

# МЕДИАЛИНГВИСТИКА

## Выпуск 5

# Язык в координатах массмедиа

Материалы I Международной научно-практической  
конференции

6–9 сентября 2016 г. Варна, Болгария



Санкт-Петербургский  
государственный  
университет

Шуменский университет  
им. Епископа Константина  
Преславского

Медиалингвистическая  
комиссия Международного  
комитета славистов

Санкт-Петербург 2016

ББК 76

М42

Рецензенты: д-р филос. наук *И. В. Анненкова* (Моск. гос. ун-т им. М. В. Ломоносова); д-р филол. наук *Б. Я. Мисонжников* (Санкт-Петербург. гос. ун-т)

Редационный совет: *М. Войтак* (Люблин, Польша), *Ст. Гайда* (Ополе, Польша), *Дж. Ш. Аята* (Стамбул, Турция), *Т. ван Дейк* (Барселона, Испания), *Т. Г. Добросклонская* (Москва, Россия), *М. Ю. Казак* (Белгород, Россия), *О. Б. Сиротина* (Саратов, Россия), *Чжан Хуэйцин* (Пекин, Китай), *В. Е. Чернявская* (С.-Петербург, Россия), *Т. В. Чернышова* (Барнаул, Россия)

Редационная коллегия: *В. Попова*, *Х. Христова*, *И. Костадинова* (Шумен. ун-т им. Епископа Константина Преславского, Болгария); *В. В. Васильева*, *Ю. М. Коняева* (С.-Петербург. гос. ун-т, Россия)

Научные редакторы: *Л. Р. Дускаева* (С.-Петербург. гос. ун-т, Россия); *Т. Г. Добросклонская* (Моск. гос. ун-т им. М. В. Ломоносова, Россия); *Д. Попов* (Шумен. ун-т им. Епископа Константина Преславского, Болгария)

Ответственный редактор *В. В. Васильева* (С.-Петербург. гос. ун-т, Россия)

*Печатается по решению Оргкомитета I Международной научно-практической конференции «Язык в координатах массмедиа» 6–9 сентября 2016 г. Варна, Болгария*

**Медиалингвистика.** Вып. 5. Язык в координатах массмедиа : матер. I Междунар. науч.-практ. конф. (6–9 сентября 2016 г. Варна, Болгария) / отв. ред. В. В. Васильева. — СПб. : С.-Петербург. гос. ун-т, Ин-т «Высш. шк. журн. и мас. коммуникаций», 2016. — 290 с.  
ISSN 2312-0274

В сборнике представлены доклады участников I Международной научно-практической конференции (6–9 сентября 2016 г. Варна, Болгария). Организаторами конференции явились Шуменский университет имени Епископа Константина Преславского, Лаборатория прикладной лингвистики при Шуменском университете имени Епископа Константина Преславского, Институт «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций» Санкт-Петербургского государственного университета и Комиссия по медиалингвистике при Международном комитете славистов.

В фокусе дискуссий находилось актуальное состояние и перспективы исследований, посвященных функционированию славянских языков в журналистской практике, в сфере PR и рекламы.

Тексты на русском, болгарском и английском языках. Фактические сведения приводятся в авторской редакции.

Сборник рассчитан на исследователей массовой коммуникации, практикующих журналистов и специалистов в области PR и рекламы.

ISSN 2312-0274

ББК 76

© Авторы статей, 2016

© С.-Петербург. гос. ун-т, Ин-т «Высш. шк. журн. и мас. коммуникаций», 2016

**Олеся Ильясовна Шарафутдинова**

Челябинский государственный университет. Россия

## **ВЛИЯНИЕ МЕДИЙНЫХ ПРАКТИК НА РЕЧЕВОЕ ПОВЕДЕНИЕ РУССКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРНОЙ ЛИЧНОСТИ**

Исследование выполнено при финансовой поддержке Российского научного фонда, проект №16-18-02032 «Ментально-языковые трансформации русской лингвокультурной личности: поиск идентичности в медиатизированном обществе»

Медийные речевые практики в силу своей публичности и массовой доступности влияют на речевое поведение носителей языка через систему мемов — единиц культурной информации, что приводит к трансформации ментальных характеристик лингвокультурной личности.

Интернет оказывает огромное влияние на отдельные сферы современного общества, подвергшиеся кардинальным изменениям. Речевое поведение носителей русского языка, как и их ментальная характеристика, не является исключением. В 2000-е гг., когда интернет в России приобретает повсеместный характер и для части представителей российского языкового коллектива именно сетевое общение выходит на первый план, можно фиксировать взаимосвязь медийных речевых практик, используемых на различных виртуальных площадках, и оффлайновой речи. Форумы, блоги, социальные сети, месенджеры предлагают не только удобные формы коммуникации, но и задают определенные модели речевого поведения. Уместно будет вспомнить высказывание М. Маклюэна «The Medium is the Message»: медиа меняет наше сознание независимо от того, какое содержание передается [Маклюэн 2007: 6]. В силу этого весьма актуальной является проблема влияния медийных речевых моделей не только на речевое поведение носителя языка, но и на характеристики лингвокультурной личности в целом.

