

Министерство образования и науки Российской Федерации
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Кафедра русского языка и
речевой коммуникации

СНИЖЕННАЯ ЛЕКСИКА В ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ

АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

Студента 4 курса 431 группы
направления 42.03.02 «Журналистика»
Института филологии и журналистики
Кривицкой Елены Владимировны

Научный руководитель
доктор филологических наук,
профессор

дата, подпись

М.А. Кормилицына

Заведующий кафедрой
доктор филологических наук,
профессор

дата, подпись

М.А. Кормилицына

Введение. Жизнь современного человека сегодня очень трудно представить без ежедневного использования Интернета. Исследователи всего мира не перестают заявлять о влиянии, которое оказывает Сеть на своих пользователей. Меняется психология, вкусы, привычки, режим дня и даже сам процесс восприятия информации. И эти изменения, конечно, не могут не отразиться на языке. В связи с этим возникает вопрос об одном из главных и незаменимых способов бытования информации в Интернете – печатном тексте и конкретно о языке пользователей.

Язык в Сети весьма специфичен. Даже профессиональные журналисты используют в своих интернет-публикациях более экспрессивную, нежели в печатных периодических изданиях, речь: просторечия, жаргонизмы и другую сниженную лексику. А рядовые пользователи имеют полную свободу в выборе языковых средств. Добавив к этому большой словотворческий потенциал и простор для языковой игры, мы получаем интернет-пространство как уникальный источник текстов, словосочетаний и лексем для анализа.

Несмотря на то, что уже существуют исследовательские работы и научные статьи, посвященные «Всемирной паутине», эта глобальная система развивается и видоизменяется настолько стремительно, что проблемы изучения и описания не иссякают, а значит, тема моей работы на сегодняшний день является *актуальной*.

Целью моей работы было многоаспектное рассмотрение и изучение сниженной лексики в интернет-коммуникации. Этот интересный феномен имеет множество особенностей, используется с определенными целями и отличается большим разнообразием употребления.

Для полноценного и точного анализа мною было подобрано более 3000 примеров употребления сниженной лексики из текстов с сайтов

региональных и федеральных газет и журналов, а также блогов и комментариев пользователей.

Задачи моей работы: исследование способов введения сниженной лексики в интернет-публикации, выделение основных функций сниженной лексики, определение с помощью анкетирования отношения аудитории к сниженной лексике в журналистских текстах, сравнение частотности использования сниженной лексики в изданиях разного типа.

В первой, теоретической, главе моего исследования «Сниженная лексика в интернет-коммуникации: теоретические проблемы», будет дано определение понятия «сниженная лексика», рассмотрены пути её происхождения и появления в речи, основные функции, виды и особенности её классификации, описаны тенденции развития интернет-коммуникации и интернет-СМИ.

Во второй главе, «Анализ сниженной лексики в разных жанрах интернет-коммуникации», будут анализироваться конкретные примеры для подтверждения тезисов, выдвинутых в первой главе, отношение аудитории к сниженной лексике, будет проведено сравнение частотности употребления сниженной лексики в изданиях разного типа.

Основное содержание работы. Интернет-коммуникация – это уникальный инструмент, позволяющий объединять неограниченное число участников, осуществляющих общение разной степени приватности, обеспечивающий мгновенность этого общения или его протяженность во времени, а также достижение различных коммуникативных намерений.

С появлением и развитием Интернета киберпространство сначала вбирало, а теперь и перемещает на свою базу традиционные СМИ. Граница между сетевыми СМИ и традиционной прессой, радио и телевидением, приходящими в сеть, в последнее время все больше стирается. Объединение Интернета и СМИ дает возможность создания мультимедийных

конвергентных проектов, порталов, СМИ, объединяющих в себе все формы и жанры подачи информации, использующие для распространения все каналы вещания – печатный, графический, аудио и видео. Кроме того, эта уникальная система теперь не стремится привлечь определенную группу людей, а позволяет удовлетворить интересы и соответствовать запросам каждого конкретного пользователя по всему миру¹.

