

Federal State Budget-Financed
Institution of Science
RUSSIAN ACADEMY OF SCIENCE
LINGUISTICS INSTITUTE
Federal State Budget-Financed
Educational Institution of Higher Education
«VOLGOGRAD STATE
SOCIO-PEDAGOGICAL UNIVERSITY»
FOREIGN LANGUAGES INSTITUTE
English Philology Department
RESEARCH LABORATORY
«DISCOURSE LINGUISTICS»

Федеральное государственное
бюджетное
учреждение науки
РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАУК
ИНСТИТУТ ЯЗЫКОЗНАНИЯ
Федеральное государственное
бюджетное
образовательное учреждение высшего
образования
«ВОЛГОГРАДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
СОЦИАЛЬНО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ»
ИНСТИТУТ ИНОСТРАННЫХ ЯЗЫКОВ
Кафедра английской филологии
НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ
ЛАБОРАТОРИЯ
«ДИСКУРСИВНАЯ ЛИНГВИСТИКА»

Человек и его дискурс – 6: ДИГИТАЛИЗАЦИЯ КОММУНИКАТИВНЫХ ПРАКТИК

Коллективная монография

Collective monograph

Person and his Discourse – 6: DIGITALISATION OF COMMUNICATIVE PRACTICES

Волгоград
2020

СОДЕРЖАНИЕ

ПРЕДИСЛОВИЕ / FOREWORD	8
ВВЕДЕНИЕ / INTRODUCTION О МЕДИЙНОМ ПРЕОБРАЗОВАНИИ РЕАЛЬНОСТИ ON MEDIA TRANSFORMATION OF REALITY	19
ГЛАВА 1. СОВРЕМЕННОЕ КОММУНИКАТИВНОЕ ПРОСТРАНСТВО И ЕГО ДИГИТАЛИЗАЦИЯ CHAPTER I. MODERN COMMUNICATIVE SPACE AND ITS DIGITALIZATION	24
1.1. ИССЛЕДОВАНИЯ ДИСКУРСА в ЭПОХУ НЕОПОСТПОЗИТИВИЗМА (Красных В.В.) / DISCOURSE STUDIES IN THE ERA OF NEOPOSTPOSITIVISM (V.V. Krasnykh)	24
1.2. ДИАЛОГ В ЛИНГВИСТИКЕ: МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ (Маслова В.А.) / DIALOGUE IN LINGUISTICS: METHODOLOGICAL ASPECT (V.A. Maslova)	37
1.3. ПРОБЛЕМА СОМАТИЧЕСКОГО ДИАЛОГА и СОМАТИЧЕСКИХ ПРАВ ЛИЧНОСТИ (Гагаев П.А., Гагаев А.А., Осьмушина А.А.) / PROBLEM OF THE SOMATIC DIALOGUE AND SOMATIC RIGHTS OF THE INDIVIDUAL (P.A. Gagaev, A.A. Gagaev, A.A. Osmushina)	41
1.4. ЯЗЫК(И) МУДРОСТИ в КОММУНИКАТИВНОЙ ДИАХРОНИИ (Куссе Х.) / LANGUAGE(S) OF WISDOM IN THE COMMUNICATIVE DIACHRONY (H. Kusse)	49
1.5. ТРАНСФОРМАЦИИ в КОММУНИКАЦИИ: МАКРО- и МИКРООРГАНИЗАЦИЯ ТЕКСТА (Гришаева Л.И.) / TRANSFORMATIONS IN COMMUNICATION: MACRO AND MICRO TEXT ORGANIZATION (L.I. Grishaeva)	58
1.6. ЛИРИЧЕСКИЙ ТЕКСТ в АСПЕКТЕ КОММУНИКАТИВНОЙ СТИЛИСТИКИ: ВОЗМОЖНОСТИ и ПЕРСПЕКТИВЫ (Зайцева И.П.) / LYRICAL TEXT IN THE ASPECT OF COMMUNICATION STYLE: OPPORTUNITIES AND PROSPECTS (I.P. Zaitseva)	67
1.7. ОТ ДИГИТАЛИЗАЦИИ ЯЗЫКА к ДИГИТАЛИЗАЦИИ СТИЛЯ (Клушина Н.И.) / FROM DIGITALIZATION OF LANGUAGE TO DIGITALIZATION OF STYLE (N.I. Klushina)	76

степени императивности, безусловно, способствует и то, что данные предложения являются *восклицательными* по типу высказывания.

