

Российская академия наук
Институт русского языка им. В. В. Виноградова

Современный русский язык в интернете



Языки славянской культуры
Москва
2014

УДК 811.161.1'276

ББК 81.2Рус

С 56

*Издание осуществлено при финансовой поддержке
Фонда содействия развитию интернета «Фонд поддержки интернета»*

Книга публикуется под лицензией Creative Commons — CC-BY-ND

Печатается по решению ученого совета
Института русского языка РАН им. акад. В. В. Виноградова

Рецензенты:

к. ф. н. И. Б. Левонтина, д. ф. н. Е. В. Маркасова, д. ф. н. Е. В. Ягунова

С 56 Современный русский язык в интернете / ред. Я. Э. Ахашкина,
Е. В. Рахилина. — М.: Языки славянской культуры, 2014. — 328 с.

ISBN 978-5-9551-0722-6

Исследуя современную языковую ситуацию, необходимо учитывать речевую практику носителей языка, связанную с коммуникацией в интернет-пространстве. В этой книге собраны статьи специалистов, анализирующих интернет-тексты как новый языковой ресурс. Рассматриваются особенности структуры текста, лексика и синтаксис поискового запроса, коммуникативная направленность интернет-высказывания и влияние этого нового речевого пласта на современный русский язык. Одновременно анализируются изменения, которые касаются самого русского языка: возникающие грамматические формы, сдвиги в глагольном управлении, лексические неологизмы. Для них интернет выступает «камерой», быстро и точно отражающей мельчайшие новации. Книга адресована всем интересующимся русским языком, в том числе и профессионалам: преподавателям и лингвистам — грамматистам и лексикографам. Она будет полезна и разработчикам контента интернет-сайтов или редакторам порталов для профилактики нарушений цельности, связности, завершенности текста, и пользователям для решения задач по оптимизации поисковых запросов.

ББК 81.2Рус

© Коллектив авторов, 2014

© Надя Плунгян, обложка, 2014

© Языки славянской культуры, 2014

© Фонд содействия развитию интернета
«Фонд поддержки интернета», 2014

ISBN 978-5-9551-0722-6

Содержание

Предисловие редакторов	7
----------------------------------	---

Языковые механизмы интернет-коммуникации

Ю. Е. Галямина Лингвистический анализ хештегов Твиттера	13
Ю. М. Кувшинская Аббревиация в речи интернет-форумов	23
М. В. Худякова Как озвучить мнимый текст? Литуратив и средства его выражения при чтении.	39

Риторика интернета

Е. А. Выналек (Слободян) О природе интернет-мема	51
А. С. Бердичевский <i>Ты что-то печатала, я тебя перебил:</i> игра со структурой диалога в квазисинхронной электронной коммуникации	61
А. Д. Плисецкая О языковых и риторических стратегиях выражения оценки у пользователей социальной сети Фейсбук	83
А. В. Занадворова Саморегуляция в нерегулируемых сферах интернет-общения: речевой этикет в Живом журнале	93

- Б. Л. Иомдин
Загугли в Дале. Словари в интернет-дискуссиях 114
- Е. Н. Пенская
 Экспертный «зуд» / экспертный «зуб».
 Эпизоды становления языковых мифологем
 на материале сетевых источников (Опыт реконструкции) 133

Языковые изменения в зеркале интернета

- А. Б. Летучий
 Особенности аргументной структуры русских глаголов
 в «компьютерных» контекстах 153
- Т. И. Резникова
Слог у автора неплох, реально доставляет:
 о нестандартных семантических переходах
 в глагольной лексике (по данным интернета) 169
- Я. Э. Ахапкина
 О грамматике устно-письменного высказывания 181
- И. Б. Иткин, С. И. Переверзева
 Конструкции типа *сидеть ногу на ногу*:
 аграмматизм или формирующаяся норма? 195
- Н. А. Зевахина, С. А. Оскольская
Какая-никакая, а Всемирная паутина:
 конструкции с «редуплицированными»
 уступительными местоимениями в русском языке 202
- Е. Н. Геккина
 Тыканье, выканье и прописные буквы
 в метаязыковом диалоге 222
- Н. Н. Буйлова, О. Н. Ляшевская
 Так говорят анимешники 229
- О. И. Северская
 Кто требуется: *рисепционистка* или *рецепционистка*?
 (О вариативности написания
 одного из заимствований последних лет) 250