Н.А. Ахренова в своих исследованиях отмечает, что если раньше общество и культура оказывали влияние на Интернет, то теперь сам Интернет и процессы, происходящие в нем, влияют на общество, культуру и язык. Причем она считает, что сложилось уже отдельное направление в языкознании – интернет-лингвистика. В рамках данного направления изучаются основные фонетические, грамматические, семантические, семиотические, словообразовательные особенности функционирования естественного языка в виртуальном пространстве Интернета. В рамках данного лингвистического направления изучаются языки общения в Сети, терминологическая система Интернета, литература («сетература»), рожденная на просторах Интернета, и многие другие явления, относящиеся к медиуму лингвистики и/или филологии². Я считаю этот тезис и термин, в частности, очень полезным для своего исследования, так как он позволяет разделить традиционную лингвистику и совершенно новую формирующуюся лингвистику интернет-среды, в рамки которой укладывается и моя тема.

Я предлагаю считать, что сниженная лексика – это особый пласт языка, выходящий за пределы литературного стандарта, отличающийся эмоциональной окраской, территориальной, профессиональной или классовой маркированностью и употребительный в неформальной речи.

¹ Скребков Д.О. Социология и Интернет: перспективные направления исследования [Электронный ресурс] // Федеральный образовательный портал «Экономика. Социология. Менеджмент». – Режим доступа: <http://ecsocman.hse.ru/text/16216450/>. (Дата обращения: 17.03.2016). Загл. с экрана. Яз. Рус.

² Ахренова Н. А. Интернет-лингвистика: Особенности аффиксации в языке Интернета [Электронный ресурс] // АНС «СибАК» – Режим доступа: <http://sibac.info/>. (Дата обращения: 23.02.2015). Загл. с экрана. Яз. Рус.

Для анализа примеров употребления сниженной лексики я предлагаю следующую методику:

1. Выявить в контенте публикации сниженные лексемы.
2. Изъять из текста сниженные лексемы с сохранением минимального контекста для точного понимания значения данного слова.
3. Определить начальную форму слова и изучить толкование сниженной лексемы по нескольким словарям, чтобы определить этимологию и семантику слова, а также отнести его к определенному стилистическому пласту лексики: «просторечие», «разговорное», «диалектизм/областное», «бранное», «сленг», «жаргон».
4. В случае, если сниженная лексема еще не закреплена в словарях, определить ее значение, происхождение и способ образования, опираясь на собственный опыт и ресурсы Интернета.
5. Определить способ словообразования или этимологию сниженной лексемы.
6. Определить функции сниженной лексемы и мотивировки ее использования автором в конкретном тексте.

Реализуем эту методику на конкретном примере.

Из опроса саратовцев о летнем женском гардеробе: *Бесят сланцы, например. Еще кеды на шпильке, плюшевые спортивные костюмы. Вообще, многие вещи имеют прямое отношение к фигуре. И это следует учитывать...* [<http://saratov-room.ru/>]. Выделяем из общего контента сразу две сниженные лексемы и закрепляем их в минимальном контексте: *Бесят сланцы, например*. Первое слово *бесить* согласно словарю Ушакова, словарю Ожегова и Современному толковому словарю русского языка Ефремовой означает приводить в ‘сильное/крайнее раздражение, сердить, злить’ и имеет помету «разговорное» [<http://dic.academic.ru/>]. Второе слово *сланцы* мне не удалось найти в авторитетных изданиях толковых словарей. Однако, опираясь на собственные знания и ресурсы Интернета, удалось определить,

что это разговорное название летней резиновой обуви. В Советском Союзе известным производителем такой обуви был завод «Полимер» в городе Сланцы. Некоторые покупатели полагали, что выдавленное на подошвах шлёпанцев слово «Сланцы» – это название обуви, а не место ее изготовления. Далее слово вошло в активный словарный запас и превратилось в синоним разговорного слова «шлёпанцы». Учитывая это, я считаю, что слово *сланцы* правомерно отнести к разряду «разговорное». Что касается функций слов *бесить* и *сланцы* в контенте публикации, то, скорее всего, автор текста сохранил сниженные лексемы для отражения речевого портрета говорящего, поскольку это цитата из интервью с жителями города. Кроме того лексема *бесить* имеет ярко выраженную эмоциональную окраску и подчеркивает негодование и крайнюю степень раздражения интервьюера.