Во втором из приведенных стихотворений лирический субъект вначале косвенно представлен *системой* трех риторических вопросов (*Где же млеко? Где же мед? ... Где ты, Божия опека?*) и затем – более выражено – составным именным сказуемым определенно-личного (=обобщенно-личного) предложения (придаточная часть со значением условности в сложноподчиненной конструкции), состоящим из глагола-связки, выраженного формой первого лица множественного числа, и именной части, выраженной кратким причастием множественного числа: *Если будем спасены ...*

Таким образом, коммуникативно-стилистический подход – в сочетании с уже имеющимися, более традиционными – видится весьма плодотворным способом постижения своеобразия современного лирического текста, в особенности с учетом превалирования в творчестве поэтов-лириков настоящего периода лирики именно автопсихологического характера. В частности, он позволяет выявить и более детально (а в ряде случаев, несомненно, и более глубоко) описать различные ипостаси лирического субъекта с опорой на избранные автором в каждом конкретном произведении средства и способы лингвистического «оформления» данного феномена, систематизация которых, как представляется, в дальнейшем позволит создать типологию (или же ряд типологий) лирических текстов, которая будет основана на означенных особенностях.

И.П. Зайцева / I.P. Zaitseva

1.7. ОТ ДИГИТАЛИЗАЦИИ ЯЗЫКА к ДИГИТАЛИЗАЦИИ СТИЛЯ²

1.7. FROM DIGITALIZATION OF LANGUAGE TO DIGITALIZATION OF STYLE

В современной лингвистике произошел «медийный поворот», который позволяет по-новому взглянуть на прежние лингвистические проблемы и открыть новые горизонты для новаторских теорий.

Медиалингвистика. Медиастилистика. Интернет-стилистика

Медиалингвистика сегодня начинает занимать ведущее место в российских научных исследованиях. Термин «медиалингвистика»

² Работа выполнена при поддержке гранта РФФИ 17-04-00032а «Влияние Интернета на жанровые и стилистические параметры медиатекста»

практически вытеснил на периферию существовавший ранее русский термин «язык СМИ». Сам термин «медиалингвистика» представляется нам весьма удачным, современным и своевременным, поскольку соответствует медийному повороту в лингвистике и формулирует в ней отдельную, самостоятельную область исследований. Можно говорить и об определенной моде на этот термин, что только подчеркивает актуальность медиалингвистического направления.

Несмотря на свою все ширящуюся популярность, медиалингвистика пока еще terra incognita в современной российской науке. Хотя с появлением этого направления связывались надежды на решение накопившихся проблем в области изучения языка СМИ, сегодня приходится говорить о том, что медиалингвистика сформировала вокруг себя собственное, новое проблемное поле, поскольку до сих пор не определены:

- а) концептуальная основа и теоретические основания медиалингвистики;
- б) собственные исследовательские методы;
- в) собственная медиалингвистическая методология;
- г) собственный категориальный аппарат.

Но методы, категориальный аппарат, концептуальная база и научные гипотезы – это и есть конституирующие параметры любой научной дисциплины, претендующей на самостоятельность и оригинальность.

Именно поэтому мы дифференцируем медиалингвистику и медиастилистику, считая медиастилистику составной частью медиалингвистики, но, в отличие от последней, имеющей сложившийся категориальный аппарат и историческую традицию, тесно связанную с развитием функциональной стилистики, теорией публицистического стиля, в частности.