В. Д. Магомедова, Н. А. Слюсарь Расшатывание исторических чередований согласных на примере ненормативных форм компаратива	263
Б. В. Орехов <i>Суперминимум и нанодержава:</i> префиксоиды в языке интернета	281
П. А. Таратынов Производные с суффиксом <i>-ёж</i> и их морфонологические особенности в текстах русского интернета	291

Лингвистика интернета

А. А. Бонч-Осмоловская <i>Кормить свинью online бесплатно:</i> язык запросов как лингвистический объект	297
Б. В. Орехов, К. Ю. Решетников К оценке Википедии как лингвистического источника: сравнительное исследование	310
Авторы сборника	323

Предисловие редакторов

Современный русский язык меняется, и меняется стремительно, на наших глазах. Это обсуждают не только лингвисты, но и сами говорящие, носители языка. Наиболее заметны изменения в лексике: наплыв заимствований и других неологизмов, сдвиги значения у старых привычных слов сразу привлекают внимание. Но меняется и русская грамматика — а системные грамматические инновации наблюдать уже не так просто. Одним из инструментов фиксации этих новшеств может стать для нас интернет.

Российский интернет обнажает актуальные тенденции развития русского языка. Если для изучения истории бытовой и специальной речи в прошлые столетия требовался длительный анализ сохранившихся разрозненных памятников письменности, то теперь речь представителей самых разных профессий из всех регионов страны широко доступна для исследования. Изменения в произношении сочетаний звуков и слогов, новации в образовании слов разных частей речи, особенности сочетаемости членов предложения, новые закономерности построения целостного текста отражаются в речи авторов блогов и участников форумов, организаторов крупных официальных порталов и хозяев частных домашних страниц. Чтобы понять, какие из этих изменений органичны и естественны для языка, а какие навязаны ему особенностями интернет-коммуникации или стали результатом ненамеренного искажения, нужны специальные и обширные лингвистические исследования.

Наш сборник — вклад в решение этой задачи. Работы роднит материал: все они сосредоточены на анализе явлений, отраженных русским сегментом «мировой паутины», однако сами явления, которые попали в поле зрения авторов, очень разные, классифицировать их непросто. С некоторой долей условности мы разделили все принятые к печати статьи на четыре раздела.

В *первый* раздел («Языковые механизмы интернет-коммуникации») попали те работы, в которых специфические (литуратив, хэштеги) или особенно характерные (аббревиация) интернет-приемы описываются как специфическое проявление более общих принципов построения естественно-языковых текстов. Особые приемы нужны интернету для того, чтобы компенсировать недостатки своего формата: это ресурс и не устный, и не письменный, причем одновременно информационный и фатический, эмоциональный. В естественном языке эти регистры хорошо разведены и не смешиваются, а в ин-

тернете они трудноразличимы, и пользователю приходится приспособляться, чтобы «разговаривать» в сети.

Об этом *второй* раздел нашего сборника: «Риторика интернета». Он тоже интересен с лингвистической точки зрения, ведь реальная и виртуальная речевая среда взаимопроницаемы. Многие явления, зарождающиеся в интернете, проникают за его пределы в повседневную и профессиональную речь. Интернет-юмор, интернет-мемы и речевая игра, этика интернет-коммуникации, функционирование вброшенных через сайты и порталы речевых формул — это предмет, о котором немало писали, но эту тематику трудно обойти, если говорить об интернете.

