

УДК 81.2
ББК

ФОРМИРОВАНИЕ БЕРЕЖНОГО ОТНОШЕНИЯ К РУССКОМУ ЯЗЫКУ В СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА: ЗАКОНОМЕРНОСТЬ ИЛИ ПАРАДОКС?

А. А. Селютин

Челябинский государственный университет, Челябинск, Россия

Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда (проект № 16-18-02032)

Языковая среда современных социальных медиа является благодатной почвой для языковых экспериментов и трансформаций. Эти процессы не могут восприниматься однозначно и вызывают в обществе противоположные реакции: от резкого неприятия до полного восторга и одобрения. В нашем небольшом исследовании в качестве материала мы взяли тот случай, когда сама языковая среда берет на себя функцию контролера или цензора, обозначая положительные и отрицательные практики словоупотреблений, нормы и правила общения. Под языковой средой в данном случае мы понимаем отдельные социальные группы с определенным количеством подписчиков.

Ключевые слова: лингвоответственность, языковая среда, социальные медиа, языковые эксперименты.

“Ignorantia non est argumentum”
Benedictus de Spinoza

В нашем небольшом исследовании мы обратились к терминологической базе новой науки — медиалингвистики — в частности, к термину, который звучит как «медиаличность». На сегодняшний момент, согласно статистике GoogleScholar, данное понятие практически не разработано (всего около 75 ссылок по запросу) и имеет лишь несколько авторских интерпретаций не позволяющих делать вывод об устоявшейся научной трактовке, поэтому анализ семантической трансформации первоисточников позволит более корректно подойти к формулированию дефиниции современного термина «медиаличность».

Начать можно с того, что и сам термин «медиаличность» и вообще тема языковой личности и языкового сознания появилась в лингвистической науке сравнительно недавно. Что касается базового понятия «личность», то оно как категория социальная, философская, психологическая и т. п. имеет следующие трактовки (табл. 1).

Если мы просуммируем различные определения данной категории, то получившаяся дефиниция будет иметь следующий вид: **личность** — это целостная структура **социально значимых качеств, приобретенных индивидом в совместной с другими деятельности и общении, и определяющих его индивидуальность.**

В этом определении присутствуют несколько ключевых для нас элементов. Во-первых, это понятие системности. Личность встроена в систему общественных отношений и сама по себе является системно организованной. Во-вторых, это понятия общества и общности, которые указывают нам на возможные ситуативные трансформации личности в зависимости от ее социальной принадлежности, например, по профессии, возрасту, образованию.

Так, например, по мнению В. И. Аннушкина, «личностью человек как индивидуальное воплощение своего телесно-духовного единства становится только тогда, когда сформируется его нравственное и интеллектуальное мировоззрение, которое находит воплощение в характере речи» [1. С. 19]. Именно это свойство личности позволяет ей иметь множество проекций, что в свою очередь порождает активное терминообразование для обозначения каждого нового явления. В частности, в начале XX в., благодаря работам В. В. Виноградова, появляется термин «языковая личность», стремительно завоевавший лидирующие позиции в современной лингвистике и породивший в свою очередь многочисленные вариации: «виртуальная языковая личность», «профессиональная языковая личность», «корпоративная языковая личность», «лингвокультурная личность» и так далее.

Таблица 1

Трактовка понятия личность (на материале <http://dic.academic.ru>)

Философский словарь	Человеческий индивид как субъект отношений и сознательной деятельности (лицо в широком смысле слова)
Краткий психолого-психиатрический словарь	Врожденные особенности мышления, ощущений и поведения, определяющие уникальность индивида, его образ жизни и характер адаптации и являющиеся результатом конституционных факторов развития и социального положения
Толковый словарь Ушакова	Отдельное человеческое я, человеческая индивидуальность как носитель отдельных социальных и субъективных признаков и свойств
Энциклопедия культурологии	Термин, обозначающий социальный тип человека как продукта и носителя исторически определенной культуры и выполняющего определенные функции в системе сложившихся общественных отношений

Такое многообразие появившихся терминов можно представить в виде таблицы, отражающей структурные преобразования базового понятия «личность» (табл. 2, 3).

В настоящее время с позиции современных понятий системы лингвистического знания термин «языковая личность» наполняется не только общим, философским, социальным, гуманитарным, лингвистическим, но и медиа содержанием, благодаря которому акценты переносятся с системы общественных отношений (трактовке термина через систему общественных отношений) на средства, необходимые для реализации этого общения в эпоху современных информационных

технологий (речь идет о цепочке трансформации: личность — языковая личность — медиа-личность под влиянием различных социальных интернет ресурсов и многочисленных медийных интернет-практик).

