad mi jedan fejvnuo tvit moram da ga pitam je li ovo među nama nešto ozbiljno ja zaslužujem da znam na čemu sam (Volšebna @Volshebna);

Umorite li se ikada bežeći od sebe da biste se dopali osobama sa interneta i skupili 2–3 fejva?! (Raspevana Šišarka @Raspevana);

moguće je da ću umreti od bolova u glavi a onda cete me vi sta mensnovati i pisati mi možda spava sa ocima izvan svakog zla tako da ipak ne (čika cupika @me_gleda);

Fejv na idiotski menšn, čisto i gospodski (Treshnjica @treshnjica5);

Skrolujem lajnu nekako sa elementima drame (Ming Lee @behaving_badly);

mi moramo anonimno da sponzorismo tvitapove ne zanima me otvoricu fabriku vodokotlica i zvati ih sve na #shitup (MORGANI DOGMA @armakitten);

Blokiram, tako mi je rekla Tijana (Alexandra @AlexissB_) итд.

4.1.1. Неке од лексема које припадају твитерашком жаргону имају своје српске еквиваленте. Твитераши, наиме, имају своје *фоловере*, али их називају и *пратиоцима*. Ту су и глаголи *запратити* са значењем ‘започети праћење нечијег налога’, те, супротно, *отпратити* – ‘престати с праћењем нечијег налога’. Забиљежене су и девербативне именице *фолов* и *анфолов* односно *запрат* и *отпрат*. Твитераш са великим бројем пратилаца назива се *утицајним*. Нарочито је занимљива и семантика глагола *силовати*. Наиме, за разлику од стандардне употребе, гдје значи: 1. ‘насиљем приморавати, присиљавати, силити’; 2. ‘насилно обљубити, сексуално злостављати’ (PCJ 2007), у језику Твитера он има значење ‘одједном некоме ретвитовати и фејвовати много твитова’. Као илустрација послужиће наредни примјери:

Uvek me sramota kad neko od mojih folovera komentariše ono što rt a ostavi me u menšnu, onda osoba koju sam rt misli da imam proste folovere (Acetilsalicilna @kiselinaa);

Primjecujem da mi twiter sam otpraca jednog twiterasa treci ili cetvrti put vec, majke mi, stid me ponovo covjeka zapratiti (Šantićeva @aleksina_emina);

Nemoj da me zapračuješ uopšte ako ćeš me otpratiti za 5 minuta, ne muči se džabe (Eli @farelova);

Zaprat i mir (UmbertoEgo @stanovnikzemlje);

Zapratim tako nekoga jer me stalno fejva i onda kad vidim o čemu piše udaram sama sebe po glavi jer alo što ja to moram da čitam, otprat (HUGOLENA @Hiperbolicnaa);

Silovanje ne uključuje samo tvitove sa favstara niste znali otvorila sam vam oči priznajte (Eli @farelova);

Opšte je poznata stvar da zbog reklamnih silovanja i my today stats-a od mene dobijete automatski anfolov (Raspevana Šišarka @Raspevana);

naci cu nekog uticajnog tviterasa, zarobicu ga, prislonicu mu pistolj na slepoocnicu i reci cu NIK MI JE VERBISDIABLO. SILUJ. SAD. ODMA (psiho @verbisdiablo) итд.

4.2. Шатровачки говор²⁴ није много заступљен у корпусу.²⁵ Ово је један од ријетких примјера у којима појављује: „*andergraund mejnstrim*“ | *e pa jebiga tebra odaberi sta ces ne moze oba* (Radovan Milivojevic @Preduhitrvach). С друге стране, опцене и погрдне ријечи и изрази, што се могло већ уочити и на основу неких од претходно наведених твитова, веома су заступљени у корпусу.²⁶ Ситуација је слична као уопште у језику, нарочито разговорном стилу српског језика (уп. Савић 1995, Тошовић 2002: 327, Шипка 2011), што потврђују и примјери:

Sakrilo se sunce iza oblaka i jebalo mi mater (Vojislav Vujosevic @SamSvojBog);

Tanka je linija između volim te i jebi se (Grozda Man @GrozdaMan);

Kurviče je niska kurva koja zbog fizikusa ne moze da dobije vise od 700 dinara pa onda ide okolo i prica kako se kurva iz ljubavi i ideala (MORGANI DOGMA @armakitten);

koliko mogu da volim e pa toliko duplo moze da me boli kurac (Individualac @Individualac);

Pa jebem li ti sve stoko retardirana. Izvinjavam se (Radiofonična @fruska_gorica);

Ljudi vas ograniče na 140 karaktera da ne možete da serete i vi opet nađete način (Ozren Soldatovic @makrobre);

jel su ljudi i pre bili poremećena goveda ili smo sada više informisani? (paramecijumka @paramecijumka);

kad me zove neko rano ujutru na mobilni

—da

—ok

²⁴ Ријеч је о жаргону у којем се нове ријечи образују пермутовањем слогова (нпр. *вопи* ← *пиво*).

²⁵ Овај се закључак, међутим, не може тек тако уопштити кад је ријеч о цјелокупном језику Твитера. Неки од корисника у својим исказима обилато се служе шатровачким говором, а можда најтипичнији примјер представља налог Пантела @BratPantela. Тако један од твитова овог корисника гласи: *Малое познато да је легенда у виду мене показала те неке рицефо Суарезу кацам плесо за Ајакс типа пенетрација у шесестерац врсте искусно*.

²⁶ У литератури је уочено како су опцене ријечи и изрази дуго били занемаривани јер се и само проучавање ове снижене лексике сматрало сниженим, али, будући да представља једну од форми у којој се језик јавља, она треба односно мора да буде предмет проучавања (и) лингвостилистике (в. о томе Катнић Бакаршић 2001: 232–236). Због тога се овај лексички слој не заобилази у раду.

–*važi*

–*ok*

–*dobro*

–*dogovoreno*

–*važi*

–*ne brini*

–*ok*

završi se razgovor

–*MRŠ U PIČKU MATERINU* (Normalno Lud @cesplendidos);

Horoskop za tviter.

Zdravlje: boli Vas kita.

Ljubav: neš jebat.

Posao: (IKA @Ika_Tvitocivi);

trudim se da ne otpracam ljude ali ne вреди neki su bas sranje (dejzi@ekvestrija);

ženski rečnik za 'volim te':

– *stoko*

– *kretenu*

– *odjebi*

– *mrš* (Antidepressivan @bogootac) и сл.

4.3. У вези с претходним примјерима јесте и исказ у којем се појављује занимљив деминутив добијен суфиксацијом опсцене глаголско-замјеничке конструкције (или ријечи, пошто говорници овај израз углавном већ доживљавају као сраслицу): *Okačio bih i ja snimak kako se vozam po gradu ali imam loš auto jebigica* (Tviter Psihoterapeut @miki_neo), али и твит са префиксално-суфиксалном твореницом која је, истина, нешто обичнија, а алудира на непостојање сексуалног живота твитераша:

sad sam tek skapirao kako se skupljaju fejkovi pa samo treba da se napiše nešto što svi i eto

nejebica (lajt @lajt_).

Из лексиколошког односно дериватолошког угла гледано, интересне су и бројне сливенице, нпр.: *Momčilo se umusavio od orea i obukao moj kupaći, stavivši mu šešir na glavu suprug prokomentariša: Pogle, Momčita* (← *Momčilo* + *Končita*)! (Ra's Chick @H_athor); *Filmski smaraton* (← *smarati/smor* + *maraton*) *na RTS1* (Acetilsalicilna @kiselinaa) и др. Твитераши су посебно креативни када је избор корисничких имена у питању. Као илустрација може послужити једно: *Bole'sNick™ @BoleBez-Kontrole*. *Nick* је краћи облик енглеског *nickname* – *надимак*, а употреба ове именице уобичајена је у онлајн комуникацији, па и код нас. Из другог дијела корисничког имена схватамо да је ријеч о Болету, па је јасан и овај енглески облик посесивног придејева: *Bole's* – *Болетов ник/надимак*. Стилематичност и стилогеност примјера огледа се, у ствари, у његовој вези са

српском (експресивном) именицом *болесник* – ријеч је о својеврсним хомоформима. Иначе, корисничка имена представљају изазов за лингвистичка истраживања, али због недостатка простора овдје се на то само упућује.

5.0. На фоностилистичком плану могу се уочити особености које су у складу с принципом језичке економије. Наиме, присутни су поступци детракције, којима се остварују рестриктивне фонометаплазме, често и у функцији подражавања супстандарда. Најчешће се сажимају вокалске секвенце у глаголском придјеву радном и поредбеној ријечи *као*, губи се вокал *и* у неким везницима и у инфинитиву, али и сугласници *г* (у замјеничком прилогу односно везнику *зџ(ј)е*, *ј* (у иницијалној и медијалној позицији) и *х* (у иницијалној, медијалној и финалној позицији) и сл.:

Esam vam prič'o kad sam prođav'o šrafove u Londonu, staj'o na Kings krosu i pit'o prolaznike „WANNA SCREW“? (Milovan Glavić @gistronaut);²⁷

Naša ljubav je k'o čišćenje kuće, nikad kraja (Raspikućanica @bilaneko);

sporo ko petak (Individualac @Individualac);

Koe Ćemi omogućio boravak pred kamerama? (Ozren Soldatovic @makrobre);

Doće i mojih 5 minuta i odma će proći brzo i opet ću čekati jbga borba (Ozren Soldatovic @makrobre);

Mator sam ja za prve dejtove jel mozemo odma na treci (Radovan Milivojevic @Preduhitivach);

Završio treću godinu ekonomskog fakulteta i tetka me pita gde sad možeš da radiš reko na pumpi, u kafiću, na mešalici gde oću (Ozren Soldatovic @makrobre);

ladno smo prvaci sveta al ladno i napolju (Sovadin @nepismeni);

Ne da mi fraer više da pišem „deste dobri fraeri dase malo fejevamo“ (Volšebna @Volshebna);

Neki tvitovi mogu da stanu u stočettes karaktera samo ako umete pametno da rasporedite i upotrebite karaktere (Acetilsalicilna @kiselinaa);

Sine pa ne ide da kupiš džip od 5 iljada kubika i da u njega ugradiš plin (Vojislav Vujosevic @SamSvojBog);

–Izvini decko mos li me slikat?

Mogu..a u stvari ne mogu, nemas panoramu, pa te kamera ne moze uvatit cijelu (Vaš č'o'ek @dakingAD);

–Kevo sta si mi kupila za novu godinu?

–Duplo od sto i ti meni

–pa ja tebi spremio 500e, znaci ti meni dodjes 1000, al daj 500 i u redu smo (... @Travoltaaaa) итд.

²⁷ У једном примјеру корисник се послужио оваквим обликом глаголског придјева радног и довео га у везу с врстом коцкица намијењених дјеци: *Sta postane Branko Kockica kad legne da spava? Lego kockica* (JE SUIS DUSAN @DusanSuis). Да је и акценат одговарајући, примјер би био још стилогенији.

5.1. У вези с нестандартним супституцијама, занимљив је исказ у којем се проблематизује употреба облика *хвалити* умјесто *фалити* (‘недостајати’): *Pošto kažeš da ti nešto HVALI, reci mi kako ti je HVAMILIJA? IZGLEDAŠ HVANTASTIČNO. PIJEŠ LI HVANTU?* (Volšebna Official @Volšebna). Има твитова у којима се корисници поигравају и дијалекатским облицима, као што је овај примјер:

–*Dobro veče Zagreb*

–*Pa ovo neje Zagreb nego Beograd*

–*Pa ni ja nesam umreo nego onaj glumac a vi mi vikaste RIP* (Veseli Južnjak @veselijuznjak).

5.2. Нису сви примјери овог типа. Постоје и они у којима је поступак онеобичајења заправо простриција – тзв. графичким ономатопејама визуелно се дочарава продужени изговор неких гласова, тј. алонжман:

SAD OPET MOGU DA SE MENSNUEM SA VAMA STO NEMATE 5K FOLOVE-RA JERI I JA OPET NEMAM, KOLIKO LJUBOMORNYHH DYSXCHAAAA OVDEEE (BRILJANTIN VOSAK @CAPSLOCK94);

Inace, to ja srcujem OSOBA medju mojim tvitovima

Ne zamerite, samo fejavajte i RT i ne komentarisite

Hvalaa (Acetilsalicilna @kiselinaa);

Kako ide to učlanjivanje u podmladak SNS-a?

„*Jedi supu, to je zdravo!*“

„*Zdlaaaavoooo!*“ (koza na šiklama @celava_ti_mama);

GOOOOOOO!! #SRB (bubuinfo.rs @bubuinfor)s²⁸ итд.

6.0. Из морфолошког угла може се говорити о бројним стилским особеностима које су, кад је ријеч о разговорном стилу, већ уочене у литератури (в., нпр., Симић/Јовановић 2002: 247 и Тошовић 2002: 328–329). Овдје ће се, стога, указати само на најважније.

6.1. У промјени глагола истичу се грешке типичне за колоквијални језик, као што су облици презента глагола *извинити се* (извинем... умјесто извиним...), те глагола *заспати* (заснем... умјесто засним...):

CNN se izvinuo zbog fotografije Putina goo.gl/fb/4egula (Glas Srpske @GlasSrpske);

*Pitala sam srce zašto ne mogu da **zaspem** noću, odgovorilo mi je „ZATO ŠTO SI SPAVALA POPODNE, NE GLUMI DA SI ZALJUBLJENA!“* (Zelenooka @Dajana_BL) и др.

6.1.1. Мада у корпусу има више исказа у којима се појављују стандардни облици, уочљиво је уопштавање облика помоћног глагола *би* (који због тога неки аутори сматрају партикулом – исп. Симић/Јовановић 2002: 247) у грађењу потенцијала. То илуструју следећи случајеви:

²⁸ У овом твиту изостављено је финално л, тако да се може говорити и о својерсној детракцији.

*E u uvakvim momentima **bi voleo** da si tu, mada znam da je nemoguće. Kad sam srećan, euforican... Za radost i cutanje osmesima* (nedogledan @nedogledan);

*Bacamo bivse po prošlosti da **bi znali** da se vratimo na početak* (UmbertoEgo @stanovnikzemlje);

*Kad vam silujem profil ne radim to da **bi mi uzvratili**, nego, najcesce, zato sto mi je dosadno, eventualno imate dobre tvitove* (Neodlucna @Komplikovana___) итд.

6.2. Примјетно је и ширење конструкције везник *da* + презент у творби футура односно тзв. ф у т у р о и д а, како се у литератури назива овај облик (в. Симић 2009, Станојевић 2014). У корпусу се појављују и примјери без везника *da*, па чак и са уравнивањем облика помоћног глагола (*he*), што потврђују следећи искази:

*Ja sam te rodila ja **cu** i **da** ti 20 minuta **pricam** kakve sam sandale kupila a kakve sam htela ali me olja ipak naterala* (Radovan Milivojevic @Preduhitrivach);

*Kada će Ana Nikolić **da dobije** orden za specijalan doprinos prometu alkoholnih pića, pitam vas?! (Raspevana Šišarka @Raspevana);*

*I pametni **ce da umru**, opusteno samo* (ZABJELČANIN @panklav_);

*da mi je neko rekao da **ću da posetim** bahame rekla bih da je to nemoguće i bila bih u pravu* (paramecijumka @paramecijumka);

*Svi **ce izginemo** od srednjoskolaca* (AloJa @_dostana_);

*Saću se **ubijem***

Stay tuned (Acetilsalicilna @kiselinaa);

*svi **će da umrete*** (paramecijumka @paramecijumka) и др.

6.3. У промјени именица такође се појављују неки нестандартне појаве. Именице *новине* и *скрипта*, које су *pluralia tantum*, појављују се у облицима једине, а именица *лото* мијења се неприхватљиво (*лотоа*, *лотоу*... уместо *лота*, *лоту*...):

*Da mi je neko rekao da @Blic_online **moze sa nekadasnje ozbiljne dnevne novine** da spadne na jednu zutu lazovsku salvetu...! Sram vas bilo* (aleksandra radovic @ALEKSANDRadovic);

*nisi student dok ne napravis **skriptu skripte*** (bici @bicuri_);

*TVOJU PORUKU CEKAM KAO I SEDMICU NA **LOTOU**... NI JEDNO NI DRUGO NECU DOBITI NIKAD ALI SE I DALJE NADAM* (BRILJANTIN VOSAK @CAPSLOCK94) и сл.

6.4. Замијеницама се корисници Твитера прилично неправилно служе. Тако се замијеница *sav* у средњем роду јавља у облику *сво* (умјесто *све*): *Mislite da znate nekog, a taj neko je čitao **svo** vreme* (L'enfantTerrible @teskaladovina). Веома су честе грешке у (не)употреби замијеница *себе* и *свој*, што илуструју следећи примјери:

*Koliko je božanstveno kad si nizak i pokušavaš da sagovornika višeg od **tebe*** (← *sebe*) *gledaš u oči, a sve što možeš da vidiš je njegov podbradak* (Mutivoda @Tvitokradica);

*Devojke više vole vozilo sa četiri točka nego sa dva, zato sam ja na **moj*** (← *svoj*) *bicikl stavio pomoćne točkice* (Vučevski @PlaviVuk22);

*odoh da pisem **moju** (← svoju) pricu o jogurtu KOJA CE VAS NASMEJATI DO SUZA* (Radovan Nokti @Preduhitrivach);

*Ne budite pičke i ne tražite broj od devojke. Dajte joj **vaš** (← svoj), pa ako hoće ona će se javiti. Budite gospodin!* (Gospodični @Gopodicni);

*Ne zaboravite da slikate svoju exit narukvicu. A mozete i da sastavite ruke sa **vasim** (← svojim) dosadnim prijateljima pa kao svi imate exit narukvice* (Radovan Milivojevic @Preduhitrivach) итд.

6.4.1. Појава која свакако заслужује пажњу стилистичара јесте употреба ријечи *исти* у замјеничкој функцији. Наиме, то се сматра особиним административног стила (в. Кликовац 2008: 260), а њено преношење у разговорни стил представља својеврсну бирократизацију. Ово су неки од примјера који то потврђују:

*Ako tebi ne odgovara nesto, ne moras da siris negativnu energiju i da prenosis na druge ljude **istu*** (Signorina @andreicaa8);

*Na tviter se ne dolazi što neko nema društveni život nego da pobegne od **istog*** (Raspevana Šišarka @Raspevana);

*Kako to misliš imaš tviter i nikad nisi ostao budan do 8 ujutru uz **isti*** (Eli @farelova);

*U toku je akcija unošenja šeste mačke u kuću mozda budem izbačena iz **iste** do zalaska sunca* (MORGANI DOGMA @armakitten);

*JEL NEKO REKAO OVIMA ŠTO SNIMAJU MUZIČKE SPOTOVE DA **ISTI** TREBA DA IMAJU VEZE SA PESMOM?* (BRILJANTIN VOSAK @CAPSLOCK94) и сл.

6.4.2. Личним замјеницама својствене су велике стилогене могућности (уп. Катњић Бакаршић 2001: 243–244), што се може видјети и из следећег твита (с погрешним, састављеним писањем предлошко-падежне конструкције *без везе*, додуше):

Moja zadnja veza je bila baš bezveze

$JA + ON = MI + ONA - JA = ONI$ (Ејми Ван Куће @BeZkucnica).

7.0. И на синтаксичком плану, што, уосталом, важи за разговорни стил у цијелости (в. Тошовић 2002: 329), видљив је принцип језичке економије. Бројне су просте реченице са елиптичним изразима и конструкцијама. Има и сложених реченица, али оне нису структурно компликоване, што је и очекивано јер је простор за писање ограничен. Могуће је међу њима уочити и координиране и зависносложене реченице, а један се тип издваја као специфичан. Ријеч је, наиме, о зависним узрочним реченицама које се уводе везником *јер*, али је у њима елидирано све осим супстантива који је нека врста кључне ријечи. Еквивалент овакве реченице била би конструкција *због* + Г. На основу онога што је написано рецепијент у својој свијести прави могуће трансформације. Ову појаву, која је директна последица ограниченог броја карактера, илуструју наредни примјери:

*Umam ja i žedna preko vode da predem **jer inat** (→ jer me inat t(j)era) – Acetilsalicilna* @kiselinaa;

Obrišem tvit sa greškom **jer OCD** (→ *jer imam OCD – opsesivno-kompulsivni poremećaj*; eng. *obsessive-compulsive disorder*) – Raspevana Šišarka @Raspevana;

Mi se razumemo i bez da se izravno obratimo jedna drugoj **jer kalup i pravoslavlje** (→ *jer nas vežu kalup i pravoslavlje*) – Raspevana Šišarka @Raspevana;

Dodeš da ti vade krv, **jer štitna žlezda** (→ *jer te muči štitna žl(ij)ezda*; → *jer imaš problema sa štitnom žl(ij)ezdom*).. a usput po zidovima čitaš o polnim bolestima.+++ Ja nisam rizična grupa. To ovi što imaju seks (Helena Trojanska @spartanka7) и др.

7.1. Релативно је честа и употреба везничке конструкције *без да*, која није дио српског језичког стандарда, а настала је буквалним превођењем њемачког, француског или италијанског облика (в. Клајн 2011: 159). То потврђују следећи случајеви:

*Da li bi voditelj mogao samo da otvara usta **bez da** se чује?! (Raspevana Šišarka @Raspevana);*

*Dečaci koji kukaju da ne mogu biti šarmanтни, romantični i džentlmeni **bez da** imaju love, kad dobiju/zarade tu lovu opet su iste nesreće (MILENA @MilenicaMM);*

*Ta se скида **без да** мама помаже.... (Cedomir @cedov_cedomir);*

*Legenda kaze da legenda kaze kako ste nekad bili originalni i pisali **bez da** legenda kaze (Ludo Burazere @ludooburazeree);*

*Ljudi koji menjaju traku **bez da** daju žmigavac nisu gori od Hitlera, ali kada pričaju o Hitleru govore jeste on bio lud, ali... (Kristal Met Dejmon @good_neighborhood) итд.*

7.2. Све је присутније у нашем (разговорном) језику комбиновање неодређене замјенице *неки* и показне замјенице *тај*. Ни то није у складу с нормом, али се редовно јавља у језику Твитера:

*Igram **taj neki** zmijski ples (MORGANI DOGMA @armakitten);*

*Nedostaje mi **taj neki** dečak u meni koji nije mnogo razmislio (UmbertoEgo @stanovnikzemlje);*

*Treba mi **taj neki** papir sa istorijatom sukoba sa sobom samim jer ja ne znam kad se taj rat desio (Mr.Nicolleto @MrNicolleto) и др.*

7.3. Има још много нестандартних појава у корпусу, толико да их је немогуће све поменути. Једна од њих јесте и употреба предлошке конструкције *по питању*: *Cenim trud koji ulažete u to da na tviteru delujete načitano a opet vrlo nonšalantno **po pitanju** obrazovanja (MORGANI DOGMA @armakitten); Ja mogu i da volim i da mrzim a da ništa ne poduzimam **po tom pitanju** i u tome leži sva moja propast ali i božanstvenost (Raspevana Šišarka @Raspevana) и сл.* Не поштује се ни правило о двострукој негацији:

*Riki Martin moja prva **nikada prežaljena** ljubav (Visnja Filipovic @visnja_f);*

*Najsladje mi je da zvekнем „mute & block“ kad krenem da RT neciji RT pa vidim da sam na bloku, **nicim izazvan**.E takoc.:-))) (Dejan Marjanovic @DM_Bass) итд.*

У много примјера није добар распоред енклитика: *Ljudi koji smatraju da nemaju sta da menjaju na sebi, su definicija prve stvari koju treba menjati* (UmbertoEgo @stanovnikzemlje); *Jedino što mogu da pomislim o osobi koja mi dođe i priča o ljudima koje ne poznajem je da će sutra otići njima i pričati o meni* (Raspevana Šišarka @Raspevana) и сл. У твитовима су чести случајеви употребе конструкције *za* + инфинитив, нпр.: *Kakav divan dan za išćupati butnu venu zubima* (koza na štiklama @celava_ti_mama); *Neko voće za popiti* (Acetilsalicilna @kiselinaa). Интензификатор *ни* често се погрешно користи умјесто *и* непосредно испред негације: *ne kapiram zasto me prozivas ti mene cak ni ne poznajes* (Radovan Milivojevic @Preduhitrvach); *Vidim šta lajkuje i zaključim da mu prsti ni ne trebaju* (koza na štiklama @celava_ti_mama) и др. Може се уочити и погрешна употреба прилога *икад(а)* под утицајем енглеског, нпр.:

Danilo Kiš je najbolji frajer iz Srbije ikada (magda janjić @magdajanjić);

Neka mi oprostite svete sile, ali meni je Bata Živojinović najprećenjeniji sprski glumac ikada (Srećko @ajdpali);

Amidžić poklanja Bojani Stamenov džak stočne hrane i preparat za mršavljenje. Pa ovo je nešto najduhovitije od njega IKADA (Volšebna @Volshebnna).

Још једна честа грешка јавља се када се глагол *требати* у модалној функцији (у саставу сложеног глголошког предиката) не употребљава у безличном облику: *Brate nisam sigurna da znam ko je vlada divljan i da li trebam da se stidim zbog toga pa ne mogu bas sve znati* (MORGANI DOGMA @armakitten); *Molio bih izdavače da se suzdrže od tvrdog poveza i štampanja na listovima debljine prsta, pošto bi te knjige neko trebao i da kupi* (Diskoteka 3D @diskoteka3d); *Italija je zemlja u kojoj bih trebala da živim da na ovom svetu postoji malo pravde* (Scherbatsky @AngietheQueen) и др.

8.0. У језику Твитера реализују се и многе стилске фигуре, и то на свим нивоима. На фонетско-фонолошком плану могу се издвојити а ф е - р е з е, а п о к о п е, с и н к о п е, с и н е р е з е, т е а л о н ж м а н и и с у п с т и т у ц и ј е, али нема потребе да се њима овдје поклања нарочита пажња јер су на неки начин већ освијетљени у дијелу текста посвећеном фонетском нивоу анализирани грађе (в. т. 5.0, 5.1 и 5.2).

8.1. Ако се посматра из морфостилистичког угла, могуће је такође уочити неколико стилских фигура. Тако се, на примјер, х о м о ј о п т о - т о н (у комбинацији са а с и н д е т о м) остварује у идућем примјеру: *među pričama, sećanjima, traumata, željama, fantazijama, emocijama, telima, tumačenjima, smislom, suzama, promenama, među zdravo i zbogom:Ja* (Apeiron Alisa @ApeironAlisa). Присутан је и п о л и п т о т о н: *nisi student dok ne napravis skriptu skripte* (bici @bicuri_); *Stranputicama sam stranputica* (UmbertoEgo @stanovnikzemlje). П а р е г м е н о н је реализован у твитовима: **agresivno agresuje njena agresija agresovanja** (Albatroz @zli_djecak); *Hrane mi se glupi priglupima* (Sirence od kozu @drusnaMargo); *Zabrana njena zabrana zabranjivanja* (Ra's Chick @H_athor). Често се остварују и

етимолошке фигуре: *ladno smo prvaci sveta al ladno i napolju* (Sovadin @nepismeni), понекад и као резултат лажне етимологије:

Seks na podu ili PODJEBAVANJE (Tozica @tozzzica);

Danas sam imao snošaj.

Snosio sam stari krevet sa trećeg sprata (Zaovičić @Irelevantije).

8.2. Међу синтаксостилемама издвајају се а н а с т р о ф а: *Svesti stanje* (Фићфирић @MargitaIvanovic), затим п р о л е п с а: *jedan dan ce da uleti Vucic na Tviter i sve da nas pobije* (Individualac @Individualac), те анафоре:

Na Balkanu je sve slučajno. Slučajno ubio druga, slučajno prebio ženu, slučajno pregazio čoveka (Vojislav Vujosevic @SamSvojBog);

Te nevidljive stepenice unutar čovjeka, neki se penju, neki silaze, neki se mimoilaze, nedjelja (Maja @FlowResidence);

Glumis orgazam. Glumis suze. Glumis osmeh. Glumis divu. Glumis stav. Glumis kurvu. Glumis da ti je zao. Lose glumis zivot. Play dead, dear (UmbertoEgo @stanovnikzemlje).²⁹

8.3. Међутим, најбројније су семантичке фигуре, и то понајвише п о р е ђ е њ е, м е т а ф о р а, а затим и метонимија, синегдоха, контраст, оксиморон, парадокс, и р о н и ј а итд. Оне су и најстилогеније.

8.3.1. Поређење, како оно типа *simile* (којим се исказује еквативност), тако и *с о т р а г а т и о* (којим се изражава диферентивност), доминантна је стилска фигура у корпусу. Може се констатовати како се у исказима у којима се оно остварује огледа слика свијета корисника ове друштвене мреже:

leto kao da smo kupili kod kineza (Srećko @ajdpali);

Povređivati druge bez ikakvog razloga i osnova je isto kao i šutnuti kuće na sred ulice jer ti se baš lepo namestilo (Srećko @ajdpali);

Otužno kao rezervacija stola u restoranu u kojem nema nikoga (Maja @FlowResidence);

Naivni ste kao verice (I Don't Care™ @Idont__care_);

Tviter kao dnevne novine (♥Sve Je Crno-Belo♥ @Ostrascena);

Partizan bez Bogdana ko selo bez crkve (Individualac @Individualac);

nedostaješ mi ko neki sima:((paramecijumka @paramecijumka);

као загрљаји што после неког времена почињу да губе смисао и људи морају да пређу на нешто друго тако и са шкрџом зуба (гле @jurodivi);

Ništa te tako ne dotakne kao oči deteta odraslog čoveka (Irena @Ajnstajnova);

Naša ljubav je k'o čišćenje kuće, nikad kraja (Raspikućanica @bilaneko);

²⁹ Ова анафора била би, заправо, текстостилема, будући да је понављање у њој конструктивни принцип текста као надреченичног јединства.

Kupujem malopre lubenicu, reko jel slatka, a deda s kamiona dobacuje slatka ko tudja žena (Tviter Psihoterapeut @miki_neo);

Odvadila sam džak garderobe da doniram i sad ga grlim kao majka sina pred ženidbu. S žaljenjem i mržnjom snaje (koza na štiklama @celava_ti_mama);

Otvorio sam vrata od terase, pa ovo je gore nego kad sam jednom krišom otvorio dedinu pušnicu da uzmem suvo meso i zamalo spržio obrve.. (Proka @vulgaran);

Bolje je nikako nego nekako (Maharaja @GParkerrr);

Trešnje su lepše sa drveta nego iz činije (Vojislav Vujosevic @SamSvojBog) итд.

8.3.2. Једна метафора тиче се и самог Твитера: *Sve ovo je samo jedna, dobro smisljena, grupna terapija* (Ja, Lola @temps_de_lamour). Остале сликовито представљају најразличитије појмове:

Putovanje je najveći graditelj (Maja @FlowResidence);

Misli su vrata u sebe (Maja @FlowResidence);

Korice knjiga, korice kruha (Maja @FlowResidence);

moj život je jedna nežna bundica od činčile greškom dostavljena vlaškoj maturantkinji (paramecijumka @paramecijumka);

Jun je petak, jul subota i avgust nedelja (Veoma Kritican @Zdraviuglavi);

птице у кавезима су сидра којим грађански домови на дну мора одржавају везу са небом (самовар @jurodivi);

Neki ljudi su tako „padobran koji se nije otvorio“ (Ja, Lola @temps_de_lamour) и др.

8.3.3. Лијеп примјер метонимије реализован је у твиту: *Mijenjam volan za kormilo* (Maja @FlowResidence), а међу синегдохама се нарочито истичу оне типа п л у р а л → с и н г у л а р што се остварују коришћењем облика множине термина из онлајн комуникације који обично немају те употребне облике:

Vas tri sto se dopisujete preko tvitova na mojoj lajni jel nemate vajbere (← vajber)? (Tviter Psihoterapeut @miki_neo);

Ajde sad da prihvatim moje tviterase na fejsbucima (← Fejsbuku) – Ozren Soldatovic @makrobre;

ne ide mi se...zalud satovi,alarmi,obaveze i tviteri (← Tviter)...*moje si mesto* (pre-Drag @pedjazaba);

nemam gole slike na internetima (← internetu), *fakticki ja ne postojim* (jersamlenja @jersamlenja) итд.

8.3.4. У наредним исказима остварен је контраст: *Nekada ste nam košulje uništavale usnama, a danas obrvama* (Ivanković @voj_is_love); *Budala se svadja | pametan blokira...* (Nebojsa Nesha Yee @NeshaYee) и др. Оксиморон се може уочити у твитовима: *Nemo vrištim* (Sirence od kozu @drusna-Margo); *Ti si kamen temeljac mog spoticanja* (Ja, Lola @temps_de_lamour); *Volim kad zakasnim na vreme* (Maharaja @GParkerrr) и сл., а у овима парадокс: *U sledećem životu ću biti lošiji čovek, valjda će mi biti bolje* (Ozren Soldatovic @makrobre); *Jebes sve te ljude koji žive da nemaju život* (Maharaja @GParkerrr); *Kod nas je i prosek ispod proseka* (Raspevana Šišarka @Raspe-

vana) итд. Иронија је остварена у сљедећим примјерима: *Ja obožavam ovu EU demokratiju iz koje nam javljaju kako da mislimo* (Mr.Nicolleto @MrNicolleto); *Jel ima neko u ovoj zemlji da se ne razumije baš u sve?* (Zaovičić @Irelevantije), а једна од најјаспјелијих је сљедећа:

Kako znaš da si Srbin? Krene neka diskusija na temu za koju prvi put čuješ i ti odjednom znaš sve o tome (Lažni Profil @OgiEvropa).

9.0. У раду су анализиране особености језика Твитера, и то на плану (орто)графије, те на лексичком и граматичком плану, а из лингвостилистичког угла освијетљене су и стилске фигуре остварене у ексцерпираним исказима. Прикупљени корпус пружио је мноштво материјала, а истраживање је показало како се у неким сегментима ова друштвена мрежа не разликује од цјелокупне онлајн комуникације, али и да постоје специфичности, и то углавном у вези са ограниченим простором за писање.