Третий раздел («Языковые изменения в зеркале интернета») целиком посвящен собственно русскому языку. В центре внимания авторов находятся конкретные языковые явления, обнаружить которые оказалось легче в текстах электронной коммуникации, чем долгосрочными наблюдениями и экспериментами. Предметом обсуждения авторов книги стали новые живые процессы в области управления (А. Б. Летучий), в том числе и связанные с тенденцией к грамматикализации (Т. И. Резникова), грамматическая вариативность (И. Б. Иткин, С. И. Переверзева, Я. Э. Ахапкина), обогащение лексической системы (О. И. Северская), появление новых словообразовательных тенденций (Б. В. Орехов, П. А. Таратынов), лексикализация деривационной модели (Н. А. Зевахина, С. А. Оскольская), орфография и ее нормы (Е. Н. Геккина), стратегии адаптации иноязычных слов при заимствовании в русский (Н. Н. Буйлова, О. Н. Ляшевская) и даже морфонологические процессы, отраженные в электронных текстах (В. А. Магомедова, Н. А. Слюсарь).

Наконец, *четвертый* раздел мы назвали «Лингвистика интернета»: он посвящен тому, в каких пределах интернет-контент остается частью естественного (русского) языка и когда перестает им быть. Эта граница, как оказывается, поддается определению с помощью лингвистического инструментария, а именно — статистики. В статье А. А. Бонч-Осмоловской описываются интернет-запросы как особый тип языкового взаимодействия, со своим синтаксисом, морфологией и другими свойствами, совершенно не похожими на обычный русский язык. В статье Б. В. Орехова и К. Ю. Решетникова показано, что статистика позволяет со всей определенностью разграничить «человеческие», т. е. естественно-языковые интернет-тексты на русском языке и интернет-тексты, имитирующие их.

В примерах, в соответствии с лингвистической практикой, по возможности сохраняется графика, орфография и пунктуация оригинала.

Несколько слов о наших авторах. В основном это сотрудники Института русского языка им. В. В. Виноградова и Научно-исследовательского университета «Высшая школа экономики». Кроме того, среди авторов есть

сотрудники Санкт-Петербургского и Уфимского университетов, а также Московского государственного университета им. М. В. Ломоносова и университета г. Тромсе (Норвегия).

Большинство из них так или иначе причастно к школе корпусных исследований русского языка, так что для них интернет — это просто очень большой корпус иногда чуть-чуть особенного и обращенного в будущее русского языка, только слабо размеченный. Как мы уже говорили, участники проекта старались провести мониторинг актуальных изменений в лексико-грамматической системе русского языка на материале этих текстов.

Адресатами этих исследований являются не только любители русского языка, но и профессиональные преподаватели и лингвисты — грамматисты и лексикографы, так как обучение речевым навыкам, формирование языковых компетенций и воспитание речевой культуры в современной языковой ситуации требуют учитывать практику носителей языка, связанную с интернет-пространством. Поскольку классические академические словари и грамматики не воспринимаются носителями языка как авторитетные и представляются пишущему устаревшими (сошлемся здесь на статью Б. Л. Иомдина), новые издания должны опираться на анализ тенденций развития устного и письменного языка — а их в значительной степени демонстрирует лингвистам именно интернет.

Таким образом, книга задумана прежде всего как опора для создания концепции он-лайн словарей и грамматик нового типа, а также для формирования стратегии действия интернет-порталов, посвященных русскому языку.

Предполагается, что книга будет полезна и разработчикам контента интернет-сайтов для профилактики нарушений цельности, связности, завершенности текста; редакторам порталов как описание становления норм и правил гибко меняющейся лексико-грамматической системы современного русского языка; пользователям при поиске решений задач по оптимизации поисковых запросов. Она поможет найти стратегические основания для корректного структурирования речевого интернет-пространства.

* * *

В заключение мы хотели бы выразить благодарность Ю. Е. Галяминой, С. С. Джакуповой и С. С. Белоусову за помощь в подготовке сборника к печати.

Языковые механизмы интернет-коммуникации

Ю. Е. Галямина

Лингвистический анализ хештегов Твиттера

Рассмотрены основные функции нового лингвистического феномена — хештега, связанные с маркированием темы сообщений в Твиттере, указанием на участников ситуации, передачей оценки. Проанализированы содержательный и формальный аспекты употребления хештегов, обоснована многофункциональность этой составляющей интернет-сообщения.