Медиастистика базируется на основополагающей категории *медиастиль*, который имеет уникальную *интенциональную и нарративную структуру*, методологическим принципом является *интенциональный метод* анализа медиатекста и медиадискурса, в рамках медиастилистики решаются проблемы медиатизации различных сфер общественной жизни, которая приводит к становлению особого, *медийного варианта литературного языка* и способствует развитию *национального стиля в целом* (Клушина 2018).

В рамках медиастилистики нами ставится вопрос о *дигитализации современного языка*, что приводит к особому повороту в научных

исследованиях и формированию новых областей медиастилистики – интернет-стилистики (Тошович 2015) и генераторской (роботизированной) стилистики (Тошович 2018). Здесь нам представляется правомерным и постановка проблемы об интернет-лингвистике эмоций, которая должна будет понять и описать, какими новыми средствами и способами будут передаваться эмоции в цифровой среде.

Эмотивная лингвистика и медиастилистика

Представляется важным наметить несколько возможностей развития лингвистики эмоций в цифровом обществе и в современной медиакультуре. Интернет-коммуникация позволяет создать особый эмотивный код для выражения эмоций. В первую очередь роль выражения эмоций на себя взяли знаки пунктуации: смайлики, выраженные скобкой, двоеточием, восклицательными и вопросительными знаками. это опровергало сложившуюся в традиционной культуре пунктуационную систему, важнейшей функцией которой была регулирующая, а отнюдь не экспрессивная. для выражения эмоций в интернет-коммуникации задействуется и функция «Caps Lock», когда автор хочет обратить внимание на определенные слова и предложения. не случайно многие пользователи воспринимают фразы, написанные заглавными буквами, как сердитые и недовольные. Таким образом, к выражению эмоций подключается и графический уровень текстов, что было невозможно в традиционную письменную эпоху. Создан и специальный язык эмодзи, с помощью которого эмоции легко визуализировать и стандартизировать, степень вариативности эмоций, выраженных эмотиконами, зависит только от технических возможностей смартфонов.

Открываются широкие возможности для исследований лингвистики эмоций в Интернете, описания новых эмотивных кодов, выявление психолингвистических проблем, связанных со стандартизацией эмоций и нивелировкой нюансов в передаче личных эмоций, а также с явно наметившимся сокращением в Интернет-коммуникации эмотивного словаря и др.

И еще одна важная, на наш взгляд, перспектива развития эмотивной лингвистики и медиастилистики связана с лингвистикой эмоций в генераторских, роботизированных текстах. Сегодня ученые, изучающие искусственный интеллект, говорят, что пока они не могут включить в него эмоции. И это то, что еще может отличать роботов от человека, роботизированные тексты от текстов «человеческих».

Медиакультура и традиционная культура

Создание азбуки и изобретение печатного станка Гуттенбергом распространило и утвердило книжную культуру, возвеличив ее над

устной речевой стихией. это дало особые привилегии письменному языку, который, по мысли академика В.Г. Костомарова, лег в основу всех научных изысканий. Хотя живая разговорная речь не столько первобытна, сколько первична в жизни социума, в приоритете тем не менее речь книжная, письменная, зарегулированная и отшлифованная.

Книга – не просто носитель информации, какими в свое время были и воцеленные глиняные дощечки, и берестяные грамоты, и папирус. Печатная книга явила собой новый тип культуры – культуры книжной, которая сегодня называется традиционной. Именно книга преодолела «местечковость» локальных культур и объединила интеллектуальные порывы мыслителей разных эпох и стран. В принципе книга – это и есть материализованная *ноосфера* Вернадского.

Ученые всегда отмечали факультативность, необязательность культуры, ведь она не относится к базовым потребностям человека, определенным пирамидой Маслоу, где в основании лежат потребности в еде, воде, одежде и др. Поэтому хотя и радикально, но вполне справедливо звучат идеи некоторых современных философов о «принуждении к культуре», чтоб не оказаться снова в пещере, которую излишне идеализировал Руссо.