9.1. На ортографском плану уочене су најважније измјене стандарда – биљежење африката и фрикатива графемама без дијакритичких знака, непоштовање правила о писању великог и малог слова те о скраћивању ријечи, затим грешке у употреби интерпункције и сл. Нека „ортографска правила“ Твитера настала су под утицајем енглеског језика, а он је још очигледнији на лексичком нивоу. Наиме, корисници се често служе сировим, неадаптираним англицизмима, а ова врста прекључивања кода најчешће није мотивисана стилски, него је његова функција у складу са статусом енглеског у свијету, а нарочито у онлајн комуникацији. Поред тога, примијећено је да су опсцене ријечи и изрази заступљени у великој мјери, а такође и да неке лексеме добијају нову семантику (глагол *силовати*). Када је о граматичком плану ријеч, видљива су различита огрешења о норму, било да се ради о фонетици, морфологији или синтакси. Она су последица принципа језичке економије, али и недовољно изграђене језичке културе. Као посебно занимљива, забиљежена је и једна појава карактеристична за синтаксу – конструкција *jer* + супстантив као редуковани облик зависне узрочне реченице (нпр., *Obrišem tvit sa greškom jer OCD*). Међу издвојеним стилским фигурама реализованим у корпусу нарочито су бројни и стилогени метафоре и поређења. У овом дијелу анализе уочена је и креативност у писању, чији су резултат веома стилогене језичке конструкције.

Рад, сасвим сигурно, не представља коначан став нити пуни допринос проучавању ове изузетно актуелне и изазовне теме. Због недостатка простора освијетљене су само најважније језичко-стилске особености, а укаzano је на могућности даљих истраживања (интертекстуалност, творбено-семантички аспект корисничких имена и др.).

9.2. Треба, на крају, сагледати стварне последице које има језик друштвених мрежа. На примјеру Твитера показало се колико је он препун ортографских, граматичких, стилских и других грешака. Истина, у њему се огледа снажан утицај глобализације. То се не може порећи, као што се

не може порећи ни то да он утиче на језик уопште. Међутим, с друге стране, није ли он и огледало наше језичке (не)културе?

Колико год се неки језик ослобађао свог примарног географског простора и ширио у виртуелни свијет, сваки човјек одлучује о томе на који ће се начин њиме служити. Па и у онлајн комуникацији. Учење и прихватање било ког страног језика, самим тим и енглеског, нуде предности које ваља искористити, али не треба и не смију да буду оправдање за недовољно изграђену свијест о важности матерњег. И нису. Јасно је да се једино добро изграђеном језичком културом, тј. познавањем језичко-стилске норме сопственога језика, може одупријети негативном утицају глобализације.

Извор

Твитер-www: Twitter. – In: <http://www.twitter.com>. Stanje 31. 7. 2015.

Литература

- Ашић 2014: Ашић, Тијана. Прекључивање и мешање кодова у свакодневном разговору у српском језику и његове синтаксичке, семантичке и прагматичке импликације: комуникација на друштвеној мрежи Фејсбук. In: *Научни састанак слависта у Вукове дане. Реферати и саопштења*. Београд. 43/1. С. 85–97.
- Бикова 2014: Быкова, Е. В. Речевой облик субъектов влияния в социальной сети (на примере Facebook). In: Василькова, Н. Н.; Кара-Мурза, Е. С.; Славкин, В. В.; Сурикова Т. И. (ур.). *Стилистика сегодня и завтра*. Материалы конференции. Часть II. Москва. С. 55–58.
- Бугарски 2009^а: Bugarski, Ranko. Šta nam znači engleski jezik. In: Bugarski, Ranko. *Evropa u jeziku*. Beograd. S. 57–75.
- Бугарски 2009^б: Bugarski, Ranko. Evropska jezička politika između raznolikosti i globalizacije. In: Bugarski, Ranko. *Evropa u jeziku*. Beograd. S. 11–36.
- Васић/Прћић/Нејгебауер 2011²: Vasić, Vera; Prčić, Tvrtko; Nejgebauer, Gordana. *Do you speak anglosrpski? Rečnik novijih anglicizama*. Novi Sad.
- Википедија-www: Wikipedia. – In: <http://en.wikipedia.org/wiki/Twitter>. Stanje 31. 7. 2015.
- Влајковић 2010: Vlajković, Ivana. Uticaj engleskog jezika na srpski na planu pravopisa, leksike i gramatike u komunikaciji na Fejsbuku. In: *Komunikacija i kultura* online. 1/1. S. 183–196. In: <http://www.komunikacijaikultura.org/KK1/KK1VlajkovicAbsE.pdf>. Stanje 31. 7. 2015.

- Гордић Петковић 2010: Gordić Petković, Vladislava. Fejsbuk: Komunikacija sa hiljadu lica. In: *Норма*. Сомбор. 15/2. С. 155–162.
- Елисон/Стајнфилд/Лампи 2007: Ellison, Nicole B.; Steinfield, Charles; Lampe, Cliff. The Benefits of Facebook „Friends“: Social Capital and College Students’ Use of Online Social Network Sites. In: *Journal of Computer-Mediated Communication*. Wiley Online Library. 12. S. 1143–1168. In: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.2007.00367.x/epdf>. Stanje 30. 7. 2015.
- Ивић 2007: Ивић, Милка. Расправљања о језику у времену глобализације. In: Делић, Јован (ур.). *Зборник Матице српске за књижевност и језик*. Нови Сад. 55/1. С. 7–10.
- Исерс/Атјагина 2014: Иссерс, О. С.; Атягина, А. П. Дискурсивные практики нового века: „компрессионный синдром“ (на примере твиттер-коммуникации). In: Солганик, Г. Я.; Клушина, Н. И.; Барышева, С. Ф.; Касперова, Л. Т.; Смирнова, Н. В. (ур.). *Стилистика сегодня и завтра*. Материалы конференции. Часть I. Москва. С. 78–85.
- Јањић 2012: Јањић, Марина. Језик фејсбука – нови идентитет глобалистичких комуникација. In: *Српски језик*. Београд. Бр. 17. С. 559–575.
- Капасо 2013: Capasso, Danilo. L’italiano ai tempi dei social network(s). In: Milinković, Snežana; Samardžić, Mila (ur.). *Italica belgradensia*. Atti del Convegno Internazionale *Oltre i confini: aspetti transregionali e interculturali dell’italiano*. Volume II. Beograd. S. 125–135.
- Катнић Бакаршић 2001: Katnić Bakaršić, Marina. *Stilistika*. Sarajevo.
- Клајн 2011⁵: Клајн, Иван. О склопу реченице. In: Ивић, Павле; Клајн, Иван; Пешикан, Митар; Брборић, Бранислав. *Српски језички приручник*. Београд. С. 139–164.
- Кликовац 2008: Klikovac, Duška. Funkcionalni stil ili/i diskurs moći: deskriptivni i kritički pristup administrativnom jeziku. In: Klikovac, Duška. *Jezik i moć*. Beograd. S. 247–265.
- Ковачевић 1998: Ковачевић, Милош. Апросдокетон у еротским изневјерицама. In: Ковачевић, Милош. *Стилске фигуре и књижевни текст*. Београд. С. 127–134.
- Конвеј/Кенски/Ванг 2015: Conway, Bethany A.; Kenski, Kate; Wang, Di. The Rise of Twitter in the Political Campaign: Searching for Intermedia Agenda-Setting Effects in the Presidential Primary. In: *Journal of Computer-Mediated Communication*. Wiley Online Library. 20. S. 363–380. In: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/jcc4.12124/epdf>. Stanje 30. 7. 2015.
- Кристал 2001: Crystal, David. *Language and the Internet*. Cambridge.
- Мутавцић/Трбојевић Милошевић 2014: Мутавцић, Предраг; Трбојевић Милошевић, Ивана. Јужнословенски и балкански језици и енглески

- (или: Да ли је заиста у питању борба Давида са Голијатом?). In: *Славистика*. Београд. Бр. 18. С. 162–178.
- Николић 2015: Николић, Марина. *Твитерске активности*. In: <http://jezikofil.rs/tvitterske-aktivnosti>. Стање 28. 7. 2015.
- Пипер 2004²: Пипер, Предраг. *Српски између великих и малих језика*. Београд.
- Пипер 2005: Пипер, Предраг. *Језичка страна глобализације у словенским земљама*. In: *Славистика*. Београд. Бр. 9. С. 19–28.
- Прћић 2011²: Prčić, Tvrtko. *Engleski u srpskom*. Novi Sad.
- РСЈ 2007: *Речник српскога језика*. Нови Сад.
- Савић 1995: Савић, Свенка. Истраживање савременог градског комплекса: употреба псовки. In: *Научни састанак слависта у Вукове дане. Реферати и саопштења*. Београд. 23/2. С. 161–176.
- Симић 2009: Симић, Радоје. Нормативни и употребни статус футуроида ЋУ/ЋЕШ... + ДА + ПРЕЗЕНТ. In: *Научни састанак слависта у Вукове дане. Реферати и саопштења*. Београд. 38/1. С. 51–55.
- Симић/Јовановић 2002: Симић, Радоје; Јовановић, Јелена. *Основи теорије функционалних стилова*. Београд.
- Станојевић 2014: Станојевић, Веран. Неки аспекти употребе футуроида у књижевном превођењу са француског на српски језик. In: *Научни састанак слависта у Вукове дане. Реферати и саопштења*. Београд. 43/1. С. 71–83.
- Стерн/Тејлор 2007: Stern, Lesa A.; Taylor, Kim. Social Networking on Facebook. In: *JCSTAND*, 20. S. 9–20. In: <http://www.cstand.org/UserFiles/File/Journal/2007.pdf>. Stanje 31. 7. 2015.
- Стојић 2003: Stojić, Svetlana. Engleski kao svetski jezik. In: Klikovac, Duška; Rasulić, Katarina (ur.). *Jezik, društvo, saznanje: Profesoru Ranku Bugarskom od njegovih studenata*. Београд. S. 43–57.
- Тима 2007: Tima, Adam. Rules of Interchange: Privacy in Online Social Communities – A Rhetorical Critique of MySpace.Com. In: *JCSTAND*, 20. S. 31–39. In: <http://www.cstand.org/UserFiles/File/Journal/2007.pdf>. Stanje 31. 7. 2015.
- Тошовић 2002: Тошовић, Бранко. *Функционални стилови*. Graz.
- Тошовић 2015: Тошовић, Бранко. *Интернет-стилистика*. Москва.
- Херинг 2001: Herring, Susan C. Computer-mediated Discourse. In: Schifffrin, Deborah; Tannen, Deborah; Hamilton, Heide E. (ur.). *The Handbook of Discourse Analysis*. Malden – Oxford. S. 612–634.
- Џенкинс 2007: Jenkins, Jennifer. *English as a Lingua Franca: Attitude and Identity*. Oxford.
- Шипка 2011: Шипка, Данко. *Речник опсцених речи и израза*. Нови Сад – Београд.

Goran Milašin (Banjaluka)

Language of Twitter from the point of view of stylistics

Twitter is an online social networking service that enables users to send and read short 140-character messages called *t w e e t s*. In this paper we analyse, from the point of view of stylistics, the most important linguistic features of the language of Twitter. Our stylistic analysis is based on the levels model. The corpus is monolingual; it contains examples only in Serbian. Attention has been given also to the figures of speech which are realized in the analysed tweets.

Горан Милашин
Филолошки факултет
Булевар војводе Петра Бојовића 1а
78 000 Бањалука
Република Српска, БиХ
Тел.: ++387 51 340 120
E-mail: goran.milasin@unibl.rs

Лариса Селезнева (Москва)

Жанровые и стилистические особенности пресс-релиза, размещенного на сайте компании

В данной статье предпринимается попытка анализа пресс-релиза, размещенного на сайте компании, и определения его жанровых и стилистических особенностей. Для этого были сопоставлены каноны данного жанра, которые были разработаны для пресс-релиза в журналистике и PR, проанализированы пресс-релизы в интернете. В результате исследования можно говорить о влиянии интернета на жанровые, структурные особенности пресс-релиза. Стилистические особенности пресс-релиза как PR-текста в большей степени обусловлены базисным PR-субъектом, нежели каналом распространения.

Пресс-релиз является одним из жанров, получивших широкое распространение в PR-практике. Название было образовано от английского слова *press-release*, что означало выпуск для прессы, и первоначально данный жанр представлял собой „специальные бюллетени для работников средств массовой информации“ (БЭС 2000: 956). Они выпускались правительственными учреждениями, штаб-квартирами международных организаций, пресс-бюро и содержали материалы для срочной публикации. Другими словами, пресс-релиз формировался как информационное сообщение, адресатом которого выступали представители СМИ.

Существует два подхода к этому жанру, два представления о его стилистических особенностях, которые сложились в журналистике и PR-практике. В теории журналистики пресс-релиз рассматривают как „подборку информационных сообщений, рассказывающих о достоинствах какой-то фирмы или отдельной личности, например кандидата в депутаты“ (Тертычный 2011: 242). В пиарологии пресс-релизом называют „основной информационный жанр PR-текста, содержащий предназначенную для прессы актуальную оперативную информацию о событии, касающемся базисного субъекта PR“ (Кривоносов 2001: 32). Эти виды пресс-релиза имеют сходства и отличие, обусловленные экстралингвистическими параметрами текста. Рассмотрим некоторые жанрообразующие признаки пресс-релиза.

Параметры	Пресс-релиз связей с общественностью	Журналистский пресс-релиз
Цель	формирование и поддержание имиджа субъекта	формирование общественного мнения
Аудитория	СМИ	Массовая аудитория
Авторство	скрытое	открытое
Тип текста	первичный	вторичный

Необходимо отметить, что пресс-релизам, составленным специалистами по связям с общественностью, всегда отводилась второстепенная роль, т.к. текст воспринимался как черновой вариант и представлял собой основу для журналистского пресс-релиза. Например, М. Гундарин в руководстве по написанию пресс-релизов отмечает, что пресс-релиз должен „удачно закинуть информационную удочку“, чтобы стать источником информации для журналистов (Гундарин 2013: 12). В связи с тем, что журналисты могли сократить изначальный текст, то его составляли таким образом, чтобы каждый абзац был автосемантичен и мог быть удален без потери смысла. Поэтому пресс-релизы строили по принципу „перевернутой пирамиды“: каждый последующий абзац содержал менее важную информацию.

Стилистическую характеристику пресс-релиза дают разную. Если стилистические особенности журналистского пресс-релиза, которые обусловлены константными характеристиками публицистических текстов, определены и представляют собой социальную оценочность (Г. Я. Солганик, Т. В. Чернышова), выраженную авторскую позицию (Л. Г. Кайда), использование идеологем (Н. И. Клушина), прямое обращение автора к своей аудитории, призыв к ней действовать определенным образом (А. А. Тертычный), то для пресс-релиза как PR-текста характерны черты и публицистического, и официально-делового стиля.

Объединяя оба подхода, М. В. Бусыгина определяет пресс-релиз как „оперативно-новостной жанр медиадискурса, который реализует небольшое значимое некоммерческое информационное сообщение, разработанное адресантом накануне события и оперативно распространяемое в печатных и электронных средствах массовой информации с целью оповещения массового адресата, прямого и суггестивного воздействия на него и создания положительного имиджа адресанта“ (Бусыгина 2010: 4). Автор относит к стилистическим особенностям жанра использование нейтральной общеупотребительной лексики, экспрессивно-эмоционально окрашенных слов, которые являются показателем смешения стилей с преобладанием языка СМИ, употребление стертых метафор, повышенную

частотность цитирования. М. В. Бусыгина приходит к выводу о том, что единый стиль написания пресс-релизов отсутствует.

Принимая во внимание данную точку зрения, мы отмечаем, что в связи с изменением, прежде всего, канала распространения информации, происходит трансформация жанра пресс-релиза, обусловленная рядом причин. Во-первых, пресс-релизы распространяются не только в СМИ (печатных и электронных), но и размещаются на сайтах компаний, в социальных сетях. Во-вторых, для интернет-коммуникации характерна гипертекстуальность, интерактивность, конвергентность, возможность участия аудитории, виртуальность, доступность, оперативность, что приводит к изменению жанровых и функционально-стилистических особенностей пресс-релиза, который мы рассматриваем как первичный текст, составленный специалистами по связям с общественностью и не обработанный журналистами. Для пресс-релизов, которые размещают на сайтах, принцип „перевернутой пирамиды“ становится не актуален, т.к. тексты, написанные специалистами по связям с общественностью, не подвергаются журналистской обработке. Другими словами, коммуникация между общественностью и организацией, которая является инициатором пресс-релиза, осуществляется напрямую. Это влияет на стилистические и жанровые особенности текста.

К жанрообразующим признакам текста относят адресанта, адресата, предмет (тему речи) (Тырыгина 2010), ситуацию, цель общения (Ахманова 2005: 148). В качестве адресанта пресс-релиза выступает базисный PR-субъект, который является инициатором данного текста, заказчиком, это может быть политический, государственный, общественный деятель, социальная организация, социальный институт и т.п.. В пресс-релизах субъект грамматически выражен 3 лицом: *Правление ОАО 'Авиационная компания 'Трансаэро' приняло декларацию...; С 28 мая по 29 мая 2013 года компания ЗАО „Алтайвитамины“ приняла участие в 6-й междисциплинарной научно-практической конференции.* При этом авторство обычно не обозначается, т.к. целью данного текста является наиболее полный и объективный рассказ о предстоящем или прошедшем событии, а не выражение точки зрения составителя. В этом плане пресс-релиз представляет собой подобие документа: хотя текст и не подписан, однако он размещен на сайте организации и является свидетельством о деятельности предприятия.

Интернет позволяет расширить аудиторию пресс-релизов и сделать доступным их содержание не только представителям СМИ, но и массовой аудитории. С одной стороны, данные тексты доступны всем, кто имеет выход в интернет, но с другой стороны, написаны они с расчетом на аудиторию, которая проявляет интерес к данной компании. Эта аудитория так же, как и массовая аудитория, разнородна, ее трудно определить по количеству, она рассредоточена. Но в отличие от массовой аудитории у нее есть один объединяющий признак – интерес к данному сайту. Поэтому, на

наш взгляд, адресатом пресс-релизов является не массовый читатель, а читатель коллективный (термин В. В. Богданова). „Коллективный адресат, – отмечает В. В. Богданов, – количественно более ограничен и определен. Примером текста, адресованного коллективу, может быть циркуляр, рассылаемый определенному контингенту лиц или организаций, текст обращения государственного деятеля к участникам конференции или съезда“ (Богданов 1993: 8). В этом плане пресс-релиз близок, с одной стороны, текстам официально-делового стиля, а с другой – публицистическим текстам.

Такая стилистическая особенность текста определяется сферой базисного PR-субъекта. С. В. Володина отмечает, что в PR-дискурсе „тексты (в первую очередь пресс-релиз) могут быть предназначены для разных целевых аудиторий и соотноситься с различными сферами PR-деятельности, поэтому в процессе их создания при выборе языковых средств и композиционном структурировании определяющими компонентами становятся экстралингвистические факторы, выступающие как основные показатели соответствующих дискурсов“ (Володина 2007: 22)

Так, пресс-релизы Министерства образования и науки РФ отличаются строгостью в изложении фактов, конкретностью, т.к. основой содержания часто являются официальные документы, процедуры, связанные с деятельностью министерства. Например, пресс-релиз от 19. 08. 2014. 9:00.

Открытый публичный конкурс на предоставление государственной поддержки пилотных проектов. Вскрытие конвертов с заявками на открытый публичный конкурс на предоставление государственной поддержки пилотных проектов по созданию и развитию инжиниринговых центров на базе образовательных организаций высшего образования, ведомственных Министерству образования и науки Российской Федерации, состоится 19 августа 2014 года в 13:00 по адресу: 125993, г. Москва, Брюсов пер., д.21. Для оформления заявки на участие необходимо прислать на электронный адрес: korolkova-sa@mon.gov.ru фамилию, имя, отчество, должность и организацию предполагаемого участника процедуры вскрытия конвертов до 11:00 19 августа 2014 года. Контактное лицо по вопросам записи на участие – Королькова Светлана Анатольевна, тел. (495) 629-44-09. Сведения о результатах вскрытия конвертов с заявками будут размещены в информационно-коммуникационной сети Интернет на официальном сайте Минобрнауки России не позднее 22 августа 2014 года (Открытый публичный конкурс – www).

В данном пресс-релизе можно отметить ориентацию на официально-деловой стиль в выборе речевых конструкций: используются клише, отглагольные существительные, отыменные предлоги и т.п

Несколько иная стилистика у пресс-релизов, размещенных на сайтах спортивных команд. Их аудиторию состоит из представителей данного клуба, болельщиков и людей, интересующихся спортом. Например, пресс-релиз ХК ЦСКА: Анонс. „Металлург“ НК – ЦСКА.

Дата: 01.10.2014, 18:33. Просмотров: 382. Завтра, 2 октября, ЦСКА проведет свой второй матч в выездном турне по Сибири и Дальнему Востоку. Соперником армейцев станет новокузнецкий „Металлург“. Начало встречи – в 16.00 по московскому времени. Новокузнецчане стали одним из открытий на старте сезона. Не имея в своем распоряжении высококлассных исполнителей, команда Германа Титова идет на шестом месте на Востоке, в десяти встречах набрав 15 очков. В последних пяти матчах „Металлург“ одержал три победы (одну в серии послематчевых бросков) и потерпел два поражения (одно из них в овертайме). Армейцы продлили свою победную серию, в упорном матче одержав верх над „Сибирью“. ЦСКА продолжает возглавлять дивизион Тарасова, оставаясь на втором месте в Западной конференции и третьем в общей таблице лиги (Анонс–www).

Для восприятия данного текста необходимы фоновые знания, включающие сведения о хоккейном клубе ЦСКА и других хоккейных клубах, понимание спортивной терминологии и профессиональных клише. Другими словами, данный пресс-релиз интересен и понятен ограниченной аудитории и его содержание рассчитано на узкий круг людей.

Таким образом, широкое использование интернет-коммуникации в связях с общественностью оказывает влияние на структурные и жанрообразующие параметры пресс-релиза. Стилистические особенности пресс-релиза, как отмечает большинство исследователей, связаны со сферой базисного субъекта PR. Однако, на наш взгляд, можно определить некие общие стилистические черты, характерные для пресс-релиза как первичного текста связей с общественностью и отличающие его от журналистского текста.

Брекенридж Д., обобщая мнение практиков, отмечает, что „большинство журналистов и пиарщиков сходятся на том, что новостной релиз должен быть хорошо написан и очень информативен, что там должно быть меньше корпоративного жаргона и больше точных и актуальных новостей“ (Брекенридж 2010:110). Это объясняется тем, что, с одной стороны, текст пресс-релиза должен отличаться доходчивостью, лаконичностью, точностью в передаче фактов, логичностью и претендовать на объективное описание. А с другой – он не должен быть эмоционально окрашенным, не должен использоваться прямой призыв к аудитории или прямое обращение автора, что характерно для журналистского пресс-релиза.

С этой целью сопоставим журналистский пресс-релиз и пресс-релиз, размещенный на сайте ХК ЦСКА, содержанием которых является одно и то же событие – предстоящая игра команды Амур и ЦСКА. Жирным шрифтом выделены слова и выражения, имеющие эмоционально-экспрессивную (оценочную) окраску.

Ерыкалов Д. Дуэль для Брагина. КХЛ. Превью игрового дня. 6.10.2014. 10:15	„Амур“ – ЦСКА Дата: 05.10 19:06 Просмотров: 139
<i>ЦСКА делит вершину с питерскими „армейцами“, а это значит, что в Хабаровск приезжает лидер чемпионата. Есть ли приём у Юрия Леонова против этого лома? Учитывая, что в последнем матче дальневосточники пропустили семь шайб, а москвичи играючи забивают по пять-шесть за игру, то шансов у „тигров“ попросту нет. „Амур“ может рассчитывать разве что на силу природы. ЦСКА проведёт на „Платинум Арене“ четвёртый матч затяжного выезда, а это чревато ватными ногами и помутнением в голове. Вот только все эти отговорки про акклиматизацию и перелёты, похоже, не про Дмитрия Квартальнова. Его команда с каждым днём набирает обороты, уверенно выигрывает как с Галимовым в раме, так и с Лаландом. Потеря Андрея Стаса на три недели – случай неприятный, но не критичный. В матче с „Амуром“ его вполне может заменить Евгений Коротков, которому хорошо знаком хабаровский лёд.</i>	<i>Завтра, 6 октября, ЦСКА проведет свой заключительный матч в выездном турне по Сибири и Дальнему Востоку. Соперником армейцев станет хабаровский „Амур“. Начало встречи – в 12.00 по московскому времени. В 13 матчах „Амур“ одержал 3 победы (две из них – в основное время) и потерпел 10 поражений (из них всего лишь одно – по буллитам). С девятью очками хабаровчане расположились на 12-м месте Восточной конференции и 25-м – в общей таблице лиги. Армейцы не знают поражений уже 9 матчей подряд, продлив серию разгромом „Адмирала“. ЦСКА продолжает возглавлять дивизион Тарасова, занимая вторые строчки на Западе и в общей таблице КХЛ.</i>

Для журналистского пресс-релиза характерна открытая оценочность, отражающая авторскую точку зрения при помощи эмоционально-оценочной лексики, разговорных слов и выражений, различных по цели высказывания предложений. Пресс-релиз ХК ЦСКА отличает констатация фактов, обилие конкретной информации, выраженной именами собственными (ЦСКА, Амур, Сибирь, Дальний Восток, КХЛ и т.п.), цифрами. Если для журналистского пресс-релиза важной является оценочная и воздействующая функция, то пресс-релиз как PR-текст, на наш взгляд, выполняет креативно-информативную функцию, которая связана с информацией субъекта для пропаганды себя, своей фирмы, корпорации и увеличения публичитного капитала. С этой целью повторяются названия организаций и событий, используются статистические показатели, для текста характерна рекурсивность, т.е. ссылка на предыдущие события (Селезнева 2014).

Обобщая, можно отметить, что стилистические особенности пресс-релиза связаны с характером информации в связях с общественностью: объективность, правдивость, релевантность, которая заключается в соответствии между информационным запросом адресата и полученным сообщением. Интернет способствует формированию новых свойств пресс-релиза, обусловленных изменением некоторых жанрообразующих параметров.

Источники

Анонс-www: „Металлург“ Нк – ЦСКА. In: <http://cska-hockey.ru/news/Anons>.

Stand: 06.10.2014

Ерыкалов Д. *Дуэль для Браги. КХЛ. Превью игрового дня*. 6.10.2014. 10:15. In: <http://www.championat.com/hockey/article-206881-kkhl-prevju-igro-vogo-dnja-6102014.html>. Stand: 06.10.2014

Открытый публичный конкурс на предоставление государственной поддержки пилотных проектов. 19 августа 2014 года, 09:00. In: <http://минобрнауки.рф/пресс-центр/4377>. Stand: 06.10.2014

Литература

Ахманова 2005: Ахманова, О. С. *Словарь лингвистических терминов*. Москва: КомКнига.

Богданов 1993: Богданов, В. В. *Текст и текстовое общение*. Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный университет.

Брекенридж 2010: Брекенридж, Д. *PR 2.0: новые медиа, новые аудитории, новые институты*. Москва: Эксмо.

Бусыгина 2010: Бусыгина, М. В. *Жанровые и функционально-семантические характеристики пресс-релиза в современном медиадискурсе*. 10.02.19: автореф. дис.... канд. филол. наук: защищена 12.11.2010. Волгоград.

БЭС 2000: *Большой энциклопедический словарь*. М.: Большая Российская энциклопедия. Санкт-Петербург: Нориинт.

Володина 2007: Володина, С. В. *Тексты в коммуникационной системе публик рилейшенз*: автореф. дисс. канд. филол. наук: 10.01.10: защищена 26.10.2007. Москва.

Гундарин 2013: Гундарин, М. *Пресс-релиз*. Ростов-на-Дону: Феникс.

Селезнева 2014: Селезнева, Л. В. *Методика подготовки PR-текста в рамках профессиональной коммуникативной компетентности спе-*

циалиста по связям с общественностью. In: Научные исследования и разработки. Современная коммуникативистика. № 4 (11). Москва. С. 47–54.

Тертычный 2011: Тертычный, А. А. *Жанры периодической печати*. Москва: Аспект Пресс.

Тырыгина 2010: Тырыгина, В. А. *Жанровая стратификация масс-медийного дискурса*. Москва: Книжный дом „ЛИБРОКОМ“.

Larissa Selezneva (Moscow)

**Genre and stylistic features of the press-release,
posted on the company's website**

This article attempts to analyze the press-release posted on the company's website, and the definition of its genre and stylistic features. For this purpose the canons of the genre that have been developed for the press-release in journalism and PR were compared and press releases on the Internet were analyzed. As a result of this research, it is possible to talk about the influence of the Internet on the genre and stylistic features of the press-release. Stylistic features of the press-release, as a PR-text, are caused more by the basic PR-subject, rather than a distribution channel.

Larissa Vasilievna Selezneva

Associate professor of the Russian Language and Literature Department
of Russian State Social University
Moscow

Zelenograd, 847, apt. 244

e-mail: loramuz@yandex.ru

Ольга Северская (Москва)

„Няшки“ сквозь интернет-призму редеривации

Доклад посвящен распространенным в интернет-речи дериватам *вкусняшка*, *стройняшка*, *нежняшка*, *умняшка*. Анализируются их структура, семантика и словоупотребление. Рассматривается их связь с языковой культурой японских аниме, мотивирующей процессы редеривации. Можно предположить, что в данном случае имеет место переразложение основы: *вкус-няшка*, *строй-няшка*, *неж-няшка*, *ум-няшка*, с выделением квазиморфемы, омонимичной корню слова *няшка*. В результате образуются сложные слова, вторая часть которых несет значение признака, предсказуемого объекту, названному первой основой.

Язык – феномен социальный, и ничто „человеческое“ ему не чуждо: подобно тому, как все вдруг надевают одежду модных цветов и фасонов, язык может в определенные периоды своего развития устанавливать моду на способы выражения определенных оттенков значений, в том числе, оценочных смысловых компонентов, а также на определенный „покрой“ слов. В последнем случае лингвисты говорят об актуализации той или иной словообразовательной модели, но в том случае, когда модель начинает активизироваться в речи интеллектуальной элиты, затем, на пике популярности, оказывается достоянием масс и начинает осознаваться как разговорно-просторечная, а впоследствии превращается в словообразовательный штамп (Культура речи 2003: 805), как представляется, более точным будет представление о ней как о „модной“.

В настоящий момент „модными“ становятся слова, образованные с помощью суффикса **-яшк(-ашк-)**, такие как *вкусняшка*, *стройняшка*, *нежняшка* и *умняшка*, перечисленные здесь в порядке убывания их частотности (по данным Национального корпуса русского языка – www.ruscorpora.ru, далее – НКРЯ). Однако их созвучие с не менее распространенным в интернете и разговорной сленговой речи словом *няш(к)а* позволяет предположить, что в данном случае можно говорить как о деривации, так и об окказиональной редеривации. Напомним, что в классической дериватологии основной движущей силой создания окказионализмов называется аналогия, использующая в качестве образца и модифицируемые словообразовательные типы, и отдельные слова (как членимые, так и псевдочленимые) (Земская 1992: 200), и действующая как при возникновении новых слов, так и при „членении нечленимого“ (Там же: 198), т. е. при редеривации. В последней же особая роль отводится строи-

тельными сегментам, формально соответствующим узואальным морфам (Улуханов 1996: 54).

Для того чтобы разобраться, насколько рассматриваемые слова вписываются в уже существующие словообразовательные схемы, следует обратить внимание на вычленяемый в их структуре узואальный суффикс и его значения.

В ГРАММАТИЧЕСКОМ СЛОВАРЕ РУССКОГО ЯЗЫКА А. А. Зализняка (1977) присутствуют всего шестнадцать слов с суффиксом **-яшк-**, иллюстрирующие, однако, все структурные возможности данной словообразовательной модели.

Это, например, *двойняшки* и *тройняшки*, с не представленным в словаре, но удерживаемым языковым сознанием инвариантом **близняшки*, образованные от существительных *двойн-я* и *тройн-я* (с вариантами *двояшки* и *трояшки* от числительных *двое* и *трое*). Эта модель сохраняет свою продуктивность, о чем свидетельствует пример зарегистрированных НКРЯ *шестерняшек*:

Первые „шестерняшки“ родились в Чикаго в 1866 году. Выжили четверо. Сейчас в мире живут всего 14 „шестерняшек“ [...]. Первые полностью выжившие „шестерняшки“ родились в 1974 году в Южной Африке.

Заметим также, что *двойняшками* и *тройняшками* могут быть и нео-душевленные предметы (в этом случае суффикс присоединяется к основе прилагательных *двойн-ой*, *тройн-ой*), как у Л. Н. Толстого:

*Подъехав к лесу, Левин слез и провел Облонского на угол мишстой и топкой полянки, уже освободившейся от снега. Сам он вернулся на другой край к **двойняшке-березе** и, прислонив ружье к развилине сухого нижнего сучка, снял кафтан, перепоясался и попробовал свободы движений рук.*

Внутшительный список составляют слова, образованные от существительных: *тельняшка* (от *тель-н-ик*), *деревяшка*, *ледяшка*, *стекляшка* (от *дерев-о*, *лед*, *стекл-о*), *костяшка*, *медяшка* (от *кост-ь*, *мед-ь*), *кудряшка* (от *кудр-и*), в том числе и имеющих чередование в основе: *бляшка*, *ряшка* (от *блях-а*, *рях-а*).

Несмотря на то, что А. А. Зализняк приводит лишь один пример существительного, образованного присоединением суффикса **-яшк-** к основе прилагательного: *кругляшка* (от *кругл-ый*), в языке их достаточно много. Упоминается в словаре и *неваляшка* (от *не валится*).