Ключевые слова: хештег, семантика, референция, заголовок, тема, оценка

Введение

Повышение популярности микроблогов в интернете привело к возникновению нового лингвистического явления, суть которого не сводится к существовавшим ранее феноменам и нуждается в специальном описании. Речь идет о так называемых хештегах (в другом написании «хэштег» и «хэштэг»), которые были придуманы в 2007 году для использования в сети Твиттер. Хештеги вводятся в текст из 140 символов при помощи знака # (решетки) и служат для маркирования темы записи в микроблоге. При этом сообщения с одним и тем же хештегом по клику на него попадают в список.

В одном из интернет-словарей дается такое определение: «Хештег (англ. *Hashtag* от *hash* — символ «решетка») — это слово в Твиттере, начинающееся с символа #, служит для пометки сообщения о его принадлежности к какому-либо событию, теме или обсуждению» (<http://wiki.rookee.ru/Xeshteg/>). Мы хотели бы обсудить функции хештегов, которые, по всей видимости, не ограничиваются функцией маркера принадлежности к некоторой серии сообщений, а также проанализировать связанные с их функционалом лингвистические аспекты создания хештегов¹.

¹ В статье рассматриваются только хештеги, которые используются в Твиттере. Орфография и пунктуация примеров сохранена.

Формальные характеристики твита

Запись в Твиттере (твит), как известно, состоит из 140 символов, и чаще всего представляет собой одно предложение.

- (1) @MedvedevRussia Соцсети — это хорошая возможность для политика рассказать о своей работе и узнать мнение граждан

Однако твит может состоять из нескольких предложений:

- (2) @MedvedevRussia Сборная России по волейболу сидя. Красивые и волевые девушки @ Ока Спорткомплекс г.Алексин http://instagram.com/p/a-65Icg_01/

Твит, как в примере (2), может содержать ссылку на другой текст, картинку и пр., т. е. являться гипертекстом. При этом важно отметить, что в Твиттере может использоваться как традиционная пунктуация, так и ее модификации или обновления. Так, в примере (2) мы видим новый знак препинания @, который используется здесь окказионально для разделения текста и обозначения места.

Коммуникативный статус твита²

Один твит может представлять собой отдельный законченный текст (высказывание) или же являться частью более длинного текста. При этом коммуникативный статус твита носит временный характер, не может быть закреплен за ним и не полностью зависит от намерений адресанта³. Твит потенциально может стать частью сколь угодно длинного текста.

Типологически такие тексты можно разделить на:

— монологи (несколько твитов одного автора, которые, как правило, идут один за другим или обладают разнообразными признаками связного текста⁴, дополнительно могут маркироваться одним хештегом); просмотр доступен на странице автора;

— диалоги между двумя и более участниками (диалог опознается по никам его участников, которые содержатся чаще всего в начале записи и которые по основной функции схожи с традиционными обращениями⁵,

² Под твитом понимается запись в микроблоге Твиттер.

³ Это связано с тем, что любое отдельное твит-высказывание по воле других участников коммуникации может иметь продолжение.

⁴ Часто связность нескольких твитов маркируется многоточием, нумерацией или же другими формальными показателями.

⁵ Функция обращения маркируется чаще всего позиционно (без знаков препинания) — в начале предложения. Употребление ника (со знаком @) в середине предложения

наличие хештега в данном случае не играет решающей роли); просмотр доступен при разворачивании любого из твитов диалога.

— серии высказываний разных авторов, связанных по смыслу (формально маркируются только хештегом)⁶; просмотреть в виде текста можно только по хештегу на отдельной странице хештега.

Все эти типы сложных текстов выделяются по формальным характеристикам, которые технически позволяют пользователям видеть тексты, записанные как последовательность твитов, объединенных каким-либо отношением (принадлежностью одному автору, серией ответных реплик-реплаев, наличием общего хештега).

Функции хештегов

Тематический маркер

Изначально хештег был изобретен для маркирования темы сообщения. Цель авторов идеи состояла в том, чтобы создать более сложные текстовые образования, чем один твит или последовательность твитов, связанных диалогически. При этом хештег скрепляет текст не только семантически, маркируя тему, но в некотором роде «синтаксически», являясь материальным маркером связности двух и более твитов.