Книжный язык рассчитан на вдумчивое чтение. Книжная эпоха формировала несуетность мысли, ценила эстетику молчания и учила, по Пушкину, «удерживать вниманье долгих дум».

Интернет породил новый тип культуры – медиакультуру, которая потеснила культуру книжную и заменила ноосферу инфосферой. Лаконизм, обрывочность мыслей, клиповость сознания, болтовня, хайп (ажитаж) и самопрезентация – маркеры современной медиакультуры, которую можно рассматривать как антитезу культуры книжной, традиционной.

Роль Интернета в развитии языка и культуры сопоставима только с технологической революцией Гуттенберга. И действительно, язык в Интернете становится другим. Мы его критикуем, нам не нравятся многие новации, особенно поток интернет-жаргона (*лайф-хак, изи, профит* и т.п.), мы отмечаем его аграмматизм и пренебрежение пунктуацией. Но новые, цифровые условия существования языка неизбежно сказываются на его трансформации и пренебрегают языковым вкусом, сложившимся в обществе в доинтернетовскую эру. Дигитализация языка и культуры – это серьезные вызовы новейшего времени, времени слома книжной эпохи и рождения цифровой.

Книжная культура линейна. Она отражает нашу письменность (слева направо и сверху вниз) и наше последовательное мышление.

Интернет – это культура экранная, «рамочная». Интернет-тексты – тексты в рамке, а потому компрессированные, лаконичные, немногословные.

Компрессия текстов обусловлена границами экрана. Длинные тексты в соцсетях и чатах остаются не прочитанными. не случайно социологические замеры аудитории сегодня включают параметр «глубина просмотра» – как долго читатель задержался на конкретном тексте в Сети. А Твиттер строго параметризует свои тексты по количеству знаков. так формируется экранная культура, с ее скользким чтением вместо вдумчивого погружения в мир высокой традиционной культуры.

Периоды развития дигитального языка

Новые цифровые технологии стали ретортами для переформатирования книжного письменного языка в язык устно-письменный, как сегодня называют язык Интернета. Интернет раздвинул границы дозволенного для устной разговорной стихии, произвел так называемую коллоквиализацию языка, то есть сделал разговорность своей ведущей чертой. И если заглянуть в будущее, то мы стоим на пороге создания нового, дигитального варианта языка, активно утверждаемого в современном дигитальном обществе.

И как в истории любого литературного языка, в творимой на наших глазах истории языка дигитального можно уже выделить несколько периодов: Web 1.0, Web 2.0 и Web 3.0.

Web 1.0 – это так называемый «старый Интернет», практически не отразившийся на литературном языке. это эпоха институализированного Интернета, когда общественные институты (медиа, официальные организации) создавали сайты и электронные версии изданий.

В этот период сайты являлись электронными клонами печатных газет. Электронная версия газеты дублировала ее печатный контент, отличия были только в дизайне и в гиперссылках, когда читатель, нажимая на любую из гиперссылок, мог расширить границы текста и перейти на другой сайт или оказаться на странице «архива» данного издания. «Прогулки по гиперссылкам» раздвигают границы текста и позволяют читателю моделировать авторский текст по своему усмотрению, расширяя его информационный потенциал. Но влиять на язык в Интернете пользователи не могли. Автор эпохи Web 1.0 терял контроль над границами своего текста, но не над языком.

Язык Web 1.0 равен литературному языку традиционной эпохи, подчиняется ее нормам и только, как почки на деревьях, накапливает изменения, которые раскроются в эпоху Web 2.0.