В академической грамматике русского языка приводятся четыре основных значения этого суффикса: уменьшительное, ласкательное, уменьшительно-ласкательное, уменьшительно-уничижительное (Русская грамматика 1980: 208). В узусе эти значения могут совмещаться, кроме того, в зависимости от контекста и прагматической установки говорящего одно и то же образованное с помощью суффикса **-яшк-** слово может характеризоваться разной субъективной оценочностью.

Это удобно показать на примере имен собственных. Одно и то же имя, например, *Авдотья*, может иметь как уменьшительно-ласкательный вариант:

А Дуня-то, моя Дуняшка-то, поглядите-ка, ровно из мертвых воскресла... А то ведь совсем было извелась. [...] Что же это с тобой, душенька? (П. А. Мельников-Печерский),

так и уменьшительно-уничижительный (или, скорее, пренебрежительный): *Эти – бедные [...]. Они лентяи: когда ни заглянешь к ним, всегда лежат на печке; наша работница Дюняшка говорила, что с горя „взяться им не за что“* (И. Е. Репин). В следующих же примерах уменьшительные имена звучат дружески-фамильярно, без оттенка пренебрежения: *Пойдем, Груняшка [...]* (А. Веселый); *Ваняшка*, – кричу, – *Вань!* [...] *Ваня мой* ни жив ни мертв (В. Бианки); *Маняшка* Дубровина

[...] выделялась из всех девок. Многие парни искали у нее взаимности, но девушка отвергала их одного за другим. И теперь ее внимание к Артему казалось его товарищам большим счастьем, о котором они могли только мечтать (Г. М. Марков).

Дружеская фамильярность предполагает, что говорящий испытывает по отношению к именуемому лишь положительные эмоции и ставит его вровень с собой, что хорошо видно во фрагменте из интервью Д. Донцовой, сообщающей корреспонденту: *с первой женой моего нынешнего мужа, с Таняшкой* (не с Таней или Танюшкой – О. С.), *мы в тесных отношениях находимся, с соответствующим комментарием: Есть ощущение, что она – родственница нам.*

Как показывает анализ материала НКРЯ, словообразовательная модель, использующая суффикс **-яшк-**, остается актуальной на протяжении нескольких веков. При этом выделяются сферы, использующие ее чаще других.

Так, армейский жаргон, подаривший русскому языку уже упомянутую *тельняшку*, пополняется и другими „терминами“ той же структуры: например, А. Городницкий, говоря о судне Академик Курча-тов, упоминает о каюте, *куда ни свежий воздух, ни дневной свет не попадали, так как даже иллюминатор был задраен на ‘броняшку’*, при этом не уточняя, что это такое, что лишний раз говорит о „терминологичности“ этого словоупотребления. Некоторые из жаргонных слов сохраняются в диахронии. Если А. Бойко обращается ко времени Великой Отечественной:

Ночью бойцы стреляли по бомбардировщикам „Люфтваффе“, днем отсыпались или мечтали об увольнительной в город. По выходным бойцов отпускали, но по одной ‘увольняшке’, то В. Гулин вписывает то же слово в контекст армейских будней современных десантников: *Когда пороховой дым рассеивается, вниманию собравшихся предлагается песня про то, что мальчик хочет в Тамбов, и заключительный номер программы – уничтоже-*

ние кирпичей вручную. [...] Теперь молодежи пора отправляться по казармам – сдавать оружие и получать 'увольняшки'.

Подобное словообразование характерно и для других профессиональных жаргонов: *Мы туда товар возим. – На электричке? – На товарняшке* (Труд). Еще одна склонная к подобной уменьшительности сфера – это пласт языка, образованный названиями детских игр (ср. у В. Я. Шишкова: *Мне семьдесят лет, а я в перегоняшки еще могу*).

В литературном языке слов, образованных с помощью **-яшк-**, также достаточно много.

Можно обнаружить примеры придания их значениям оттенка ласкательной умиленности, поддерживаемого другими словоупотреблениями: *генеральша сейчас [...] собачку болонку кличут, а та меня за голеньяшки* (Н. С. Лесков заставляет своего героя говорить о себе, как обычно говорят о детях, у которых *ручки, ножки, головки*, а не *руки, ноги, головы*, в этом контексте *голеньи* прозвучали бы грубо); ср. также: *Куцехвостые коняшки*, вздыбливаясь под моторами Илов свечой, *были смешны и слишком беззащитны, чтобы действовать против них свирепо* (А. Анфиногенов).

Встречаются и случаи использования говорящим описываемой модели и создаваемой ею „уменьшительности“ в прагматических целях. В одних снижается значимость того, о чем идет речь: *Может, вы одолжите под вексель сотняшки две?* (В. Я. Шишков), ср.: *Пойду-ка я еще сотняшкой „Камю“ подзаправлюсь* (С. Данилюк) – в последнем примере на языковую игру на „понижение градуса“ накладывается еще и умиленно-фамильярное отношение говорящего к объекту речи. В других случаях словообразовательный неологизм используется как эвфемистическая замена более грубого слова: *В уборняшку* (вместо *в уборную* – О. С.) *хочешь?* (М. Палей).

Есть и примеры слов с однозначно уменьшительно-уничижительным значением, что можно проиллюстрировать фрагментом из интервью С. Враговой, где экспрессивный дериват замещает нейтральное обозначение *модернист*: „Я очень боялась называться Модернь [...]. Модернизм, *модерняшки* – это всегда было ругательство при советской власти“.

Но чаще можно говорить о возникающей в рамках этой словообразовательной модели полисемии и омонимии: одно и то же слово может не только выражать диаметрально противоположные оценки, но и иметь различные денотацию и референцию. Покажем это на примерах.

Слово *вольняшка* эволюционировало в своем значении от ‘вольноопределяющийся’ (в дореволюционном армейском жаргоне) до ‘вольнонаемный’ (в лагерном жаргоне советского времени). В. Шаламов дает нейтральное определение вольнонаемных, *вольняшек* – *только что освободившихся зэка – [...] подписавших договоры [...], чтобы подработать*. Г. Владимов характеризует их как „народ чужой и очень странный“.

А. Ларина-Бухарина, уточняя, что *„вольняшками“* называли заключенные вольнонаемных сотрудников лагерей, противопоставляет им тех, кто действительно чувствовал себя на той „воле“ свободными. Вместе с тем, возможность формирования у слова новых значений показывает окказиональные *вольняшки*, которыми С. Залыгин называет участников Клуба Вольных Долгожителей, т. е. членов КПСС.

Если во времена В. И. Даля *горняшками* называли горничных, а впоследствии значение слова из уничижительного (ср. у А. И. Куприна: *Да возьми назад, возьми свои два рубля! [...] Все равно отдашь их горняшке какой-нибудь!*, или у М. Козакова:

Олег, ну какая, к черту, Коркошко – Софи Карамзина? Вспомни, как ты сам крыл ее за Нину Заречную и говорил, что она горняшка. А Софи – дочь самого Карамзина!)

преобразовалось в безоценочное или даже ласкательное (как в рассказе К. Метелицы о том, как веселые *горняшки* [...] радостно грешили и рано утром, пока барыня спит, сами себе подавали в постель чашечку шоколада), то сегодня за словом *горняшка* может стоять и горная болезнь (острое кислородное голодание и вызываемые им тошнота, рвота, временное помутнение рассудка), *горная река*, *горный велосипед* (и другие горные виды транспорта), а в армейском жаргоне – орудие горной артиллерии и горное подразделение.

Еще одно неоднозначное слово – *черняшка*. Чаще всего встречается как номинация *черного хлеба*, употребляемая как одобрительно (в том случае, если говорящий предпочитает черный хлеб другим сортам), так и со знаком „минус“:

Началась война, заключенных кормили во время войны на Колыме очень хорошо, стали кормить хуже после Сталинграда и вовсе вернулись к черному хлебу на другой день после окончания войны. – Черняшка вот, пожуй [...] (В. Шаламов); Ну, чего он возьмет? – сердито спросил лейтенант. – Чернила в конторе? Черняшку в хлебобрезке? Пачкаться не станет (В. Корнилов).

Однако есть примеры употребления слова как жаргонного обозначения *черного* (в противоположность *белому* героину) наркотика – самопальной бензиново-ацетоново-маковой *„черняшки“* отечественного производства, и даже как синонима „людей в черном“: Мировой кинохит о приключениях спецотряда *„черняшек“* по надзору за инопланетянами получил компьютерное воплощение (оба примера – из Столицы).

Обращает на себя внимание то, что раньше существительные с суффиксом *-яшк-* могли образовываться от прилагательных, обозначающих как положительные, так и отрицательные качества именуемого объекта, как, например, у А. И. Герцена:

Варвара Карповна не была красавица, но в ней была богатая замена красоты [...] только для понимающего [...] Марья Степановна, впрочем, была очень недовольна наружностью дочери, называла ее „дурняшкой“.

Начиная с 2000 года образуются лишь номинации со знаком „плюс“. На Yandex.ru можно встретить 3 000 000 *вкусняшек*, 376 000 *стройняшек*, 173 000 *умняшек* и 1 235 *нежняшек*.

Можно предположить, что распространение этих слов в обыденной речи связано с показом по телевидению японского аниме-фильма Сейлор-Мун: луна в матроске, породившего движение *муняшек*, которых впоследствии стали называть просто *няшками*. На сайте otvet.mail.ru можно найти такие определения *няшек* (орфография и пунктуация источника – О. С.): „типо гламурно-японские девушки [...] ну там бантики, рюшечки, заколочки. макияж а-ля бейби долл и прочее“; „*няшка* – это оч-оч-оч-оч-оч милая девушка =^_^=“; „синоним слова *милашечка*, происходит от *ня*“. К междометию *ня* возводит *няшную няшку* интернет-ресурс lurkmore.ru: „*няшный* – милый, кавайный; такой, на которого можно *понякать*; *няк*, *няка*, ***няшка***, *няшечка* – существо, при виде которого хочется сказать ‘ня’; *няшка*, *-и*, ж.р.(аниме) – милашка, симпатяга, о ком-то (редко – о чём-то) милом, приятном, красивом“. Похожее толкование найдем на slovo-povo.ru: „Уменьшительно-ласкательная форма слова ‘*няша*’. Служит комплиментом и указанием на то, что кто-то довольно милый: *Эта кошка такая няшка! А знаешь, ты няшка!*“; teenslang.su не внося ничего нового в определение, дает среди прочих пример: „*Мало, чтобы парень был няшка, главное, чтобы он знал, что такое няшка*“. Сегодня на форумах можно встретить и предикативное употребление слова *няшка* в значении категории состояния: *Сегодня на завтрак мороженка! Я была няшей* (т. е. *мне было хорошо* – О. С.) *когда съела его* (diets.ru). О связи культуры аниме и распространения слов с **-няшк-**, квазиморфемным (в понимании Р. Лорда и В. В. Лопатина: Lord 1970: 483; Лопатин 1977: 41 и след.) сегментом, говорят и такие записи в блогах: *Не знаю, кто там называется няшками*, а в детстве мы так *вкусняшки* всякие называли (otvet.mail.ru); *Напекла я сегодня няшек [...] может, все же пойти учиться на кондитера? готовить всяческие кавайности [...]* (liveinternet.ru).

В сети можно обнаружить разные виды *вкусняшек*: это названия кулинарных сайтов (*Вкусняшки.ру – это сайт, на котором собраны самые вкусные [...] рецепты*), пищевых компаний (*Вкусняшка – российская торговая сеть по производству десертов на основе шоколада, карамели, фруктов, ягод*), брендов (*предприятие [...] начинает выпускать продукты детского диетического питания под брендом Вкусняшка*), рецептов блюд (*Салат Вкусняшка: на 4 порции – по 240 г отваренного картофеля, отваренного языка, шампиньонов, маринованных огурцов, 4 столовых ложки майонеза, 2–3 листа зеленого салата, половина сваренного вкрутую яйца*). Вкусняшки знакомы как животным

(Мне кажется, наши волнистые попугайчики устали от зимнего корма, а листочков и травки пока нет [...]) Какой „вкусняшкой“ можно их сейчас порадовать? Sergey;

кошкам и собакам предлагают *жевательные **вкусняшки** для профилактики зубного камня и т.д.*), так и мужчинам и женщинам (*С меня шампанское пили и тоже всякие **вкусняшки** типо мороженное слизывали – признание на форуме Мужчина + женщина) и детям*

*(12 разных глазированных сырков – тех самых, которые обожают наши дети, закупила Общенациональная ассоциация генетической безопасности. Чтобы проверить, насколько безопасны детские **вкусняшки** – Комсомольская правда).*

Что касается *стройняшек*, то это – обладатели эталонных качеств: *Все же хотят **стройняшками** быть* (Комсомольская правда). Можно привести и диалог из интернет-общения двух мам:

*Асечка, вы молодцы явно метите в модели. Посмотрела на фотки, даже не верится, что ровесники: такая мадам уже годовалая ☺ Так держать, без жениха точно не останетесь, а чем чёрт не шутит, может и мы на Канары свататься рванём; ☺ – Ну, вы – **стройняшки и длиннышки** ☺)))* (форум Наши дети: малыши до года).

Однако признак „стройности“ может приписываться и неодушевленным предметам, например, велосипедам с тонкими колесами: *лес для такого „**стройняшки**“ станет непроходимой преградой*, или телефонам – „ультратонким трубкам, стильным и элегантным“: *среди моноблочных мобильных таких „**стройняшек**“ гораздо меньше* (оба примера – Комсомольская правда).

Нежняшкой может быть названо нежное человеческое существо, особенно часто так пишут мамы о детях:

*Этот Мальчишка – Мой Близкий Друг и Товарищ. Пират и **Нежняшка** (livejournal.com); Мы из стареньких ☺ моим двойняшкам скоро 6 лет. [...] Они славные у меня и очень сладенькие, они бывают такими **нежняшками**, так и хочется в них раствориться (eva.ru);*

так себя „позиционируют“ нежные девушки и юноши:

*Я **Нежняшка**. Мне 24 года, живу в г. Кременчуг. Мой знак зодиака – Козерог [...]. Я ищу: мужчину для дружбы, а может – большего*

(сайт знакомств таубе.ru, ср. также пересказ на offtop.ru диалога между участниками проекта Ледниковый период М. Кожевниковой и А. Ягудиным:

*Лёша, бывает такая любовь, грубая! – Это не ко мне... Я **нежняшка**...:lol: Короче посмешили, как обычно! А номер – улет!),*

в этом случае *нежняшка* может ассоциироваться и с нежностями в отношениях: ***нежняшки-прижимашки-обнимашки-целовашки..?*** (truth.ru). Эта же положительно-оценочная номинация используется как в отношении домашних животных – например, хозяйка кошки пишет: *как эта **нежняшка** умеет когти в плечо запустить, [...] даже стрижка коготков не помогает* (livejournal.com), так и домашних растений – сошлемся на обладательницу сенполии:

*И такая красоточка у меня цветёт – Green Dragon!!! **Нежняшка**!!!* (flowersweb.info).

Такую характеристику может получить и предмет: *мне моя машина очень нравится... мягенькая... приемистая... **нежняшка**...* ☺ (forum.auto.mail.ru), и даже компьютерная программа:

*День добрый, нависла печаль страшная, сдох наш Саи со своим триалом, и не хочет устанавливаться по новой, может есть способ помочь с этим безобразием, он же так жизнь облегчает [...] Аве! Я всё-таки нашла крикнутую версию этой **нежняшки** и она заработала* (pentablet.Italk.ru).

Умняшки встречаются и „гарипоттеровского масштаба“ – так, например, называет своих героев создатель Тани ГРОТТЕР Д. Емец, и среди братьев меньших: о своей собаке, с которой „вообще никаких проблем – от природы чудо и умняшка“ рассказывает хозяин на форуме любителей собак. Показательно, что появилась региональная телевизионная передача **Умняшки** рядом с давно присутствующими в сетке центрального вещания **Умниками** и **умницами**. Наряду с умняшками действуют и **поняшки**: в отличие от **поняшек** – маленьких **пони** (ср.: **Поняшки** учатся вставать на „свечку“, ходить гребенкой, змейкой, кланяться и улыбаться зрителям – так „танец маленьких лошадей“ описан в газете Труд-7), эти называются так, потому что **понятливы** (таково объяснение обладательницы ника **Поняшка** на одном из интернет-форумов).

С одной стороны, приведенный материал может свидетельствовать об активизации словообразовательной модели, никогда не терявшей продуктивности: *вкусн(ый) + -яшк- + -а = вкусняшка*, точно так же – с помощью суффикса **-яшк-** в его уменьшительно-ласкательном значении – образуются от *стройн(ый)*, *нежн(ый)*, *умн(ый)* существительные *стройняшка*, *нежняшка*, *умняшка*. С другой стороны, обращает на себя внимание то, что все они в контексте могут приобретать оценочное значение ‘нечто хорошее, приятное’ при ослаблении основного лексического значения, связанного с корнем, – в отличие от других, образованных по той же модели. И это значение связано именно с квазиморфемой **-няшк-**, омонимичной корню слова *няшк(а)*, признанного в 2011 году экспертами русской версии проекта Слово года одним из символов минувшего десятилетия. Можно предположить, что в данном случае имеет место переразложение основы: *вкус-няшка*, *строй-няшка*, *неж-няшка* (здесь можно говорить о закономерном чередовании согласных в корне перед сонорным, как и в словах *неж-н-ый* и *неж-н-ость*, произошедших от *нег-а*), *ум-няшка*. Иначе, в результате такого переразложения образуются сложные слова, вторая часть которых несет значение признака, предсказуемого объекту, названному первой основой: грубо говоря, *вкус*, *строй*, *нега*, *ум* становятся *няшными*, или *кавайными*.

Это и позволяет заключить, что речь нужно вести, скорее, не о новом пике продуктивности одного из словообразовательных формантов, а об

изменении морфемной структуры ставших „модными“ слов в результате редеривации.

Источник

Национальный корпус русского языка (НКРЯ): www.ruscorpora.ru.
Состояние: 30. October 2015.

Литература

- Зализняк 1977: Зализняк, Андрей. *Грамматический словарь русского языка. Словоизменение*. Москва.
- Земская 1992: Земская, Елена. *Словообразование как деятельность*. Москва.
- Культура речи 2003: *Культура русской речи*. Л. Ю. Иванов, А. П. Сковородников, Е.Н. Ширяев (ред.). Энциклопедический словарь-справочник. Москва.
- Лопатин 1977: Лопатин, Владимир. *Русская словообразовательная морфемика*. Москва.
- Русская грамматика 1980: Шведова Н. Ю. (гл. ред.). *Русская грамматика*. Т. 1. Москва.
- Улуханов 1996: Улуханов, Игорь. *Единицы словообразовательной системы русского языка и их лексическая реализация*. Москва.
- Lord 1970: Lord, R. A New Concept in Structural Semantics. The Homoneme. In: *Actes du X-e Congrès International des Linguistes*. Vol. II. Bucarest. P. 433–441.

Olga Severskaya (Moscow)

„Nyashki“ through the Internet-prism of rederivation

The article focuses on typically occurring in the online speech derivatives such as *vkusnyashka*, *stroinyashka*, *nezhnyashka*, *umnyashka*. The author analyzes their structure, semantics and usage and discusses their relationship to language culture of Japanese anime, which motivates the processes of rederivation. The study is based on material of National corpus of Russian language.

Ольга Северская
Институт русского языка
им. В. В. Виноградова РАН
ул. Волхонка, 18/2
119019 Москва
Россия
Тел.: +7 (495) 695 26 60
Факс: +7 (495) 695 26 03
oseverskaya@yandex.ru

Olga Severskaya
Vinogradov Russian Language
Institute of RAS
Volkhonka Str., 18/2
119019 Moscow
Russia
Tel.: +7 (495) 695 26 60
Fax: +7 (495) 695 26 03
oseverskaya@yandex.ru

Надежда Смирнова (Москва)

Гипертекстовое представление события (на материале российских интернет-изданий)

Автор рассматривает событие как фундаментальную категорию, обуславливающую содержательное наполнение текстов средств массовой информации. Событие описывается в терминах изменения положения дел в окружающей действительности, с точки зрения пространственно-временной локализации, ролевых функций его участников, категории причинности. Развитие интернет-коммуникации предоставляет принципиально новые возможности для вербализации событий, поскольку важнейшим интегральным признаком события и гипертекста является нелинейность. Адресат получает возможность развертки и детализации события и вписывания его в общий событийный континуум окружающей действительности. Выстраиваемые посредством гиперссылок событийные цепи способствуют формированию медийной картины мира, наиболее полно отражающей представления о реальности.

В основе содержательного наполнения текстов средств массовой информации лежит событийный принцип. По словам Ю. Рождественского, „текст управляется не волею коммуникатора и его намерением, а текущими событиями“ (Rozhdestvenskiy 1973: 291). Это особенно ярко проявляется в новостном медиадискурсе, в котором событие является центральной текстовой категорией.

Как отмечает В. Демьянков, во многих лингвистических исследованиях термин *событие* не сопровождается дефиницией, что свидетельствует о его восприятии как интуитивно очевидного понятия (Demiankov 1983: 320). Обыденные представления о событии можно реконструировать по данным толковых словарей, в которых событие трактуется как то, что произошло, случилось, значительное явление, факт общественной или личной жизни. Если в обыденной картине мира событие и факт отождествляются, то в научных представлениях эти феномены разграничиваются: факт рассматривается как верифицированное суждение о событии, и, как следствие, признается, что одно событие воплощается во множестве фактов.

Ключевым понятием для описания события является изменение. Согласно модели А. Данто, событием может считаться состояние $t-2$, если состояния $t-1$ и $t-3$ неотожждествимы (Danto 1965: 236). Таким обра-

зом, событие – это изменение состояния, изменение положения дел в окружающей действительности.

Важным параметром в характеристике события служит пространственно-временная локализация. При этом событие антропоцентрично: „События не только происходят в жизни людей, но в них должны принимать участие люди. События личностны и социальны“ (Arutyunova 1988: 171). Следовательно, в описании события большое значение имеют ролевые функции его участников. Такие приемы, как изменение перспективы, устранение агенса, дают возможность вариативного представления референтного события в тексте.

События существуют не изолированно, они выстраиваются в причинно-следственные цепи, что обуславливает включение каузативности в число основополагающих характеристик события.

В рамках когнитивной лингвистики разработана сценарная модель репрезентации события. Структуру события формируют такие компоненты, как субъект, объект, время, пространство, причина, цель, результат, условия или обстоятельства. Эти компоненты, присущие референтному событию, в текстовом событии могут выражаться как эксплицитно, так и имплицитно. По мнению исследователей, для интерпретации события в СМИ наиболее значимыми (и, как следствие, наиболее частотными) являются следующие составляющие сценария: субъект, объект, место, результат.

Событие многомерно и нелинейно, поэтому его языковое представление в линейном тексте основано на вычленении значимых компонентов события и расположении их в последовательности, соответствующей развертыванию текста слева направо. Специфика представления событий в СМИ отражена в концепции Т. ван Дейка, согласно которой селекция и структурирование событий в новостных СМИ подчиняются двум ведущим принципам: принципу релевантности (важности, значимости) и принципу новизны. Эти принципы обуславливают структуру новостного сообщения, главными компонентами которой являются Краткое Содержание, Главное Событие и Фон (события). Краткое Содержание выражается в Заголовке и Вводке (лиде), Текст начинается с Главного События, затем следуют фоновые категории: Предшествующие события или История, Контекст. В конце сообщения располагаются, как правило, Вербальные Реакции (цитаты) и Комментарии (выводы, размышления, прогнозы). При этом категории могут отсутствовать или проявляться дискретно, поставляться „частями“ (Van Dijk 2000: 244–267).

Разработанная ван Дейком структура базировалась на анализе обширного корпуса новостных газетных сообщений, в которых существенное влияние на структурирование события оказывала линейность текста. Новый формат СМИ – онлайн-издания – существует в режиме гипертек-

ста и требует анализа специфики представления новостей-событий в этом новом информационном пространстве.

Американский математик и философ Теодор Нельсон в 1965 году ввел в научный обиход термин *гипертекст*, под которым он понимал текст, который разветвляется и предоставляет читателю возможность выбора. В многочисленных дефинициях гипертекст определяется через текст и рассматривается в его противопоставленности тексту. Выделяются три ведущих дифференциальных признака гипертекста:

1. Нелинейность (отсутствие стандартной последовательности языковых единиц, разветвленная структура, отсутствие начала и конца).

2. Мультимедийность (поликодовость сообщения, сочетание различных способов представления информации: вербального текста, аудио, видео, графики, анимации).

3. Интерактивность (активное читательское воздействие на структуру текста, которое лежит в основе навигации, возможность донесения ответных реакций как до автора, так и до других читателей).

Структура гипертекста формируется узлами и гиперссылками. Узлы – традиционные тексты или их фрагменты, изображения, таблицы, видеоролики и т. д. Их также называют текстовыми блоками, текстовыми единицами, текстовыми элементами, гипотекстами. Узлы характеризуются относительной автономностью, могут существовать вне гипертекста, могут включаться в разные последовательности при чтении, в разные смысловые ряды. Гиперссылки (линки) – средства связи узлов, задающие потенциальные возможности передвижения по гипертексту (навигации).

Для анализа специфики гипертекстового представления события были использованы материалы новостных лент ведущих российских интернет-изданий: ГАЗЕТА.RU и LENTA.RU. В обоих изданиях ленты новостей обновляются в режиме онлайн, при этом на фоне новостей дня, расположенных в обратном хронологическом порядке в соответствии с принципами релевантности и новизны, выделяются новости часа и новости дня (рубрика „Главное за сутки“ на сайте LENTA.RU).

Представленные на главной странице фрагменты новостной структуры являются заголовками новостных сообщений, при этом они демонстрируют существенное отличие от традиционных газетных заголовков. В газетах советского периода наиболее типичным заголовком являлась номинативная конструкция, например: *Город и деревня на новом этапе; Актеры в цехе; Возвращение через века; Тон стройки; Путь побед* (Известия). С 90-х гг. XX века, по наблюдению исследователей, заголовки начинают тяготеть к глагольности (*Протест нарастает; Ведутся переговоры*). Вербоцентрическая модель в отличие от номиноцентрической ориентирована на действие, динамична. В онлайн-изданиях большинство новостных заголовков соответствует структуре повествовательных предложений с обязательным присутствием глагола-сказуемого: *Отставного*

офицера ВМФ обвинили в шпионаже в пользу Украины (LENTA.RU); Китай заключил контракт на закупку С-400 (LENTA.RU); На полигоне в Днепропетровской области подорвался подросток (LENTA.RU); В Хакасии сгорели 4 тысячи голов скота (LENTA.RU); Российские и белорусские десантники начали совместные учения (ГАЗЕТА.RU); Патриарх Кирилл наградил Аббаса орденом Славы и Чести (ГАЗЕТА.RU). Для глагола-сказуемого типична форма прошедшего времени совершенного вида, передающая характерную для события результативность и реализующая перфектное значение, то есть обозначающая действие, результат которого актуален для настоящего.

Все заголовки новостей на главной странице онлайн-изданий представляют собой гиперссылки, ведущие к соответствующим новостным сообщениям, которые предваряются заголовком, дублирующим гиперссылку. Графически гиперссылки выделяются по-разному: при наведении курсора (иначе они не проявляют гипертекстовую природу) заголовки ГАЗЕТА.RU подчеркиваются, а заголовки LENTA.RU меняют цвет (с черного на красный).

Специфика заголовков новостных онлайн-сообщений заключается в их автосемантичности: они могут функционировать как самостоятельные сообщения в новостном пространстве Интернета, поскольку в их содержании представлены ведущие семантические категории события (глаголы обозначают действие, повлекшее изменение положения дел в окружающей действительности, их актантное окружение представляет субъекта и объект события, сирконстанты фиксируют значимые обстоятельства события). Структура новостей, разработанная ван Дейком, существенно трансформируется: категория Краткого Содержания (включающая Заглавие и Лид) фактически устраняется, а в заголовок новостного онлайн-сообщения выносится Главное событие. Подобное структурирование информации можно объяснить спецификой потребления новостного контента в Интернете: многие читатели ограничиваются прочтением заголовков и не пользуются переходом по гиперссылкам к развернутому сообщению (по данным опроса, опубликованного в 2010 году корпорацией OUTSELL, 44% посетителей новостного агрегатора GOOGLE NEWS читают только заголовки и не кликают по теме).

Событийные заголовки обладают низкой степенью вариативности, что наглядно демонстрируют новостные агрегаторы. Так, новость, озаглавленная в Яндекс.Новости *Путин разрешил поставки ЗРК С-300 в Иран* (ВЕДОМОСТИ), представлена следующими заголовками в российских онлайн-изданиях:

Путин разрешил поставки в Иран ракетно-зенитных комплексов С-300 (КОМСОМЛЬСКАЯ ПРАВДА);

Путин снял запрет на поставки С-300 в Иран (РОССИЙСКАЯ ГАЗЕТА);

Путин снял запрет на передачу Ирану систем С-300 (ИНТЕРФАКС);

Путин снял запрет с продажи Ирану ракетных комплексов С-300 (Аргументы и факты);

Путин отменил запрет на поставку в Иран ракетных систем С-300 (REGNUM) и т. д.

Структура онлайн-новостных заголовков существенно влияет на начало текста новостного сообщения: инициальное предложение может повторять заголовок, при этом вводятся дополнительные содержательные элементы, уточняющие базовую модель события, например (ГАЗЕТА.RU):

Российские и белорусские десантники начали совместные учения (заголовок)

Российские и белорусские десантники начали совместные учения на полигоне „Брестский“ в Белоруссии (в инициальном предложении вводится пространственная координата события).

Фигурант дела Немцова Геремеев покинул Россию (заголовок)

Ключевой свидетель по делу об убийстве политика Бориса Немцова, командир роты батальона „Север“ Руслан Геремеев уехал из Чечни (в инициальном предложении вводятся сведения о субъекте).

Глава МЧС Пучков вылетел в Хакасию (заголовок)

Глава МЧС России Владимир Пучков вылетел в Хакасию в связи с начавшимися накануне лесными пожарами (в инициальном предложении вводятся сведения о субъекте и причина события).

Примеры демонстрируют, что категория Главного события воплощается в структуре онлайн-новостей дважды: в заголовке и в начальном текстовом фрагменте.

Гипертекстовые ссылки в новостном онлайн-дискурсе представлены, естественно, не только заголовками. Внутри текста новостных сообщений присутствуют как внешние, так и внутренние ссылки. Они выделяются цветом (красным на сайте LENTA.RU, синим и подчеркиванием на сайте ГАЗЕТА.RU). Внешние ссылки представлены указаниями на источник сообщения, типичными для вторичных новостных СМИ, получающих новости не от очевидцев событий, а от новостных агентств. Примеры гипертекстовых ссылок на источники: РИА „Новости“; ТАСС; „ИНТЕРФАКС“; WILD AM SONNTAG. Такие ссылки размещаются, как правило, в первом абзаце, сразу за Главным событием, и подтверждают достоверность информации.

Внутренние ссылки в подавляющем большинстве представляют собой переход к более ранним сообщениям по той же теме, расположенным на сайте того же онлайн-издания. LENTA.RU демонстрирует преобладание глагольного типа подобных гиперссылок. Как правило, это глаголы и страдательные причастия прошедшего времени: *произошло, поднят, погибли, введен* и т. п. ГАЗЕТА.RU регулярно использует адвербиальную ссылку *Ранее*, которая входит в состав слов автора в конструк-

циях косвенной речи: *Ранее стало известно, что...; Ранее сообщалось, что...; Ранее СМИ сообщили, что...* Другие элементы таких конструкций также могут выступать в роли гиперссылок: *стало известно; сообщалось; Ранее сообщалось.*

Связанные внутренними гиперссылками новостные сообщения, посвященные одной теме, одному макрособытию, формируют Сюжет. LENTA.RU использует слово *сюжет* на главной странице, размещая его в красной рамке под фотографией и заголовком – названием темы сюжета (например, *Сгоревшая республика; Крушение траулера в Охотском море; Крушение Airbus A-320 на юге Франции*). Номинативные заголовки включают частнособытийные имена (*крушение, авария*) или событийные определения при конкретных именах (*сгоревшая*). Гиперссылками являются фотография и название сюжета, при их активации открывается перечень заголовков сообщений по теме, расположенных в обратном хронологическом порядке.

Внутренние ссылки на ранее опубликованные материалы можно назвать анафорическими. Показательно использование в роли ссылки наречия *ранее*, входящего в определение анафоры: анафора – совокупность текстовых средств отнесения сообщения к ранее сказанному. Интерес к анафоре возник с момента становления лингвистики текста и обусловлен изучением языковой реализации одной из фундаментальных характеристик текста – связности. Анафорические отношения демонстрируют локальную связность элементов линейного текста. В пространстве гипертекста возможности анафоры расширяются благодаря гиперссылкам, которые выступают основным средством выражения когезии.

В рамках новостного сюжета находит своеобразное выражение присущая линейному тексту категория ретроспекции. И. Гальперин, выделяя ретроспекцию в составе основных текстовых категорий, писал: „В большинстве текстов ретроспекция проявляется имплицитно. Она основана на способности нашей памяти удерживать ранее сообщенное и сцеплять его с сообщаемым в данном отрезке повествования“ (Galperin 2009: 105). Если в линейном тексте ретроспекция реализуется преимущественно имплицитно, то в условиях гипертекста она эксплицируется с помощью гиперссылок. Читателю новостных сообщений уже нет необходимости удерживать в памяти все подробности развития сюжета, достаточно перейти по гиперссылке к более ранним новостным сообщениям, в которых эти подробности зафиксированы. Это обеспечивает большую объективность восприятия событий по сравнению с традиционными СМИ, поскольку на воспроизведение в памяти текстов новостей оказывают существенное влияние индивидуальные убеждения, мнения, опыт, в результате чего информация воспроизводится в предвзятой форме.

