

УДК 8:070

ОСОБЕННОСТИ ЯЗЫКА РОССИЙСКИХ ИНТЕРНЕТ-СМИ. ФЕНОМЕН ГИПЕРТЕКСТА

© 2012 А.Р.Сафина

Губернский информационный портал Самара.ру

Статья поступила в редакцию 19.10.2012

В данной статье рассмотрена специфика языка интернет-СМИ. Особое внимание в статье уделяется гипертексту, как одному из основополагающих признаков интернет-СМИ.

Ключевые слова: интернет-СМИ, язык, гипертекст.

Новый канал распространения массовой информации не только изменил характер и ритм редакционной работы, но и в силу своих оригинальных качеств, таких как мультимедийность, интерактивность и гипертекст, оказал влияние на функционирование языка в рамках интернет-СМИ.

Сеть структурирует мир и реальность в слове и языке. Но само понятие «печатное слово» в Интернете теряет свое первоначальное значение. В Интернете нельзя ничего напечатать, а можно только поместить или опубликовать. Язык сообщения – это не только естественный язык, но и та кодировка, с помощью которой сообщение становится доступным читателю, а также структурные особенности сайта, где размещена публикация, подсети, на которой находится сайт, и сети в целом, а также набор технологий, с помощью которых это сообщение может быть проанализировано. Интернет-лексика, особенно лексика заголовков страниц, описаний и ключевых слов, т.е. всего того, что не видит или на что мало обращает внимания пользователь, является, с одной стороны, инструментом управления виртуальной аудиторией, а с другой – ее индикатором. В этом смысле язык интернет-публикаций более похож на язык человеческого общения, так как отражает реакцию коммуниканта на сообщение коммуникатора¹.

Особенности языка российских интернет-СМИ имеют свои исторические предпосылки, поскольку состояние языка – это, прежде всего, состояние (языковое сознание) его носите-

лей. Поэтому особенности языка в Интернете, в том числе и языка интернет-СМИ, обусловлены в первую очередь произошедшими в начале 90-х годов социально-политическими изменениями в стране и последовавшими за ними преобразованиями в языке публицистики². В 90-е годы наша страна претерпела серьезные социально-политические и экономические изменения, среди которых важнейшими для публицистики оказались: отмена цензуры и идеологических установок, объявление свободы слова, установка на сосуществование множества мнений, взглядов (плюрализм). Как следствие, расширился круг тем, освещаемых прессой, состав авторов, общий стиль статей стал более свободным, демократичным. Журналист, бывший в советское время безликим создателем текстов, проповедником идеологии со стандартным набором стилистических приемов, стал живой, раскованной творческой личностью – мыслящей, наблюдающей, анализирующей и размышляющей, причем больше с позиций человека частного, нежели общественного. Благодаря этому тексты периодической печати обрели личностное начало, стали речевым действием, направленным от человека к человеку. Адресат (читатель) автором в новую эпоху стал восприниматься человеком активным, мыслящим, способным анализировать получаемую информацию. Это обусловило такое изменение в материалах, как рост диалогичности: у автора появилась возможность (которой он не преминул воспользоваться) строить свой материал как разговор с невидимым собеседником, заменяя официозную стилистику дружеской.

⁰ Сафина Адэля Рашидовна, корреспондент, соискатель ученой степени (факультет «Журналистики», кафедра «Рекламы и связи с общественностью», ИМПЭ им.А.С.Грибоедова). E-mail: adel_safina@mail.ru

¹ Калмыков А.А., Коханова Л.А. Интернет-журналистика // [Электронный ресурс] Режим доступа: URL: <http://www.eartist.narod.ru/text16/027.htm> (Дата обращения 07.08.12).

² Уланова М.А. Особенности языка в Интернете. Интернет-СМИ // [Электронный ресурс] Режим доступа: URL: <http://www.inetprofy.ru/component/content/article/8-2009-07-23-15-44-29/40-2009-07-26-15-30-02> (12.08.12).

Произошло освобождение языка от строгой нормированности, штампованности, зажатости. Однако в то же время на страницах периодических изданий появились периферийные формы языка – просторечия и жаргоны. При этом необходимо отметить, что они негативно воспринимаются большинством исследователей. Многие журналисты рассматривают их как яркие средства языковой экспрессии, забывая при этом о том, что от частого и повсеместного употребления эти слова перестают осознаваться как стилистически окрашенные, приобретая в сознании общества статус «обычных» литературных слов.

В частности, сленг, выработанный пользователями Интернета, стал переходить в общепотребительную лексику. Следовательно, в современном русском языке появились изменённые слова, которые прочно вживаются в язык (например, «превед, медвед»).

