

НЕМЕЦКОЯЗЫЧНАЯ ИНТЕРНЕТ-ЛИНГВИСТИКА: ИСТОРИЯ И СОВРЕМЕННОСТЬ

Для цитирования: Езан И. Е., Ковтунова Е. А. Немецкоязычная интернет-лингвистика: история и современность // Немецкая филология в Санкт-Петербургском государственном университете. 2022. Вып. 12. С. 252–272. <https://doi.org/10.21638/spbu33.2022.113>

В центре внимания данной статьи находится новая лингвистическая дисциплина — интернет-лингвистика, история ее становления и наиболее значимые направления исследований в немецкоговорящих странах. Основной целью является обзор основных этапов и векторов развития научной дисциплины и краткое обобщение накопленного исследовательского опыта ученых из Германии, Австрии и Швейцарии. В статье представлен анализ важнейших публикаций ведущих немецкоязычных исследователей в области интернет-лингвистики с конца 1980-х гг. до наших дней. Исторический экскурс сопровождается рассмотрением ряда терминологических аспектов: терминологических дискуссий вокруг базовых понятий и объекта изучения, адаптации английских терминов, синонимию терминов. Появление интернета и интенсивное развитие новых технологий оказали значительное воздействие не только на характер и формы социальной интеракции, но и на развитие немецкого языка в целом. Отдельно освещается вклад немецкоязычных авторов в решение дискуссионных вопросов о возможности выделения специального языка интернета (Internetsprache), вопросов критики языка в интернете. В статье идет речь о работах немецкоязычных исследователей, посвященных языковым инновациям в интернет-пространстве, прагматическому потенциалу языковых феноменов, характерных для использования немецкого языка в сети. Далее описываются подходы немецкоязычных авторов к проблемам новых медиа и форм коммуникации в цифровом мире (смс-сообщений, чатов, блогов, твитов и т. п.), мультимодальных интернет-феноменов (эмодзи, мемов), правил поведения в интернет-пространстве (интернет-этикета, нем. Netiquette). В работах немецкоязычных лингвистов под новым углом были рассмотрены такие понятия из смежных дисциплин, как переключение кодов (Code-Switching), концептуальная устность (konzeptionelle Mündlichkeit) и концептуальная письменность (konzeptionelle Schriftlichkeit), язык близости (Sprache der Nähe) и язык дистанции (Sprache der Distanz). В отдельном параграфе говорится о дискурсивных и прикладных аспектах интернет-лингвистики, таких как создание интернет-корпусов, международные проекты и пр.

Ключевые слова: компьютерно-опосредованная коммуникация, интернет-лингвистика, терминология, новые медиа, формы коммуникации, социальная интеракция, мультимодальность.

GERMAN-BASED INTERNET LINGUISTICS: HISTORY REVIEW AND MODERN TRENDS

For citation: Jesan I. J., Kovtunova E. A. German-based Internet linguistics: History review and modern trends. *German Philology in St Petersburg State University*, 2022, iss. 12, pp. 252–272. <https://doi.org/10.21638/spbu33.2022.113> (In Russian)

This article focuses on a new linguistic discipline called Internet linguistics, reveals historical aspects of its formation, and summarizes research strategies in modern linguistic studies in German-speaking countries. The article provides a brief overview of the main studies on Internet-linguistics by German-speaking researchers from the late 1980s to the present. Research analysis evaluates important terminological aspects: debates around key concepts and objects of study. With the invention of the Internet and rapid progress made in digital media, forms of social interaction were significantly impacted, along with related tendencies of development of the modern German language. The analysis highlights a contribution of German-speaking academic researchers to the debate on the possibility of distinguishing a special language of the Internet and language criticism on the Internet. The article presents the studies addressing the topic focus on linguistic innovations on the Internet and the pragmatic potential of the linguistic phenomena typical for the modern German language. The article briefly describes the research approaches to the problems of new media and new forms of communication in the digital world (SMS text messages, chat rooms, blogs, tweets, etc.), multimodal Internet phenomena (emoji, memes), standards and rules of on-line behavior (Netiquette). Contemporary studies forced a new viewpoint on some concepts from related disciplines such as “code-switching”, conceptual orality and conceptual writing, proximity language and distance language. The necessary part of the article deals with the discursive and applied aspects of the Internet linguistics, such as creation of the Internet corpora, launching international projects, etc.