Большинство исследователей (Л.П. Крысин, Т.В. Жеребило, И.А. Стернин) выделяют три основных пласта сниженной лексики: сниженные коллоквиализмы, или разговорные лексемы; сленгизмы (общий сленг, специальный сленг или профессиональные жаргонизмы); вульгаризмы.

Но далее возникает проблема с классификацией примеров сниженной лексики, обнаруженных в Интернете, потому что пометы в словарях сильно разнятся и одно и то же слово может толковаться по-разному в тех или иных словарях. В своём исследовании я предлагаю следующую наиболее простую классификацию сниженной лексики: *разговорное слово* (к разговорным словам относятся такие лексемы, которые, придавая речи непринужденный, неофициальный характер, лишены в то же время грубости); *просторечное слово* (слова и грамматические формы, носителями которых является необразованное и полуобразованное городское население); *жаргонизмы* (составляют пласт речи какой-либо социальной или объединенной общими интересами группы); *сленгизмы* (понятие очень тесно связанное с «жаргонизмами», однако сленг – это еще более размытый пласт языка, сленгизмы могут выходить за пределы социальных и профессиональных

групп и использоваться обычными пользователями для проявления экспрессии речи).

Следует отметить, что основными способами словообразования в области сниженной лексики в интернет-коммуникации являются: активное словотворчество и жаргонизация нормативного литературного языка, лексико-семантический перенос, суффиксация, создание англо-русских композитов путем транслитерации англицизмов и адаптации их в речи с помощью русских аффиксов, языковая игра.

В своих работах исследователи выделяют множество близких функций сниженной лексики в речи³. Поскольку интернет-коммуникация – это опосредованная коммуникация автора с читателями, где сохраняются высказывания, произнесенные в реальной жизни, или онлайн-коммуникация пользователей, имитирующая живое общение, все эти функции сниженной лексики характерны и для жанров интернет-коммуникации. Рассмотрим их на конкретных примерах.

Формирование речевого портрета адресата. Сниженная лексика широко употребительна в разговорной речи, однако очень часто журналисты намеренно сохраняют ее в своих публикациях, чтобы продемонстрировать читателям манеру общения и дать речевой портрет интервьюируемого. Например, в интервью Марины Ахмедовой с многодетной матерью из села Заречье – *Теперь вы элементарно наденьте на себя мою шкуру и недельку в моей шкуре-то поживите... Ну че, ловко я письмо Путину написала?* [<http://rusrep.ru/>]. В данном случае автор, оставляя в тексте разговорное *че* вместо нормативного «что», стремится передать читателю особенности речи говорящего. При этом интересен тот факт, что интервьюируемая использует

³ Химик В.В. Поэтика низкого, или просторечие как культурный феномен / В.В. Химик. – СПб.: Филол. ф-т СПбГУ, 2000. – 272 с.; Байшукурова Г.Ж. Лексика современного русского языка / Г.Ж. Байшукурова. – Учебное пособие (курс лекций). – Актобе: Актобинский государственный университет им. К. Жубанова, 2011. – 82 с.

слова из литературного языка, правильно употребляет слово *наденьте*, но затем в речи появляется *че* и просторечное *шкура* вместо нормативного «кожа», и это можно считать яркой чертой речевого портрета, почти средством художественной выразительности.

Демонстрация неформальности и фамильярности отношений говорящих. Сниженная лексика в коммуникации позволяет создать эффект или передать особенности неформального общения и доверительных отношений. Например, в интервью с членом жюри фотоконкурса, проводимого в социальных сетях – *Эти “обидки” нам вообще никуда не упали* [<http://m.business-gazeta.ru/>]. Здесь автор намеренно сохраняет особенности речи собеседника, чтобы читатель имел представление о его речевом портрете, но при этом одна сниженная лексема выделяется в тексте кавычками – «обидки», что значит ‘обида, недопонимание, озлобленность’, а другая – сленгизм «никуда не упали», который здесь значит ‘совсем не нужны’, остается не выделенной. Кроме того, на мой взгляд, использование сниженной лексики в данном контексте служит для демонстрации неформальности диалога и повышения степени доверия аудитории к интервьюируемому человеку.