Все новшества имеют свой словарь и специальные термины. Такой словарь сейчас есть и у Интернета. Следовательно, журналистика сети должна не только понимать новые термины, но и умело использовать их в своих публикациях. Как правило, появление таких слов связано с названием компьютерных программ, английское звучание которых переведено на аналогичное русское. Например, программа для редактирования цифровых фотографий носит название Photoshop. У активных читателей и писателей сообщества появилось краткое и понятное для них обозначение работ, изготовленных посредством этой программ, а именно «Фотожаба». Очень часто пользователи для удобства сокращения длинных слов используют термины или их сокращения, по аналогии, например, слово «автор» в Интернете многие пользователи заменяют на такое понятие, как «аффор», привет – «прэвед» и так далее. Иногда ударение в некоторых словах специально искажает правильную форму. Делается это по одной простой причине: текстовое сообщение на форуме или в чате может отражать одну и ту же эмоцию, а расстановка таких ударений показывает, с какими эмоциями оно исходило от пользователя, в какие эмоциональные краски было окрашено.

Сегодня в книжных магазинах существуют отдельные полки, предлагающие словари из серии «жаргоны сети Интернет». Некоторые издания в погоне за покупателями выпускают словари из лексикона людей разных профессий и возрастов, активно общающихся в сети.

Говоря о вопросе языка интернет-СМИ, необходимо отметить книгу Г.Н.Трофимовой «Языковой вкус интернет-эпохи в России: Функционирование русского языка в Интернете: концептуально-сущностные доминанты»³. Она посвящена выявлению наиболее важных характеристик, позволяющих определить наличие и степень структурных и стилистических изменений в современном русском языке в связи с его функционированием в российской части Интернета – Рунете. Автор подчеркивает, что воздействие Рунета на русский язык многопланово, но вместе с тем не затрагивает его системных категорий.

Содержание работы перекликается с материалом других современных публикаций, которые поддерживают идею формирования в настоящее время так называемого киберязыка и идею о том, что существует два, а, может быть, и более языков вычислительной техники и технологии: язык пользователя, язык создателя этой техники и технологии и язык малоквалифицированного потребителя. Тот факт, что в лексике, словообразовании и иногда синтаксисе этих функциональных языков присутствуют элементы профессионального лексикона и профессионального жаргона, не препятствует формированию этих «языков», тем более, что эти элементы нередко смешиваются, образуя современный конгломерат языков и стилей.

Возвращаясь к вопросу специфики языка интернет-СМИ, необходимо отметить, что сетевым средствам массовой информации присущи все основные функции СМИ: информационная, комментарийно-оценочная, познавательно-просветительская, функция воздействия, гедонистическая и др. В интернет-текстах, относящихся к публицистическому стилю, реализуются все привычные приемы: соотнесение стандартизованных и экспрессивных сегментов речевой цепи и одновременное действие ориентаций на экспрессию и стандарт – не только сохраняют, но и увеличивают свою значимость в Интернете. В языке сетевых СМИ, который приспособливается к наиболее общим речевым навыкам массового потребителя, отражаются основные речевые навыки массового коммуниканта. Иначе говоря, осуществление в сетевых журналистских текстах единого принципа газетно-языковой конструкции, превращающее их в самостоятельную функционально-языковую систему, противопоставленную, в

³ Трофимова Г.Н. Языковой вкус интернет-эпохи в России: Функционирование русского языка в Интернете: Концептуально-сущностные доминанты. – М.: 2004.

частности, художественному стилю, делает их общедоступными и направляющими к массовому потребителю воздействующую и организующую информацию. В собственно сетевых СМИ сегодня представлены разнообразные примеры традиционных жанров публицистического стиля. Это газетные и журнальные статьи, новостные подборки информационных агентств, которые выходят к читателю через Интернет, интервью, электронные письма читателей, комментарии, касающиеся каково-нибудь особенно актуального события, обзоры и дайджесты, опросы общественного мнения и комментарии к рейтингам популярных политиков, прогнозы погоды и т.д. В целом, публицистические произведения в Интернете приближаются к аналогичным произведениям в печатных СМИ, но, в то же время, обладают некоторыми специфическими признаками.

По мнению Г.Трофимовой интернет-реальность как новая сфера функционирования общества и языка закрепляет и продолжает тенденцию демократизации языка. Усиливается тенденция карнавализации, которая проявляется, прежде всего, на уровне лексики и фразеологии, а также – отчасти – и словообразования. Наиболее отчетливо это наблюдается и в языковом освоении компьютерно-языкового мира и интернет-реальности. Следовательно, можно говорить и о языковом вкусе интернет-эпохи в России, в формировании которого самое непосредственное участие принимают сетевые и традиционные СМИ⁴.