Keywords: computer-mediated communication, Internet linguistics, terminology, new media, forms of communication, social interaction, multimodality.

Der Knopfdruck ist zugleich eine Botschaft.
[Schmitz 1996: 92].

1. Введение

В последние десятилетия интернет оказывает влияние фактически на все сферы жизни общества. Именно ввиду интенсивного внедрения интернет-технологий, особенно с появлением Веб 2.0, в значительной степени трансформируются области межличностного и межгруппового общения. Новые, все более совершенные технологии позволяют осуществлять в интернете равноуровневую коммуникацию (бытовую, производственную, научную, политиче-

скую, религиозную, бизнес-коммуникацию и пр.). Очевидные изменения условий, форм и характера коммуникации, которые часто сопровождаются языковыми и мультимодальными инновациями, обусловили повышенный интерес современных исследователей к использованию языка в интернете. Сегодня можно утверждать, что внутри лингвистики выделилось и сформировалось новое направление — интернет-лингвистика (нем. *Internetlinguistik*). В пользу такого утверждения говорят не только развитая терминология и более чем тридцатилетняя история становления научной дисциплины (за это время было опубликовано большое количество научных работ), но и появление в последние годы вузовских учебников (например: [Marx, Weidacher 2019; Marx, Weidacher 2020]); таким образом, современный этап развития интернет-лингвистики можно охарактеризовать как этап «зрелости научной области» [Leichik 2009: 230]. Наша статья фокусируется на осмыслении основной проблематики интернет-лингвистики в немецкоязычных странах с 1980-х гг. до наших дней.

Задачей интернет-лингвистики, по мнению К.Маркс и Г.Вайдачера, является изучение использования языка в зависимости от особенностей онлайн-среды. Дело в том, что данная дисциплина имеет дело с особым коммуникативным контекстом, без учета которого невозможен анализ языка в интернете [Marx, Weidacher 2020: 11–12].

Интернет-лингвистика сегодня развивается как особое междисциплинарное направление прикладной лингвистики и взаимодействует с теорией коммуникации, медиалингвистикой, корпусной лингвистикой, социологией, психологией и другими науками.

Условно можно выделить три этапа в истории интернет-лингвистики: первый — с конца 1980-х по 2000 г., второй — с 2000 по 2010 г. и третий — с 2010 г. по настоящее время. Если на первом (начальном) этапе исследователи в основном занимались изучением видимых, поверхностных элементов интернет-текстов (нем. *Textoberfläche*), то объектом анализа на втором этапе уже становятся типы текстов и жанры в интернет-пространстве (нем. *Textsorten*). В лингвистических публикациях последнего десятилетия исследуются функциональные и прагматические характеристики интернет-коммуникации, дискурсивные и интерактивные практики, сопряженные с ними этические вопросы. Кроме того, ведется активная разработка методов исследования языка в интернете.

Наиболее весомый вклад в решение сложных научных задач в рамках немецкоязычной интернет-лингвистики внесли и вносят такие ученые, как Я. Андروتсополос (J. Androutsopoulos), М. Байсвенгер (M. Beißwenger), Х. Бургер (H. Burger), Х.-Ю. Бухер (H.-J. Bucher), Г. Вайдахер (G. Weidacher), Н. Дёринг (N. Döring), К. Дюршайд (Ch. Dürscheid), Т. Зивер (T. Siever), К. Маркс (K. Marx), Й. Рункель (J. Runkehl), П. Шлобински (P. Schlobinski), У. Шмитц (U. Schmitz) и др.¹

Результаты исследований регулярно обсуждаются на научных конференциях. В марте 2019 г. в Институте немецкого языка состоялась 55-я ежегодная конференция², в фокусе внимания которой находились немецкий язык в социальных сетях, адаптирующийся к возможностям интернета, его многообразию, интерактивные и мультимодальные аспекты коммуникации, коммуникативное пространство интернета в целом. На конференции были также представлены инновационные методологические подходы к анализу материала в социальных медиа.

Принимая во внимание огромное разнообразие тематики публикаций немецких, австрийских и швейцарских лингвистов, в данной статье мы решили представить наиболее значимые вопросы и направления, что нашло отражение в структуре статьи: будут рассмотрены аспекты формирования теоретической базы и терминологии; изучение особенностей немецкого языка в интернете и «языка интернета»; динамика «освоения» интернет-лингвистикой новых медиа и форм коммуникации, отражающая постепенное усложнение объекта исследования; а также некоторые прикладные и дискурсивные вопросы.