Демонстрация принадлежности к определенной профессии или субкультуре, реализация стратегии «близости» к адресату. Журналисты в своих статьях зачастую «отзеркаливают» речь своей аудитории, чтобы сделать материал более понятным и доступным для своих читателей. А это неизбежно приводит к тому, что в тексте публикаций появляется сниженная лексика. Кроме того представители СМИ и интернет-пользователи часто используют жаргонизмы и сленгизмы, чтобы продемонстрировать, что они «в теме», то есть принадлежат к определенной профессии или социальной группе, хорошо разбираются в какой-либо области. Например, *Пока остальные борются с гаджет-фриками, я расскажу вам про два заведения в Саратове, где всегда будут рады людям, которые отказать себе в привычке*

обедать и одновременно свайпнуть (пролистывать) твиттер-ленту не могут [<http://fn-volga.ru/>]. Здесь можно наблюдать сразу два примера транслитерации англицизмов с их последующей адаптацией русскими морфемами. В первом случае автор употребляет словосочетание «гаджет-фрик», образованное от английского «gadget» – «приспособление» и «freak» – «чудак, помешанный», оставляя его без пояснения, предполагая, что читатель знает его значение – ‘человек, помешанный на различных электронных устройствах’. Возможно, этим автор хочет показать свою причастность к определенной группе людей или хочет сузить свою аудиторию, чтобы его поняли только люди, действительно интересующиеся данной проблемой. Во втором случае автор поясняет непонятное слово «свайпнуть», давая в скобках его значение – ‘пролистывать’, хотя слово образовано по той же схеме аффиксации англицизма «swipe» со значением ‘проводить не отрывая, скользить’ русскими морфемами «-и-» и «-ть». В этом случае, журналист использует именно это слово в связи с его причастностью к сфере электронных технологий, хотя оно не так широко употребительно и потому требует пояснения.

Выражение агрессии или оскорбление. Исследователи отмечают, что в настоящее время выражение языковой агрессии посредством сниженной лексики – это частотное явление⁴. Я считаю, что в интернет-коммуникации оно призвано в первую очередь провоцировать ответную агрессию или возмущение аудитории, сделать материал эпатажным. Например, из материала о конкурсе «Евровидение-2016»: *Все-таки, надо уважать традиции хозяйской “гейроповской” квартирки* [<http://www.mk.ru/>]. В данном случае автор использовал продукт языковой игры, образованный из слияния слов «гей» и «Европа». Данная лексема *гейрона* часто используется в интернет-коммуникации для выражения речевой агрессии или оскорбления. Она призвана указать на «разнузданность нравов на Западе», выразить

⁴ Петрова Н.Е., Рацибурская Л.В. Язык современных СМИ. Средства речевой агрессии. / Н.Е. Петрова, Л.В. Рацибурская – М.: Флинта: Наука, 2011. – 160 с.

негативное отношение к легализации или распространенности гомосексуальных отношений в Европе, а также используется как оскорбление одновременно европейских сексуальных меньшинств и гетеросексуального сообщества. И хотя автор заключил это выражение в кавычки, на мой взгляд, оно всё равно остается проявлением речевой агрессии по отношению к организаторам конкурса и европейским странам вообще. Это ставит под сомнение этичность данного материала, поскольку автор излишне жестко и субъективно описывает ситуацию, навязывая читателю свою позицию и используя столь грубые выражения.