Поскольку Интернет – это не только среда индивидуального общения, но и полноценное средство массовой информации (СМИ), то здесь возможно дублирование материалов печатных СМИ без добавления особенностей карнавализации языка Интернета; возможно дублирование материалов электронных СМИ, например, радио и телевидения (реклама в таком виде, как она помещается в этих СМИ – без диалогичности, интерактивности – и др.).

Интернет, в том числе Рунет, имеет две ипостаси: как средство индивидуальной коммуникации и как одно из самых мощных, эффективных и гибких средств массовой информации, а, точнее, массовой коммуникации, адресованное огромной аудитории. Использование Рунета в качестве СМК может способствовать улучшению русского языка, который качествуют многие современные малообразованные

его носители⁵. Необходимо помнить, что по мере того как потребители осваиваются в интернет-пространстве, они предпочитают поддерживать отношения с теми интернет-компаниями, которым доверяют. При брендинге интернет-СМИ в первую очередь учитывают восприятие населением определенного набора качеств, присущих СМИ, близких и понятных населению – тогда есть вероятность получить лояльного потребителя в сравнении с брендами других СМИ за счет формирования доверительных отношений. Одним из немаловажных факторов влияния на формирование доверия к бренду того или иного интернет-СМИ является хороший язык. Несмотря на то, что грамотность не является коньком интернет-издателей, требования к ее уровню постоянно растут, и многие обращают на нее все больше внимания.

Помимо существующих в Интернете специализированных изданий там находится огромное количество разнообразной информации. Все то, что человек считает актуальным для себя, он теоретически может поместить в Интернете, т.е. сделать свои произведения реально доступными для всех. Его публикацию – частное мнение, частное высказывание – можно рассматривать как отдельную смысловую единицу, как слово, букву, иероглиф, знак, символ, т.е. такой объект, который при определенном уровне обобщения с учетом возникающих гипертекстовых связей, построенных по определенным правилам, предстает перед нами как высказывание на некоем виртуальном языке, называемом Интернет. Можно допустить, что все интересующее россиян размещено в русскоязычном Интернете (Рунете). Причем самое важное будет встречаться в сети наиболее часто. Поскольку количество сайтов растет с геометрической прогрессией, то предыстория не будет сильно влиять на актуальное состояние. Гипертекст-интернет, следовательно, это образ реальности здесь и сейчас, и одновременно, т.е. высказывание на живом, а не на книжном языке.

Однако Интернет это и своеобразная свалка разных текстов. Там можно найти почти любую научную работу, получить почти любую справку, но для этого нужно пробиться через завалы информационного мусора. Но так ли сильно отличается Интернет от индивидуального человеческого сознания, в котором информация отнюдь не расположена по полоч-

⁴ Трофимова Г.Н. Языковой вкус интернет-эпохи в России: – С. 229.

⁵ Язык в сети // [Электронный ресурс] Режим доступа :URL: http://vukoz.info/publ/interesnye_fakty/9-1-0-891 (13.08.12).

кам, как в библиотечном хранилище. Эта аналогия позволяет сравнить Интернет с массовым сознанием, свойством которого, как известно, является наличие языка и речи.

Однако информация, содержащаяся в сознании, это не само сознание и не сам язык. Язык – это не простая сумма всех высказываний, а сложно организованная иерархическая структура. Есть в нем элементарное, базовое, и составленное из этого базового сложное. Интернет позволяет структурировать информационный образ реальности относительно любого понятия или группы понятий. Следовательно, он обладает виртуальным языком. Однако зависимость этого структурирования от запросов посетителей все-таки не позволяет говорить о всеобщем выравнивании, о равноранговости всех высказываний. Хотя причинно-следственные отношения в Интернете отсутствуют, между высказываниями все же остаются отношения достоверности – недостоверности, убедительности – неубедительности, важности – второстепенности. Иерархия запросов и иерархия сайтов соответствуют одна другой, но друг друга не повторяют.

Итак, имеет место диалог между двумя глобальными структурами: суммированным посетителем страниц и суммированным создателем страниц. Этот диалог ведется на языке гипертекста, свойства которого определяют языковую стратегию и того и другого субъекта взаимодействия. Стратегия первого субъекта заключается в составлении таких вопросов, на которые может быть получен наиболее полный, но минимальный по объему трафика ответ. Стратегия второго, напротив, заключается в организации расширяющегося информационного потока. Происходит нечто подобное тому, когда, спросив прохожего «который час?», вы прослушаете в ответ лекцию о философской сущности времени, об истории часов на городской площади, о часе X и о том, какие трудные настали времена. Очевидно, что подобное нельзя назвать эффективным диалогом, и очевидно также, что первому надо учиться спрашивать, а второму – отвечать.