Как было сказано выше, три типа сложных текстов, состоящих из отдельных твитов, могут, а в случае серии твитов разных авторов — должны маркироваться хештегами. Если хештег использует один и тот же автор, хештеги помогают создать текст монологического характера, в том числе нарратив.

- (3) @slvovich59 #6may #болотноедело 13:17 болотное судилище возобновляется с большим опозданием⁷
@slvovich59 #6may #болотноедело Допрашивается, Наумов Илья Геннадьевич 1986 г.р.
@slvovich59 #6may #болотноедело Скольких граждан он задержал, Наумов не помнит

В примере (3) один автор ведет репортаж из зала суда, репортаж носит монологический характер.

чаще всего имеет номинативно-референтную функцию. При этом, поскольку написание ника через знак @ позволяет владельцу этого ника видеть данный твит в отдельной ленте (выборке твитов), то в какой-то мере функция обращения сохраняется и при номинативно-референтном использовании ников.

⁶ О том, всегда ли такую серию твитов можно признавать текстом, мы поговорим ниже.

⁷ Последовательность твитов в статье записывается сверху вниз, а не снизу вверх, как в Твиттере.

В случае использования хештега в качестве заголовка двумя и более авторами может создаваться либо нарратив с коллективным авторством, либо диалог. При этом в первом случае дополнительно к хештегу необходимо ввести в текст компоненты семантической связности, а во втором (в случае диалога) — могут появляться также и компоненты синтаксической связности.

- (4) @dsboiko #smithforum Наталья Зубаревич "Медленное вползание в кризис российской экономики-такое было впервые"
@osenin В отсутствие бюджетной децентрализации и политических реформ российские регионы обречены на медленное социалистическое гниение. #smithforum

В примере (4) два автора рассказывают об одном и том же докладе, который слышат на конференции.

В приведенных выше примерах твиты с одним и тем же хештегом связаны, помимо его самого, еще и единством места и времени описываемых событий.

Однако твиты с одним и тем же хештегом могут и не образовывать текста в традиционном смысле этого слова⁸; так, серии твитов бывают созданы совершенно независимо друг от друга, связаны исключительно темой, заявленной в них, и не подкреплены другими средствами создания эффекта семантической связности. В этом случае хештег можно рассматривать, скорее, как маркер рубрики, а не единого текста.

- (5) @Mr_Henry94 Уважаемые дамы, которые ездят в метро, не надо так дупиться, чтобы от вашего запаха в глазах слезилось, пожалуйста! #Москва #метро #девушки
(6) @naidikvartiru #сдаю #сниму #квартира #москва Сдам свою 2 комн. квартиру. г. Москва
(7) @Serega_044 <http://fumojoaq.tumblr.com/post/66561546470> ... #Сниму квартиру в набережных челнах на длительный срок без посредников

Как показывают примеры (5)–(7), один и тот же твит с помощью разных хештегов может становиться частью разных серий сообщений, которые при этом не образуют единого текста, так как не связаны ничем, кроме темы.

В прототипическом случае хештеги, которые выполняют исключительно функцию маркирования темы сообщения, по преимуществу являются отдельными словами или словосочетаниями (чаще именными группами, но иногда и клаузами), ядром семантики которых является де-

⁸ Мы не будем подробно останавливаться на определении понятия «текст», которое само по себе является серьезной лингвистической проблемой, вызывающей множество споров. Однако в описываемых случаях очевидно, что соположенные твиты не отвечают даже требованию единства темы.

нотативный компонент. В частности, к таким хештегам относят обозначение актуального мероприятия, репортаж о проведении которого создается при помощи данного маркера (см. примеры (3) и (4)). Часто в такой роли используются топонимы или другие имена собственные. Также хештегом может обозначаться какой-либо персонаж или объект, о котором идет речь. С точки зрения референтного статуса такие хештеги можно описать как *катермовые, конкретно-референтные, определенные* [Кобозева 2009]:

- (8) @MikhailBaskov А на английском трансляция из Валдая продолжается!
<http://on.rt.com/2n6wux> #путин #Валдай

Хештег в функции маркера темы сообщения синтаксически может быть отдельным предложением (на письме может и не отделяться точкой (8), располагаться может как в начале твита, так и в конце, реже в середине (5)–(7)) или же становиться частью большего предложения, играя отдельную синтаксическую роль.