Отмеченные особенности представления события в онлайн-изданиях обусловлены нелинейностью гипертекста. Перспективы исследования видятся в изучении влияния гипертекстовых категорий мультимедийности и интерактивности на репрезентацию событий в интернет-СМИ.

Источники

Газета.Ru-www: Газета.Ru. In: <http://www.gazeta.ru>. Состояние: 12.04.2015.
Lenta.ru-www: Lenta.ru. In: <http://lenta.ru>. Состояние: 12.04.2015.

Литература

- Arutyunova 1988: Арутюнова, Нина. *Типы языковых значений: Оценка. Событие. Факт*. Москва.
- Danto 1965: Danto, Arthur. *Analytical Philosophy of History*. Cambridge.
- Demiankov 1983: Демьянков, Валерий. „Событие“ в семантике, прагматике и в координатах интерпретации текста. In: *Изв. АН СССР. Серия литературы и языка*. Т. 42. № 4. С.320–329.
- Galperin 2009: Гальперин, Илья. *Текст как объект лингвистического исследования*. Москва.
- Rozhdestvenskiy 1973: Рождественский, Юрий. О семантических особенностях текстов массовой коммуникации. In: *Материалы научного семинара „Семиотика средств массовой коммуникации“*. Ч. I. Москва. С. 290–296.
- Van Dijk 2000: ван Дейк, Тен. *Язык. Познание. Коммуникация*. Москва.

Nadezhda Smirnova (Moscow)

Hypertext representation of events (based on the Russian online media material)

The author considers the event to be a fundamental category, which provides the mass media content. The event is described in terms of the social realm changes, according to the spatiotemporal localization, the thematic functions of its participants, and the causality category. The online communication's evolution provides conceptually new possibility for the events' verbalization, taking into consideration the nonlinearities as an essential integral feature of the event and the hypertext. The addressee gets the possibility to see the development and the circumstantiation of the event, as well as its integration into the general event continuum of social realm. The chains of events built by the hypertext links contribute to the media worldview formation, which reflects to the fullest extent possible the vision of the reality.

Надежда Смирнова
Московский государственный университет
Москва
Россия
smirnovanv@yandex.ru

Татьяна Свищук (Зальцбург)

Демотиватор и мем: к вопросу о возникновении новых терминов Рунета

Термины мем и демотиватор представляют собой лингвистические новации современного Рунета. Возникновение их в русскоязычном сегменте интернет пространства связано с тесным взаимодействием английского и русского языков в вопросах расширения лексического многообразия последнего по средствам англоязычных заимствований и сопутствующих им словообразовательных процессов. Данная статья рассматривает демотиватор и мем в их этимологическом, историческом и словообразовательном своеобразии.

На сегодняшний момент мы с уверенностью можем заявить о том, что интернет выступает неотъемлемой частью существующей вокруг нас объективной реальности, а порой, и ее заменой. Интернет-пространство выступает не только как площадка для активного межличностного взаимодействия, межкультурной коммуникации, но и как ресурс для исследования меязыковых и социокультурных контактов, их результатов. Несмотря на то что, английский язык, закрепивший за собой статус *lingua franca* интернет-среды, сохраняет свою главенствующую позицию, нельзя оставить без внимания тот факт, что, согласно статистическим данным Internet Worlds Stats за период 2000–2015 гг. рост числа пользователей Всемирной сети происходит в основном за счет той части населения, для которой английский язык не является родным. Десятка наиболее популярных языков интернета выглядит следующим образом: английский, китайский, испанский, арабский, португальский, японский, русский, малазийский, французский и немецкий. Примечательно, что русский язык, занимающий лишь седьмую строчку в данном рейтинге, имеет лидирующую позицию (второе место) с точки зрения количества русскоговорящих пользователей, присоединившихся к интернету за последние 15 лет. В этой связи вполне закономерным представляется интерес исследователей к проблеме взаимодействия английского и русского языков в вопросах расширения лексического многообразия последнего по средствам англоязычных заимствований и сопутствующих им словообразовательных процессов.

Ведь, как известно, именно появление новых слов и выступает самым заметным явлением языка и одновременно показателем его развития. Принято считать, „что русский язык, если ему не хватает какого-то

важного слова, просто одалживает его у другого языка, прежде всего у английского“ (Кронгауз 2008: 15). Однако с рассматриваемыми в данной статье терминами дело обстоит не совсем так. В процессе анализа подтверждается особенность русского языка, на которую указывал Максим Кронгауз (тем самым успокаивая пуристов): „гибели русского языка от потока заимствований сильно преувеличена. У него есть очень мощные защитные ресурсы. И состоят они не в отторжении заимствований, а в их скорейшем освоении“ (Кронгауз 2008: 17). Именно процесс этого освоения или, как писал М. Кронгауз, одомашнивания мы и постараемся проанализировать.

В рамках данной статьи мы бы хотели сконцентрировать свое внимание на таких лингвистических новообразованиях Рунета (русскоязычного сегмента интернета) как демотиватор и мем в их историческом, этимологическом и словообразовательном своеобразии. Сразу хотелось бы уточнить, что анализ понятия демотиватор занимает центральное место как в данной статье, так и в нашей работе в целом. Однако, как нам кажется, адекватное понимание данного термина невозможно без сопутствующего анализа иерархически тесно связанного с ним термина мем, интернет-разновидностью которого является демотиватор.

С точки зрения лингвистики, демотиватор представляет собой мультимодальный текст, т. е. текст, фактуру которого образует единство двух разнородных составляющих: вербальной и невербальной (визуальной). В этой связи демотиватор становится в один ряд с карикатурой, плакатом, граффити и т. д. Однако демотиватор имеет также ряд свойственных только ему особенностей, отличающих его как от других креолизированных текстов, так и от других интернет-мемов. А таким особенностям мы относим:

1) чёткое разграничение визуального и вербального пространства посредством рамки чёрного цвета;

2) монтаж рисунка или фрагментов фотографий в визуальную область и буквенного текста в вербальную область (область чёрной рамки), что позволяет говорить о его фактурном отличии от карикатуры, коллажа и т. д.;

3) взаимодействие между вербальной и визуальной составляющими осуществляется за счет интертекстуальных маркеров (имен, фраз, артефактов и т. д.)

4) обязательное наличие в политическом демотиваторе актуального вербального содержания и/или лиц, фигур людей, соотносящихся со значимыми для общества реалиями.

Демотиваторы возникли в конце 1990-х годов в США как своего рода пародия на классические мотивационные плакаты, пропагандирующие активную жизненную позицию и позитивное мироощущение, которые размещались в офисах, школах, университетах для поднятия рабочего

духа и поддержания заинтересованности сотрудников. По сути, демотиваторы являются потомками таких известных на весь мир мотивационных плакатов как *Uncle Sam wants you*, *Родина-мать зовёт* и т. д. Но в отличие от своих предшественников, выступающих „орудием монументальной пропаганды“ (Голынкин-Вольфсон 2012: 90–97), демотиваторы отстраняются „от навязанных форм идеологического диктата [...], становятся упражнениями в остроумии, которым предаются пользователи глобальной сети в свободное от основной работы время, ради снятия стресса и релаксации“ (Голынкин-Вольфсон 2012: 90–97). Таким образом, демотиваторы, хоть и не утрачивают связь со своим пропагандистским прошлым, но представляют собой скорее одну из стратегий искусства протеста в рамках культуры со-участия где обыватель, благодаря своей креативности, из наблюдателя превращается в обличителя и искоренителя социальных проблем и недостатков (Голынкин-Вольфсон 2012: 90–97). Дмитрий Голынкин-Вольфсон говорит о демотиваторах, как об отдельном жанре интернет-мемов наряду с фотожабами и мемами-жаргонизмами (словами так называемого олбанского йязыгга).

Как уже было отмечено выше, термин мем, равно как и термин демотиватор представляют собой лингвистические новации Рунета. Известно, что движущей силой возникновения любых новообразований является изменение в общественной и культурной жизни. В своей работе Социодинамика культуры А. Мольт назвал современную культуру мозаичной и противопоставлял ее гуманитарной культуре, демонстрируя, как первая планомерно вытесняет вторую. По мнению ученого происходит замещение сетки знаний с четко упорядоченной относительно нескольких центров структурой (Мольт 1995: 37) на „войлок: знания складываются из разрозненных обрывков, связанных простыми, чисто случайными отношениями близости по времени, по созвучию или по ассоциации идей“ (Мольт 1995: 45). Интернет-мемы и, в частности, демотиваторы как раз и представляют собой проявления этой войлочной структуры. В рамках современных реалий это подтверждает и тот факт, что прорыв в области информационных технологий и, как следствие, появление глобального информационного пространства, способствовали изменению темпа жизни („сделать нужно больше, сказать быстрее“ (Никишина 2011)), расширению международных социокультурных контактов и появлению потребности „в массовой номинации целого ряда вновь возникающих явлений на основе совершенствования известных наименований или посредством применения новых способов деривации“ (Блох, Сергеева 2014). Но прежде чем перейти к подробному анализу демотиватора, уделим внимание генезису понятия мем и его функционированию в рамках русскоязычного интернет-сообщества.

Как таковую, теорию мемов выдвинул Британский зоолог из Кембриджского университета Ричард Докинз в своей книге ЭГОИСТИЧНЫЙ ГЕН (Докинз 1993). Согласно Докинзу, мем (от греческого *подобие*) – это еди-

ница культурного кода, которая распространяется, „переходя из одного мозга в другой с помощью процесса, который в широком смысле можно назвать имитацией“. Именно благодаря своей способности к имитации мемы (как, собственно говоря, и гены) копируют (реплицируют) самих себя. Позиционируя себя, как ярого дарвиниста и приверженца теории эволюции, Докинз пишет:

Новый бульон – это бульон человеческой культуры. Нам необходимо имя для нового репликатора, существительное, которое отражало бы идею о единице передачи культурного наследия или о единице имитации. От подходящего греческого корня получается слово *мимем*, но мне хочется, чтобы слово было односложным, как и *ген*. Я надеюсь, что мои получившие классическое образование друзья простят мне, если я сокращу *мимем* до слова *мем* (Докинз 1993: 156).

Термин *мем* очень близок к термину *культурема*, введенному в А. Модем. *Культурема* представляет собой смысловую единицу сообщений (Мошь 1995: 200) „атом культуры, случайное скопление которых и образует культуру данного общества“ (Мошь 1995: 175). Адекватное восприятие *культуремы* индивидом невозможно без ее соответствующей упакованности, что в свою очередь требует разработки некоторой теории образования для взрослых и достаточного числа „технологов по коммуникации“ нового типа, способных использовать эту теорию“ (Мошь 1995: 344). И действительно, понятия демотиватор и мем, получившие широкое распространение в социальных сетях, блогах, на форумах и т. д., гораздо ближе и понятнее современной молодежи – продвинутым интернет-пользователям, чем представителям более старшего поколения, пусть и владеющим компьютеров на высоком уровне. В первую очередь, это связано с тем, что социальную жизнь современного поколения уже невозможно представить без ее виртуальной составляющей – интернет-коммуникации.

В рамках словообразовательного анализа термина мем наша задача определить „характер механизма, с помощью которого язык как орудие общения на основе своих внутренних закономерностей развития использует заложенные в нем самом возможности, реагирует на изменяющиеся потребности общества, обусловленные его прогрессом“ (Борисов 1972: 26). В данном случае мы наблюдаем аббревиацию, сочетающую в себе помимо семантически насыщенного плана содержания, еще и компактный и эстетически привлекательный плана выражение.

Зародившись еще в эпоху Античности, аббревиация „прошла большой путь поступательного развития, отвечая все более настоятельным и расширяющимся потребностям развивающегося общества“ (Блох/Сергеева 2014). С точки зрения видов аббревиации, английский термин *тете* появился вследствие „сокращения наименования“ (Лобанова 2009), усечения основы слова *titete*. Данный пример наглядно демонстрирует произвольность и искусственность аббревиации,

как словообразовательного способа (Блох,Сергеева 2014), подчеркивая главенствующую роль автора в этом процессе.

Таким образом, под аббревиацией, мы, вслед за Т. С. Сергеевой пониманием „произвольный процесс сокращения наименования какого-либо объекта“, а аббревиатура представляет собой „результат этого процесса: искусственно введенная номинационная сокращенная единица“ (Сергеева 2013: 176). Популярность аббревиаций в интернет-пространстве коррелирует с „принципом наименьшего усилия“ и „законом экономии языковых средств“ (о которой первым заговорил А. Мартине (Мартине 1963: 366–566) (Блох/Сергеева 2014). „Аббревиация сокращает материальную оболочку коммуникативных единиц, увеличивая тем самым скорость поступления информации“ (Алиева 2004: 86). Что же касается заимствования аббревиатуры теме русским языком, то здесь наблюдается следующую фонетическая трансформация: исходное вариант теме (ми:м) заимствуется как мем, что может „быть результатом либо незнания и невнимания к произносительной стороне речи, либо фактом, подтверждающим тенденцию к удобопроизносимости и запоминаемости слов“ (Горбунова 2010). Исходя из этого, термин мем представляет собой русский неологизм, созданный на основе англоязычной аббревиатуры, вследствие транслитерации с упущением конечной немой гласной е.

Проанализировав термин *мем*, перейдем к анализу его интернет-разновидности – демотиватору. В английском языке данный термин выступает эквивалентом словосочетания *demotivational poster* слово *demotivational* является производным от английского слова *motivation* движущая сила, мотивация с добавлением латинского префикса со значением устранения признака **de-** и суффикса прилагательных **-al**, слово же *motivation* этимологически происходит от французского слова *motif* ‘приводящий в движение’, в свою очередь восходящего к поздне-латинскому *motivus* ‘подвижный’ (Шапошников 2010: 538); английского слова *poster*, образованного от английского глагола *to post* ‘расклеивать, развешивать’, которое в свою очередь образовано от латинского *postis* ‘столб, устой’; русский эквивалент *демотивационный постер*, представляет собой смешение приемов полукалькирования (*demotivational* – *демотивационный*), когда „при переходе термина из английского языка в русский последний подгоняет принимаемое слово под нормы не только своей фонетики, но и грамматики“ (Мелконян 2012). и транслитерации (*poster* – *постер*), то есть передачи английского слова русскими буквами. (Крупнов 1976: 136).

Возвращаясь к термину демотиватор, мы считаем, что история его вхождения в лексикон Рунета сопряжена со следующим вариантом словообразовательного процесса, а именно имитацией словообразовательной модели английского языка. Рассмотрим этот вариант подробнее:

Здесь интересным представляется тот факт, что употребление термин демотиватор, написанного как кириллицей, так и латинице (*demotivator*), характерно только для русскоязычного сегмента интернета. Исходя

из этого, демотиватор представляет собой псевдоанглицизм, когда суффикс **-top (-tor)** ошибочно воспринимается как словообразовательная морфема английского языка (заимствованная, к слову сказать, опять же из латинского языка). Другими словами, демотиватор/demotivator, будучи исключительно русским интернет-неологизмом (искусственно созданным термином, словом-гибридом (Молнар 2011)), не имеющим английского эквивалента, лишь имитирует модель словообразования английских существительных от глаголов (*демотиватор/demotivator* от *to demotivate* – ‘демотивировать, лишить мотивации’). Логичность употребления латинского агентивного суффикса **-tor**, как суффикса со значением действующего лица, в данном случае может быть объяснено функцией демотиватора, призванных если уж и не демотивировать аудиторию, то определенно эпатировать ее, вызывать эмоциональный отклик.

Описанный нами вариант не претендует на стопроцентную объективность, хотя бы потому, что благодаря анонимности автора доказать или опровергнуть его истинность или ложность не представляется возможным. С точностью можно заявить лишь о влиянии на процесс словообразования термина *демотиватор* английского языка как языка-посредника между русским и латинским языками. Подобную картину мы могли уже наблюдать при анализе слова мем. Связь же с латинским языком как языком терминологии, лишний раз подчеркивает притязание слов демотиватор и мем на *терминологичность* и определенного рода *научность*. На наш взгляд данное притязание не лишено основания, так как с *терминологической* точки зрения, *демотиватор* и *мем*, как раз и представляют собой слова соотнесенные „со специальным понятием, явлением или предметом в системе какой-либо области знания“ (Лантюхова/Загорская/Литвинова 2013: 44). Оба термина, кажущиеся на первый взгляд скорее кальками своих англоязычных вариантов, при детальном анализе представляют собой, русские неологизмы, на основе англоязычных заимствований, то есть семантические переосмысления, „новые слова [...] созданные для обозначения новых реалий и понятий, появившиеся в определенный период в языке и характеризующиеся новыми средствами выразительности“ (Максимова 2003: 7).

В современном обществе знание данных терминов говорит о, если можно так выразиться, продвинутой индивиду, о его восприятии электронной сетевой среды „в качестве обязательной жизненной инфраструктуры“ (Голынкин-Вольфсон 2012: 90–97). Но стоит уточнить тот факт, что мемы вообще и демотиваторы в частности способны к репликации и вирусному распространению только лишь в случае их способности вызвать отклик, интерес у аудитории интернет-пользователей, породить определенного рода ассоциации. Включенность отсылок к культурному наследию в мемах и способность к их правильной интерпретации реципиентом, позволяет говорить либо о „совпадении составляющих культурного багажа коммуникантов“ (Щурина 2012: 170), либо о наличии

у адресата достаточных фоновых культурных знаний необходимых для правильной интерпретации.

Литература

- Collins-www: <http://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/post>. Состояние: 2. 10. 2015.
- Internet world users by language. Top 10 languages-www: <http://internet-worldstats.com/stats7.htm>. Состояние: 2. 10. 2015.
- Алиева 2004: Алиева, Гульнара. *Аббревиатуры должны быть краткими и благозвучными*. Москва.
- Блох/Сергеева 2014: Блох, Марк; Сергеева, Татьяна. Аббревиация как продуктивный способ словообразования в истории европейских языков. In: <http://cyberleninka.ru/article/n/abbreviatsiya-kak-produktivnyy-sposob-slovoobrazovaniya-v-istorii-evropeyskih-yazykov>. Stand: 2. 10. 2015).
- Борисов 1972: Борисов, Виктор. Аббревиация и акронимия. In: *Военные и научно-технические сокращения в иностранных языках*. Москва.
- Голышко-Вольфсон 2012: Голышко-Вольфсон, Дмитрий. Демотиваторы. In: *Искусство кино*. С. 90–97.
- Горбунова 2010: Горбунова, Инна. Английские лексические новообразования в русскоязычном сегменте сети интернет. In: <http://cyberleninka.ru/article/n/angliyskie-leksicheskie-novoobrazovaniya-v-russko-yazychnom-segmente-seti-internet>. Состояние: 3. 10 2015.
- Докинз 1993: Докинз, Ричард. *Эгоистичный ген*. Москва.
- Зайцева/Долгова 2012: Зайцева, Елена; Долгова, Елена. О некоторых особенностях образования аббревиатур в русском языке начала XXI века. In: <http://cyberleninka.ru/article/n/o-nekotoryh-osobennostyah-obrazovaniya-abbreviatur-v-russkom-yazyke-nachala-xxi-veka>. Состояние: 3. 10. 2015.
- Золотарева 2011: Золотарева, Татьяна. Структурный анализ телескопных новообразований в современном английском языке. In: <http://cyberleninka.ru/article/n/strukturnyy-analiz-teleskopnyh-novoobrazovaniy-v-sovremennom-angl-iyskom-yazyke>. Состояние: 2. 10. 2015.
- Кронгауз 2008: Кронгауз, Максим. *Русский язык на грани нервного срыва*. Москва.
- Крупнов 1976: Крупнов, Виктор. В творческой лаборатории переводчика. In: *Неологизмы, их семантические особенности и перевод*. Москва.
- Лантюхова/Загоровская/Литвинова 2013: Лантюхова, Наталья; Загоровская, Ольга; Литвинова, Татьяна. Термин: Определение понятия и его

- сущностные признаки. In: <http://cyberleninka.ru/article/n/termin-opredelenie-popyatiya-i-ego-suschnostnye-priznaki>. Состояние: 1. 10. 2015.
- Лобанова 2009: Лобанова, Марина Алексеевна Построение кратких форм компьютерных терминов. In: <http://cyberleninka.ru/article/n/postroenie-kratkih-form-kompyuternyh-terminov>. Состояние: 3. 10. 2015.
- Мартине 1963: Мартине, Андре. Основы общей лингвистики. In: *Новое в лингвистике*. Москва. С. 366–566.
- Мелконян 2012: Мелконян, Наталья. К вопросу о способах образования компьютерного сленга. In: <http://cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-o-sposobah-obrazovaniya-kompyuternogo-slenga>. Состояние: 3. 10. 2015.
- Молнар 2011: Мольнар, Анна. Особенности формирования терминосистемы информационных технологий. In: <http://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-formirovaniya-terminosistemy-informatsionnyh-tehnologiy>. Состояние: 1. 10. 2015.
- Моль 1995: Моль, Авраам. *Социодинамика культуры*. Москва.
- Никишина 2011: Никишина, Светлана. Аббревиатуры: генезис, словообразовательный статус, морфемная структура, тематические группы, употребление и прогнозы. In: <http://cyberleninka.ru/article/n/abbreviatury-genezis-slovoobrazovatelnyy-status-morfemnaya-struktura-tematicheskie-gruppy-upotreblenie-i-prognozy>. Состояние: 2. 10. 2015.
- Сергеева 2013: Сергеева, Татьяна. Аббревиатура в системе лексических сокращений. In: <http://cyberleninka.ru/article/n/abbreviatura-v-sisteme-leksicheskikh-sokrascheniy>. Состояние: 1. 2. 2016.
- Шапошников 2010: Шапошников, Александр. *Этимологический словарь современного русского языка*. Москва.
- Щурина 2012: Щурина, Юлия. Интренет-мемы как феномен интернет-коммуникации. In: <http://cyberleninka.ru/article/n/internet-memy-kak-fenomen-internet-kommunikatsii>. Состояние: 1. 2. 2016.

Tatsiana Svishchuk (Minsk)

Demotivator and meme: new terms of the Runet

The present article analyzes such phenomena of the Runet as demotivational poster and meme. Both of them represent the vivid examples of „mosaic culture“ founded on associations and accidental connections that appear between different cultural units. This article mostly concentrates on the borrowing process of the terms „demotivator“ and „meme“ alongside gives a brief explanation of the motives of such a borrowing.

Татьяна Свищук
Paris Lodron University, Salzburg
Пр-т Дзержинского, 131
220025 Минск
Tel.: +375297407682
tanya.sviwyk@gmail.com

Македонскиот јазик на Интернет

Датумите од настанувањето на Семрежјето (Интернетот) се сместени во втората половина од XX век, меѓутоа вистинското негово живеење е во XXI век. Со појавата на новиот комуникативен простор, јазикот како основно средство на комуникација доби нова стилистичка рамка, со што се отвори ново научноистражувачко поле за работа. Постојат различни текстови, од кои некои се преземаат како „готови“ текстови и се прикачуваат на Интернет, други се преработени и во нова форма си го наоѓаат своето место на Интернет, меѓутоа функционира и комуникацијата што се воспоставува меѓу интернет-корисниците. Интернет-текстовите и интернет-учесниците во комуникацијата се основа на интернет-стиловите во рамките на видовите интернет-стилистика, што ќе го илустрираме преку примери од македонскиот јазик на Интернет.

Ако се тргне од дефинирањето на терминот стилистика (наука што ги проучува изразните средства и можности на јазикот, како и нивната реализација во говорот), тогаш, во тие рамки, може да се зборува и за термин *интернет-стилистика*.

Познато е дека стилистиката, како наука, го добива својот статус на преминот меѓу XIX и XX век, за што најголема заслуга му се припишува на *Десосировиот ученик и следбеник*¹, Шарл Бали (1856–1947), кој, своите ставови за јазикот како целокупност од изразни средства, ги изнесува во својот труд *TRAITÉ DE STYLISTIQUE FRANÇAISE* (Genève – Paris 1909²) на самиот почеток на XX век.

Општо земено, во втората половина од XX век се појавуваат различни пристапи кон предметот на стилистиката и различни методи во нејзиното проучување, при што се појавуваат и многу нови, но делумни концепции, такви кои не можат да се интегрираат во поголеми конструкции (Гајда 2001: 15). Сепак, се заклучува дека кон крајот на XX век во стилистиката доминираат три пристапи: структуралистичко-функционален, прагмалингвистички и когнитивен, за кои се препорачува да се третираат како комплексни, врз чија заедничка основа може да се создава стилистиката

¹ Иако можеби и не се познавале лично, наречен е така заради тоа што ги застапува ставовите на Де Сосир.

² Наидовме на податок дека овој труд на Бали има повеќе изданија (во: 1909, 1936, 1951, 1983), Bally-www.

како трансдисциплина, во која стилот ќе се третира како контролирачки интегративен принцип и за текстот и за контекстот.

Иако деветнаесеттиот век за македонскиот јазик претставува неодминлива и значајна алка во неговиот развој, првите назирања на стилистичките проучувања на македонскиот јазик можеме да ги врземе со првиот негов кодификатор – Крсте Петков Мисирков (1874–1926) на самиот почеток на XX век, а ако сакаме да зборуваме за почетоци на стилистички проучувања на современиот македонски јазик, тогаш ќе ги земеме предвид испишаните страници (од 1945 па наваму) на првата генерација лингвисти (а наши професори): Бл. Конески, Видоески, Угринова-Скаловска, Корубин, Димитровски, Јашар-Настева, Паноска, Чундева, К. Конески итн.

Од друга страна, датумите од настанувањето на Семрежјето (Интернетот) се сместени во втората половина од XX век, меѓутоа вистинското негово живеење е во XXI век. Со појавата на новиот комуникативен простор, јазикот како основно средство на комуникација доби нова стилистичка рамка, со што се отвори ново научноистражувачко поле за работа.

Интернетот ги дозволува и двете форми на комуникација, и пишуваата и говорената. Постојат различни текстови (во најширока смисла на зборот), односно контексти, од кои некои се преземаат како готови и се прикачуваат на Интернет, а други се преработени и во нова форма си го наоѓаат своето место на Интернет, наспрема комуникацијата што се воспоставува меѓу интернет-корисниците. Интернет-текстовите, односно интернет-контекстите, и интернет-учесниците, во комуникацијата се основа на новонастанатите интернет-стиливи, а секако и на новите видови интернет-стилистика.

Познато е дека информатичко општество е општество базирано врз делотворна примена на информации овозможена од забрзаниот развој и од сè поголемата употреба на информатичко-комуникациските технологии (ИКТ) и дека развојот и навлегувањето на информатичко-комуникациските технологии во сите пори на општеството има силно влијание врз економските и социјалните промени во него, со што глобалните комуникации, електронската трговија и Интернетот му носат многу придобивки, уште поголем развој, економска експанзија и демократија на развиениот свет. Кон ова, ако се додаде и фактот што Република Македонија се декларира како информатичко општество³, денесможеме да зборуваме за

³ Според податоците на Државниот завод за статистика, во првото тримесечје од 2014. (Statistika-www), 68,3% од домаќинствата имале пристап на Интернет од дома. Учеството на домаќинствата со широкопојасен Интернет во вкупниот број на домаќинства е зголемено од 65,0% во 2013 година, на 67,7%, во 2014 година. Речиси сите (99,1%) домаќинства со Интернет-пристап, имале широкопојасно (фиксно или мобилно) поврзување на Интернет. Во првото тримесечје од 2014 година, од вкупното население на возраст од 15 до 74 години, компјутер

голем процент на застапеност на македонските интернет-учесници, што пак доведува и до зголемена застапеност на македонскиот јазик на Интернет.

За да ја претставиме јазичната слика на застапеност на македонскиот јазик на Интернет (без претензии за исцрпност), ќе се задржиме на неколку илустративни точки.

Најпрвин, поаѓајќи од стилистиката на македонскиот современ јазик, која се заснова на функционалностилската диференцијација што ја има направено Лилјана Минова-Ѓуркова, ќе се обидеме да дадеме проекција на застапеноста на текстови (на контекстите) од петте функционални стилови. Всушност, станува збор за текстови и за контексти од македонскиот јазик, кои, според карактеристиките што ги имаат, се вклучени во определен функционален стил и како „готови“ си го наоѓаат своето место на Интернет, на различни страници, на портали, блогови, форуми и сл.

Во рамките на **научниот функционален стил**, од *строгонаучниот (академски) потстил*, на Интернет се наоѓаат објавени: реферати, статии (во зборници), монографии, докторски дисертации, магистерски трудови, речници и сл., на различни (официјални) страници, најчесто во pdf-формат (На пример, последните броеви од списанието МАКЕДОНСКИ ЈАЗИК, издание на Институтот можат да се најдат на веб-страницата на Institut-wwww; или ПРАВОПИСНИОТ РЕЧНИК НА МАКЕДОНСКИОТ ЈАЗИК од К. Конески итн.).

користеле 67,6%, а Интернет користеле 68,1%. Интернет најмногу користеле учениците и студентите, односно 96,3%. 55,2% од корисниците на Интернет, во првото тримесечје од 2014 година, употребиле мобилен телефон или паметен телефон за пристап на Интернет надвор од дома или од работа. Овие податоци можат да се споредат и со претходни (на пример, од 2012 година – „Користење на информатичко-комуникациски технологии во домаќинствата и кај поединците“, дадени, исто така, од Државниот завод за статистика (Statistika1-wwww), при што ќе се забележи порастот на процентите.



Од **научно-учебничкиот (дидактички и практично-научен)пот-стил** се наоѓаат прикачени учебници, учебни помагала, прирачници, наставни програми и сл. На пример, Uchebnichki-www:



или: Uchebnichki-www, Uchebnichki1-www, Uchebnichki-www, Ucheb-
nichki2-www, Uchebnichki3-www, а од **научно-популарниот потстил**

можат да се најдат: книги, статии, предавања, различни (образовни) емисии, прилози во дневни весници и сл. (На пример, особено беше познато „Јазичното катче“ на Благоја Корубин, кое излегуваше во броевите од првиот македонски дневен весник НОВА МАКЕДОНИЈА⁴. Тука можеме да ја споменеме и „Бушавата азбука“, како ненадмината квалитетна играно-анимирана серија за деца од 31 епизода).

На Интернет се наоѓаат и текстови од **административниот / официјалниот функционален стил**, со различен степен на застапеност во однос на природата на потстилот. Познато е дека основата форма на овој функционален стил е пишуваната (иако се јавува и во говорена форма). Од потстиловите, може да се каже дека законодавно-правниот потстил, кој се реализира преку закони, статuti и сл., е застапен во голема мера на официјалните страници на министерствата на Владата на РМ, на Собранието на РМ итн. (На пример на: Pravda-www, Zakoni-www, Zakoni1-www, Zakoni2-www, Slvesnik-www):



⁴ Денес, во весникот НОВА МАКЕДОНИЈА излегуваат прилози во истоимената рубрика „Јазично катче“, меѓутоа, како што пишува под секој прилог: „Текстот е изваден од ПРАВОПИСОТ НА МАКЕДОНСКИОТ ЈАЗИК, со минимални приспособувања за широка публика“ (www.novamakedonija.com.mk).



Како и на други веб-страници, на пример на: Zakoni3-www, кој се смета за „првиот македонски веб-сервис за правници, студенти и сите останати што имаат потреба од закони“ според: Forimkajgana-www.

Од вториот потстил, општествено-политичкиот, може да се каже дека текстовите, како што се директиви/резолудии, повелби и сл., исто така, можат да се најдат на официјалните веб-страници на Владата на РМ (На пример, Rezolucija-www):



односно: Rezolucija1-www итн.).

За текстовите од третиот потстил, дипломатскиот (комунике, протест-ната, демарш, протокол, меморандум, акредитативи и сл.); од деловниот (договори, дозволи, потврди, порачки, фактури и сл.) и од персоналниот потстил (автобиографија, тестамент, полномошно и сл.), поради природата на текстовите⁵, повеќе се даваат информации за нив во рамките на друг (најчесто публицистички) функционален стил.

Уметничколитературниот функционален стил, кој, според Бр. Тошовиќ (1988), ги содржи прозниот, поетскиот и драмскиот потстил, се наоѓа на Интернет во вид на изданија, прикачени од издравачки куќи. Треба да се спомене дека во рамките на Интернетот, драмскиот потстил е проширен и примарно ги опфаќа драмите што се изведуваат во театрите низ Македонија, кои можат да се најдат како видео-, односно аудиоиздание на некој веб-сервис⁶. Информациите што се среќаваат за нив, сепак влегуваат во новинарскиот потстил.

⁵ На овие видови текстови Интернетот не им е соодветна комуникативна средина.

⁶ Како делумен видео- или аудиозапис (од 15 минути) можат да се сретнат, на пример, на Јутјуб (youtube-www.), кој постои точно 10 години.

На пример, Блесок еКниги: Драми-www.



Во таа насока, во рамките на овој функционален стил, треба да се приклучи и „седмата уметност“, како што го нарекуваат филмот, зашто на Интернет можат да се најдат повеќе страници со македонски филмови, покрај официјалната од Кинотека на Македонија (Sinema-www.). На пример:

Видео: Македонски филмови кои морате да ги погледнете

Тетовирање (1991)

Големата Вода (2004)

Шампионите од Шутка (2006)

Пред дождот (1994)

Илузија (2004)

Ова не е Американски⁷ филм (2011)

Збогум на 20 век (1998)

Прашина⁸ (2001)

Балкан кан (2006)

Викенд на мртвци (1988)

Скопје Ремикс (2012)

⁷ Не се поправени лекторските грешки.

⁸ Иста забелешка како 7.