Анализ медийных речевых практик сталкивается с целым рядом трудностей, первая из которых — изменчивость и подвижность виртуального пространства. Например, в 2013 г. вышла книга М. Кронгауза «Самоучитель олбанского», посвященная некогда популярному «языку падонков», к 2013 г. утратившему свою массовость. Другая сложность связана с огромным объемом материала, поскольку пользователи сети каждый день производят большое количество информации. Следовательно, для исследования необходимы не только качественные, но и принципиально новые количественные методы. И наконец, интернет-коммуникация — относительно молодое явление, поэтому филологии и лингвистике еще предстоит разработать методики и подходы к его изучению.

В данном исследовании рассматривается взаимодействие онлайн и оффлайн речевого поведения пользователей рунета. Одной из наиболее ярких форм влияния виртуальных практик является миграция как отдельных слов, так и целых фраз из виртуального языка в язык повседневный. Следует отметить, что и до развития IT-технологий язык испытывал влияние медиа. Влияние книг, фильмов, телепрограмм на речь человека ни у кого не вызывает удивления. Но, на наш взгляд, между традиционными медиа и цифровыми существует важное различие. Если в первом случае можно говорить о бытовании авторского продукта, то во втором случае представление об авторе становится размытым из-за его коллективного, зачастую обезличенного характера. Неслучайно фигура Анонимуса так популярна среди пользователей сети, а анонимность (или ее видимость) можно признать одним из основополагающих принципов

современного интернет-сообщества. Подобные характеристики сближают виртуальную коммуникацию с фольклором.

На наш взгляд, для изучения влияния медийных практик на речевое поведение русской лингвокультурной личности перспективно использовать концепцию мемов. В 1976 г. Р. Докинз предложил использовать термин «мем» как обозначение единицы культурной информации: «Точно так же, как гены распространяются в генофонде, переходя из одного тела в другое с помощью сперматозоидов или яйцеклеток, мемы распространяются в том же смысле, переходя из одного мозга в другой с помощью процесса, который в широком смысле можно назвать имитацией» [Докинз 1993: 189]. Исследователь выделяет качества, обеспечивающие выживаемость мемов: долговечность, плодовитость и точность копирования. Распространяясь как вертикально, так и горизонтально, мемы, подобно генам, стараются создать как можно больше копий себя. Конкуренция между мемами может приводить или к исчезновению некоторых из них, или к трансформациям. Важно отметить еще одну схожесть генов и мемов: они действуют не отдельно, а совместно друг с другом, возникают цепочки, в которых одни элементы поддерживают другие.

В рамках предложенной концепции можно выделить несколько вариантов влияния медийных речевых практик на носителей языка. К первой группе относятся мемы, которые обладают высокой степенью плодовитости, но не отличаются долговечностью. Быстро охватывая значительное количество людей, такой мем затем уступает место новому мему и т.д. Во вторую группу включаются мемы, у которых степень долговечности выше. Именно они имеют потенциал превратиться в ментальную константу и оказать значительное влияние на речь носителей языка, формируя языковой вкус эпохи. Мемов второй группы гораздо меньше, чем первой, но их качественное влияние выше. Примечательно, что некоторые мемы, возникшие как следствие технических ограничений, закрепились в речевой практике и мигрировали в оффлайн-речь.

Наиболее актуальной тенденцией последнего времени является популярность визуальных символов в интернет-общении. Если первоначально эмодзи использовались для обозначения эмоций в тексте, то сейчас многие люди общаются исключительно с помощью визуальных символов. Визуальный знак подменяет знак языковой, сужая интерпретационное поле речевой коммуникации, что, с одной стороны, упрощает описание действительности и выражение мысли, эмоции, с другой — трансформирует ментальные характеристики русской лингвокультурной личности.

#### Л и т е р а т у р а

Докинз Р. Эгоистичный ген. М., 1993.

Маклюэн М. Понимание медиа: внешние расширения человека. М., 2007.

**Olesia I. Sharafutdinova**

Chelyabinsk State University. Russia

#### **INFLUENCE OF MEDIA ON SPEECH BEHAVIOUR OF RUSSIAN LINGUOCULTURAL PERSONALITY**

Media speech practitioners influence on speech behavior of native speakers through system of memes — units of cultural information that can lead to transformation of mental characteristics of the Russian linguocultural personality.