Эпоха Web 2.0 вошла в новейшую дигитальную историю как эпоха твиттер-революции и революции соцсетей. Web 2.0 открыла в Сети шлюзы для пользовательского контента – любой человек смог создавать и выкладывать свои тексты в ЖЖ, в Фейсбуке, ВКонтакте и на других интернет-платформах. Язык Web 2.0 – это язык текущего момента. Пользователи Интернета, в том числе и мобильного, в чатах, смсках, в мессенджерах и соцсетях творят новый язык новой эпохи. Интернет в своей виртуальной лаборатории экспериментирует со стихией разговорной речи, речи ненормированной а иногда и ненормативной, не ограниченной нормами и строгими рамками книжной культуры, экспериментирует с заимствованными словами и неологизмами, создает язык эмодзи и эмотиконов (когда вместо этикетных и эмоциональных слов используются смайлики, обозначающие улыбку, а выбор любой другой эмоции зависит только от возможностей вашего смартфона) и использует в качестве крылатых слов и выражений интернет-мемы (картинки или выражения, вызывающие устойчивые ассоциации с чьим-либо высказыванием или с какой-либо ситуацией, например, «ждун», «руки-базуки», «денег-нет-но-вы-держитесь» и т.п.).

Пользователи Интернета карнавализируют язык, как в свое время улицы и площадь, по мнению М. Бахтина, переворачивали и высмеивали догмы и нормы Средневековья.

Литературный язык в Интернете в эпоху Web 2.0 стал испытывать очень серьезное давление узуса. Неограниченная свобода самовыражения, непрерывный диалог пользователей в Сети (в сообществах, на форумах, в комментариях, чатах) и установка на самопрезентацию приводят к пренебрежению нормами языка, к доминированию разговорно-просторечного стиля (*мимимишный, себяшки, обнимашки, целовашки и др.*) и намеренному включению модных заимствованных слов (*шоурумы, коучи, тренды, подкасты и др.*), манифестирующих стремительную модернизацию языка цифровой эпохи. с точки зрения нормированного литературного языка традиционной культуры язык современной медиакультуры представляется макароническим («смесь французского с нижегородским»), то есть варваризованным и стилистически сниженным.

Дигитальный язык Web 2.0 – это еще и визуальный язык, в котором гифкам и стикерам, смайликам и эмотиконам отводится не менее важная роль, чем буквам, запятым, абзацам и дефисам традиционного линейного письма. Именно дигитальный язык становится новым способом выражения наших мыслей и выплескивается в оффлайн

(#москвалучшийгородземли) и тем самым «переформатирует» традиционный литературный язык.

Web 3.0 – этап развития интернет-технологий, который может привести не просто к дигитализации языка, а к его дегуманизации. Создание чат-ботов (роботов, которые автоматически формируют и «просеивают» информацию в Сети), генераторов стихов и генераторов новостей (автоматически формируемых искусственным интеллектом), роботизация текстов, существующие уже сегодня, вытесняют человека из языкового бытия. Новая форма бытования языка в Интернете может оказаться бытованием без человека, язык создавшего и создающего. Успешно протестированный недавно робот Вера прекрасно выполняет функции менеджера по кадровым вопросам: шлет ответы на резюме и проводит собеседования по телефону, правда, пока еще предупреждая, что она робот. Роботизированный язык – это искусственный язык, но в отличие от эсперанто или азбуки Морзе, удачно мимикрирующий под естественный язык. Мы незаметно оказываемся в Бартовском мире симулякров. И вполне вероятно, что человеку дигитальному придется переформулировать онтологические вопросы цифровой эпохи: не «Гугл тебе в помощь», а «Сеть, знай свое место».

В монографии Б. Тошовича «Генераторская лингвистика» (2018) ученый исследует роботизированные тексты, сгенерированные искусственным интеллектом, и показывает, что в скором будущем они будут составлять значительную часть нашей культуры.

Итак, в результате исследования установлено, что дигитализация языка характеризуется цифровыми изменениями в языке и системе стилей языка. Зафиксировано рождение нового стиля языка – дигитального стиля. Выявлены причины трансформации современного литературного языка и описаны основные этапы в истории развития цифровой эпохи, оказывающие влияние на современный литературный язык, традиционную культуру и медиакультуру.

Н.И. Клушина / N.I. Klushina