Сметаме дека голем простор на Интернет зафаќа **публицистичкиот функционален стил**, особено преку новинарскиот потстил. Впрочем, Интернетот се сфаќа како нов комуникативен простор, односно како ново средство за јавно информирање, преку кој / преку кое најбрзо може да се пренесе информацијата, што е основа за новинарскиот потстил, со што се мобилизира евентуалното дејствување, при што може да се влијае на јавното мислење во средината. Како што е познато, новинарскиот потстил се јавува подеднакво и во пишувана (во печатот) и во говорена форма (на радиото и на телевизијата). На Интернет, дневниот и периодичниот печат добиваат електронско, односно онлајн-издание, се разбира уредено според правилата на електронското здраваштво, за разлика од радиотелевизијата говорена форма, која само се презема (За пример ќе го посочиме дневниот весник НОВА МАКЕДОНИЈА – novamakedonija-www, кој ги има во електронска форма, како и своите прилози: ЛИК, Колибри, Избор, или пак, магазините од типот „Теа модерна“ – неделник итн.).

Разговорниот функционален стил (или јазик) се смета дека ја опфаќа неслужбената (неофицијалната), неконтролираната, спонтаната, приватната пројава на националниот (општонародниот) јазик, тргнувајќи од секој одделен зборуваач: од неписмениот до филозофот (сп. Минова-Ѓуркова 2003: 215). Со оглед на фактот што секој функционален стил и секој потстил има своја норма, кога станува збор за разговорниот функционален стил, таа останува недоречена. Овде сметаме дека е потребно да се спомене дека за некои лингвисти е спорно местото на **разговорниот функционален стил** во рамките на стилистиката. Ова ќе го поврземе со одделни дилеми и прашања што се јавуваат во стилистиката во однос на вклучување на определени текстови, односно контексти. На пример, такво е прашањето: како да се определи стилот на електронските пораки испратени по електронска пошта („Kako odrediti stil e-mail poruku, interneta?“, Marina Katnić-Bakaršić 1999: 24). Одговорот на ова и на слични прашања на ова, треба да се бара во новата комуникативна форма. Имено, ако се изземат официјалните интернет-страници на кои се пренесени „готовите“ текстови и контексти, определени според функционалноста и расчленувањето на јазикот, може да се забележи дека во рамките на интернет комуникативниот простор, секаде е присутен разговорниот функционален стил.

Во поглед на формата, во стилистиката, се смета дека говорената форма превладува во разговорниот функционален стил. Наспрема ова, може да се каже дека во рамките на интернет-стилистиката, ако не е доминантна, тогаш пишуваната форма на разговорниот функционален стил е застапена со иста мера како и говорената (на скајп, на вибер).

Ако се знае дека на Интернет: можат да се читаат и да се симнуваат (онлајн) весници и списанија, можат да се наоѓаат производи и услуги, може да се слуша веб-радио или да се гледа веб-телевизија, може да се игра мрежна игра со други лица, можат да се ставаат лично-креирани

содржини на веб-страници, да се креираат веб-страници или блогови, може да се закажува посета на лекар преку веб-страница (на пример, во болница или во здравствен центар), можат да се користат и да се резервираат услуги поврзани со патување и со сместување, ако може да се врши продажба на производи/услуги (на пример, преку аукции), да се користи интернет-банкарство итн., се знае дека речиси секаде има простор за (директно или индиректно) користење на разговорниот функционален стил преку електронски пораки од различен вид, преку коментари и сл. (па дури и расправи).

Големиот процент на застапеност на разговорниот функционален стил произлегува и од комуникацијата на големиот број социјални мрежи, односно голем процент на застапеноста на разговорниот функционален стил на македонскиот јазик се наоѓа на: порталите, форумите, блоговите, кои функционираат на Интернет.

Еден од најпознатите портали меѓу македонските корисници фејсбук. Пред да го пренесеме текстот како се објаснува и што има напишано за порталот фејсбук на македонски⁹ на една од најголемата енциклопедиски страница на Интернет – Википедија, ќе го дадеме текстот во кој се дава објаснување за оваа интернетската енциклопедија, каде што пишува дека само на оваа Интернет-страница има повеќе од 81 000 енциклопедиски статии на македонски:

Википедиите се места каде многу различни доброволци работат заедно за да напишат енциклопедии на различни јазици. Овој проект претставува енциклопедија на македонски јазик и моментално има 81.648 енциклопедиски статии. Целата нејзина содржина е лесно достапна и слободна за употреба. Нашата мисија е да го собереме целото човеково знаење на македонски јазик; знаење кое е бесплатно, слободно и лесно пристапно до секого (Wikipedia-www)¹⁰.



⁹ Овде нема да ги коментираме нелекторираните места во текстот.

¹⁰ Не се поправени лекторските грешки.

На нејзината страница се наоѓа следново објаснување за фејсбук (Facebook-www.):

Фејсбук (Facebook) е мрежно место кое служи како услуга за друштвено вмрежување со слободен пристап која функционира и е приватна сопственост на корпорацијата Facebook Inc.^[1] Корисниците можат да се придружат на мрежи организирани по градови, работни места, училишта и региони за да се поврзат и комуницираат едно со други. Тие, исто така можат да додаваат пријатели и да им испраќаат пораки и да ги ажурираат нивните лични профили за да ги известат пријателите за себеси. Името на мрежното место се однесува на документот „фејсбук“ кој ги опишува членовите на универзитетската заедница, кој некои американски колеџи и подготвителни училишта го давале на новодојдените студенти, факултети и вработени како начин да се запознаат останатите луѓе на универзитетот.

Мрежата ја основал Марк Цукерберг, заедно со Дастин Москович, Крис Хјус и Едуардо Саверин, додека бил студент на универзитетот Харвард. додека бил студент по.^[4] Корисничките сметки на мрежното место, на почетокот биле ограничени само за студентите на Харвард, но набргу станало достапно и за студентите од другите универзитети од *Бриленската Лига*. Потоа, мрежата стана достапна и за средношколците, но и сите останати лица. Во септември 2006 година беше утврдено дека корисник на може да биде секој кој има повеќе од 13 години и има постоечка електронска пошта.

Фејсбук наиде на некои контроверзности во последните неколку години. Повремено беше блокиран во неколку земји, како во *Сирија* и *Иран*. Исто така, беше и забранет на многу работни места за да ги одвратат вработените од губење време додека ја користат услугата. Приватноста исто така беше проблем и се спогодуваа неколку пати. Исто така се соочуваше со неколку судски постапки од бројни поранешни колеги на Цукерберг, кои тврдеа дека Фејсбук го украде нивниот изворен код и друга интелектуална сопственост.¹¹

Како што е познато, на фејсбук секој корисник сам си го креира профилот и статусот, според својот интерес. Секој фејсбук-корисник може да се приклучи кон определена група, да лајкне определена страница итн., со што си отвора нова комуникација. Меѓутоа, на фејсбук има и голем број корисници, кои не се индивидуални лица, туку станува збор за профили на официјални страници. (За пример ќе го покажеме профилот на весникот НОВА МАКЕДОНИЈА на фејсбук:

¹¹ Истата забелешка: нема да ги коментираме и да ги коригираме лекторските грешки во преземените текстови од Интернет.



Во таа насока, на фејсбук можат да се сретнат и групи, како што е онаа *Пуздер правам... од македонски* или пак *Прифатилиште за преведувачи и толкувачи / Translator-Interpreter Pound* итн., каде што се пишува за јазикот, односно за македонскиот јазик. Често пати, на овие страници се поставуваат прашања, се даваат одговори од специјалисти, кои се приклучени на споментиве гурпи, но и од неспецијалисти, зашто секој се смета повикан да каже нешто за својот мајчин јазик. Сметаме дека е така, зашто понекогаш некои одговори од неспецијалисти можат да бидат полезни ако станува збор за нерешено јазично прашање. Некои од нив знаат и посочуваат стручна литература што ја користат и нивните размислувања се корисни. Меѓутоа, во поголемиот број случаи, по поставено прашање се среќаваат голем број коментари, ненаучни и нестучни објаснувања, па се случува да има и вербални „препукувања“, односно расправи. Поучени од невкусните коментари и расправи, на некои страници постојат и правила на однесување, како што е примерот со *Пуздер правам... од македонски*, каде што се дадени десет пуздерски правила за комуникација (puzder-www.):

Десетте пуздерски правила:

- 1) Користете кирилица секогаш кога можете!
- 2) Кога дискутирате, воздржувајте се од секакви негативни квалификации на соговорникот. Позитивни се апсолутно прифатливи и пожелни. Сите објави што експлицитно или имплицитно не ги почитуваат соговорниците во дискусијата ќе бидат избришани.

(Практична препорака за примена на правилото: Секогаш кога ќе почувствувате дека „Ви се поткрева нешто во стомакот“ и Ви „иде некому да му пукнете една“, вдишете и издишете длабоко три пати и својата објава почнете ја

некако вака: „Го почитувам вашиот став, но јас не се согласувам. Јас мислам дека... затоа што... итн.“)

3) Ако сте предмет или сведок на непочитување на правилото бр. 2, повикајте помош „Милица/Јован/Љубинка/Риа Админ“ со порака во сандаче!

4) Држете се до темата на дискусијата! Ако се води дискусија на тема „А“, не дискутирајте за тема „Б“! Темата „Б“ ставете ја во нова објава и почнете нова дискусија!

5) Секој обид за почнување дискусија што ги дискредитира научните основи на македонистиката, ќе биде избришана!

6) НАЈСТРОГО СЕ ЗАБРАНУВА СЕКАКОВ ВИД ДИСКРИМИНАЦИЈА ВРЗ ОСНОВА НА РАСА, ВЕРОИСПОВЕД, ВОЗРАСТ, МЕНТАЛЕН ИЛИ ФИЗИЧКИ ХЕНДИКЕП, НАЦИОНАЛНА, СЕКСУАЛНА, ПОЛОВА ИЛИ ПОЛИТИЧКА ОПРЕДЕЛБА. Пријавете го секој коментар што содржи такви пораки со помош на постојните Facebook-функции или контактирајте еден од администраторите (Jovan, Ljubinka, Milica¹² или Риа).

7) Политичката пропаганда, партизацијата и политизацијата на објавите се строго забранети на оваа група. Секој обид за политизирање, партизација и политичка пропаганда ќе се санкционира со бришење на објавата или, во краен случај, на членот.

8) Групата е направена за дискусија помеѓу ЛУЃЕ – сите профили од типот „Праведни Македонци“ или други хибриди од таков тип ќе бидат перманентно блокирани и нема да се прифатат како членови.

9) Секаков вид маркетинг или објава за приватни намени и цели се строго забранети без претходна консултација со администраторите и ќе се санкционира со бришење на објавата и на членот.

10) Проверете, пред сè, дали вашето прашање е веќе поставено и дали темата е веќе започната. Проверката можете да ја направите со помош на функцијата „Пребарување“ (мала лупа што се наоѓа до полето за пребарување во горниот десен дел на страницата на групата).

(Оваа листа на правила не е конечна. Секоја сугестија за нејзино дополнување е добројдена!)

Постојат голем број страници и надвор од фејсбук, на кои, исто така, е застапен македонскиот јазик преку коментари, прашања и одговори, како на пример: [mj-wwww](http://mj-wwww.com), [mj1-wwww](http://mj1-wwww.com) итн.

Покрај коментари, како што може да се забележи, и на фејсбук можат да се пишуваат пораки. Меѓутоа, кога станува збор за пораките е неизбежно да се спомене електронската пошта, која се сретнува во вариантите: меил (mail), односно имеил / е-меил (e-mail) и сл. Иако, во официјалните пораки, постои службено обраќање, многу често и таму, а секако и во неофицијалното обраќање, се употребува разговорниот функциона-

¹² Оправдување на употребата на латиница наоѓаме според интернет-правилата.

лен стил збогатен со скратувања, со знаци, со сликички (апликации) итн. На пример:

Почитувани,

Во атач Ви испраќаме програма според досегашното искуство од почетниот курс. Можете да си ја практикувате, секогаш кога сакате, според наведениот редослед. Ако има нејаснотија околу некоја вежба или некое додатно прашање, може да ни се обратите тука на меил, или пак за време на часовите.

Ви посакуваме пријатно вежбање,

Центар за...

наспроти:

To:lidijatanturovska@yahoo.comApr 8

Драга Лиде,

Ти испраќам нова статија за сп. Филолошки студии, но без апстракт, клучни зборови и резиме. Можам ли малку да задоцнам со овие делови?

Целата енергија во моментот ми е насочена кон статијата предложена за Научниот собир посветен на Б. Корубин, и немам време за дополнителна активност. Времето се ближи...

Поздрав и ведар ден!

Јасно е дека никој никому не може да му нареди како да се обраќа во приватните односи. Сепак постојат општи фактори што ги условуваат јазичните карактеристики на разговорниот функционален стил (јазик), како што се: ситуацијата во која се создаваат условите за општење (коминкација), учесниците во општењето (комуникаторите), а самиот јазик покрај тоа што служи за општење, се јавува и за информирање, но и со дејствувачка функција (особено ако едниот соговорник е во надредена положба). Како и сите други стилови со своите потстилови, така и разговорниот функционален стил ги чува општите карактеристики и новата комуникациска сфера – Интернетот:

- економичност во јазикот;
- редунданција;
- непосредност, спонтаност;
- емоционалност, експресивност;
- дијалошки карактер на изразот итн.

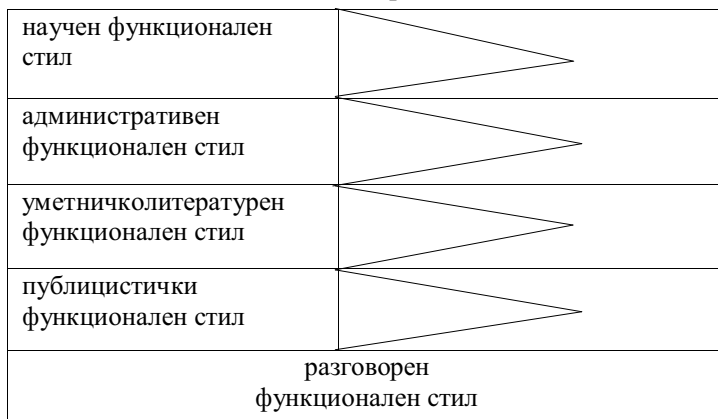
Од јазичните карактеристики, покрај оние што се среќаваат во говорената форма: 1. контракција (*сам < саам*); елизија (*ќес'иде*); 2. стилски обележена лексика; фразеолошки изрази (*Ја откри Америка, па ти!*); 3. употреба на сегашно време за идно време (*одиме утре*); 4. употреба на прво лице множина за дејства во кои не учествува говорното лице (*Ни се шета, не ни се учи*); употреба на извичен (екскламативен) датив (*Тешко тебе!*); редунданција (*Мајка ми моја работеше таму*); 5. економични реченици, повторувања во реченицата, итн. итн., дел јазични карактеристики се само за пишуваната форма: покрај пишување на кирилица, има пишу-

вање на латиница или пак, мешање на двете писма; скратувања; вметнување сликички (стикери) итн. во замена на мимиките, гестовите, односно за изразување на чувствата итн.

Наместо заклучок

Од досегашната анализа може да се согледа дека стилистиката и интернет-стилистика не се спротивставени научни дисциплини. Интернет-стилистиката треба да се сфати како научна дисциплина што произлегува од стилистиката, која добива нова комуникативна димензија, при што ја прифаќа функционалната раслоеност на јазикот со посебен акцент на разговорниот функционален стил (во двете форми: пишуваната и говорената). Впрочем, според нашите согледувања, голем процент од интернет-стилистиката се заснова на разговорниот функционален стил, кој може да се најде на различни (онлајн) поратали, форуми, блогови и слични (социјални) мрежни места, односно сајтови, во кои е оставен простор за коментари (па и за расправи), односно за праќање и примање пораки при електронска пошта итн., што важи во целост и за македонскиот јазик на Интернет.

Сметаме дека ова може да се прикаже шематски на следниов начин:



Ќе завршиме во духот на разговорниот функционален стил, со една фраза што често се употребува и со која се потврдува застапноста на Интернетот во секојдневниот живот на Македонецот: *Ако нешто не знаеш, прашај го чичко Гугл!*

Извори

- Bally-www: In: http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/lfr_00238368_2002_num_135_1_6465. Состојба од: 02.04.2015.
- Блесок еКниги: Драми-www: In: www.e-books.mk/sodrzini04_all.asp?lang=mac. Состојба од: 02.04.2015.
- Facebook-www: In: <http://mk.wikipedia.org/wiki/Facebook>. Состојба од: 02.04.2015.
- Forumkajgana-www: In: <http://forum.kajgana.com/threads/%D0%91%D0%B0%D1%80%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%BD%D0%B5%D0%BA%D0%BE%D1%98-%D0%B7%D0%B0%D0%BA%D0%BE%D0%BD.1554/>. Состојба од: 08.04.2015.
- Institut-www: In: http://imj.ukim.edu.mk/index.php?option=com_content&view=article&id=106&Itemid=186. Состојба од: 02.04.2015.
- mj-www: In: http://mac-makedonskijazik.blogspot.com/2015/03/blog-post_13.html. Состојба од: 02.04.2015.
- mj1-www: In: <https://mojataucilnica.wordpress.com/2015/04/06/%D0%B0%D0%BA%D0%BE%D0%B7%D0%BD%D0%B0%D0%B5%D1%88%D0%BF%D1%80%D0%B8%D0%B4%D0%B0%D0%B2%D0%BA%D0%B8-%D0%BC%D0%BE%D0%B6%D0%B5%D1%88%D0%B4%D0%B0-%D1%81%D1%82%D0%B0%D0%BD%D0%B5%D1%88%D0%BC%D0%B8%D0%BB/>. Состојба од: 02.04.2015.
- Pravda-www: In: www.pravda.gov.mk. Состојба од: 02.04.2015.
- Rezolucija-www: In: <http://www.mtsp.gov.mk/prebaruvanje.nspx?q=%D1%80%D0%B5%D0%B7%D0%BE%D0%BB%D1%83%D1%86%D0%B8%D1%98%D0%B0>. Состојба од: 08.04.2015.
- Rezolucija1-www: In: <http://www.mtsp.gov.mk/prebaruvanje.nspx?q=%D0%BF%D0%BE%D0%B2%D0%B5%D0%BB%D0%B1%D0%B0>. Состојба од: 08.04.2015.
- Statistika-www: In: <http://www.stat.gov.mk/pdf/2014/8.1.12.28.pdf>. Состојба од: 02.04.2015.
- Statistika1-www: In: <http://www.stat.gov.mk/pdf/2012/8.1.12.28.pdf>. Состојба од: 02.04.2015.
- Slvesnik-www: In: www.slvesnik.com.mk. Состојба од: 02.04.2015.
- Sinema-www: In: <http://www.maccinema.com>. Состојба од: 02.04.2015.
- Sinema1-www: In: www.soprevod.com. Состојба од: 02.04.2015.
- youtube-www: In: <https://www.youtube.com>. Состојба од: 02.04.2015.
- Puzder-www: In: <https://www.facebook.com/groups/makedonskijazik/>. Состојба од: 02.04.2015.

- Uchebnichki-www: In: <http://school.con.mk/index.php/ucebnicii>. Состојба од: 02.04.2015.
- Uchebnichki1-www: In: <http://e-ucebnici.mk/>; Uchebnichki-www. <http://bro.gov.mk/?q=mk/priracnici-za-nastava-po-izbornite-predmeti>. Состојба од: 02.04.2015.
- Uchebnichki2-www: In: <http://bro.gov.mk/?q=mk/osnovno-obrazovanie>. Состојба од: 02.04.2015.
- Uchebnichki3-www: In: http://www.matura.gov.mk/data_files/state_graduate/mk/1212_makedonski%20jazik-2012-juni.pdf. Состојба од: 02.04.2015.
- Wikipedija-www: In: <http://mk.wikipedia.org/wiki/%D0%92%D0%B8%D0%BA%D0%B8%D0%BF%D0%B5%D0%B4%D0%B8%D1%98%D0%B0%D0%92%D0%BE%D0%B2%D0%B5%D0%B4>. Состојба од 14.04.2015.
- Zakoni-www: In: www.mtsp.gov.mk/zakoni. Состојба од: 02.04.2015.
- Zakoni1-www: In: www.customs.gov.mk. Состојба од: 02.04.2015.
- Zakoni2-www: In: www.sobranie.mk. Состојба од: 02.04.2015.
- Zakoni3-www: In: www.pravo.org.mk. Состојба од: 02.04.2015.

Литература

- Минова-Ѓуркова 2003: Минова-Ѓуркова, Лилјана. *Стилистика на современиот македонски јазик*. Скопје.
- Тошович 2012: <http://www.myshared.ru/slide/682682/>. Состојба од 02.04.2015.
- Тошович 2015: Тошович, Бранко. *Интернет-стилистика*. Москва.
- Чаркић 2002: Чаркић, Милослав Ж. *Увод у стилистику*. Београд.
- Katnić-Bakaršić 1999: <http://rss.archives.ceu.hu/archive/00001017/01/18.pdf>.
- Tošović 1988: Tošović, Branko. *Funkcionalni stilovi*. Sarajevo.
- Lidija Tanturovska (Skopje)

Macedonian language on the Internet

In this article we want to show the relationship between Internet-texts and Internet-users, which is the basis for Internet-styles in the frame of Internet-stylistics, through examples from the Macedonian language. After research we came to the conclusion that the texts that can be found on the Internet are so-called „ready texts“ versus texts in a new form, and functional spoken style texts (in written and oral form), are most frequent in the new Internet-communication.

Лидија Тантуровска

ЈНУ Институт за македонски јазик „Крсте Мисирков“

Григор Прличев, 5

1000 Скопје

тел.: +38923114733

факс: +38923222225

lidijatanturovska@yahoo.com

lidijatanturovska@imj.ukim.edu.mk

Бранко Тошович (Грац)

Стилистика в интернете, интернет в стилистике

Предметом настоящего анализа является треугольник язык – стиль – интернет, а именно: язык и стиль интернета, языковые уровни в интернете и языковые дисциплины, изучающие их, структура сетевой стилистики. В ее рамках выделяются шесть разновидностей: жанровая, изолирующая, феноменологическая, лингвоконструктивная, инструментальная и генераторская.

0. Конец прошлого и начало нашего столетия ознаменовали зарождение и формирование нового направления в языкознании – интернет-лингвистики (сетевой лингвистики или лингвистики сети), занимающейся изучением фонетико-фонологической, графической, лексико-семантической, просодической, идиоматической, словообразовательной, морфологической, синтактической, текстуральной и стилистической структуры языка Мировой Паутины.

В интернет-лингвистике соотносится язык и Сеть – два, во многих отношениях, гетерогенных феномена: а) язык, существующий очень давно, и интернет, появившийся только в конце XIX столетия,¹ б) язык, как средство общения, изучаемое тысячелетиями, и интернет, как (в первую очередь) коммуникативное пространство, изучаемое лишь в последние два-три десятилетия, в) язык как уже сложившаяся структура и интернет как структура, которая все еще складывается, г) язык как система (langue) и реализация системы (parole, речь) и интернет как реализация, посте-

¹ Рунету исполнилось в 2014 двадцать лет (имеем виду дату официальной регистрации).

ленно возникающая и потом стремительно развивающаяся, д) язык как, в первую очередь, средство общения, и интернет как средство, пространство, канал связи, сфера жизни и деятельности.

Язык и интернет являются совместимыми в трех основных функциях: коммуникативной (общении), передаче информации (сообщении) и перлокуции (воздействии). Но интернет выполняет функции, которые не встречаются в типологии языковых функций (такими являются презентация, самовыражение и самоутверждение).

Как средство общения язык сильно отличаются от интернета тем, что обладает строгим и ограниченным набором знаков в форме элементарных единиц (букв, фонем, звуков, морфем, аффиксов), в то время как интернет – это необъятный многокодовый (вербальный и невербальный) комплекс с самыми различными единицами.

Если язык и интернет рассматривать как двухстороннюю зависимость (А зависит от Б, Б зависит от А), то можно сказать, что общение в Сети невозможно в полном объеме или совсем без языка, но язык может полноценно существовать без интернета. Так как жизнь и деятельность людей немыслима в настоящее время без веба, то взаимодействие языка и интернета является все больше двунаправленным и безальтернативным. При этом возникает интердисциплинарный симбиоз (объединяется интернет-лингвистика, компьютерная лингвистика и корпусная лингвистика).²

Диффузия языка и интернета все больше углубляется и укрепляется, способствуя формированию и развитию новых языковых форм интернета и новых сетевых форм языка. К новым языковым формам интернета относится языковое выражение в автохтонных жанрах интернета типа блогов, форумов, чатов, электронной почты. К новым сетевым явлениям языка относятся формы, значения, категории и функции, возникающие только в процессе сетевого общения.

² О интернете и его важности для языкознания см. Баркович 2015, Кузьмин/Плыс 2010, Куткова и др. 2007, Митюшин 2011, Розин 2004, Сотникова 2014, Хайтин-www, Internet-www.

Для языкознания очень важно то, что интернет обеспечивает лингвистам совсем новые возможности, в частности очень быстро находить необходимый исследовательский материал и получать информацию о его изученности.

Анализ сетей, построенных из всевозможных доступных для анализа электронных сообщений, позволяет устранить то достаточно очевидное несоответствие между сложностью такой системы как язык и теми инструментами, которые пользуются при этом „классические“ лингвисты. Если утрировать, то в наши дни больше не нужно годами объезжать губернии на телеге и записывать гусиным пером при свете лучины те слова и обороты речи, которыми пользуются люди в той или иной местности. Достаточно „вытащить“ данные из сети и оперативно проанализировать их нажатием нескольких клавиш на компьютере (Сетевая лингвистика-www).

Интернет предоставляет языковедам, особенно стилистам, то, что раньше было немыслимо – наблюдать за функционированием письменной коммуникации в реальном времени, буквально по минутам и даже по секундам. Ярким примером является LiveChat-www, в котором можно следить, как на наших глазах проходит общение. Это настоящая прямая трансляция акта языкового творчества, в котором на мониторе языковые знаки, как искры, появляются и исчезают. Слова, выходящие на монитор – это своеобразные падающие звезды, гаснущие на экране и никогда больше не всплывающие. При этом происходит „мгновенный распад“ такого корпуса: он живет столько, сколько живет текст на мониторе. За этими вспышками можно следить круглосуточно (LiveChat-www). Дэвид Кристал пишет на эту тему:

[...] за редкими исключениями невозможно определить точный момент, когда новое слово или смысл входит в язык. Однако благодаря временным маркерам веб-страниц и возможностью следить за изменениями, открывается целый ряд новых возможностей. Если завтра в 9,42 на своем веб-сайте я введу новое слово типа *дигитекстуализация*, лексикографы могут сказать, что первое отмеченное использование данного слова произошло в 9,42 в этот день. Такая хронологическая определенность до сих пор была профессионально интересной только для форензических лингвистов в попытках идентификации образов криминального взаимодействия, но в будущем будут иметь гораздо более широкую релевантность (Kristal 2012: 22).

1. Каждая лингвистическая дисциплина обладает своим набором сетевых единиц и каждая по-разному занимается интернетом.

2. Среди них выделяются по количеству работ социолингвистика, культура речи, лингводидактика и стилистика.

3. На социолингвистическом уровне рассматривается вопрос о положительном и отрицательном влиянии интернета на жизнь и деятельность людей, особенно на коммуникацию между ними, проводится популяризация национальных языков, особенно малых, и предпринимаются попытки возродить (спасти) вымирающие языки.³

4. В рамках языковой культуры идет интенсивная борьба за чистоту языка, сохранение и соблюдение языковых норм в Сети. Языковая культура находится на перекрестке четырех тенденций, связанных с интернетом: революции, эволюции, контрреволюции и антиреволюции. Если интернет – революция в общении и сознании людей, то язык интернета – не революция, а эволюция. Контрреволюция проявляется в том, что некоторые молодые участники сетевого общения нарушают все возможные языковые нормы и отступлением от них провозглашают высшим идеалом языкового общения. Самым ярким примером языковой контрреволюции является язык „падонкафф“ – этих „языковых террористов“ (если выразиться более жестко) и „языковых хиппи“ (если выразиться более мягко), предпринявших попытку „языкового путча“. Со стороны языковой культуры, разумеется, возникает противоположная тенденция, антиреакция, антиреволюция.

5. В области лингводидактики широко популяризируется интернет для изучения родного и неродного языков.

6. Среди сетевых лингвистических дисциплин особенно выделяется стилистика, так как значительная часть интернет-общения является экспрессивно окрашенной и в стилевом отношении очень пестрой. Дэвид Кристал выделяет, например, четыре

³ Здесь существует определенное сходство языком и интернетом: также как исчезают языки, вымирают сетевые порталы, сайты и жанры.

концепции интернет-лингвистики, в рамках которой находится и стилистическая: он различает социолингвистическую, образовательную, стилистическую и практическую концепции (Cristal 2005-www). Этот автор считает, что веб является настолько разнообразным, что нет большого смысла говорить о языке веба вообще (Cristal 2005-www: 91). Однако в настоящее время появляются все больше наименований типа: *язык интернета, язык@интернета, язык веба, язык Сети, сайберречь, сайберязык, сетевой язык, сетевая речь, электронный язык, особая функциональная разновидность языка, подязык, электронный опосредованный дискурс, компьютерный опосредованный дискурс, электронно-опосредованная коммуникация, дигитально-опосредованная коммуникация*, а также названия лингвистической дисциплины, изучающей Сеть: *интернет-лингвистика, интернет-языкознание, сетевая лингвистика, сетевое языкознание, веб-лингвистика...*

На языковых уровнях⁴ преобладают работы по лексикологии,⁵ лексикографии⁶ и словообразованию⁷, меньше по грамматике⁸ (морфологии⁹ и синтаксису¹⁰).

⁴ О языке в интернете см. Ахапкина/Рахилина 2014, Гусейнов 2014, Сидорова 2006, Трофимова 2004.

⁵ См. Kristal 2012: 81, Егорова-www, Медведь-www, Моченов и др. 2003, Обухова 2007, Факов 2009, Хайдарова 2011, Хайдарова 2012, Шумайлова 2005.

⁶ Она занимается созданием онлайн словарей и онлайн переводчиков, а также их изучением.

⁷ Напр.: Ахренова-www, Михалькова-www, Барт-www1, Барт-www2, Голев-www, Иванов 2000-www2, Йомдин 2014, Кувшинская 2014, Лир-www, Лукашанец-www, Лукананец 2012, Никитевич 2010, Орехов 2014, Петрухина-www, Яковлюк-www.

⁸ В отличие от названия *сетевая лингвистика* существует термин, использованные и до появления интернета. Сюда относится *сетевая грамматика*, предложенная Вудсом и представляющая собой подкласс трансформационных грамматик. Это грамматика расширенных сетей переходов, которая охватывает множество направленных подграфов (сетей переходов) с конечным числом состояний и помеченными дугами (<http://studopedia.org/12-11812.html>).

Хотя все больше и все чаще появляются работы, посвященные интернет-лингвистике, пока отсутствует системный подход. Свидетельством тому является и тот факт, что нам неизвестны монографии или сборники под заглавием типа „Интернет-лексикология“, „Интернет-морфология“, „Интернет-синтаксис“.

7. Корпус для изучения сетевой стилистики составляют два подкорпуса: первичный (автохтонные, исконные сетевые ресурсы) и вторичный (неавтохтонные ресурсы). К первому относятся в первую очередь сетевые форумы (литературные, журналистские, научные, административные, межличностные и др.), электронная почта, социальные сети, чаты, средства массовой информации без их офлайн-версий, телеконференции и др. Ко второму относится материал, транспортируемый в Сеть из других коммуникативных пространств (напр., онлайн-корпусы, электронные библиотеки, онлайн словари).

8. По отношению к причинам возникновения существуют три основных типа сетевых языковых явлений: а) каузативные (вызванные появлением новых понятий, предметов, свойств, процессов, действий и состояний, требующих соответствующего языкового выражения), б) утилитарные (вызванные стремлением к

О сетевых грамматических вопросах см. также Иванов-www, Kristal 2012: 81–83. О интернет-грамматике иностранных языков см. Рычкова/Павлюкевич 2010.

⁹ См. СЕТЕВАЯ МОРФОЛОГИЯ И РУССКИЙ ГЛАГОЛ (Браун 1995).

¹⁰ В интернете преобладает анализ синтаксиса программ для создания сетевой оболочки, сетевых жанров, сетевых команд и поисковых систем (они как правило имеют и свое название: *альтернативный синтаксис PHP*, *нетривиальный синтаксис* или *JavaScript для хакеров*, *синтаксис URL*, *синтаксис XML-файлов*, *синтаксис кода*, *синтаксис команд*, *синтаксис поисковика*, *синтаксис стилей CSS*, *синтаксис файла*, *синтаксис языка PHP*, *синтаксис языка запросов*, *синтаксис языка шаблонов*, *синтаксис команды click в itascros*, *синтаксис языка программирования python 3*, *специальный (расширенный) синтаксис Google*, *пуленепробиваемый синтаксис @font-face*).

экономии¹¹ или избыточности), в) перколутивные (ориентированные на эффект).

9. Что касается последнего типа, *homo interneticus* порождает различные стилистические эффекты: интенциональные (стремится к экспрессивности и эмоциональности), лудистические¹² (занимается игрой слов), демонстративные (выражает протест), деструктивные (нарушает языковые нормы), провокационные (использует то, что вызывает отрицательную реакцию, напр. эрративы). На их основе возникают особые типы сетевой стилистики: жанровая, изолирующая, феноменологическая, лингвоконструктивная, инструментальная и генераторская.

10. Жанровая сетелистика¹³ – это стилистика, которая создается в рамках автохтонных сетевых жанров и которая порождает чатовый, эмайловый, твиттерский¹⁴, блогový, эсмесовский, демотиваторский, пирожковый... стили. Они являются уникальными и автохтонными, так как не встречающиеся в других коммуникативных пространствах.

11. Чат относится к неофициальной части интернета, сужающей возможность создания взвешенного и корректного языкового выражения. В нем отсутствует авторская правка из-за спонтанности общения. Общение в режиме реального времени не позволяет создать совсем корректную, взвешенную и продуманную речь. Этот вид общения отличается анонимностью (вместо имен и фамилий используются прозвища и вымышленные патронимы в форме так. наз. ников, отличающихся неожиданностью, нетипичностью – как результат игровой фантазии авторов и намеренного нарушения орфографических норм).¹⁵ Здесь возникает своеобразная форма выражения – блиц-стиль (молниеносный стиль). На экспрессивную ориентацию указывают специальные средства передачи/сиг-

¹¹ См. Кристал 2012: 87–88.