2. Начальный этап формирования теоретической базы и терминологии

1980-е и 1990-е гг. были отмечены значительными инновациями в области информационно-коммуникационных технологий, которые нашли свое отражение в зарождающемся научном дискурсе исследования интернет-среды. На наш взгляд, большое значение для формирования теоретико-методологической базы ин-

¹ Подробнее см. список литературы.

² <https://www.ids-mannheim.de/aktuell/veranstaltungen/tagungen/2019/> (дата обращения: 20.01.2022).

тернет-лингвистики на немецком языке имели работы У.Шмица. Во вводном курсе «Компьютерная лингвистика» [Schmitz 1992] автор подробно излагает теоретические основы зарождающейся дисциплины, определяет ее ключевые понятия, рассматривает ее междисциплинарную специфику, сферы исследований и области применения. Там же обсуждается ее научная и практическая ценность, а также даются практические рекомендации для дальнейшей исследовательской работы. У.Шмиц характеризует компьютерно-опосредованную коммуникацию как «общение в один клик» (нем. *Konversation per Klick*), своего рода диалог человека с машиной. Опираясь на классификацию речевых актов Дж.Остина и Дж.Сёрля, автор выделяет специфический тип речевых актов — «компьютивы» (нем. *Computive*) [Schmitz 1996: 91].

На начальном этапе в немецкоязычных исследованиях вводятся термины *компьютерная лингвистика* (нем. *Computerlinguistik*), *пользователь интернета* (нем. *Internet-Nutzer*), *взаимодействие человека и компьютера* (нем. *Mensch-Computer-Interaktion*), *гипертекст* (нем. *Hypertext*), *интерактивные медиасистемы* (нем. *interaktive Mediasysteme*), *электронное сообщение / электронная почта* (нем. *Electronic Mail*) и мн. др.

Немецкая терминология в этот период изобилует англицизмами, поскольку интернет-лингвистика немецкоязычных стран во многом ориентируется на труды англоязычных авторов. Ученые предпринимают попытки обозначить объект исследования и новое лингвистическое направление. В 1980-х гг. появляется английский термин *СМС* (*computer mediated communication*) [Baron 1984], который встречается и в более поздних публикациях немецких лингвистов [Beißwenger et al. 2014]. Ученые с интересом следили за терминологическими дискуссиями своих англоязычных коллег. Например, часто цитируются немецкими авторами работы британского филолога Дэвида Кристала, в которых он анализирует термины *СМС*, *ЕМС* (*electronically mediated communication*) и *ДМС* (*digitally mediated communication*) [Crystal 2011]. В целом ряде публикаций используется термин *КСС* (*Keyboard-to-Screen-Communication*), например, [Dürscheid, Frick 2014]. Для обозначения интернет-коммуникации встречаются и другие англоязычные термины: *ИБС* (*Internet-based communication / internetbasierte Kommunikation*), *ИМС* (*Internet-mediated communication*). Однако можно констатировать, что именно термин Д. Кристала *Internet Linguistics* ('интернет-линг-

вистика’) [Crystal 2011] был переведен на немецкий язык и в дальнейшем стал конвенциональным в немецкоязычном научном дискурсе.

В 1990-х гг. выходит ряд важных работ, посвященных анализу разноплановых интернет-феноменов. Так, Н. Яних анализирует электронную почту и ее возможности как эффективного канала внутренней коммуникации предприятия [Janich 1994].

Й. Рункель, П. Шлобинский и Т. Зивер в 1998 г. публикуют коллективную монографию, посвященную анализу языка и коммуникации в интернете, в том числе описанию популярных коммуникативных практик: общения по электронной почте и в новостных каналах, в чатах. Отдельные разделы монографии посвящены сетевой литературе, интернет-журналам, веб-радио, интернет-рекламе, компьютерным играм, а также интернет-телефонии и видеоконференциям. В фокусе внимания исследователей находится проблема структурирования гипертекста и реализации мультимедийных приложений в новой среде. В заключительной части поднимается дискуссионный вопрос о том, в какой степени интернет приводит или может в перспективе привести к изменениям в языке и коммуникации [Runkehl et al. 1998].