Тут и проявляется особая роль интернет-журналистики как средства ведения подобного диалога. Причем этот метафизический разговор есть разговор машины, несущей в себе образ человека, и человека, несущего в себе образ машины. Интернет-журналистика, следовательно, не что иное, как язык маркировки гипертекста, в роли которого выступает не

только информационное пространство, но и социально-культурная реальность⁶.

Исследователи М.Лукина и И.Фомичева выделяют три свойства, которые отличают интернет-СМИ от всех остальных видов медиа: гипертекстуальность, интерактивность и мультимедийность. Благодаря этим уникальным свойствам, которые предоставляют технологии Интернета, журналисты могут: 1) Расширять не только объемы информации, но и ее содержание. 2) Выразить смысл послания с помощью разных кодов общения. 3) Использовать для «работы» с аудиторией разнообразные формы общения, предоставить ей более полные возможности для реагирования и участия в информационном обмене.

Поскольку гипертекстуальность является одной из главных отличительных особенностей интернет-СМИ, то остановимся на данном моменте подробнее.

Гипертекст – это текст, состоящий из потенциально бесконечного множества текстов, объединённых системой встроенных гиперссылок, что позволяет не только читать его горизонтально, как на бумаге, но и с помощью внутренних и внешних ссылок просматривать «вглубь». Использование гипертекста в журналистике придаёт материалам третье измерение – глубину⁷.

Гипертекст как явление постмодерна обладает рядом свойств, присущих постмодерну. Известный американский критик Ихаб Хасан выделяет следующие признаки⁸: 1) неопределенность, культ неясностей, ошибок, пропусков; 2) фрагментарность и принцип монтажа; 3) «деканонизация», борьба с традиционными ценностными центрами; 4) отсутствие психологических и символических глубин; 5) молчание, отказ от мимесиса и изобразительного начала; 6) положительная ирония, утверждающая плюралистическую вселенную; 7) смешение жанров, высокого и низкого, стиливой синкретизм; 8) театральность современной культуры, работа на публику, обязательный учет аудитории; 9) срастание сознания со средствами коммуникации, способность при-

⁶ Калмыков А.А., Коханова Л.А. Интернет – журналистика // [Электронный ресурс] Режим доступа: URL: <http://www.evartist.narod.ru/text16/027.htm> (05.09.12).

⁷ Интернет-СМИ: Теория и практика: учеб. пособие для студентов вузов / Под ред. М.М.Лукиной. – М.: 2010. – С. 63.

⁸ HassanIhab. Making sense: the triumph of postmodern discourse // New literary history, vol. 18. – 1987. – № 2. – P. 445.

способливаться к их обновлению и рефлексировать над ними.

Даже поверхностный анализ любого современного СМИ (и бумажного, и электронного) позволит без труда увидеть в его продукции все перечисленные признаки. Тем более отчетливо эти черты проявляются в интернет-журналистике.

Если характерной чертой гипертекста, как отмечалось, является отсутствие непрерывности – прыжок или скачок в другое текстуальное пространство, то, что собой представляют новостные ленты и анонсы на страницах сетевых СМИ, как не побуждение к этому прыжку, причем зачастую в совершенно иной контент, размещенный на другом сайте. Читатель (посетитель) провоцируется на непоследовательность прочтения, так как делается максимально возможное для того, чтобы привлечь его внимание к выходам за пределы страницы, на которой он находится. Естественно, он просматривает страницу по диагонали, пропуская большую часть контента. Читатель сам монтирует общую картину из фрагментов текста, причем все, что мешает свободной интерпретации, отбрасывается как читателем, так и издателем. Такой подход напоминает скольжение (серфинг) по поверхности текстуального пространства, гиперссылки чаще всего – это не движение вглубь, а в сторону, и напоминает языковую игру. Индивидуальное это бесконечное количество раз переодевается, вследствие чего появляется необходимость принимать образ типичный для аудитории именно данного ресурса. Оно остается молчаливым наблюдателем даже там, где его провоцируют на высказывание, так как это высказывание осуществляется под маской электронного адреса и ника (сетевого имени). Механизм компенсации эмоциональной бедности поверхностного скольжения включает иронию, уход от серьезности, всеобщий безграничный плюрализм, сопровождающийся возможностью эклектики, сочетанием несочетаемых стилей.