¹² *Homo ludicus*.

¹³ О жанрах и разновидностях интернета см. Кончаковский 2010, Манн/Фербер-www

¹⁴ О сетевой прагматике Kristal 2012: 60–64.

¹⁵ В интерактивной связи чаттеров личные данные могут отсутствовать не по стилистическим, а утилитарным причинам.

нализации эмоций – эмотиконы (изображения эмоции знаками препинания, скажем скобками) и/или смайлики (рудиментарные, стилизованные изображения человеческого лица с улыбкой или без нее), а также пиктограммы. Они могут быть нейтральными, положительными и отрицательными. В чатах объединяются письменная и устная формы общения. Стилистической единицей чатов является чатостилема.

Чат отличается следующими признаками: личный характер общения, интимность, фамильярность, спонтанность, скачкообразность (переход с темы на тему), непринужденность, не очень сильно выраженная содержательная сторона, свободная беседа, непредсказуемость, неожиданность (возникают непредвиденные реакции собеседников), конативность (отправляются сообщения для того, чтобы коммуникация продержалась), необратимость (высказанное нельзя вернуть), ненормативность (нарушаются нормы графики, орфографии и пунктуации),¹⁶ наличие бранных и нецензурных слов и выражений, нешаблонность (отсутствуют клише), неподготовленность (нет достаточно времени, чтобы подумать, осмыслить высказывание), динамичность (общение ускоряется и замедляется, ставятся вопросы, даются ответы и высказываются возражения), недосказанность (мысль не доводится до конца), неполнота, эллиптичность (пропускаются элементы и части высказывания), эмоциональность (вносятся чувства и психические переживания), экспрессивность (делается акцент на эффект, впечатление), откровенность, коммуникативная вариативность (один пишет, другой отвечает, третий наблюдает, а потом и он подключается), пространственная дисперсия (сообщения отправляются с различных мест), интимность (фамильярность, доверительное общение), бесцельное общение, ориентация на экономику усилий (используются сокращения, аббревиатуры, акронимы, короткие фразы¹⁷), игра, эффект театральности, карнавальность, создание эмоциональной близости, общение на „ты“ (преимущественно),

¹⁶ Напр., используется фонетический принцип („пишется как слышится“), свойственный сербской орфографии.

¹⁷ В чатах используются в среднем три нераспространенных предложения (Самойленко 2011: 69).

максимальное экспликация, смешение кириллицы и латиницы, ироничность, шутливость, комизм, хаотичность текстовой структуры, общение ради общения (фатические чаты) и знакомства (от романтики до эротики), объединение серьезного и несерьезного, установка на интерес (чаты по интересам)¹⁸, ориентация на себя и собеседника (воздействие), интерактивность, несовпадение горизонтов ожидания.

Чат обладает структурными частями (вход в контакт, выход из контакта) и структурными элементами (приветствие, обращение, пароль, слова, обозначающие присутствие).

Существуют официальные и неофициальные (частные, неформальные) чаты, асинхронные чаты (offline) и синхронные чаты (в режиме реального времени, online, мгновенные сообщения) с названиями типа *Болталка*, *Беседка*, *Диван*, *Кроватька*, *Чат волчат* и т. п. Можно также выделить первичные или необработанные чаты (собственно чаты) и вторичные или обработанные чаты (таким является, например, произведение Шлем ужаса: Миф о Тесее и Минотавре Виктора Пелевина, герои которого встречаются и общаются в очень странном интернет-чате).

Основная функция чата – общение, основная цель – убеждение и развлечение. На первый план выступают и другие функции – фатическая, автопрезентационная, самоутверждающая (самовыражение, самораскрытие), эмоциональное воздействие. Некоторые авторы все функции сводят к трем: контактоустанавливающей, контактосохраняющей и контактозавершающей (Самойленко 2011: 107) и выделяет стиль речевого поведения пользователя с стереотипностью, речевыми клише и сугобо индивидуальными проявлениями (Самойленко 2011: 89). Показатели стиля коммуникации (фатические средства общения) свидетельствуют об общей атмосфере речевого поведения, эмоциональном накале между партнерами, межличностными связями, смене тональности и т. п. (Самойленко 2011: 91). В зависимости от места и роли участников (позиции, которую занимает говорящий по отношению

¹⁸ Наверно, нет деятельности, которая может находится за рамками такой коммуникации.

к собеседнику, предмета разговора, участников) Л. В. Самойленко различает „доминантный“, „пассивный“, „сопернический“, „уступительный“, „фальшивый“, „сопереживающий“ и „дружественный“ стили чата. Для пользователя с „доминантным“ стилем характерная позиция, при которой он умаляет роль других (Самойленко 2011: 92). „Говоря о ‘доминантном’ стиле, мы имеем в виду речевую тактику, которая характеризуется высокой степенью речевой активности коммуниканта: он, как правило, инициирует общение (с одним или несколькими пользователями одновременно), определяет тематическое направление коммуникации, стремится к осуществлению полноценного речевого объема и т. п.“ (Самойленко 2011: 91). „Сопернический“ стиль связан с возникновением противоречий между коммуникантами; он отличается „резкой“ тактикой со стороны одного из собеседников, желанием высказать возражение, несогласие, возмущение и т. п.: „На языковом уровне такой стиль характеризуется употреблением различных фатических средств, передающих соответствующие „отрицательные“ знания“ (Самойленко 2011: 93). В речевой ситуации, сопровождающейся эмоциональным напряжением, имеет место „драматический“ стиль поведения, тесным образом связанный с „соперническим“ (Самойленко 2011: 94). „Уступительный“ стиль возникает, если субъект речи соглашается с мнением, предложениями партнера по коммуникации, что, как правило, сопровождается проявлением положительных оценок и эмоций (Самойленко 2011: 95). „Фальшивый“ стиль появляется при ироническом отношении говорящего к тому, о чем (о ком) говорится, и это наиболее часто используемый в системе чата стиль речевого поведения (Самойленко 2011: 95). Его элементами является, например, намеренно неверная дата рождения, „инфантилизм“ и т. д. „Сопереживающий“ стиль характеризуется проявлением со стороны субъекта речи сочувствия, жалости, понимания по отношению к коммуникативному партнеру или некоему третьему лицу (Самойленко 2011: 96). „Дружественный“ стиль отражает позитивные аспекты межличностного взаимодействия и предполагает такие способы обращения, как подбадривание, высказывание внимания и интереса, положительную оценку (Самойленко 2011: 97).

12. Эмайловый стиль обслуживает один из самых массовых форм общения – электронную почту.¹⁹ Она порождает два подстиля: первичный или необработанный (собственно эмайловый) и вторичный или обработанный (художественный).

Первичный эмайловый стиль является стилистический очень разнообразным – это может быть литературно-художественный, публицистический, научный, официально-деловой, разговорный стили. Он не образуют отдельного функционального стиля, а входит в состав всех упомянутых.

Вторичный эмайловый стиль функционирует в „майловой“ литературе – в художественных произведениях, полностью или частично подражающих электронной почте, стилизующих майлы и создающих композицию в форме обмена электронными письмами. Ярким примером является Триптих: одиночество в сети Януша Вишневого (Вишневский 2014): два персонажа (Он и Она) с начала до конца обмениваются только почтовыми сообщениями.

13. Твиттерский стиль (Kristal 2012: 56–60) отличается краткостью, телеграфным стилем, отсутствием подробных описаний, наличием индивидуальной ноты и комментариев (особенностью этого жанра является использование не более 140 символов). Твиттер-сообщения (*твиты*) не отличаются стилистической монолитностью, так как выполняют различные функции, преследуют неодинаковые цели, отличается индивидуальностью и имеет пеструю структуру изложения. Из-за ограничений в объеме такая форма общения близка к одному из классических стилей – телеграфному.

14. Блоговый стиль зарождается в блогосфере. В качестве его основной стилистической единицы выступает блогостилема.²⁰ Блоговый стиль, как и предыдущие, отличается экспрессивным и функционально-стилистическим разнообразием (блоги относятся ко всем функциональным стилям: они могут быть литературными,

¹⁹ Об этом свидетельствует и тот факт, что почтовыми сервисами пользуются почти 26 млн российских пользователей интернета (Вартанова 2014: 94).

²⁰ К началу 2013 г. в секторе СМИ насчитывалось 1 152 блогов (Вартанова 2014: 88–89).

публицистическими, научными, официально-деловыми и разговорными, в них наблюдается интеграция и конвергенция различных стилей, межстилей и комплексов). За блогом стоит как минимум один тип деятельности, но очень часто смешиваются две или три. Многие блоги отличаются гибридизацией (объединением двух или более стилистических разновидностей) и нейтрализацией четкой функционально-стилистической окраски. Они создают и свой этикет, но, несмотря на него, общепринятые нормы поведения иногда игнорируются, отклоняются и нарушаются.

15. Эсемесовский стиль – это стиль краткий сообщений (SMS), поэтому его можно назвать SMS-стилем и стилем SMS-сообщений. Это особая форма телеграфного стиля, направленного на экономику языковых средств, сжатость, эллиптичность, пропуск малоинформативных и неинформативных слов и выражений.

СМС становится не только особым стилем общения и выражения, но все больше вторгается в психологию и менталитет людей, вообще в их жизнь, превращаясь в своеобразный символ современности.²¹ Они выходят за рамки виртуального пространства и превращаются в объект подражания не только в литературе, но и в музыке²², кинематографии,²³ театральной деятельности и балетном искусстве.²⁴

На стилистическом уровне обращают внимание тексты с рекомендациями, как писать СМС, в частности как добиться успеха и вызвать эффект (ср. Девушки и СМС-ки-www). Внимание заслуживают СМС-сообщения отдельных слоев населения.²⁵

16. Демотиваторский стиль обслуживает особый сетевой жанр – демотиватор, представляющий собой интернет-постер с

²¹ О том, как эти краткие сообщения вошли в повседневную жизнь, см. Хвостов-[www](#). Об использовании СМС в сугубо утилитарные цели см. Чиканова-[www](#).

²² Одним из ярких примеров является эстрадная песня СМСка Елены Мамоновой (Мамонова-[www](#)).

²³ Ср. художественный фильм Новогодняя СМСка (Новогодняя СМСка-[www](#)).

²⁴ Напр.: Номер СМСка-[www](#).

²⁵ Скажем, родителей (Родительские смс-[www](#)).

базовым изображением в рамке, чаще всего черной, на которой по нижнему более широкому полю вносится короткий текст (как правило, лозунг, слоган, афоризм, цитата, фразема, пословица, поговорка, сжатый анекдот) с крупными белыми или желтыми буквами, реже с текстом-пояснением, выполненным мелким шрифтом. Из-за объединения вербального и графического кода демотиваторы отличаются креолизованностью.²⁶ Они возникли в знак протеста против мотивационных постеров, которые были неинтересны, неинформативны и скучны. В основе этого жанра находится критическое отношение к общественным явлениям или лицам, особенно известным и популярным, высмеивание несоответствия идеалов и реальной жизни и т. п. Этот стиль отличается комизмом, шуточностью, ироничностью. Один из важных приемов демотиваторского стиля – пародирование. В качестве средства используются юмористические выражения и картинки. Иногда для создания эффекта вводятся нецензурные и оскорбительные речевые единицы. Для их понимания важна пресуппозиция, особенно если в качестве мотива выступает прецедентный текст. Демотиваторский стиль не поддается легко стилистической типологизации.²⁷

17. Пирожковый стиль относится к новым формам литературно-художественного стиля в интернете. Это стиль „пирожков“ – членов стихотворного общества „Пирожки“, которые для забавы сочиняют четверостишия, в форме ямба, используя строчные буквы, пропуская знаки препинания и игнорируя рифму.²⁸ Это своеобразный сетевой фольклорный жанр. В основе большинства „пирожков“ лежит пережитый личный опыт. Строгие рамки (четыре строчки) заставляют выражаться очень сжато, поэтому „пирожки“ краткие и емкие. Сюда относится и „порошковый“ стиль (стиль стихов-порошков), в которых рифмуются вторая и четвертая строки, используется усеченный четырёхстопный ямб, размер по сло-

²⁶ См. Бугаева 2011, Свищук 2015.

²⁷ Некоторые говорят и о демотиваторском стиле мышления (Бугаева 2011: 153).

²⁸ Впервые такие стихи появились в 2003 году на сайте stih.ru; их автором был al cogol (Владислав Кугуров). Эта поэзия доступна на линках: Пирожки-www1, Пирожки-www2, Пирожки-www3.

гам – 9, 8, 9, 2, допускаются знаки препинания в исключительных случаях.²⁹

18. Изолирующая сетелистика возникает в малых и больших социальных группах, члены которых называют себя по-разному: интернетяне, интееане, интеране, сетяне, сетенавты, сетевики, сетеголовые, новые нетские, сетевые, сетевые хомячки, виртуалы. Они создают „падонкофский“ стиль, мамский стиль, няшеский стиль (стиль аниме-общества), стиль сетевочек – „девочек, живущих в сети“ и др. Выбор темы, содержание, оформление у них очень разные. Некоторые из этих стилей полны сатиры и самоиронии.

19. „Падонкофский“ стиль – стилистическое выражение людей, владеющих литературными нормами, но не придерживающихся их, людей, старающихся выглядеть безграмотными, необразованными и некультурными (так. наз. язык слабоадекватных, язык дебилов, язык подонков или падонкафф, язык аффтаров, албанский/олбанский язык³⁰ и т. п.). Такой язык базируется на эрративах и отличается альтернативной орфографией – слова выглядят фонетически почти верными, но их написание не соответствует современной орфографии. В лексике изобилуют ненормативные слова, большей частью жаргонные. Язык падонкафф находит благоприятную почву в жанрах типа блогов, дневников, чатах и форумов. Он порождает интернет-мемы (*internet meme*) – выражения и фразы, иногда бессмысленные, ставшие популярными в электронной почте, в блогах и на форумах. Типичным мемом является известное „падонкаффское“ эрративное слово *Превэд!* ‘Привет’. Формы обращения „падонков“ укладываются в тенденцию спонтанного неконтролируемого распространения информации.³¹ Язык падонкафф является больше предметом интернет-стилистики, чем интернет-лингвистики, так как речь идет о сознательном (намеренном, нарочитом) нарушении норм орфографии (ориентированных на этимологию) для создания экспрессии.

²⁹ См. Порошки-www.

³⁰ Более подробно об олбанском/албанском см. Кронгауз 2013.

³¹ См. также Кронгауз 2014, Жаргон подонкафф-www

20. Мамский стиль порождают сайты и форумы мам/мамошек, беременных женщин, рожениц, молодых матерей. „Мамские“ стилимы иногда имеют в основе коверканье и сюсюканье, ср.: *папики, тончики, месики*. Существует особая категория слов – „репродуктивные“ („репролексемы“). Это слова женщин, связанных с их репродуктивной функцией. Здесь выделяются различные типы носителей этой функции и за каждым из них закрепляется определенное название (положительного или отрицательного характера) – *хочучешки* (хотят забеременеть), *планюшки* (планируют стать беременными), *овуляшки* (прилагают активные усилия, чтобы забеременеть), *беременюшки* (уже забеременели).

Если пройти по форумам беременных и молодых мам, начинает пестрить в глазах от странных словечек, обилия уменьшительно-ласкательных и непонятных аббревиатур. Неудивительно: любому сообществу по интересам свойственно создавать свой сленг. Но если профессиональный сленг обычно остается на работе, то „мамский“ часто выходит за рамки форумов и песочниц (Сосницкая-www).

21. Няшеский стиль (стиль аниме-общества; *няша* – японизм, происходящий из *ня*³²) – стиль поклонников японской мультипликации и японских комиксов (аниме – это жанр стилизованной японской анимации, манги) в форумах, социальных сетях, блогах и чатах.³³ Стилистическая основа такого языка состоит в склонности к языковой игре, игнорированию норм и использованию япони-

³² Японское *ня* подражает кошачьему мяуканью и используется в конце фразы и без смысловой нагрузки, в первую очередь в игривом образе поведения. „[...] в последнее время использование слова *ня* стало довольно популярным в аниме-сообществах. Многие отаку и просто любители аниме или манги добавляют *ня* на интернет-форумах и в сетевых чатах практически к каждой фразе в своих сообщениях, по поводу и без такового. Можно считать, что слово *ня* является атрибутом обобщённой кавайности лица, его использующего, или ситуации, в которой оно использовано. Повсеместное использование слова *ня* получило название *някать*, то есть добавлять *ня* ко всем высказываниям“ (Википедия-www). Закреплению в рунете могли способствовать ассоциации со словом *нака* (*няка*), обозначающем в детском лепете что-л. вкусное.

³³ О аниме-сообществах см. Аниме-сообщество-www, Булло-ва/Ляшевская 2014, Еникеева-www.

змов, английских заимствованиях и русских новообразованиях, выполняющих номинативную, категорирующую и экспрессивную функции. Поклонников этого жанра называют анимешниками. В их речи *няканье* используется для обозначения чего-то красивого и милого, *ксоканье*, если что-то не получается.

При встрече анимешники говорят: *Охайо!*, а при прощании: *Джане*. „Японистых“ (учитывая плохое произношение отечественных самоучек) слов, которые должен знать „истинный отаку“, довольно много, выучить их трудно, но фанатеющие стараются, зубрят! А некоторые всерьез занимаются изучением языка в прикладном значении – то, что пригодится в аспекте увлечения аниме (Еникеева-www).

22. Стиль *сетевочек* – „девочек, живущих в сети“ (*сетевочка* ← *сетевая девочка*) используется в виртуальных стихах молодых. Такую поэзию можно тематически разделить на несколько частей: Стихи про виртуальную любовь, Стихи про Интернет-любовь, Стихи про любовь по Интернету, Виртуальной девушке, Виртуальному парню, К встрече в реале, О обмане в сети, О разлуке в вирте, Юмор про виртуал, Прикольные стихи. Стихи девочек и девушек (меньше мальчишек и юношей), живущих в виртуальном мире,³⁴ возникают в такой типичной ситуации: когда вокруг них другие гасят свет, они садится в кресло, среди тысячи сайтов находят уютный уголок и начинают писать стихи для себя и для других. Они живут в мире несбыточных иллюзий, в мире, в котором царит обман, в котором многое является миражом. В таком мире они ищут страстную любовь, но как правило напрасно.

*Беседы на Аське, ночи без сна,
Ввысь устремляется чата стена,
Слезы на клавише, мышка дрожит –
Ищет в толпе чужаков ее ник.
Любовь виртуальная – это не льстит,
Но настоящее сердце болит* (Прикольные стихи, 86).

23. В основе феноменологической сетелистики лежит ярко выраженный феномен типа самовыражения и самоутверждения (автопрезентационный стиль), конфликта (конфликтный стиль), провокации (провокационный стиль), демонстрации (демонстра-

³⁴ См. Девочка-www.

тивный стиль), троллинга (троллинговый стиль), флейминга (флейминговый стиль), кибербуллинга (кибербуллинговый стиль) и т. п.

24. Автопрезентационный стиль направлен на самовыражение и самоактуализацию. Это своеобразная внешняя актуализация (при помощи слов и через интернет) внутреннего состояния, воплощение своего внутреннего мира во внешнем, проявление своих идей в материальном мире с учетом собственного индивидуального мировоззрения и мировосприятия. *Gomo interneticus* почти во всех автохтонных сетевых жанрах стремится к самовыражению и самоутверждению.

Каждому человеку присуща естественная потребность в самовыражении. В современном обществе нам часто приходится быть (казаться) не теми, кем мы являемся на самом деле – например, на работе или в учебном заведении. Мы делаем то, чего от нас ожидают, то, что уместно в данной ситуации. Это не плохо и не хорошо, это способ социальной адаптации – такова реальность многих людей, однако свою потребность в самовыражении обязательно нужно удовлетворять, и вот несколько причин, почему это нужно делать: самовыражение – мощный источник положительных эмоций, вдохновения и отличный способ разрядки, дающий выход накопленной негативной энергии. Не зря говорят, что для художника картина – это канализация, куда он сливает отрицательные эмоции (Способы самовыражения-www).

25. Остальные феноменологические стили являются взаимосвязанными, взаимообусловленными и совместимыми, поэтому их можно считать одним стилевым комплексом – деструктивным: демонстративный стиль, конфликтный стиль, провокационный стиль, троллинговый стиль, флейинговый стиль и кибербуллинговый стиль. Деструктивный стилистический комплекс отличает желание любой ценой вызвать эффект, иногда несмотря на пагубное влияние и отрицательные последствия.

26. Демонстративный стиль служит для выражения своего особого, неординарного, необычного или противоречивого мнения. Автор такого стиля обладает страстным желанием нравиться и привлекать к себе общее внимание. В основе иногда лежит желание любой ценой получить одобрение и признание других.

27. Конфликтный стиль ориентирован на разжигание и усиление конфликта в малых и больших социальных группах интернета.

28. Провокационный стиль используется для провоцирования пользователей интернета определенной темой, толкованием некоторых явлений, событий и людей, крайними взглядами и позициями, способом изложения и т. п. Самым типичным примером является „албанский/олбанский“, „падокновский“ стиль.

29. Троллинговый стиль – это разновидность провокационного стиля.³⁵ Троль – сетевой провокатор, человек, который в дискуссионных форумах, блогах и чатах размещает грубые или провокационные сообщения, мешает обсуждению заявленных тем и/или оскорбляет участников сетевого общения. Для троля это способ самоутверждения, а для добропорядочных коммуникантов он является „возмутителем спокойствия“ и большим врагом (предметом агрессии являются „хомячки“ – доверчивые и легко манипулируемые пользователи Сети, получавшие ярлыки типа *дурак, идиот, псих, придурок* и т. п.). Такие „сетевые вредители“ размещают грубые и провокационные сообщения, оскорбляют и унижают. Троллинг особенно часто используется в обсуждении политических тем, международных, межнациональных и межрелигиозных отношений, а также острых социальных вопросов. Как очень эффективное средство, он активно используется в информационных войнах,

³⁵ „Троллинг – интересный психологический и социальный феномен, зародившийся в 1990-х годах в Usenet. Многие люди один или два раза пробовали публиковать провокационные сообщения во Всемирной паутине просто из любопытства. Но у некоторых это переросло в привычку и даже стиль общения в сети. Пока не существует серьёзных исследований того, может ли такой стиль общения у заядлых троллей перейти в реальную жизнь и в живое общение с людьми, но, очевидно, потенциально такая опасность может существовать. С начала XXI века интернет-тролли стали образовывать собственные сообщества и организации, делясь опытом по наиболее эффективному разжиганию конфликтов. Сейчас любой популярный форум, группа новостей и вики-проект рано или поздно сталкивается с троллями и троллингом. Не избежала этого и Википедия“ (Троллинг-www).

особенно для разжигания конфликтов. Поэтому троллинговый стиль имеет много точек соприкосновения с конфликтным стилем.

Подчеркнуто ругательный характер комментария с переходом на личности означает, что вы, скорее всего, имеете дело с троллем. Отвечать на его выпады, тем более в стиле "сам дурак", не следует, оптимальная форма поведения в подобной ситуации - игнорировать этого человека, потому что любой ответ поощряет настоящего тролля и даёт ему повод и возможность продолжать писать провокационные высказывания. Без ответа на свой комментарий он переключится на кого-нибудь другого или вообще замолчит, не получая подпитки (Шуляк-www).³⁶

30. Формой провокационного стиля является кибербуллинг-овый стиль. Как и троллинг, кибербуллинг относится к подрывной деятельности в интернете, которая состоит в том, что размещаются заведомо провокационные сообщения в целях разжигания конфликтов, психологического уничтожения пользователей. Очень часто троллинг превращается в кибербуллинг, выступающий в форме киберзапугивания и кибершантажа.

Кибербуллинг (cyber-bullying) – это виртуальный террор, чаще всего подростковый. Получил свое название от английского слова *bull* – бык, с родственными значениями: агрессивно нападать, бередить, задирать, придирается, провоцировать, донимать, терроризировать, травить. В нашем языке, ближайший аналог – это сленговое выражение „быковать“. Кибербуллинг еще переводят, как киберзапугивание (Троллинг и кибербуллинг-www2).

Виртуальное издевательство может иметь форму хеппислеппинга (Happy Slapping 'счастливое хлопанье, радостное избие-

³⁶ „Троль хочет почувствовать свою значительность и популярность, произвести неизгладимое впечатление, и для этого пускает в ход любые средства. Обычно это люди, страдающие комплексом неполноценности, разочарованные или уставшие от повседневной рутины. Но следует также помнить, что помимо чисто субъективных проявлений троллинг взят на вооружение бойцами информационных войн. В этом случае цель применения троллинга – это, в частности, увод внимания от острых тем и перевод конструктивного обсуждения в перепалку, а также один из методов нападения путем агрессивного вброса клеветы, компромата, слухов и т. д.“ (Шуляк-www).

ние'). Речь идет о видеороликах с записями реальных сцен насилия, которые размещают в интернете, где их могут просматривать без согласия жертвы (Троллинг и кибербуллинг-www). Сопровождающий текст может быть нейтральным и экспрессивным.

31. Флейинговый стиль обслуживает флейминг – виртуальную перепалку, обмен короткими эмоциональными репликами, обычно в комментариях в публичных местах Сети, что иногда превращается в затяжной конфликт и неравноправный психологический террор (Интернет-угрозы-www).

32. Лингвоконструктивная сетелистика занимается стилем вымышленных языков, существующих и функционирующих только в интернете и имеющих различные названия: авторские, персональные, вспомогательные, конструированные, фантастические (языки научной фантастики, художественных фильмов). Такие языки относятся к индивидуальным лингвоконструированию не в коммуникативных целях, а для представления вымышленных народов, населяющих вымышленные миры. У них нет конкретного автора, их коммуникативная функция является не основной, и они функционируют в ограниченной сфере бытования – в виртуальном пространстве интернета (Сидорова/Шувалова 2006а: 21). Число вымышленных языков постоянно растет (в настоящее время их около 1 500).

33. Инструментальная сетелистика ориентирована на использование специальных сетевых средств для создания стилистического эффекта. Сюда относится иконическая стилистика (стилистика эмодиконов, смайликов, ников, знаков типа @ и др.)³⁷, графическая стилистика, одной из частей которой является дефисная стилистика. Последняя занимается стилистическими эффектами, возникающими использованием дефиса там, где он не нужен. Сюда, в частности, относятся сетевые голофрастические сращения типа:

Где-извините-я-не-говорю по-русски ♦ Она разразилась скандалом на тему: эти-проклятые-самцы-меня-тут-же-восхотят, а я не

³⁷ См. Эмотикон-www, Смайл-ик-www.

секс-объект, а превеликий индивиду и даже имею право налево (Сакаян-www).

Предметом инструментальной стилистика являются также литуративы – мнимые тексты и зачеркивание текста как нарушение общепринятых правил (Пиперский/Сомин-www) и хештеги (слово или фраза, которым предшествует символ #, обозначающий группу сообщений по теме или типу, напр., #искусство, #наука, #смешное, #стихии т. п.). Они могут быть стилистически окрашены, ср.: *#великий-и-могучий*.

34. Генераторская сетелистика возникает в процессе порождения текстов при помощи сетевых генераторов и изучает стили автоматически порождаемых текстов. Генераторы могут в считанные секунды составить уникальное стихотворение, песню, тост, текст и т. п. по указанным параметрам или готовы продолжить уже существующие стихи, в том числе известные и популярные.

Мы выделяем несколько типов генерируемых стихов и их образно называем: „чашка с блюдцем“, „чашка-образец“, „чашка с блюдцем-невидимкой“, „чашка без блюдца“, „чашка по заказу“, „чашка-пирамида“, „чашка-хамелеон“. Первый тип „чашка с блюдцем“ – сетевая поэзия, которая порождается на основе узнаваемых (и нескрываемых) существующих стихов/текстов, состоящих из мотивирующих стихов („блюдца“) и мотивированных стихов („чашки“). Второй тип „чашка-образец“ – создание стихов в определенном жанре. Для этого очень хорошо подходит хокку, так как является коротким жанром с жесткой структурой (в первой строке пять слогов, во второй – семь, в третьей – пять). Третий тип „чашка с блюдцем-невидимкой“ – это сетевая поэзия, начало или первую часть которой порождает генератор, а вторую составляет живой поэт. Четвертый тип „чашка без блюдца“ – стихи, возникающие в результате модификации и (иногда) полного искажения авторского текста, смысла и сюжета. Пятый тип „чашка по заказу“ – строки, порождаемые по желанию пользователей. Больше всего таких генераторов предназначено для составления поздравлений в стихах. Шестой тип „чашка-пирамида“ – это пошаговая сетевая поэзия, возникающая при постепенном выборе слов, предлагаемых

программой. Например, надо ввести первые две строчки, а затем она сама подбирает оставшиеся две.³⁸ Стилистика „чашек“, создаваемых роботом, сложнее, чем стилистика „чашек“, создаваемых человеком, по той причине, что их экспрессивность и выразительность трудно отличить от маркированности, возникающей в условиях ограниченного выбора и приемов кодирования. Генерируемые стихи вызывают стилистический эффект своей необычностью, бессмысленностью и абсурдностью. В них экспрессивность является не интенциональной, так как на входе (в процессе кодирования) не было такой установки – она возникает на выходе (в процессе декодирования). Поэтому экспрессивность „чашек“ является вторичной. Поэзия, порождаемая сетевыми генераторами, отличается в большинстве случаев бессмысленностью, довольно четкой, унифицированной структурой рифмы, корректным языком и необычной стилистикой. Из-за трудно узнаваемого содержания и отсутствия логических связей такие стихи напоминают сюрреалистическую поэзию.

Литература

- Аниме-сообщество-www: Сленг русскоязычного аниме-сообщества. In: https://ru.wikipedia.org/wiki/Сленг_русскоязычного_аниме-сообщества. Состояние 15. 2. 2016.
- Ахапкина/Рахилина 2014: Ахапкина, Я. Э.; Рахилина, Е. В. (ред.). *Современный русский язык в интернете*. Москва: Языки славянской культуры. 328 с.
- Ахренова-www: Ахренова, Н. А. *Интернет-лингвистика: особенности аффиксации в языке интернета*. In: <http://sibac.info/conf/philolog/vi/26533>. Состояние: 15. 2. 2016.
- Баркович 2015: Баркович, А. А. *Интернет-дискурс: Компьютерно-опосредованная коммуникация*. Москва: Флинта. 288 с.
- Барт-www1: Барт, М. В. *Словообразовательные модели современного русского компьютерного жаргона*. In: <http://www.>

³⁸ Более подробно см. Тошович 2015.

- prlib.ru/Lib/pages/item.aspx?itemid=90019. Состояние: 15. 2. 2016.
- Барт-www2: Барт, М. В. *Компрессивное словообразование в современном русском русском компьютерном жаргоне*. In: <http://www.gramota.net/materials/2/2009/2/13.html>. Состояние: 15. 2. 2016.
- Браун 1995: Браун, Д. Сетевая морфология и русский глагол. In: *Вестник МГУ. Филология*. Москва: 1995, № 6.
- Буйлова/Ляшевская 2014: Буйлова, Н. Н.; Ляшевская, О. Н. Так говорят анимешки. In: Ахапкина, Я. Э.; Рахилина, Е. В. (ред.). *Современный русский язык в интернете*. Москва: Языки славянской культуры. С. 229–249.
- Вартанова 2014²: Вартанова, Е. Л. *Постсоветские трансформации российских СМИ и журналистики*. Москва: Медиа-Мир. 280 с.
- Вишневский 2014: Вишневский, Я. Л. Триптих: Одиночество в Сети / Перевод с польского Л. Цывяна, Ю. Чайникова. Санкт-Петербург: Азбука – Азбука-Аттикус. 512 с. [Подлинник: Wiśniewski, Janusz Leon. S@motność w sieci. Tryptyk. 2004].
- Голев-www: Голев, Н. Д. *Лексическое функционирование словообразования и лексикословообразовательная системность русского языка в свете статистики Интернета*. In: <http://cyberleninka.ru/article/n/leksicheskoe-funktsionirovanie-slovoobrazovaniya-i-leksikoslovoobrazovatel'naya-sistemnost-russkogo-yazyka-v-svete-statistiki>. Состояние: 15. 2. 2016.
- Гусейнов 2014: Гусейнов, Г. Ч. (сост.). *Русский язык и новые технологии*. Москва: Новое литературное обозрение. 256 с.
- Девочка-www: *Девочка, живущая в сети*. In: <http://smages.com/blog/stati/devochka-zhivushhaya-v-seti.../>. Состояние 29. 11. 2014.
- Девушки и СМС-ки: *Как девушки пишут СМС-ки парням*. In: <https://www.youtube.com/watch?v=dGUDZ3cz5kY>. Состояние 17. 5. 2015.
- Егорова-www: Егорова, В. И. *Проявление карнавальности на лексическом уровне*. In: <http://tl-ic.kursksu.ru/pdf/009-03.pdf>. Состояние 15. 2. 2016.