3. Язык интернета и язык в интернете

В разное время немецкоязычные авторы в своих работах пытались ответить на вопрос, существует ли особый интернет-язык (нем. *Internetsprache*), можно ли говорить о языке интернета как о специальном языке.

Объектом исследования ранних публикаций стала немецкая компьютерная лексика, а затем и специфический интернет-вокабуляр (*Chat-Slang*), который впервые наиболее полно был кодифицирован в 1996 г. Автор словаря, инженер по образованию, О. Розенбаум включил в первое издание около 3000 лексем, в последующих изданиях словарь был дополнен новым материалом и в 2000 г. содержал уже 4200 единиц [Rosenbaum 2000].

Некоторое время для обозначения языка интернета использовались такие номинации, как *Cyberslang*, *Netspeak*, при этом интернет-язык ошибочно преподносился как гомогенный и предназначенный только для интернет-коммуникации, без учета социальных различий языкового употребления. Сегодня исследователи еди-

нодушно отрицают существование особого интернет-языка, то есть языка, «который использовался бы исключительно в интернет-коммуникации», указывая на отсутствие для этого системных предпосылок и негомогенный (гибридный) характер интернет-пространства, которое, «подобно пазлам, складывается из многочисленных составляющих (блогов, форумов, энциклопедий, презентаций фирм, продуктов, университетов, сайтов, адресованных детям, подросткам, взрослым из разных профессиональных сообществ, пенсионерам и т. д.)», к тому же, чтобы участвовать в интернет-коммуникации, «не требуется специально изучать какой-то особый язык как иностранный» [Marx, Weidacher 2020: 117].

Немецкоязычные лингвисты высказываются также против выделения особого интернет-стиля, поскольку в условиях интернет-коммуникации мы имеем дело со стилевым разнообразием и взаимопроникновением различных стилей (способов языкового оформления). Так, в социальных сетях обнаруживаются признаки обиходно-разговорного стиля, в онлайн-публикациях прослеживаются черты научного, официально-делового стиля, а на поэтических сайтах — художественного [Marx, Weidacher 2020: 118].

Хотя в интернет-лингвистике отрицается существование единого интернет-языка и интернет-стиля, однако немецкоязычные авторы постоянно изучают языковые феномены, характерные для коммуникации в интернете. Можно назвать такие явления, как сетевые неологизмы, комбинирующие буквы и символы (хэштеги); использование эмодзи в сообщениях мессенджеров в комбинации со словами; отсутствие пунктуации; написание всех слов в предложении со строчных букв; употребление англицизмов и т. п.

Одни ученые положительно оценивают подобные динамические процессы в современном немецком языке [Dürscheid, Frick 2016 и др.], другие склонны такого рода изменения подвергать критике. Действительно, с 2000-х гг. в лингвистике имеет место критический подход к языку новых форм коммуникации, ряд лингвистов выражает озабоченность современным состоянием языка, видит в особенностях словоупотребления, в нарушении норм грамматики угрозу для современного немецкого языка. Вопросам критики языка и языковой рефлексии на материале типа текста «комментарий» в интернет-форумах посвящена, например, работа ученых из университета Грайфсвальда Б. Арендт и Я. Кизендаль [Arendt, Kiesendahl 2015].

Практически все без исключения исследователи интернет-коммуникации с самого начала подчеркивали инновационный и творческий характер использования языка в интернете. Новые возможности Сети ведут к появлению новых сетевых реалий и их номинаций. Цифровая идентичность в виртуальной среде, особенности цифровой коммуникации, создание правил социального взаимодействия в виртуальном пространстве — сетевого этикета — привело к появлению специальных номинаций для данных явлений: *нетикет* (нем. *Netiquette*), *чатикет* (нем. *Chatiquette*), *аватар* (нем. *Avatar*)³. Получили свои обозначения новые коммуникативные практики, такие как *Online Dating* (онлайн-приложения для знакомств).

Прагматический потенциал сетевых феноменов и языка интернета представляет собой один из основных ракурсов исследований в современной интернет-лингвистике. Уже существует специальный раздел внутри дисциплины — *прагматическая интернет-лингвистика* (нем. *Pragma-Internetlinguistik*).