Понятие «медиаличность», так же как и понятие «художественно-языковое сознание» (В. В. Виноградов), «лингвокультурная личность» (В. В. Воробьев), «коммуникативная личность» (В. И. Карасик), «языковая личность» (Ю. Н. Караулов), понятие многомерное, но в отличие от перечисленных оно более подходит к описанию современных коммуникативных практик.

Таблица 2

Трансформация понятия личность (1 уровень трансформации)

Языковая личность	Совокупность способностей и характеристик человека, обуславливающих создание им речевых произведений (текстов), которые различаются: степенью структурно-языковой сложности, глубиной и точностью отражения действительности, определенной целевой направленностью (Ю. Н. Караулов)
-------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Таблица 3

Трансформация понятия «языковая личность» (2 уровень трансформации)

Виртуальная языковая личность	Представляет собой специфический тип личности, обусловленный ситуацией виртуального общения, влияющей на изменение уровней структуры языковой личности, в особенности мотивационного уровня (Лутвинова О. В. http://cheloveknauka.com/yazykovaya-lichnost-v-virtualnom-diskurse#ixzz4l6WsjfWG)
Профессиональная языковая личность	Совокупность языковых компетенций, обуславливающих восприятие и оперирование профессиональными субдискурсами в различных ситуациях профессионально-коммуникативного взаимодействия с учетом ролевых требований профессии, целей профессиональной деятельности и успешностью профессиональной самореализации (Мыскин С. В. http://scjournal.ru/articles/issn_1997-2911_2013_12-1_43.pdf)
Лингвокультурная личность	Закрепленный в языке (преимущественно в лексике и синтаксисе) базовый национально-культурный прототип носителя определенного языка, составляющий вневременную и инвариантную часть структуры личности (Маслова В. А. http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Linguist/maslova/05.php)

С таблицами — непонятно: у таблицы должна быть «головка»... Я оформила их «как полагается».
<http://dic.academic.ru> — это словари.

В статье «Медиалингвистика и медиатекст: теория и практика» мы писали о том, что «пассивные читатели и авторы пабликов [имея в виду контент социальной сети ВКонтакте. — А. С.] начинают обращать внимание на грамотность использования речевых инструментов в повседневном общении» [3. С. 212], пытаясь активно или не очень влиять на него в сторону повышения уровня формальной грамотности.

Мы видим, что руководители групп ВКонтакте зачастую используют слоган, который, являясь своего рода брендбуком данного локального сообщества, задает определенный тон речевого поведения авторов статей и комментариев к ним: о чем я буду писать в данной группе и какой материал в виде постов и комментариев участников я ожидаю здесь увидеть. Этот слоган с одной стороны выступает как маркер для посетителей, которым нужно составить первое впечатление (мнение), с другой — как инструкция для пользователей, желающих на какое-то время привязать свою подписку к этой группе и имеющих определенные ожидания от данного контента. Формируется прослойка пользователей, обращающих внимание не только на содержание, но и на форму (подачу) материала, — пользователь с лингвоэстетической компетенцией.

В этой связи нам кажется уместным обратиться к статье М. В. Загидуллиной «“Зеленая лингвистика”: языковые компетенции как освоение “леса” и “сада”», в которой она обозначила новый исследовательский подход к процессам речепорождения и существования языка как системы — «зеленая лингвистика». В ней она пишет: «“Зеленый” подход предполагает способность “ноосферного человека” к приспособлению и вписыванию не только в пространство “сада”, но и в пространство “леса”, по сути человеку враждебного <...> с переходом в эпоху социальных сетей появились совершенно иные задачи — теперь каждый вынужденно оказывается вовлечен в активное медиатизированное пространство, и медиатизация проявляется в первую очередь в сужении приватного, частного пространства» [2. С. 20–21] с активным увеличением публичного пространства и пропорциональным увеличением лингвоответственности за размещаемый контент. Однако следует отметить, что далеко не все участники социальных медиа готовы брать на себя ответственность за свои речевые поступки и поэтому сама система (социальная сеть или группа) должна брать на себя функцию речевого

воспитания: формирования лингвоэстетической компетенции и лингвоответственности за речевые высказывания.

Мы предположили, что активные участники данных сообществ должны испытывать на себе влияние контента, который, задавая определенный лексический и стилистический тон, будет прямо и косвенно влиять на формирование лингвоэстетической компетенции. Для нашего исследования мы отобрали 39 групп социальной сети «ВКонтакте», тематически связанных с проблемой воспитания грамотной языковой личности, формирования бережного отношения к русскому языку (см. ссылку выше). В качестве элементов анализа мы выделили заголовки и слоганы. Анализ осуществлялся при помощи программы SketchEngine (<https://www.sketchengine.co.uk/>).

Анализ заголовков групп (всего 39 групп и 179 лексем). Наиболее частотные производные лексические основы:

1) язык (22 повтора) в сочетании с такими группами лексем, как: *глаголы* — говорить, учить, любить; *прилагательные* — русский, родной, нормальный; *существительные* — тайна, правило, запас, посол, неологизм, мир, чистота, филология.