- Еникеева-www: Еникеева, Яна. *Анимешники, или влюбленные в аниме*. In: <http://www.yana.enikeeva.ru/animeshniki-ili-vlyubleniye-v-anime>. Состояние 17. 3. 2016.
- Жаргон падонкафф-www: *Жаргон падонков*. In: http://ru.wikipedia.org/wiki/Жаргон_падонков. Состояние 10. 11. 2012.
- Иванов-www: Иванов, Л. Ю. Морфология и словообразование. In: Иванов, Л. Ю. *Язык интернета: Заметки лингвиста* – www.faq-www.ru/s_b.htm. Состояние 15. 1. 2016.
- Иванов 2000-www1: Иванов, Л. Ю. *Язык интернета: заметки лингвиста*. In: <http://www.faq-www.ru/lingv.htm>. Состояние: 3. 2. 2011.
- Иванов 2000-www2: Иванов, Л. Ю. *Язык интернета: заметки лингвиста. Б. Морфология и словообразование*. In: <http://www.faq-www.ru/lingv.htm>. Состояние: 3. 2. 2011.
- Интернет-угрозы-www: *Интернет-угрозы: троллинг и кибербуллинг*. In: <http://glavport.in.ua/novosti-ukrainy/item/5861-14570-44419>. Состояние 18. 2. 2016.
- Йомдин 2014: Йомдин, Б. Л. Загугли в Дале. Словари в интернет-дискуссиях. In: Ахапкина, Я. Э.; Рахилина, Е. В. (ред.). *Современный русский язык в интернете*. Москва: Языки славянской культуры. С. 114–132.
- Кончаковский 2010: Кончаковский, Р. В. *Сетевое интернет-сообщество как социокультурный феномен*. АКД. Екатеринбург: Уральский гос. ун-т. им. А. М. Горького. 22 с.
- Кронгауз 2013: Кронгауз, М. А. *Самоучитель олбанского*. Москва: АСТ. 416 с.
- Кронгауз 2014: Кронгауз, М. А. *Русский язык на грани нервного срыва. 3 D*. Москва: Corpus. 480 с.
- Кувшинская 2014: Кувшинская, Ю. М. Аббревация в речи интернет-форумов. In: Ахапкина, Я. Э.; Рахилина, Е. В. (ред.). *Современный русский язык в интернете*. Москва: Языки славянской культуры. С. 23–38.
- Кузьмин/Плыс 2010: Кузьмин, Е. И.; Плыс, Е. В. (составители). *Языковое и культурное разнообразие в киберпространстве*. Москва: МЦБС. 448 с.

- Куткова и др. 2007: Куткова, А. С.; Ляпустин, М. А.; Ковалева, Т. А.; Москалец, Л. Е. *Интернет в жизни планеты*. Москва: Высшая школа. 143 с.
- Лебедева 2008: Лебедева, Л. А. Тенденции развития жанра интернет-дневника (блога) в русскоязычной блогосфере. In: *Российский лингвистический ежегодник*. Красноярск. Вып. 3 (10). С. 158–162.
- Лир-www: Лир, М. С. Словообразование во всемирной сети и албанский язык. In: http://www.rusnauka.com/13_EISN_2014/Philologia/7_167362.doc.htm. Состояние: 15. 2. 2016.
- Лукашанец 2012: Лукашанец, Е. Г. *Словообразование в русских арго: Система способов и типов деривации*. Saarbrücken: LAP LAM-BET Academic Publishing. 428 с.
- Лукашанец-www: Лукашанец, Е. Г. Словообразование в зеркале интернет-коммуникации. In: <http://www.ireteslaw.ispan.waw.pl/handle/123456789/97>. Состояние: 15. 2. 2016.
- Лысенко 2010: Лысенко, С. А. *Взаимодействие устной и письменной формы существования языка в интернет-коммуникации*. АКД. Воронеж: Воронежский государственный университет. 24 с.
- Мамонова-www: Мамонова, Елена. *СМСка*. In: Фестиваль „Кижанские ключи“ 2014 – https://www.youtube.com/watch?v=ScKSe_1XtZMvY. Состояние 17. 5. 2015.
- Манн/Фербер-www: Манн, Иванов и Фербер. *Когнитивная перезагрузка*. In: https://plus.google.com/107104048525348436755/_posts/VDf3oMRUYMk. Состояние 15. 12. 2014.
- Медведь-www: Медведь, М. Н. *Особенности интернет-вокабуляра в коммуникативном пространстве интернет-дискурса*. In: http://dspace.univer.kharkov.ua/bitstream/123456789/6506/_2/11mmnpid.pdf. Состояние: 15. 2. 2016.
- Митюшин 2011: Митюшин, Л. Г. *Интернет как корпус лингвистических примеров*. Москва: МАКС Пресс. 28 с.
- Михалькова-www: Михалькова, О. А. Словообразовательная характеристика языка интернета (на материале английского языка). In: http://www.conference-spbu.ru/conference/20/reports/_1556/. Состояние: 15. 2. 2016.

- Моченов и др. 2003: Моченов, А. В.; Никулин, С. С.; Ниясов, А. Г.; Савваитова, М. Д. *Словарь современного жаргона российских политиков и журналистов*. Москва: ОЛМА-ПРЕСС. 256 с.
- Никитевич 2010: Никитевич, А. В. Словообразование. Лексикография. Интернет-пространство языка. In: 6. *Словообразование. Лексикография. Интернет-пространство языка. IV Международный форум русистов стран СНГ и Балтии*. Минск, 13–15 декабря 2010. С. 262–266.
- Новогодняя СМСка-www: *Новогодняя СМСка*. In: <https://www.youtube.com/watch?v=Xop2ZR1a2Bw>. Состояние 15. 5. 2015.
- Номер СМСка-www: *Номер СМСка Студии танца „Каскад“ Йошкар-Ола*. In: <https://www.youtube.com/watch?v=fqulqWf49>. Состояние 17. 5. 2015.
- Ня-www: *Ня*. In: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Ня>. Состояние 15. 5. 2015.
- Обухова 2007: Обухова, О. В. *Социокультурные факторы формирования лексики интернета (на материале английского языка)*. АКД. Москва: Военный университет. 24 с.
- Орехов 2014: Орехов, Б. В. *Суперминимум и нанодержава: префиксоиды в языке интернета*. In: Ахапкина, Я. Э.; Рахилина, Е. В. (ред.). *Современный русский язык в интернете*. Москва: Языки славянской культуры. С. 281–290.
- Пелевин 2014⁶: Пелевин, В. О. *ШЛЕМ УЖАСА: МИФ О ТЕСЕЕ И МИНОТАВРЕ*. Москва: Эксмо. 224 с.
- Петрухина-www: Петрухина, Е. В. *Новые явления в русском словообразовании*. In: <http://www.portal-slovo.ru/philology/45939.php>. Состояние: 15. 2. 2016.
- Пиперский/Сомин-www: Пиперски, А. Ч.; Сомин, А. А. *Литуративы в русском интернете: семантика, синтаксис и технические особенности бытования*. In: http://www.academia.edu/18289501/Литуративы_в_русском_Интернете_семантика_синтаксис_и_технические_особенности_бытования. Состояние 15. 2. 2016.
- Пирожки-www1: *Пирожки*. In: <http://www.perashki.ru/>. Состояние 15. 2. 2016.

- Пирожки-www2: *Пирожки*. In: <http://www.netlore.ru/pirozhki/>. Состояние 15. 2. 2016.
- Пирожки-www3: *Пирожковая*. In: <http://pirozhki-ru.livejournal.com/>. Состояние 15. 2. 2016.
- Порошки-www: *Порошок уходит*. In: poroshokuhodi.ru., Состояние 12. 3. 2016.
- Родительские смс-www: 15 самых крутых родительских смс: In: <https://www.youtube.com/watch?v=x1zYtyXjj2Y>. Состояние 17. 5. 2015
- Розин 2004: Розин, В. М. (отв. ред.). *Влияние Интернета на создание и структуру знания*. Москва: Ин-т философии РАН. 239 с.
- Рычкова/Павлюкевич 2010: Рычкова, Л. В., Павлюкевич, Д. В. Интернет-грамматики иностранных языков как инновационная коммуникативная среда. In: *Инновационное образование глазами современной молодежи: Материалы 55 ежегодной научно-практической конференции преподавателей и студентов „Университетская наука – региону“*: 23 апреля 2010 г. СГУ. Ставрополь. С. 352–353. [<http://www.lib.grsu.by/library/data/↵resources/catalog/161653-346539.pdf>].
- Сакаян-www: Сакаян, Левон. „Закон экономии“ и „неэкономные“ средства словообразования в русскоязычном Интернете. In: http://www.gewi.uni-graz.at/gralis/projektarium/Kommissionen/kommissionen_derivation.html. Состояние 22. 3. 2016.
- Самойленко 2011: Самойленко, Л. В. *Чат как сфера бытования интернет-языка*. Астрахань: Изд-во АГТУ. 184 с.
- Сафонова-www: Сафонова, Ю. А. Языковая политика России в Сети. In: http://www.gramota.ru/biblio/magazines/gramota/net/28_584. Состояние 30. 1. 2015.
- Свищук 2015: Свищук, Татьяна. Креолизированный текст как совокупность парадоксов. In: Tošović, Branko; Wonisch, Arno (Ur./Hg.). *Paradoxa in den slawischen Sprachen, Literaturen und Kulturen*. Hamburg: Verlag Dr. Kovač [Neue slawistische Horizonte, Bd. 3]. S. 131–139.
- Сетевая лингвистика-www: *Сетевая лингвистика*. In: <http://↵www.marketing.spb.ru/lib-around/science/netlinguistics.htm>. Состояние 12. 1. 2016.

- Сидорова/Шувалова 2006а: Сидорова, М. Ю.; Шувалова, О. Н. *Интернет-лингвистика: вымышленные языки*. Москва: 1989. 183 с.
- Сидорова 2006б: Сидорова, М. Ю. *Интернет-лингвистика: русский язык. Межличностное общение*. Москва: 1998. 191 с.
- Смайлик-www: *Смайлик*. In: ru.wikipedia.org/wiki/Смайлик. Состояние 11. 1. 2015.
- Сосницкая-www: Сосницкая, Олеся. „Мамский“ язык: от пузожителей до кесарят. In: <http://medportal.ru/budzdorova/things/1507/>. Состояние 15. 5. 2015.
- Сотникова 2014: Сотникова, О. П. *Интернет-издание от А до Я: Руководство для веб-редактора*. Москва: Аспект Пресс. 160 с.
- Способы самовыражения-www: *Способы самовыражения человека*. In: <http://improve-me.ru/2707>. Состояние 15. 3. 2016.
- Тошович 2015: Тошович, Бранко. *Интернет-стилистика: Монография*. Москва: Флинта – Наука. 238 с. [Научные дискуссии]
- Троллинг-www: *Что такое троллинг?* In: <http://shkolazhizni.ru/article/1468/>. Состояние 15. 3. 2016.
- Троллинг и кибербуллинг-www1: *Интернет-троллинг и кибербуллинг. Что это?* In: <http://sec4all.net/modules/myarticles/article.php?storyid=1328>. Состояние 17. 3. 2016.
- Троллинг и кибербуллинг-www2: *Троллинг и кибербуллинг – новые виды виртуального террора*. In: <http://www.broadband.org.ua/prensa/2076-trolling-i-kiberbulling-novye-vidy-virtualnogo-terroga>. Состояние 17. 3. 2016.
- Трофимова 2004: Трофимова, Г. Н. *Функционирование русского языка в Интернете: концептуально-сущностные доминанты*. АДД. Москва: Российский университет дружбы народов. 32 с.
- Трофимова 2012: Трофимова, Г. Н. *Языковой вкус интернет-эпохи в России. Функционирование русского языка в Интернете: концептуально-сущностные доминанты*. Москва: Российский университет дружбы народов. 436 с.
- Факов 2009: Факов, В. Я. *Язык интернета. Англо-русский словарь*. Москва: Международные отношения. 368 с.

- Хайдарова 2011: Хайдарова, В. Ф. *Слова, из которых создана сеть: краткий словарь интернет-языка*. Магнитогорск: Ма-Гу. 322 с.
- Хайдарова 2012: Хайдарова, В. Ф. *Краткий словарь интернет-языка*. Москва: Флинта. 328 с.
- Хайтин-www: Хайтин, А. *Интернет как катастрофа*. In: www.countries.ru/library/era/haitin.htm. Состояние 10. 6. 2011.
- Хвостов-www: Хвостов, Юрий. *СИС-ки*. In: <https://www.youtube.com/watch?v=HlxCQhgZ5M0>. Состояние 17. 5. 2015.
- Шуляк-www: Шуляк, С. *Кто такое тролли и хомячки в интернете?* In: <http://hram-troicy.prihod.ru/articles/view/id/1133385>. Состояние 5. 12. 2015.
- Чиканова-www: Чиканкова, Ольга. *Как вернуть любимого человека, используя СМС сообщения*. In: <https://www.youtube.com/watch?v=ngvpSo83T8g>. Состояние 17. 5. 2015.
- Шумайлова 2005: Шумайлова, М. С. *Актуальные проблемы развития и функционирования терминологии интернет в немецком языке*. АКД. Омск: Омский государственный технический университет. 20 с.
- Эмотикон-www: *Эмотикон*. In: <http://ru.wikipedia.org/wiki/Эмотикон>. Состояние 11. 1. 2015.
- Яковлюк-www: Яковлюк, А. А. *Словообразовательные и морфологические особенности языковых средств интернет-дискурса*. In: <http://cyberleninka.ru/article/n/slovoobrazovatelnye-i-morfologicheskie-osobennosti-yazykovyh-sredstv-internet-diskursa>. Состояние: 15. 2. 2016.
- Cristal 2005-www: Crystal, David. *The scope of Internet linguistics*. In: http://www.google.at/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&ved=0ahUKEwjYu4Lhp8fLAhVCZQ8KHWDmAYIQ.FggiMAE&url=http%3A%2F%2Fwww.davidcrystal.com%2FDavid_Crystal%2Finternet.htm&usg=AFQjCNGU1hocBRwBgA5Z2g_Gqq_x3hQzxxg&sig2=frzBOea8N9uzBrL2Sr5kBQ&bvm=bv.117218890,d.bGs&cad=rja. 10. 2. 2016.
- Internet-www: *Internet*. In: <https://ru.wikipedia.org/wiki/>. Состояние 25. 11. 2014.

- Kristal 2012: Kristal, Dejvid. *Internetska lingvistika / S engleskog prevelo Goran Drinčić*. Podgorica: Institut za crnogorski jezik i književnost. 205 s. [Original: Crystal, David. *Internet Linguistics: A Student Guide*]
- LiveChat-www: LiveChat: *Территория позитивного общения*. In: <http://livechat.su/>. 10. 2. 2016.
- Manović 2015: Manović, Lev. *Jezik novih medija*. Preveo s engleskog Aleksandar Luj Todorović. Beograd: Clio. 386 s. [Manovich, Lev. *The Language of New Media*, 2001]
- Petrović 2013: Petrović, Dalibor. *Društvenost u doba interneta*. Novi Sad: Akademska knjiga. 280 s.

Branko Tošović (Graz)

Stylistics on the Internet, the Internet in Stylistics

The subject of the current research is the triangle model Language-Style-Internet, namely internet language and style peculiarities, internet language levels and disciplines studying them, structural aspects of internet stylistics. Six types of internet stylistics are distinguished: genre, isolating, phenomenological, lingua-constructive, instrumental and generative.

Branko Tošović
Institut für Slawistik
Karl-Franzens-Universität Graz
Merangasse 70
8010 Graz
branko.tosovic@uni-graz.at

Речевая агрессия как коммуникативная игра: троллинг и флейминг

Речевая агрессия – целенаправленное, мотивированное, конфликтогенное речевое поведение, в основе которого лежит эмоциональное негативное воздействие на адресата. Троллинг и флейминг рассматриваются нами как специфические формы речевой агрессии, обусловленные параметрами интернет-дискурса. Специфичность данных форм речевой агрессии определяется прагматической установкой всех коммуникантов на дестабилизацию коммуникативного процесса. Анализ речевого поведения адресанта и адресата позволяет сделать вывод о том, что троллинг и флейминг – это коммуникативная игра для всех участников коммуникативного процесса.

1. Речевая агрессия: коммуникативно-дискурсивный подход

В конце XX–начале XXI вв. в фокусе лингвистических исследований оказывается *homo eloquens* – „человек говорящий“ – с его представлениями о коммуникативных действиях, намерениях, коммуникативной среде и принципах коммуникации. Смысл таких исследований определяется вполне прагматической целью: выявить эффективные речевые способы и инструменты для оптимального общения. Вместе с тем, очевидно, что оптимизировать общение невозможно без основательного изучения тех речевых явлений, которые далеки от представлений о корректном речевом взаимодействии.

Речевая (вербальная, словесная, языковая, коммуникативная¹) агрессия стала весьма популярной темой современных лингвистических изысканий. Сегодня никто из лингвистов не сомневается, что речевая агрессия – это сложное явление, которое нуждается не только в оценочной констатации, но и в многоаспектном изучении.

Обращаясь к проблеме агрессии в речи, лингвисты чаще всего опираются на психологический подход к данному явлению. Психологическая наука трактует вербальную агрессию как проявление негативных эмоций по отношению к чему-либо или к кому-либо, выраженное в речи (Бэрон

¹ В работах современных лингвистов все эти термины употребляются как синонимы. Подробнее о термине *речевая агрессия* см.: Воронцова 2006: 42–46.

2001: 29). Если проанализировать определения речевой агрессии, данные в лингвистических словарях, статьях, монографиях и диссертациях, то можно увидеть, что в большинстве случаев за основу берется психологическое понимание агрессии (Стилистический словарь 2003: 340; Культура русской речи 2003: 562–564; Седов 2005: 3–36 и др.) Рассматривая речевую агрессию как факт коммуникации, исследователи нередко связывают ее с определенным психологическим состоянием адресанта (Матвеева 2003: 281; Михальская 1996: 165; Енина 2002: 105), отмечая, что речевая агрессия может служить средством выплескивания эмоций и снятия эмоциональной напряженности. К. Ф. Седов ассоциирует речевую агрессию с конфликтно-агрессивным подтипом языковой личности, для которого свойственна демонстрация негативной иллокуции по отношению к коммуникативному партнеру (Седов 2000: 301).

При таком подходе основным показателем речевой агрессии выступают стилистически маркированные языковые единицы (экспрессивно-окрашенная лексика, инвектива, грубо-просторечные слова и т.д.), выражающие негативную оценку (Петрова 2011).

Однако в этом случае 'в тени' остается один из важнейших для коммуникации показателей речевого поведения – коммуникативное намерение (интенция) адресанта. Между тем, для характеристики того или иного типа речевого поведения важно не столько **как** сказано, сколько **для чего** сказано. В лингвистике сам термин *намерение* не имеет однозначного определения. В теории речевых актов намерение (интенция) понимается как коммуникативная цель высказывания. Оно было введено в категориальный аппарат теории речевых актов для того, чтобы более четко определить иллокутивную силу высказывания (Серль 1986, 1986а).

Г. П. Грайс обозначил термином *намерение* понятие субъективного значения высказывания. Субъективное значение высказывания, по мнению Г. П. Грайса, есть намерение говорящего получить с его помощью определенный результат, благодаря осознанию слушающим этого намерения (Grice 1971). И Дж. Серль, и Г. П. Грайс рассматривают критерий намерения по отношению к изолированному речевому акту. В этом смысле выявление намерения адресанта есть, по сути, определение того, какое речевое действие осуществлено, какова иллокутивная цель высказывания. Однако, как отмечает П. Стросон, выявление такого первичного намерения не всегда отражает стратегическую цель адресанта в коммуникативном акте (Стросон 1986: 143).

Наличие или отсутствие намерения как неотъемлемого элемента речевого поведения определяется не столько отдельными языковыми и речевыми элементами, сколько условиями конкретного дискурса. Характер речевого события, коммуникативные роли адресанта и адресата, особенности употребления языковых и речевых средств позволяют выявить функцию того или иного высказывания в составе данного коммуникатив-

ного акта и таким образом определить коммуникативную цель адресанта и соответствующие этой цели намерения.

С точки зрения коммуникативно-дискурсивного подхода, говорить об агрессивности не только отдельных языковых и речевых единиц, но речевых актов в целом можно только с учетом их роли и функции в конкретном коммуникативном акте или в конкретном дискурсе. Именно поэтому речевая агрессия рассматривается нами как *тип речевого поведения*, при котором говорящий контролирует выбор речевых стратегий и тактик и отбор речевых и языковых средств (Воронцова 2006, 2012).

Речевое поведение – это своего рода инструмент формирования коммуникативного пространства как зоны реальных и потенциальных контактов каждого из участников коммуникации². Представление о коммуникативном пространстве определяет выбор коммуникантом типа речевого поведения в рамках конкретного диалогического общения. Вступая в коммуникативные отношения, каждый из участников общения обладает собственным видением процесса коммуникации и своей роли в нем, имеет свои ценностные ориентиры и собственные представления о том или ином предмете речи. В соответствии с этими представлениями коммуниканты выбирают те или иные речевые стратегии и тактики, в рамках которых совершают конвенциональные или неконвенциональные речевые поступки.

Речевая агрессия в этом плане может рассматриваться как преднамеренная деформация адресантом коммуникативного пространства адресата. Говорящий не стремится создать общее с адресатом коммуникативное пространство: он вторгается в коммуникативное пространство адресата, пытаясь трансформировать это пространство по собственному усмотрению. В основе агрессии как типа речевого поведения лежит прагматическая установка адресанта на коммуникативное доминирование. Данный тип речевого поведения характеризуется двойной интенцией: 1) сознательная ориентация адресанта на субъектно-объектный тип отношений (прагматический вектор); 2) выражение негативного отношения либо к адресату, либо к предмету речи, не представленному в коммуникации (аффективный вектор).

Таким образом, мы рассматриваем речевую агрессию как целенаправленное, мотивированное, конфликтогенное речевое поведение, в основе которого лежит негативное эмоциональное воздействие на адресата. Это деструктивное речевое поведение, которое может быть реализовано в любой разновидности дискурса и в любом типе коммуникации. При этом конкретные формы реализации данного типа речевого поведения определяются характером и условиями дискурса.

² Сам термин *коммуникативное пространство* не имеет устойчивого и однозначного определения (см.: Почепцов 2001, Гаспаров 1996, Сусов 1989 и др.).

2. Специфика речевой агрессии в интернет-коммуникации

Одним из основных факторов, повлиявших на коммуникативную ситуацию в России в начале XXI-го века, стало стремительное развитие сети Интернет. В Интернете складывается особая коммуникационная среда со своими правилами взаимодействия. При этом многие исследователи интернет-дискурса обращают внимание на то, что в виртуальном общении агрессивное речевое поведение – явление весьма распространенное. Внутри интернет-сообщества сложилась целая система обозначений агрессивных форм коммуникации, самыми известными из которых являются троллинг и флейминг (или флейм). Изучению троллинга и флейминга на сегодняшний день посвящено немало социологических, психологических и лингвистических работ, связанных с проблемами интернет-коммуникации (Внебрачных 2012; Галичкина 2012; Ксенофонта 2009; Леонтьев 2013; Лутовинова 2013; Семенов 2011; и др.).

При всем разнообразии трактовки данных явлений можно выделить несколько общих положений, представленных в лингвистических исследованиях.

1. Троллинг и флейминг рассматриваются как специфические явления, свойственные исключительно интернет-коммуникации.

2. Троллинг и флейминг представляют собой рядоположенные коммуникативные реалии.

3. Троллинг и флейминг квалифицируются либо как речевые стратегии (Леонтьев 2013: 719, 721), либо как специфические жанры интернет-дискурса. Так, Е. Н. Галичкина относит троллинг и флейминг к инсталляционным жанрам агрессивной компьютерной коммуникации: „Инсталляционные жанры агрессивной компьютерной коммуникации характеризуются атональностью и манипулятивностью и представлены в двух основных форматах общения – троллинге, состоящем в выдвижении провокационных утверждений, которые могут вызвать негативную эмоциональную реакцию пользователей сети, и флейминге, заключающемся в инвективной организации общения, намеренном использовании сниженной и вульгарной лексики и карнавальном переворачивании норм поведения“ (Галичкина 2012: 8).

О. В. Лутовинова объединяет данные явления под термином ‘флейм’ и рассматривает как специфический (дискурсоприобретенный) жанр виртуального дискурса: „Флейм, во-первых, представляет собой грубое провокационное сообщение, направленное на разжигание ссоры, а также сам процесс этой ссоры, заключающийся в отходе от темы дискуссии, переходе на личности спорящих и использовании упреков и брани вместо аргументов, а, во-вторых, трактуется как пустой разговор, то есть разговор ради самого факта разговора, разговор с нулевой информативностью“ (Лутовинова 2013: 21).

Большинство исследователей определяют троллинг как речевую провокацию с целью эскалации коммуникативного конфликта, а флейминг – как „спор ради спора“ в виртуальном полилогическом общении. Однако если исходить из такого определения, то следует признать, что ни троллинг, ни флейминг не являются некими революционными технологиями общения, свойственными исключительно интернет-коммуникации. И речевая провокация, и полемика применительно к реальной коммуникации основательно исследованы и многократно описаны в лингвистической литературе как разновидности деструктивного взаимодействия.

Очевидно, что в обоих случаях случае мы имеем дело с речевой агрессией как типом речевого поведения. С точки зрения коммуникативно-дискурсивного подхода, конкретные формы реализации любого типа речевого поведения обусловлены характером дискурса. Исходя из этого, мы считаем, что троллинг и флейминг – это не речевые жанры и не особый тип речевого поведения, это формы реализации речевой агрессии, обусловленные дискурсивной спецификой интернет-коммуникации.

Лингвопрагматический статус троллинга и флейминга различен: троллинг – это чаще всего отдельное высказывание, самостоятельное речевое действие, а флейминг – это диалогическое или полилогическое взаимодействие, т. е. коммуникативный акт или фрагмент коммуникативного акта. В интернет-дискурсе эти коммуникативные явления соотносятся друг с другом как причина и следствие: троллинг – причина, флейминг – следствие. Как будет показано далее, флейминг – это эффективный результат троллинга, достижение адресантом коммуникативной цели.

В интернет-дискурсе данная форма речевого поведения чаще всего реализуется в жанрах, которые представляют собой неформальный полилог: форум, комментарий, чат и др.

Материалом для данного исследования послужили комментарии к сообщениям на различных российских сайтах.

„Интернет-комментарий в настоящее время является одним из основных видов виртуальной коммуникации, реализующим, собственно, базовую функцию всемирной сети – интерактивность. Посредством комментария на Интернет-сайтах различного типа – новостных, аналитических, в блогах выражается отношение пользователя сетей к событиям, мнениям, постам, формулируется индивидуальное и коллективное мнение пользователей о проблемах, анализируются преимущества и достижения, критикуются недостатки, проводится оценка материалов сети – в целом, ведется непрерывный диалог, отражающий жизненную реальность в виртуальном пространстве“ (Карпоян 2014: 89).

Комментарии к отдельному сообщению можно рассматривать как полилогический коммуникативный акт. Основное отличие данного коммуникативного акта от реального публичного полилога заключается в том, что здесь реплика-высказывание не обязательно предполагает ответную реакцию: реплики-комментарии могут быть не связаны между собой

коммуникативно, и объединять их может только тема сообщения. Однако в абсолютном большинстве случаев блок комментариев к сообщению – это полноценный полилог, где есть активное речевое взаимодействие.

3. Троллинг

Термин *троллинг*³ используется применительно к интернет-коммуникации и рассматривается как речевая провокация с целью эскалации коммуникативного конфликта.

Судя по материалам, представленным в различных исследованиях, и по нашим собственным наблюдениям, речевое поведение тролля вполне соотносимо с поведением коммуниканта-провокатора в реальном общении: агрессивные речевые тактики, используемые при троллинге, широко распространены и в реальной коммуникации.

Анализируя комментарии на российских сайтах, мы выделили две основные техники троллинга.

Первая техника известна в риторике как ‘шоковая’ и представляет собой агрессивное опровержение общего мнения. При этом обязательное условие такого троллинга – резкое расхождение с оценкой большинства участников коммуникации. Как правило, при общей положительной тональности комментариев тролль ‘вбрасывает’ сообщение с резко отрицательной оценкой. Например, тема сообщения – успешное выступление спортсмена. Общая направленность комментариев – выражение положительных эмоций и положительной оценки события (победы) и предмета речи (победителя). На этом фоне реплики тролля представляют собой высказывания, эксплицитно или имплицитно выражающие негативную оценку предмета речи или самого события. Содержание таких сообщений может составлять:

1) дискредитация предмета речи в контексте события: *выиграл нечестно, судьи помогли, не участвовали сильные соперники, принимал допинг и т. д.*

Например, тема сообщения: российский биатлонист А. Шипулин победил, обогнав французского спортсмена М. Фуркада (заголовок сообщения *„Шипулин удрал от Фуркада на финише“* (<http://www.sports.ru/biathlon/> 22 марта 2015)⁴. Реплика-троллинг: **domjoly**: *есть смысл сравнивать только допинг, которые оба принимают.*

³ История и этимология данного термина приводится практически во всех исследованиях, посвященных интернет-коммуникации.

⁴ Здесь и далее в примерах сохранена орфография и пунктуация оригинального текста.

2) безаргументативная негативная оценка предмета речи в целом. Например, сообщение негативной информации о личности спортсмена (*играет только за большие деньги, двух слов связать не может, не прочитал ни одной книжки, много мнит о себе и т. п.*).

Другая техника представляет собой не что иное, как известный риторический прием 'argumentum ad personem' – переход на личности – и представляет собой высказывание, содержащее резко негативную оценку кого-либо из участников коммуникации. Это может быть троллинг любого участника коммуникации, но чаще в качестве мишени выбирается наиболее авторитетный участник обсуждения. Это может быть человек, постоянно пишущий на данном сайте, или тот, кто позиционирует себя как профессионал по отношению к предмету обсуждения. Тактики троллинга в этом случае также достаточно типичны для агрессивного речевого поведения.

Первая тактика – это негативная характеристика оппонента, которая может касаться его личностных качеств или его компетентности по отношению к обсуждаемой проблеме. В отличие от публичной коммуникации, при троллинге эта тактика реализуется эксплицитно – как прямое указание на то, что адресат высказывания не обладает необходимыми знаниями по отношению к предмету речи (референту), или как указание на фактические ошибки, истинные или мнимые.

Иночка1987:

Да ваще! Тетя своими портянками все ветки зафлудила, куда ни зайдешь, везде она. Театр одного актера, блин (<http://www.sports.ru/others/figure-skating/>).

Еще одной достаточно распространенной темой троллинга является негативная оценка коммуникативной компетентности речевого партнера. Коммуникативная некомпетентность речевого партнера может манифестироваться как указание на языковые ошибки (неправильное написание или употребление слов), на отсутствие необходимых для общения лингвистических знаний и т. д. Например:

aeiou (ответ на комментарий пользователя **опты**):

Когда научитесь понимать изобразительные средства русского языка, тогда поговорим. Выучите, что такое метафора, ирония и т.д. Потом поговорим. Глядишь, и во вранье просто так не станете людей обвинять (<http://www.sports.ru/others/figure-skating/>).

Вторая тактика – это негативная оценка высказывания одного из участников. Темой троллинга может быть указание на умышленную ложь или на сознательное искажение фактов или негативная оценка содержания и стиля предшествующего высказывания. В качестве примера приведем комментарии на интервью с российской фигуристой Е. Радионовой (<http://www.sports.ru/others/figure-skating/>).

Комментарий пользователя **Демченко Геннадий**:

Милая и светлая девочка, большая труженица и максималистка до мозга костей.[...] Что и говорить, наши девчонки- удивительное племя, отчаянное и одержимое. Удачных, ярких программ и отличного нового сезона!!!

Реплика-троллинг:

Дикий Макс (ответ на комментарий Демченко Геннадий):

Столько фальши, столько неискреннего слащавого елеса! На этот раз вы превзошли сами себя. Тьфу, прочитал как будто руки грязью измазал – аж противно!

Принципиальное отличие троллинга как агрессивного типа речевого поведения от реальной коммуникации определяется намерением (прагматической целью) и характером общения. Речевая агрессия в реальной коммуникации всегда (или почти всегда) направлена на решение конкретных коммуникативно-прагматических задач: получение информации, перехват коммуникативной инициативы, создание негативного имиджа собеседника и др. Конечная цель агрессора – захват коммуникативного пространства и превращение диалога в монолог.

Уникальность ситуации интернет-общения заключается в том, что такие его особенности, как анонимность и равный доступ всех участников к коммуникативному пространству, лишает агрессивные речевые действия прагматического смысла: добиться речевого доминирования и превратить диалог в монолог в интернет-коммуникации невозможно. Этот фактор позволяет рассматривать троллинг как своеобразную коммуникативную игру. Игровая сущность троллинга определяется тем, что он имеет диаметрально противоположную цель – инициировать или активизировать коммуникативный процесс. Если в реальной коммуникации конфликт является 'побочным продуктом' агрессивного речевого поведения, то для тролля – это стратегическая цель, определяющая эффективность речевого действия. Тролль решает исключительно психологические задачи: самоутвердиться или просто позабавиться, наблюдая, как остальные участники коммуникации 'отрабатывают' его 'вброс'. Соответственно, коммуникативной неудачей троллинга будет отсутствие реакции на данные агрессивные действия. При этом важно отметить, что коммуникативные техники, используемые троллем: демонстративное нарушение общей тональности общения или резкое отклонение от темы обсуждения – призваны, скорее, эксплицировать, а не замаскировать провокационные интенции высказывания. Такая открытая провокация выглядит как приглашение включиться в коммуникативную игру.

Игровую природу троллинга подтверждает тот факт, что данный термин вышел за рамки интернет-коммуникации: троллингом сегодня называют не только жесткие речевые провокации, но и дружеские шутки, ироничные высказывания. Сфера реализации таких коммуникативных актов – ситуации фатического общения, обязательными условиями которых являются близость коммуникантов, минимальная коммуникатив-

ная дистанция и общая апперцептивная база. Коммуникативные акты такого типа можно часто наблюдать при общении близких друзей или родственников: это дружеские шутки, иронические замечания и т.п. При этом и адресант, и адресат преследуют цель, которая чаще всего обусловлена фатическим характером коммуникации: развлечь себя и окружающих, поупражняться в остроумии. Ср.:

*А. Шипулин (биатлонист): С Легковым мы очень хорошие друзья. И всегда очень тесно и плотно общаемся. Он приходил нас поздравлять. И мы, конечно, не могли его не **потроллить**... Немножко пошутили с ним. Вот, видимо, это и помогло ему на старте. (www.gazeta.ru/sochi2014/2014).*

Все указанные обстоятельства позволяют рассматривать данную форму агрессивного речевого поведения как коммуникативную игру.