Коммуникативно-прагматическому описанию подвергаются не только вербальные, но и невербальные средства. Большое внимание уделяется, например, анализу эмодзи. Так, исследование М. Байсвенгера и Ш. Папперта посвящено выявлению прагматических функций эмодзи на материале WhatsApp-чатов. Авторы приходят к выводу, что в основном эмодзи используются в следующих функциях: они помогают коммуникантам контролировать понимание сообщений и служат установлению контакта и/или поддержанию взаимоотношений [Beißwenger, Pappert 2019: 110–111]. Кроме того, эмодзи изучаются в аспекте семиотики и графолингвистики (нем. *Schriftlinguistik*, англ. *grapholinguistics*), поскольку могут выполнять и графематические функции, например, использоваться как визуальные элементы вместо точки или запятой [Beißwenger, Pappert 2019; Beißwenger, Pappert 2020a, b; Dürscheid, Meletis 2019 и др.].

Выбор тех или иных языковых средств в условиях онлайн-коммуникации определяется многими факторами. По мнению К. Дюршайд и К. Фрик, важными факторами являются категории «(не)приватность» и «(не)публичность», при этом имеется в виду выбор темы, доступ к информации и т. п. [Dürscheid, Frick 2016: 62].

³ <https://www.duden.de/rechtschreibung/Netiquette>, <https://www.duden.de/rechtschreibung/Chatiquette>, <https://www.duden.de/rechtschreibung/Avatar> (дата обращения: 20.01.2022).

Предложенная в 2008 г. П. Кохом и В. Остеррайхером модель коммуникации, которая легла в основу многих дальнейших изысканий, предполагает, что все речевые произведения могут быть распределены между двумя полюсами — «концептуальная устность» (нем. *konzeptionelle Mündlichkeit*) и «концептуальная письменность» (нем. *konzeptionelle Schriftlichkeit*) [Jesan, Neborskaia 2018], внутри данной модели также выделяется оппозиция «язык близости» (нем. *Sprache der Nähe*) — «язык дистанции» (нем. *Sprache der Distanz*).

Опираясь на данную модель, в 2012 г. М. Байсвенгер и А. Шторпер описали особенности письменной речи, ориентированной на интеракцию в интернет-пространстве (нем. *Interaktionsorientiertes Schreiben*). По их мнению, такая письменная речь реализуется в диалоге, которому присущи спонтанность и неформальное взаимодействие. В условиях сетевой интеракции письмо имеет своей целью не продукт (текст), а собственно процесс взаимодействия между коммуникантами. В процессе письменной интеракции с учетом условий «близкой» коммуникации (нем. *Nähekommunikation*), которая отличается ситуативной встроенностью, недостаточным планированием, диалогичностью и эмоциональностью, формируются образцы и клише письменной интернет-речи [Beißwenger, Storrer 2012: 92].

4. Новые медиа и формы коммуникации: от электронных писем до «коммуникатов»

Одним из базовых понятий интернет-лингвистики является понятие *новых медиа* (нем. *Neue Medien*). Как правило, в лингвистическом контексте речь идет о так называемых новых формах коммуникации. Безусловно, проблемы языка медиа изучались языковедами и до появления интернет-лингвистики, однако часто под медиа понимались СМИ или вообще все медиа. Большой вклад в изучение языка медиа внес, например, немецкий ученый Х. Бургер [Burger 2014].

Следует отметить, что этот термин претерпел семантическое переосмысление и с 1990-х гг. стал употребляться исследователями в первую очередь именно в отношении цифровых медиа [Hüther 2005: 347]. В 1999 г. в Институте немецкого языка в Мангейме состоялась первая большая конференция, посвященная языку новых медиа. С этого времени данное выражение стало своего рода устой-

чивым терминологическим сочетанием, которое, однако, не следует понимать буквально, потому что, как совершенно справедливо отмечает К. Дюршайд, многие «новые» медиа и формы коммуникации не являются таковыми. Так, в Германии первое сообщение по электронной почте было отправлено в 1984 г., первое СМС-сообщение — в 1992 г. Необходимо отметить, что СМС — это не только первый мобильный вариант общения «один на один» (*face-to-face*) наряду с телефонной связью, но и единственная новая форма коммуникации, не основанная на компьютерных технологиях. Первые чаты появились в 1980-х гг. Затем были созданы другие «новые» возможности для коммуникации: Skype существует с 2003 г., годом позже датируется Facebook*, Twitter был создан в 2006 г., а мессенджер WhatsApp — в 2009 г. [Dürscheid, Frick 2016: 28–29].