- (9) @IlyaYashin Негодный формат дискуссии с Путиным, когда оппозиция задает вопросы из зала, а он сидит баринном в президиуме. Дебаты нужны. На равных #Валдай
- (10) @MikhailBaskov Включайте <http://www.vesti.ru/videos?vid=onair> ... Смотрим #Валдай — #путин говорит, и разные другие граждане

Случаи, когда хештег одновременно выполняет несколько функций: обозначает не только тему сообщения, но также участника ситуации (актант или сирконстант), — уже являются следующим этапом развития функционала хештегов. Это становится возможным, когда в тему превращается наименование участников или места, в котором проходит то или иное событие.

В русскоязычном Твиттере также появилось такое явление, как маркировка словоизменительных показателей фиксированных хештегов путем механического прибавления к начальной форме хэштега, без учета морфологических, морфонологических и орфографических правил русского языка (см. примеры (12-13)) или сохранение исходной формы в контексте, требующем другой формы:

- (11) @EuFaraday #Дорофей сбежал из #Кремль очень долго он #бежал. Он бы точно в #Кремль вернулся, но таджики мимо шли

Словоизменительные окончания также могут отделяются от исходного слова диакритиками или пунктуационными и орфографическими знаками (апострофом, дефисом):

- (12) @GareevRussia Президент России Владимир Путин сегодня на #Валдай'е. Обсуждались самые разные темы, включая и сирийский вопрос pic.twitter.com/fZxaKwsg9a

- (13) @Sergey_Sergey_G #Геи из #Кремль-я и #РПЦ в который раз отстояли своё "первородство" в этом "нелёгком деле". Никто не сравнится с ВВП!
pic.twitter.com/AyJJgiGp2m

В других случаях словоизменительные окончания не отделяются, а получившаяся форма слова представляет собой новый хештег, который окончательно перестает выполнять функцию создания списков твитов:

- (14) @sasha_drook Наткнулся случайно на письмо #Путину от М.К. #Ганди. Прислал, говорят, аноним. ОН, думаю и с того света написать сможет

Хештег как оценочное имя

Прототипической функцией использование хештегов не ограничивается. Референтное маркирование конкретного события или персонажа может сопровождаться появлением прагматического компонента значения. Этот компонент выражает отношение адресанта к персонажу или событию. Сочетание определенной референтности с прагматической оценкой актуализируется в акте нейминга [Иссерс 2009] и часто используется в рекламном или политическом дискурсе. Имена-этикетки становятся средством создания определенным образом окрашенного представления об обозначаемом персонаже или явлении. Массовое употребление того или иного хештега в такой функции становится медийным событием и попадает на страницы СМИ. Примерами таких квазисинонимов, которые используются в русском Твиттере, можно считать хештеги для обозначения российских политиков Дмитрия Медведева (#Димон, #жалкий, #ЯПередамЭтоВладимиру) и Владимира Путина (#Обещалкин, #путинкраб, #главстерх, #освистанный, #ботокс).

Если анализировать представленные примеры, становится очевидным, что источником для оценочного нейминга выступают лексемы, в сигнификативное значение которых входит оценка (#жалкий), лексем, имеющие оценочные коннотации, и производные от них (#Обещалкин), а также слова и словосочетания, которые получили окказиональное прагматическое оценочное значение путем речевых семантических переходов и языковой игры.

Так, одним из популярных источников для нейминга становятся цитаты или переиначенные цитаты. В результате метонимического переноса цитата замещает имя ее автора. Например, #путинкраб — из выражения «как раб на галерах», которое Путин употребил по отношению к себе. Или #ЯПередамЭтоВладимиру — прямой перевод фразы, которую президент Дмитрий Медведев сказал на переговорах