4. Флейминг

Если троллинг – это агрессивное речевое действие, то флейминг – это агрессивное речевое взаимодействие.

Речевая агрессия – это конфликтогенное речевое поведение: при любом типе коммуникации конфликт является коммуникативной перспективой речевой агрессии. Коммуникация развивается по конфликтному сценарию при установке на речевую агрессию и адресанта, и адресата. Конфликтное взаимодействие редко бывает результативным с точки зрения достижения прагматических целей коммуникантов, поскольку при таком речевом поведении диалог приобретает агональный характер, когда предмет обсуждения уходит на второй план и для участников коммуникации становится важнее ‘кто кого’.

Флейминг представляет собой именно такой агональный диалог, смыслом которого является сам полемический процесс, т.е. спор ради спора, в котором все средства хороши. Пусковым механизмом такого диалога или полилога в интернет-коммуникации обычно является реплика-троллинг, т.е. флейминг – это результат эффективной речевой провокации. Игровая специфика флейминга заключается в том, что в риторическом понимании флейминг – это не спор, поскольку общий предмет обсуждения в таком споре обычно отсутствует или является второстепенным. Флейминг – это, по сути, взаимный троллинг, где основным и едва ли не единственным приемом является упоминавшийся ранее прием ‘argumentum ad personem’ – переход на личности.

Приведем в качестве примера флейминг в комментариях к сообщению „Врачи-наркологи просят разрешить пациентам курить в больницах“ (<http://doctorpiter.ru/articles/6943/12.07.2013>):

Евгения: [...] Табак – это тоже наркота. Туника.

Боевой санитар: Нормальным, воспитанным, интеллигентным людям и в голову не придет назвать кого-то тупицей... Вы позволяете себе хамство. Научитесь сначала вести полемику, а потом вступать в нее.

Евгения: У нашего доблестного БС есть одна милая особенность – он никогда не делает интервалов после знаков препинания (никогда!)

PS Сейчас БС прибежит и начнет тут про аминазин, вот 100%!

Боевой санитар: Вас аминазинить не буду, бессмысленно, т.к. аминазин действует на головной мозг (у кого он есть). Спасибо за анализ моей орфографии, самоограниченная...

Евгения:))) Ну что, БС, всё пытаетесь укунить меня? Ищете слабое место, и так назовете и этак. Лучшие бы научились права свои отстаивать перед работодателем в частности и по жизни в целом

Боевой санитар: Евгения! Я не собака, что бы кого то кусать и не клоп. Я работаю в чудесной клинике и у меня нет необходимости отстаивать свои права. У вас слабое место и искать не надо – вы вся одно слабое место...

В реальной коммуникации столь агрессивное взаимодействие, как правило, обусловлено эмоциональным состоянием коммуникантов. Диалог (полилог) в реальной коммуникации – процесс динамичный. По мнению Л. П. Якубинского, при диалогической коммуникации быстрая смена коммуникативных ролей вынуждает собеседников почти одновременно выполнять несколько когнитивных действий: слушать, понимать и формировать ответную реплику, и это вынуждает говорящего пренебрегать заботой о форме высказывания (Якубинский 1986: 53–55). В реальной коммуникации ответная реплика должна быть дана здесь и сейчас, иначе общение прерывается. В этой ситуации излишне эмоциональное агрессивное высказывание может быть непреднамеренным речевым действием.

В виртуальной коммуникации мы имеем дело с письменной формой речи и с асинхронным общением: можно отреагировать на реплику-акцию сейчас, можно через час. Следовательно, у коммуникантов есть время, чтобы оформить свое высказывание в соответствии с коммуникативными конвенциями. Вероятность того, что агрессивность реплики обусловлена нежелательной для адресанта эмоциональностью здесь гораздо ниже. Это позволяет предположить, что в абсолютном большинстве случаев агрессивное высказывание в неформальной интернет-коммуникации представляет собой преднамеренное речевое действие.

Другим важным отличием виртуального общения от реального является добровольность коммуникации и отсутствие иллюкативного вынуждения. Рассматриваемый нами жанр комментария факультативен сам по себе: комментарии к сообщениям могут быть, а могут не быть вообще. Если для автора основного сообщения (журналиста или блогера) комментарии – это средство обратной связи, то для самих комментаторов – это фатическая коммуникация, общение ради общения. У любого из участников такого виртуального общения всегда есть выбор: вступать или не вступать в коммуникацию. При этом каждый из коммуникантов сам

определяет границы коммуникативного пространства: выбирает собеседников, регулирует степень собственного участия в коммуникации. Точно так же ничем не обусловлен и выход из коммуникации: из виртуальной коммуникации каждый из участников может выйти в любой момент без всяких коммуникативных и психологических последствий (из реальной, особенно если это публичная коммуникация, „без потери лица“ выйти можно далеко не всегда).

В комментировании сообщений, как правило, участвуют опытные интернет-пользователи, которые легко распознают и без того прозрачные интенции тролля и чаще всего игнорируют откровенно провокационные высказывания.

Данные параметры коммуникации позволяют предположить, что агрессивная реакция на троллинг-сообщение – не эмоциональное, а осознанное, преднамеренное речевое действие. Адресат по собственной воле вступает в коммуникативную игру и играет по тем же правилам, что и тролль: каждая реплика во флейминге является стимулом для продолжения конфликтной коммуникации. В содержательном и стилистическом плане флейминг-диалог выглядит как взаимное упражнение в злословии.

Условный характер такого конфликта подтверждается тем, что, в отличие от конфликта реального, он не имеет логического завершения и коммуникативных последствий: коммуниканты просто обрывают агрессивный диалог и переключаются на другую тему или на других собеседников. Такое поведение коммуникантов свидетельствует о том, что флейминг для них является коммуникативной игрой.

Выводы

1. С точки зрения коммуникативно-дискурсивного подхода, речевая агрессия – это деструктивное конфликтогенное речевое поведение, которое характеризуется двойной интенцией: 1) сознательная ориентация адресанта на субъектно-объектный тип отношений (прагматический вектор); 2) выражение негативного отношения либо к адресату, либо к предмету речи, не представленному в коммуникации (аффективный вектор). Это речевое поведение может быть реализовано в любой разновидности дискурса и в любом типе коммуникации. Конкретные формы реализации данного типа речевого поведения определяются характером и условиями дискурса.

2. Троллинг и флейминг – это формы реализации речевой агрессии, обусловленные дискурсивной спецификой интернет-коммуникации, имеющие различный лингвопрагматический статус: троллинг – это речевое действие, а флейминг – это диалогическое или полилогическое взаимодействие. В интернет-дискурсе эти коммуникативные явления соот-

носятся друг с другом как причина и следствие: троллинг – причина, флейминг – следствие.

3. Дискурсивные параметры интернет-коммуникации позволяют рассматривать троллинг как коммуникативную игру, цель которой – вовлечь адресата в коммуникативный конфликт.

4. Флейминг является результатом троллинга и представляет собой агрессивное речевое взаимодействие, смысл которого состоит исключительно в развитии агонального диалога или полилога

Таким образом, специфика троллинга и флейминга как форм агрессивного речевого поведения определяется установкой коммуникантов на конфликтное общение, не имеющее прагматической цели, что позволяет рассматривать троллинг и флейминг как коммуникативную игру.

Источники

- <http://www.sports.ru>. Состояние: 22. 4. 2015.
<http://www.sports.ru>. Состояние: 20. 12. 2014.
<http://doctorpiter.ru>. Состояние: 12. 7. 2014.
<http://news.sportbox.ru>. Состояние: 28. 12. 2014.
<http://rusbiathlon.ru>. Состояние: 20. 11. 2014.
<http://echo.msk.ru>. Состояние: 17. 10. 2014.
<http://www.gazeta.ru>. Состояние: 24. 2. 2014.

Литература

- Бэрн 2001: Бэрн, Роберт, Ричардсон, Дебора. *Агрессия*. Санкт–Петербург.
- Внебрачных 2012: Внебрачных, Роман. Троллинг как форма социальной агрессии в виртуальных сообществах. In: *Вестник Удмуртского университета. Философия. Социология. Психология. Педагогика*. Ижевск. С. 48–51.
- Воронцова 2006: Воронцова, Татьяна. *Речевая агрессия: вторжение в коммуникативное пространство*. Ижевск.
- Воронцова 2012: Воронцова, Татьяна. Речевая агрессия, толерантность, вежливость. In: Солганик Г. Я. (Ред.). *Язык СМИ и политика*. Москва. С. 569–611.
- Галичкина 2012: Галичкина, Елена. *Компьютерная коммуникация: лингвистический статус, знаковые средства, жанровое пространство: АДД*. Волгоград.

- Гаспаров 1996: Гаспаров, Борис *Язык, память, образ. Лингвистика языкового существования*. Москва.
- Енина 2002: Енина, Лидия. Речевая агрессия и речевая толерантность в средствах массовой информации. In: Каргин А. С. (Ред.). *Российская пресса в поликультурном обществе: толерантность и мультикультурализм как ориентиры профессионального поведения*. Москва. С.104–110.
- Карпоян 2014: Карпоян, Софья. *Эпистемическая модальность в интернет-комментарии: дисс. ... канд. филологических наук*. Ростов-на-Дону.
- Ксенофонтова 2009: Ксенофонтова, Ирина. Специфика коммуникации в условиях анонимности: меметика, имиджборды, троллинг In: *Интернет и фольклор*. Москва. С. 285–294.
- Культура русской речи 2003: Иванов Л. Ю., Сковородников А. П., Ширяев Е. Н. (Ред.). *Культура русской речи: Энциклопедический словарь-справочник*. Москва.
- Леонтьев 2013: Леонтьев, Виктор. Стратегии невежливой коммуникации в компьютерном дискурсе. In: Колесов В. В., Пименова М. В., Теркулов В. И. (Ред.). *Человек. Язык. Культура*. Киев. С. 714– 723.
- Лутовинова 2013: Лутовинова, Ольга. *Языковая личность в виртуальном дискурсе: АДД*. Волгоград.
- Матвеева 2003: Матвеева, Тамара. *Учебный словарь: русский язык, культура речи, стилистика, риторика*. Москва.
- Михальская 1996: Михальская, Анна. *Русский Сократ*. Москва.
- Петрова 2011: Петрова, Надежда, Рацибурская, Лариса. *Язык современных СМИ: средства речевой агрессии*. Москва.
- Почепцов 2001: Почепцов, Георгий. *Теория коммуникации*. Москва.
- Седов 2000: Седов, Константин. Речевое поведение и типы языковой личности. In: Купина Н. А. (Ред.). *Культурно-речевая ситуация в современной России*. Екатеринбург. С. 298–312.
- Седов 2005: Седов, Константин. Речевая агрессия в повседневной коммуникации. In: Загидуллина М. В. (Ред.). *Речевая агрессия в современной культуре*. Челябинск. С. 32–41.
- Семенов 2011: Семенов Дмитрий, Шушарина, Галина. Сетевой троллинг как вид коммуникативной деятельности. In: *Международный журнал экспериментального образования*. Москва. С. 135–136.
- Серль 1986: Серль, Джон Роджерс. Что такое речевой акт? In: Городецкий Б. Ю. (Ред.). *Новое в зарубежной лингвистике*. Москва. С. 151–169.

- Серль 1986 а: Серль, Джон Роджерс. Классификация иллокутивных актов. In: Городецкий Б. Ю. (Ред.). *Новое в зарубежной лингвистике*. Москва. С. 175–194.
- Стилистический словарь 2003: Кожина М. Н. (Ред.). *Стилистический энциклопедический словарь русского языка*. Москва.
- Стросон 1986: Стросон, Питер Фредерик. Намерение и конвенция в речевых актах In: Городецкий Б. Ю. (Ред.). *Новое в зарубежной лингвистике*. Москва. С. 130–150.
- Сусов 1989: Сусов, Иван. Говорящая личность в лингвосоциальном и лингвопрагматическом пространствах. In: Хомяков В. А. (Ред.). *Социальная стратификация языка*. Пятигорск. С. 57–59.
- Якубинский 1986: Якубинский, Лев. *Избранные работы: Язык и его функционирование*. Москва.
- Grice 1971: Grice, Herbert Paul. Meaning. In: Steinberg D., Jakobovits L. (Eds.). *Semantics: an Interdisciplinary Reader*. Cambridge. P. 147–172.

Tatiana Vorontsova (Chelyabinsk)

Speech Aggression as a Communicative Game: Trolling and Flaming

Specific forms of speech aggression in the internet communication are viewed in the article.

Speech aggression is a purposeful, motivated, conflict speech behavior based upon the negative emotional influence on the addressee.

Such genres as forum, commentary, etc. represent a public polylogue in internet discourse in which communication is realized in the written form. This type of communication differs from oral communication by the following parameters: 1) asynchronous communication; 2) anonymous character of communicants; 3) optional communicative act; 4) absence of illocutive enforcement (possibility to leave the communicative space or enter it at any moment). These parameters have determined the appearance of such specific forms of speech aggression as trolling (speech provocation) and flaming (argument for argument sake).

Peculiarities of these forms of speech aggression are determined by the fact that the main aim of communicants is to destabilize the communicative process. The addressant's and the addressee's speech behaviour analysis has led to the conclusion that trolling and flaming is a communicative game not only for the initiator of communication but for all communicative process participants. The game component of such communication is realized by the definite speech tactics and language means choice.

Татьяна А. Воронцова
Челябинский государственный университет
Челябинск
Россия
voron500@yandex.ru

Арно Вониш (Грац)

Диминутивы в туристических онлайн-каталогах

Настоящий доклад посвящается одному аспекту онлайн-текстов на несколько славянских языков, а именно словообразовательной категории диминутивов / уменьшительных форм в онлайн-программе туроператоров на некоторых языках.

Целью анализа (написан почти накануне и в ожидании лета в 2015 г.) является глобальное и обобщенное сопоставление этого уменьшительного типа экспрессивного языкового выражения на примере туристических онлайн-каталогов и сайтах о город(к)ах Дубровник/Dubrovnik („жемчужина Адриатики“ в Хорватии; 42.600 жителей), Кицбюэль/Kitzbühel (известный центр горнолыжного спорта в Австрии; 8.200), Блед/Bled (альпийский курорт в Словении; 8.200) и Несебър/Nesebăr (морской курорт в Болгарии; 13.900). Следует отметить, что в рамках анализа не учитывались другие (туристические) интернет-источники как отчеты о путешествиях, блоги, дневники, разные сообщения на социальных сетях, а также комментарии пользователей различных систем электронного бронирования, напр., www.booking.com и др.

Исследование затрагивает следующие языки: русский, боснийский (бошняцкий), сербский, хорватский, болгарский и словенский – последние два языка особенно и ввиду того, что на нашей встрече нет болгарских и словенских представителей; в конце концов, и вне славянской языковой семьи, будет в анализ включен немецкий язык.



Слева: Дубровник (Хорватия); справа: Кицбюэль (Австрия)



Слева: Блед (Словения); справа: Несебыр (Болгария)

М и р о в а я п а у т и н а. Предполагается, что интернет станет в 21 веке самым распространенным и в то же время и самым гетерогенным механизмом коммуникации, в рамках которого пересекаются границы между отправителями и получателями информации разнообразного типа. Со всеми своими пространствами и промежуточными пространствами мировая паутина представляет собой новую и особую, многозвенную цепочку, которая, по мнению автора и по-видимому, растворяет сложившиеся понятия о разновидностях языка/речи и его/ее функционально-стилистическом структурировании. В центре нашего внимания находится одна весьма узкая частеречная категория – способ уменьшения в онлайн-каталогах туроператоров на русском, боснийском (бошняцком), сербском, хорватском (и также черногорском), болгарском, словенском и немецком языках.

У м е н ь ш и т е л ь н ы е ф о р м ы или **д и м и н у т и в ы** являются языковыми универсалиями, направленные на уменьшение (реже /пре/увеличение), а также выражение чувства близости, интимности, и одновременно безопасности. Именно поэтому стремление людей к диминутивизации, по всей видимости (и по моему мнению), обусловлено чаще всего ощущением неуверенности и дезориентации, человеческой беспомощностью в бесконечности пространства и времени. В связи с темой анализа предполагается, что желание к уменьшению, к „миловидности“ относится и к летнему и/или зимнему отдыху, т. е., надеемся, и к самым красивым дням в течение одного года.

Так как (вопреки терминологической ограниченности) данная тема затрагивает весьма широкий круг вопросов, в исследовании будут выбраны и рассмотрены только некоторые доминирующие элементы, которые могут помочь в выявлении основных элементов, закономерностей и тенденций использования имен уменьшительных (диминутивов и/или имен гипокористических, причем имена гипокористические не являются предметом данного анализа).

Из-за упомянутого огромного объема в анализ, главным образом, включены только диминутивы, относящиеся к существительным.¹ В рам-

¹ В то время как диминутивны-существительные выражают преимущественно (и более и менее „объективным способом“) денотаты маленьких, ограни-

ках категории диминутива для выражения прежде всего субъективно-ласкательного, неформального, дружеского и фамильярного (но и пренебрежительного, напр. *народишко*, *актеришка*) значения малого, ограниченного объема, размера или масштабов, можно сразу же заметить, что уменьшительные конструкции в отдельных славянских языках в качественно-формальном отношении обладают похожими формами и похожим объемом, но, все-таки есть определенные своеобразия.

а) В русском языке для образования уменьшительных/уменьшенных размеров существуют (по крайней мере) следующие языковые средства, точнее говоря суффиксы имен существительных (и прилагательных, а также наречий, здесь не рассмотренных), напр.:

мужской род /имен существительных/ (в дальнейшем тексте: м. р.): **-ок** (*городок*), **-ёк** (*огонек*), **-ик** (*садик*, *домик*), **-(ь)чик** (*стульчик*), **-ец** (*хлебёк*, *бретёк*);

женский род (ж. р.): **-ка** (*головка*, *картинка*), **-ица** (*сестрица*, *книжица*), **-очка** (*лампочка*), **-ечка** (*кошечка*), **-ушка** (*матушка*), **-(ич)ка** (*птичка*);

средний род (с. р.): **-ко** (*пивко*), **-шко** (*окошко*), **-цо** (*словцо*), **-ецо** (*письмецо*), **-ечк(о)** (*местечко*) – Rusgram-www.



Городок / Пивко / Кошечка

б) В языках-преемниках бывшего сербохорватского/хорватскосербского языка, т. е. в боснийском (бошняцком), сербском,

ченных размеров, уменьшительные формы других частей речи относятся, прежде всего, к эмоционально-оценочному (и субъективному) характеру действий, состояний и др.

хорватском (и также черногорском) языках набор средств для выражения уменьшенного размера (терминологически: *diminutiv/deminutiv, umanjenica*) состоит из следующих формантов:

м. р.: **-ić** (*gradić, člančić*), **-čić** (*prozorčić, programčić*), **-ak** (*prstenak, sm/ij/ešak*), **-ac** (*bratac*, но также *poljubac*), **-ečak** (*grmečak*), **-ičak** (*kamičak*, но и *soba* !/ – *sobičak*);

ж. р.: **-ica** (*kućica, bočica*), **-čica** (*grančica, stvarčica*), **-ca** (*riječca*), **-ka** (*travka*);

с. р.: **-ce** (*jezerce, zvonce, seoce*), **-ance** (*okance*), **-ašce** (*m/j/estašce*), **-ence** (*prasence, d/j/etence*), **-ešce** (*telešce, vimešce*), **-ić** (*grlič*);

без различ(ен)ия родов: **-če** (*unuče, d/j/evoјče*), **-eljak** (*puteljak*), **-uljak** (*brežuljak*) – Barić et al. 1995, Klajn 2005.



Gradić / Pivica / Mačkica

в) В болгарском языке, т. е. в языке, потерявшем вместе с македонским – для славянских языков иначе типичную – систему шести/семи падежей, диминутивы-существительные (терминологически: *деминутив/диминутив, умалително име*) формально образуют довольно гомогенную и (в сравнении с другими славянскими языками) меньшую группу со следующими морфемами:

м. р.: **-ец** (*животец*), **-ле** (*мъжле, братле*);

ж. р.: **-ка** (*маслинка*), **-ица** (*водица*), **-ичка** (*биричка*);

с. р.: **-це** (*хорце*), **-енце** (*момченце*), **-чице** (*слънчице*)

без различ(ен)ия родов: **-че** (*градче, женче, дръвче*; без всякого сомнения суффикс **-че** в болгарском языке является самым продуктивным)² – Пашов 1999.



три прости стъпки към
щастие и вътрешен мир



Градче / Биричка / Котенце

г) Словенский язык как самый северный в рамках южно-славянских языков в зависимости от источников/авторов (Bajec, Toporišič, Vidovič Muha) различает следующие типы диминутивов (терминологически: *manjšalnice*):

м. р.: **-ec** (*bikec, delec*), **-ič** (*gradič, fantič*), **-ek** (*gumbek, griček*), **-ček** (*hribček, čajček*), **-iček** (*čolniček*); в то время как суффиксы **-ko** (*sinko*), **-če** (*Perče*) и **-i** (*tati, Franci*) считаются (по моему мнению) чисто гипокористическими формами;

ж. р.: **-ca** (*stvarca, klopca*), **-(i)ica** (*mizica, hišica, sestričica*), **-ka** (*račka, nogavička*);

с. р.: **-(e)ce** (*mestece, sončece*), **-(e)ca** (*jetrca, nedrca*), **-iče** (*cvetjiče*), **-če** (*jelenče*), **-ko** (*jabolčko*)³ – Toporišič 1991, Toporišič et al. 1994.

² Предполагается, что – независимо от сравнительно ограниченного объема форм в отношении существительных – категория диминутива в болгарском языке обладает самым широким (и одновременно и самым частотным) спектром применения в рамках других частей речи, ср.: прилагательные *черничък, големичък, дебеличък*; наречия *бавничко, бързичко, дългичко* и глаголы (вне категорий вида и способа глагольного действия) *обичкам, гледкам, тичкам*.

³ Интересен и факт, что уменьшительный суффикс **-le** в словенском языке обладает довольно широким диапазоном употребления в качестве конечной мор-



Mestece / Pivce / Mačica

е) Н е м е ц к и й язык, в отличие от славянских языков, обладает для выражения диминутивного значения лишь формами исключительно среднего рода: **-chen** /*Händchen*, с альтернативой гласного в основе слова и в значении 'рученька', **-lein** /*Schwänzlein* 'хвостик'/ и регионально-южно-немецкие /баварско-австрийские и алеманнские/ типы образования при помощи суффиксов **-erl** /*Hunderl* 'собачонка', **-le** /*Städtle* 'городок' и **-l** /*Häusl* 'домик, уборная /туалет'/). Других возможностей для выражения диминутивного значения нет.



Städtchen / Bierchen / Kätzchen

В целях проведения настоящего анализа в период с 6 по 14 апреля 2015 г. (исходя из русского языка) рассмотрены сайты крупных туроператоров Российской Федерации, Боснии и Герцеговины, Сербии, Хорватии, Болгарии, Словении, Австрии и Германии и собран материал по следующим параметрам (и всем /не/возможным типам написания): *Дубров-*

фемы (преимущественно) наречий и местоимений, ср.: *zdajle*, *tole* и др. Кроме того, *le* в словенском языке выступает и самостоятельно, а именно как синоним для наречия *samo* (ср. и *lei* в наречиях южной Австрии).

ник/Dubrovnik, Кицбюэль/Кицбил/Kicbil/Кицбюел/Kitzbühel, Блед/Bled и Несебыр/Nes(s)ebar/Nes(s)ebur/Несебар/Nes(s)ebur в комбинации с лексемой/токеном *отдых*.



Пляжик / Снежок

Русский язык: Поиск по ключевым словам *Дубровник*, *Кицбюэль*, *Блед* и *Несебыр* и *отдых* выявил следующие диминутивные леммы: *кораблик*, *ресторанчик*, *уголок*, *местечко*, *ребятишки*, *отельчик*, *городок* (не только *Кицбюэль*, *Блед* и *Несебыр*, а и *Дубровник*), *пляжик*, *курортник*, *улочка*, *переулочка*, *шезлонгчик*, *солнышко*, *песочек*, *озерце*, *пансиончик*, *барчик*, *пивко*, *винце*, *домик*, *полотенчик*, *магазинчик*, *балкончик*, *речка*, *бутылочка*, *блюдечко*, *снежок*, *рыбка*, с тем, что самыми частотными суффиксами оказались *-чик* (8 раз) и *-ик* (5, оба м. р.) – booking-www-ru, Dubrovnik-www-ru, Kitzbuehel-www-ru, Nesebar-www-ru.



Шезлонгчик / Полотенчик

Боснийский (бошняцкий), сербский, хорватский (и также черногорский) языки в анализируемом корпусе представлены следующими словами-диминутивами: *restorančić*, *brodić*, *kutić*, *mjestance*, *otočić*, *hotelčić*, *gradić* (но не в связи с названием города *Дубровника*), *plažica*, *uličica*, *kafić*, *pivica*, *kućica*, *dućančić*, *balkončić*, *r(j)ečica*, *bočica*, *ribica*; отсутствует, таким образом, эквиваленты русским словам *ребятишки*, *переулочка*, *шезлонгчик*, *солнышко*, *песочек*, *озерце*, *пансиончик*, *барчик*, *полотенчик*, *магазинчик*, *балкончик*, *речка* и *бутылочка*, но в отличие от русского языка встречаем *otočić* и *ostrvce* и весьма распространенную лексему *kafić*, которая сегодня в этих языках больше не воспринимается как диминутив. На первом месте находится суффикс

женского рода **-ica** (6), следуют мужские окончания **-čić** и **-ić** (4) – booking-www-sr, booking-www-hr, Dubrovnik-www-hr.



Brodić / Kafić

В туристических порталах на болгарском языке были найдены следующие уменьшительные существительные: *ресторантче*, *корабче*, *ъгълче*, *хотелче*, *градче* (для всех четырех дестинаций), *плажче*, *курортче*, *уличка*, *шезлонгче*, *слънчице*, *езерце*, *пансионче*, *барче*, *бирица/биричка*, *винце*, *къщица/къщичка*, *пешкирче*, *магазинче*, *балконче*, *речка*, *бутилчица*, *рибка*. Видно, что в болгарском языке явно доминирует суффикс **-че** (13), который – в принципе – способен образовывать диминутивы существительных мужского, женского и среднего рода, но который употребляется, как и можно было ожидать, преимущественно в комбинации с существительными мужского рода. Относительно частоты уменьшительных форм предполагается, что диминутивы в болгарском языке чаще используется, чем в соседних боснийском (бошняцком), сербском, хорватском и черногорском языках, но реже (и менее разнообразно), чем в русском (booking-www-bg, Nesebär-www-bg).



Балконче / Рибка

Самым северным языком южнославянского ареала является словенский, в туристическом материале которого обнаружены следующие лексемы: *ladjica*, *čolniček*, *kotiček*, *mestec* (в значении и 'местечко' и 'городок'; в качестве *городка* только для *Бледа* и *Несебыря*, но не для *Дубровника* и *Кучбюэля*), *hotelček*, *plažica*, *uličica*, *ležalniček*, *sonček*, *jezerce*, *barček*, *pivce*, *vince*, *hišica*, *trgovinica*, *balkonček*, *rečica*, *steklenička*,

ribica. Следовательно, способ употребления диминутивов в словенском языке похож на тот, который встречается в боснийском (бошняцком), сербском, хорватском и черногорском, с тем, что вместо суффикса *-(č)ić* у существительных мужского рода значительно преобладает *-ček*. Уменьшительные формы существительных женского и среднего рода образуются, как и в других славянских языках, в основном с окончаниями на *-a* и *-e* (*booking-www-sl*, *Bled-www-si*).



Sonček / Hišica

Немецкий язык как представитель западногерманского языкового семейства обладает, как мы уже видели, довольно узким и скромным репертуаром уменьшительных форм, ограниченным на уровне литературного/стандартного языка только „равноправными“ (?) суффиксами *-chen* и *-lein* (может быть и *-erl* с исключительно южно-немецкой /баварско-швабско-австрийской/ коннотацией). В туристическом материале оказались следующие слова: *Örtchen* (с изменением корня *o > ö*, ср. в дальнейшем и следующие примеры), *Städtchen/Städtlein* (для *Кицбюэля*, *Бледа*, *Несебыра* и *Дубровника*), *Gässchen*, *Bierchen*, *Weinchen/Weinderl* (последнее только неофициально в сугубо австрийском контексте), *Häuschen*, *Flüsschen*. Достойным внимания кажется факт, что в немецком языке обнаружено всего семь диминутивов (в том числе почти исключительно с суффиксом *-chen*) – *booking-www-de*, *Dubrovnik-www-de*, *Kitzbühel-www-de*, *Bled-www-de*.



Gässchen / Weinchen

Таким образом становится очевидным основное различие между славянскими языками и немецким языком (наверно и другими германскими

языками): несмотря на разные способы образования и частоту использования, языки славянского мира обладают намного более широким набором диминутивных форм, чем германские. Употребление уменьшительных форм в анализируемой сфере интернета показывает определенные и одновременно и значительные различия между отдельными языками, с тем, что самым широким формальным, категориальным и частотным спектром (наверное) обладает русский язык, в то время как другие славянские языки отличаются более или менее скромным диапазоном диминутивов. Самое узкое и ограниченное употребление уменьшительных форм существительных в рамках анализируемых языков проявляет немецкий язык, в котором суффиксальные диминутивы являются относительно редкими. Что касается различий и/или соотношений между онлайн- и классических („бумажных“) источников этого вида, можно предполагать, что употребление диминутивов является типичной чертой электронных анонсов; это показал параллельный просмотр (и сравнение) бумажного (частично сканированного) и электронного туристического материала.

Литература

- Андрић 2011: Андрић. Едита. Деминутив у мађарском и српском језику. In: *Zbornik za jezike i književnosti Filozofskog fakulteta u Novom Sadu*. Knj. 1(2011). С. 11–26.
- Barić et al. 1995: Barić, Eugenija; Lončarić, Mijo; Malić, Dragica; Pavešić, Slavko; Peti, Mirko; Zečević, Vesna; Znika, Marija. *Hrvatska gramatika*. Zagreb.
- Jahić/Halilović/Palić 2000: Jahić, Dževad; Halilović, Senahid; Palić, Ismail. *Gramatika bosanskoga jezika*. Zenica.
- Klajn 2005: Klajn, Ivan. *Gramatika srpskog jezika*. Beograd.
- Pašov 1999: Пашов, Петър. *Българска граматика*. София.
- Sicherl 2013: Sicherl, Eva. Diminutive Nouns and Verbs in Slovene Compared to Their English Equivalents. In: *Slovenski jezik – Slovene Linguistic Studies* 9(2013). S. 145–162.
- Toporišič 1991: Toporišič, Jože. *Slovenska slovnica*. Maribor.
- Toporišič et al. 1994: Toporišič, Jože. *Slovenski pravopis. 1, Pravila*. Ljubljana.

Источники

- booking-www-ru: <http://www.booking.com/index.ru.html>. Состояние: 12.–13.4.2015.
- booking-www-sr: <http://www.booking.com/index.sr.html>. Состояние: 12.–13.4.2015.
- booking-www-hr: <http://www.booking.com/index.hr.html>. Состояние: 12.–13.4.2015.
- booking-www-bg: <http://www.booking.com/index.bg.html>. Состояние: 12.–13.4.2015.
- booking-www-sl: <http://www.booking.com/index.sl.html>. Состояние: 12.–13.4.2015.
- booking-www-de: <http://www.booking.com/index.de.html>. Состояние: 12.–13.4.2015.
- Dubrovnik-www-hr: <http://www.tzdubrovnik.hr/>. Состояние: 13.4.2015.
- Dubrovnik-www-ru: <http://www.tzdubrovnik.hr/lang/ru/index.html>. Состояние: 13.4.2015.
- Dubrovnik-www-de: <http://www.tzdubrovnik.hr/lang/de/index.html>. Состояние: 14.4.2015.
- Kitzbühel-www-de: <https://www.kitzbuehel.com/de>. Состояние: 13.4.2015.
- Kitzbühel-www-ru: <https://www.kitzbuehel.com/ru>. Состояние: 13.4.2015.
- Bled-www-si: <http://www.bled.si/si/>. Состояние: 13.4.2015.
- Bled-www-de: <http://www.bled.si/de/>. Состояние: 14.4.2015.
- Nesebär-www-bg: <http://www.nessebarinfo.com/tourism.php>. Состояние: 14.4.2015 г.
- Nesebär-www-ru: <http://www.russian.nessebarinfo.com/>. Состояние: 14.4.2015.
- Rusgram-www: <http://rusgram.narod.ru/380-432.html>. Состояние: 12.4.2015.

Arno Wonisch (Graz)

Diminutives in Online Tourist Brochures

This article deals with one aspect of the language of tourist brochures in some Slavic languages – namely, with the word-formation category of *diminutives* in online tourist brochures. The aim of the analysis is to compare the usage of diminutives as a matter of expression with the example of tourist brochures and websites dedicated to the cities of *Dubrovnik* („The Pearl of the Adriatic“, Croatia, population 42,000), *Kitzbühel* (Austrian ski resort, population 8,200), *Bled* (popular tou-

rist destination in Slovenia, population 8,200) and N e s e b a r (seaside resort an the Bulgarian Black Sea Coast, population 13,900).

Arno Wonisch
Institut für Slawistik
Karl-Franzens-Universität Graz
Merangasse 70
8010 Graz
arno.wonisch@uni-graz.at

Bibliographische Information der Deutschen Bibliothek

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliographie; detaillierte bibliographische Daten sind im Internet über <http://dnb.ddb.de> abrufbar.

Bibliographic information published by Die Deutsche Bibliothek

Die Deutsche Bibliothek lists this publication in the Deutsche Nationalbibliografie; detailed bibliographic data is available in the Internet at <http://dnb.ddb.de>

ISBN 978-3-9504084-4-7