Сегодня к новым медиа причисляются также запущенный в 2011 г. видеостриминговый сервис Twitch, зарегистрированный в 2012 г. фотохостинг Pinterest (бета-версия данного социального интернет-сервиса с закрытой регистрацией была запущена двумя годами ранее), функционирующая с 2018 г. международная версия популярной во всем мире видеоплатформы TikTok и др.

Сетевые формы коммуникации можно дифференцировать на основе трех критериев первичности представления информации на той или иной платформе: визуальной составляющей (YouTube, Pinterest, Flickr и др.), письменной формы (например, чаты, блоги, СМС-сообщения, имейлы) и устной формы (звуковые сообщения в WhatsApp, голосовая связь в Skype и пр.). Новые и старые формы коммуникации, стилистические и графические характеристики письменной речи в цифровой среде, влияние развития нового коммуникативного пространства на современный немецкий язык в общем, а также новые социальные практики стали предметом рассмотрения в публикации К. Дюршайд и К. Фрик [Dürscheid, Frick 2016].

Репрезентативную группу составляют работы, в которых ученые обращаются к анализу соответствующих интернет-платформ, предлагающих по умолчанию набор технических возможностей для осуществления коммуникации: анализируются имейл-коммуникация, системы мгновенного обмена сообщениями (мессенджеры), чаты, блоги, видеоблоги (влоги), социальные сети.

Среди форм интернет-коммуникации одними из первых в поле зрения лингвистов попали чаты. Понятие *чат* (нем. *Chat*) стало по-

* Meta признана на территории РФ экстремистской организацией.

пулярным примерно в 1988 г. в связи с созданием протокола Internet Relay Chat (IRC), где общение осуществлялось либо через специальные программы, либо через браузер и в виртуальных комнатах, так называемых каналах. Некоторые особенности коммуникации в веб-чатах, например отсутствие визуального компонента, привели, по мнению Г. Хинрихс, к большой их популярности [Hinrichs 1997]. Одна из первых лингвистических работ о чатах, *Geschwätz im globalen Dorf — Kommunikation im Internet*, была опубликована в 1995 г. Н. Ленке и П. Шмитцем [Lenke, Schmitz 1995].

В следующем десятилетии появились исследования чат-коммуникации в аспекте языковой вариативности. Одной из ярких работ на эту тему является публикация Б. Ашванден, в которой, в частности, речь идет о языковой ситуации в немецкоязычной Швейцарии. Автор на основе составленного корпуса немецкоязычных чатов анализирует особенности языкового поведения швейцарцев, обращая внимание на использование диалектных форм и графическое оформление диалогов в чатах [Aschwanden 2001]. В работе Дж. Бадер представлено многоракурсное рассмотрение теоретических основ исследования устной и письменной речи, конверсационного анализа, а также анализ синтаксических, морфологических, лексических и семиотических особенностей коммуникации в чатах с учетом диалектальных особенностей и социолекта участников интеракции [Bader 2002]. Примером контрастивного исследования данной проблематики является статья, написанная по результатам международного проекта, в рамках которого анализируются языковые и текстовые аспекты видеоблогов Китая, Германии, Италии, Польши, Португалии, России, Швеции и других стран [Schlobinski, Siever 2005].

Интернет-платформа Twitter «представляет собой одну из разновидностей жанров интернет-коммуникации, а именно микроблогинг, основной характеристикой которого является прямая эксплицитная связь между автором и читателями» [Jesan, Neborskaia 2018]. Популярная среди молодежи социальная медиаплатформа Instagram* сочетает в себе черты микроблога и аудиовизуальной платформы. Именно мультикодовая реализация представленной на платформе информации во многом обусловила высокую популярность этого продукта американской компании Meta* у молодежи.

* Meta признана на территории РФ экстремистской организацией.

На рис. 1 представлены результаты онлайн-исследования социальных сетей, проведенного по заказу двух ведущих телеканалов Германии ARD и ZDF и отражающего динамику, а также предпочтения молодежи (14–29 лет) и взрослого населения страны.