Это одна сторона гипертекста, но есть и другая, имеющая как будто противоположные свойства: 1) Неопределенность, нелинейность, разрывность переходов создает некоторое новое качество, не вытекающее логически из формы и контента. Переход на другую страницу – это открытие другой страницы, другого окна реальности. 2) Фрагментарность и клиповость ведет к созданию новых информационных сверток – иероглифов современной культуры, которыми можно оперировать как

понятиями. 3) Деканонизация ветхих ценностей и их профанация имеет своим следствием формирование и сакрализацию новых ценностей. А так как новых ценностей не бывает, то здесь речь идет о критическом пересмотре ценностных структур в направлении более устойчивых к вызовам цивилизационного развития. 4) При поверхностном скольжении считывается геометрия поверхностей, т.е. структура информационного пространства. Углубление в поверхность бессмысленно, потому что это поверхность, а не объем, следовательно, углубляться некуда. Осознание одного этого факта на практике уже является очень серьезным культурным действием, определяющим жизненные стратегии. Сама поверхность гипертекста больше всего напоминает лист Мебиуса, который, как известно, имеет только одну сторону. Двигаясь по нему, можно прийти с лицевой его части в изнаночную, не пересекая поверхность. Таким образом, нахождение на изнаночной стороне есть следствие движения с лицевой. 5) Игровая реальность – это реальность проб и возможностей, языковая игра – это одно из условий языкотворчества, плодотворность которого мы наблюдаем в Интернете. 6) Плюралистичность и ироничность – ответ психически здорового организма на невозможность реальности профанированных ценностей. То, что ценности в современной социокультурной реальности, действительно, почти полностью профанированы, убедительно доказал постмодернизм. 7) Интернет приучает к тому, что жанровые границы, как и любые другие границы есть либо игровые правила, либо добровольно взятые на себя самоограничения. В любом случае ограничение есть действие индивидуальной воли, без логического рационального обоснования. Стирание границ приводит к проявлению трансрациональных причин существования границ, то есть попытки разрушения границ приводят к разрушению условных границ и к укреплению безусловных, истинных. 8) Интернет сделал потенциально публичной жизнь каждого человека. Получился своеобразный театр наоборот, в котором право наблюдать за игрой предоставляется актерам, а право играть – публике. Задача актеров – наблюдать и испытывать катарсис (очищение от переживания искусства), а публика проигрывает перед ними вживание во все новые образные миры. Вырабатывается культурная логика оценки действительного по возможному, в которой сама возможность реальности санкционируется гиперреальностью.

Подводя итоги, можно сказать о том, что сеть действительно является универсальным каналом передачи и распределения информации, однако основное отличие интернет-журналистики от других видов журналистики определяется не этим. Суть различия - в актуализации свойств гипертекстуальности и интерактивности, то есть смены вещательной парадигмы СМИ диалоговой. Вместе с тем, трудно ожидать, что вещательность полностью уйдет в прошлое, поскольку интерактивное взаимодействие со СМИ предъявляет повышенные требования к участникам диалога, на которые далеко не все и не всегда способны.

Массовое телевидение и массовая печать не допускают субъект-субъектных отношений с каждым зрителем или читателем. Некоторые исследователи уверены, что будущее СМИ за множественным полилогом субъективированных информационно-коммуникативных образований: сообществ, информационных агентств

и изданий, многообразных интернет-ресурсов и т.п. Такой вывод видится логичным, учитывая всё вышесказанное об особенностях языка современных интернет-СМИ.

Интернет-журналистика, интегрируя в себе все возможности прессы, радио и телевидения, существует и определяется в ветвящемся интерактивном гипертексте, пока не вполне доступном вещательным медиа. Сам факт появления интернет-журналистики, как полагают исследователи, требует смены информационной парадигмы и реконцептуализации даже таких базовых понятий как «массмедиа, аудитория и сама коммуникация»⁹.

⁹Калмыков А.А. Интерактивная гипертекстовая журналистика в системе отечественных СМИ // [Электронный ресурс] Режим доступа: URL: http://www.evest-narod.ru/text19/159.htm#%D0%B7_%D1%872_03 (03.09.12).

LINGUISTIC FEATURES OF THE RUSSIAN INTERNET-MASS MEDIA. HYPERTEXT

© 2012 A.R.Safina^o

Provincial Information Portal Samara.ru

The article deals with the specific language of the Russian internet-mass media. Special attention is paid to the hypertext as to one of fundamental features of internet-mass media in this article.

Keywords: Internet-mass media, language, hypertext.

^o Adelya Rashidovna Safina, journalist, post-graduate student (Faculty of journalism, Department of advertising and public relations, A.S. Griboyedov Institute of International Law and Economics). E-mail: adel_safina@mail.ru