Создание определенного «колорита» повествования. Сниженная лексика способна не только сформировать речевой портрет говорящего, но и помочь создать особый определенный «колорит» повествования или яркие ассоциации с конкретным временем, средой, образом жизни или явлением, передать атмосферу описываемого места. Например, в статье Ивана Охлобыстина «Праздник ассоциаций» – *Жестокый мир наживы и чистогана* [<http://snob.ru/>]. Здесь разговорные *нажива* со значением ‘легкий доход или прибыль’ и *чистоган*, означающий ‘наличные деньги’, выступают своеобразным маркером – слова из лексикона криминальной и предпринимательской среды придают колорит описываемым явлениям, автор говорит на «языке героя».

Выражение отношения к героям или предмету повествования, эмоциональное воздействие на аудиторию. Одна из функций сниженной лексики – скрытое или явное выражение отношения к тому, о чем идет речь – к герою повествования или описываемому явлению. Кроме того, нельзя отрицать, что почти в каждом примере употребления сниженной лексики имеется доля определенного эмоционального воздействия на аудиторию для создания чувства «сопричастности» к описываемым событиям или явлениям. Но иногда это особенно очевидно. Например, в статье о подростках-беспризорниках читаем: *Чиновники не вспоминают о маленьких бродяжках-*

попрошайках [<http://saratov.mk.ru/>]. Здесь разговорные «бродяжка» и «попрошайка», обозначающие ‘нищих, просящих милостыню’, имеют яркую экспрессивную окраску, используются для демонстрации отношения автора к героям и с целью «разжалобить» читателя.

Вслед за исследователем А.И. Матяшевской [Матяшевская, 2014] я посчитала необходимым сравнить частотность употребления сниженной лексики в изданиях разного типа. По полученным данным наибольшая частотность употребления сниженной лексики характерна для массовой прессы, особенно рассчитанной на молодую аудиторию, оппозиционную или имеющую черты «желтой прессы». Сниженная лексика широко употребительна и в авторских колонках. Качественные издания, хотя и прибегают к использованию сниженной лексики в публикациях, делают это, в основном, для сохранения речевых портретов интервьюируемых.

Заключение. Интернет-коммуникация – это уникальное средство общения и получения информации, которое позволило образоваться совершенно новому типу СМИ. Согласно статистике, интернет-СМИ постепенно теснят оффлайновых конкурентов, границы между ними стираются. Эта тенденция говорит о том, что будущее журналистики тесно связано с Сетью, а значит, анализ явлений и процессов в интернет-коммуникации, и особенно в интернет-языке, может стать перспективным направлением теоретических исследований. Помимо этого, интернет-СМИ являются «адресными», то есть подстраивающимися под вкусы и интересы каждого конкретного читателя. Из-за этого возникает эффект персонализации информации, читатель или пользователь чувствует свою сопричастность к формированию содержания изданий, осознает важность своего мнения, активно прибегает к возможностям обратной связи. Эти факторы делают процесс чтения интернет-СМИ похожим на диалог читателя с конкретным автором или изданием в целом. Это явление приводит к тому,

что и авторы публикаций, и их читатели переходят на более «простой» язык, часто используют сниженную лексику.

В ходе исследования мною разработана собственная методика анализа сниженной лексики, выявлено, что основными способами словообразования сниженной лексики в интернет-коммуникации являются активное словотворчество, лексико-семантический перенос, суффиксация, создание англо-русских композитов путем транслитерации англицизмов и адаптации их в речи с помощью русских аффиксов, языковая игра. В работе на конкретных примерах продемонстрированы функции сниженной лексики в интернет-коммуникации: формирование речевого портрета адресата, демонстрация неформальности и фамильярности отношений говорящих, выражение агрессии или оскорбление, создание определенного «колорита» повествования, выражение отношения к героям или предмету повествования и эмоциональное воздействие на аудиторию. Анкетирование среди студентов, аспирантов, преподавателей и выпускников Института филологии и журналистики, а также анализ различных СМИ показали, что частотность употребления сниженной лексики во многом зависит от типа издания, и какие функции сниженной лексики используются чаще остальных.

Я надеюсь, что моя работа в дальнейшем позволит подробно изучить употребление сниженной лексики в интернет-коммуникации и средствах массовой информации и станет вкладом в формирование новой науки – интернет-лингвистики.