2) русский (23 повтора) в сочетании с такими группами лексем как: *глаголы* — учить; *прилагательные* — современный, нормальный; *существительные* — литература, язык.

3) культура (4 повтора) в сочетании с такими группами лексем как: *существительные* — речь, мысль, поведение.

Анализ слоганов групп (те же 39 групп и 1382 лексем). Наиболее частотные производные лексические основы:

1) язык (36 повторов) в сочетании с такими группами лексем, как: *глаголы* — изучать, знать, жить, любить, интересоваться, общаться, создавать; *прилагательные* — русский, образный, великий, великорусский, живой, человеческий, нормальный, родной, заимствованный; *существительные* — правило, любитель, проблема, литература, орудие, речь, факт, сообщество, сложность, проблема, разработка.

2) русский (23 повтора) в сочетании с такими группами лексем, как: *прилагательные* — правильный, великий, образный; *существительные* — язык, литература, речь.

3) слово (10 повторов) в сочетании с такими группами лексем, как: *глаголы* — выражать, соединять, быть; *прилагательное* — новый; *существительные* — цитата, стих, правило, значение, мир.

4) литература (9 повторов) в сочетании с такими группами лексем, как: *глагол* — говорить; *прилагательные* — художественный, иностранный, русский; *существительные* — язык, островок, призма.

В целом, мы можем отметить формирование определенного вербального фона, своего рода тона, который служит языковым ориентиром читателям и авторам контента данных групп социальной сети «ВКонтакте».

Список литературы

1. Аннушкин, В. И. Филология — словесность — риторика — культура речи: к уточнению терминов и содержания данных наук / В. И. Аннушкин // Русский язык и литература в пространстве мировой культуры: Материалы XIII Конгресса МАПРЯЛ (г. Гранада, Испания, 13–20 сентября 2015 года) : в 15 т. — СПб., 2015. — Т. 8. — 375 с.
2. Загидуллина, М. В. «Зеленая лингвистика»: языковые компетенции как освоение «леса» и «сада» / М. В. Загидуллина // Горизонты цивилизации: материалы VII Аркаимских чтений. — Челябинск, 2016. — С. 16–26.
3. Селютин, А. А. Медиалингвистика и медиатекст: теория и практика / А. А. Селютин // Профессиональная языковая личность: Международный филологический форум, г. Сочи, 11–14 мая, 2017 г. — Сочи, 2017. — С. 208–213.

Сведения об авторе

Селютин Андрей Анатольевич — кандидат филологических наук, заведующий кафедрой теоретического и прикладного языкознания историко-филологического факультета, Челябинский государственный университет. Челябинск, Россия. blind11@yandex.ru

Bulletin of Chelyabinsk State University.
2017. No. 11 (407). Philology Sciences. Iss. 109. Pp. 54–57.

FORMATION OF A CAREFUL ATTITUDE TO THE RUSSIAN LANGUAGE IN SOCIAL MEDIA: REGULARITY OR PARADOX?

A. A. Selyutin

Chelyabinsk State University, Chelyabinsk, Russia. blind11@yandex.ru

The language environment of modern social media is a fertile ground for language experiments and transformations. These processes can not be perceived unequivocally and cause in the society opposite reactions: from sharp rejection, to complete enthusiasm and approval. In our small study, as a material, we took the case when the language environment itself assumes the function of a controller or censor, denoting positive and negative practices of usage, norms and rules of communication. Under the language environment in this case, we mean individual social groups with a certain number of subscribers.

Keywords: *lingual responsibility, language environment, social media, language experiments.*

References

1. 1. Annushkin V.I. Filologiya — slovesnost' — ritorika — kul'turarechi: k utochneniyuterminovisoderzhaniyadannyhnauk [Philology — literature — rhetoric — the culture of speech: to clarify the terms and content of these sciences]. Russkijazykiliteratura v prostranstvemirovojkul'tury : v 15 t. T. 8 [Russian language and literature in the space of world culture in 15 vol. Vol. 8]. St. Petersburg, 2015. 375 p. (In Russ.).
2. 2. Zagidullina M.V. "Zelenayalingvistika": yazykovye kompetencii kak osvoenie "lesa" i "sada" ["Green Linguistics": language competencies as mastering of "forest" and "garden"]. *Gorizonty civilizacii* [Horizons of civilization]. Chelyabinsk, 2016. Pp. 16–26.
3. 3. Selyutin A.A. Medialingvistika i mediatekst: teoriya i praktika [Medialinguistics and MediaText: theory and practice]. *Professional'naya yazykovaya lichnost'* [Professional language personality]. Sochi, 2017. Pp. 208–213.