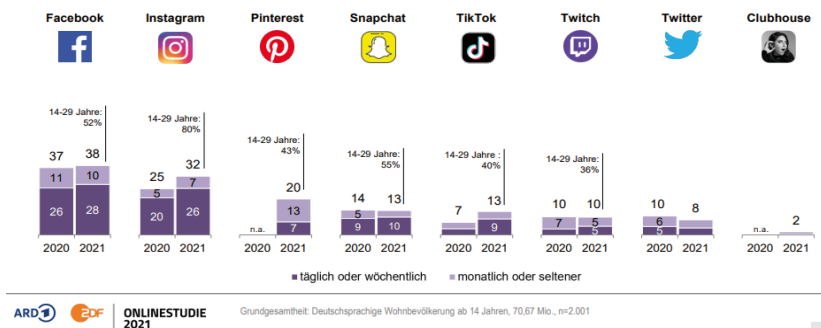


Рис. 1. Результаты онлайн-исследования популярности социальных сетей.
<https://www.ard-zdf-onlinestudie.de/ardzdf-onlinestudie/ergebnispraesentation/>
 (дата обращения: 11.05.2022)

По мере появления новых медиа и новых форм сетевой коммуникации интерес исследователей переключался с одних феноменов и вопросов на другие.

Мем как особый мультимодальный феномен в социальных сетях подробно рассматривается в статье австрийских и немецких авторов Л. Бюлоу, М.-Л. Мертен и М. Йохана. Исследователи приводят убедительные аргументы в пользу того, что создание (адаптация) и рецепция мемов являются важными коммуникативными практиками в социальных медиа и достойны более подробного лингвистического изучения, чем ранее [Bülow et al. 2018: 2–3].

Опираясь на анализ мемов об А. Меркель (рис. 2), ученые предлагают определять мемы как мультимодальные конструкты, прототипическую структуру которых можно смоделировать. Выявленные модели демонстрируют высокую степень когерентности между текстовой и иллюстративной составляющими, а также тенденцию к «концептуальной устности» языковых структур [Bülow et al. 2018: 21].

Начиная с 2000 г., с одной стороны, предпринимаются попытки обобщить уже накопленные лингвистические наблюдения,



Рис. 2. Адаптация мема [Bülow et al. 2018]

с другой стороны, предлагается новый взгляд на уже устоявшиеся формы коммуникации в интернете.

Появление термина *коммуникат* (нем. *Kommunikat*; перевод наш. — И. Е., Е. К.) иллюстрирует эволюцию подходов к объекту изучения интернет-лингвистики и методов исследования интернет-феноменов. Как отмечают К. Маркс и Г. Вайдачер, для комплексного качественного анализа интернет-коммуникации недостаточно исследовать только тексты, обязательно требуется принимать во внимание «эффект социальных сетей», особенности ситуации, контекста или другие факторы, способствующие формированию фоновых знаний адресантов и адресатов. *Онлайн-коммуникат* — это гораздо больше, чем просто текст. Базовыми составляющими онлайн-коммуникатов как элементов коммуникативного процесса являются, таким образом, основные (исходные) тексты, информация о месте их происхождения, об истории их распространения, об авторах, а также заданные функции социальных сетей (например, реакции «нравится» (лайки), кнопка «поделиться» или функция «комментарий») [Marx, Weidacher 2019: 18]. Многие платформы имеют сопоставимые форматы обратной связи, такие как кнопка «нравится» (в Twitter и Instagram* можно нажать на символ сердечка) или функция «поделиться» (например, ретвит в Twitter, репост в Instagram*) [Marx, Weidacher 2019: 80–81].

С помощью эмодзи, хэштегов, мемов или движущихся изображений коммуникаты в социальных сетях превращаются в мультимодальные конгломераты различных семиотических ресурсов [Marx, Lobin, Schmidt 2020: XI]. Обобщая вышесказанное, коммуникаты можно определить как комплексные мультимодальные

* Meta признана на территории РФ экстремистской организацией.

и интеракциональные объекты анализа современной интернет-лингвистики.

5. Дискурсивные и прикладные аспекты интернет-лингвистики

В последние два десятилетия отмечается значительный рост исследовательского интереса к компьютерно-опосредованным дискурсам [Herring 2004]. Обратимся к сборнику статей, который был опубликован по результатам Второго международного симпозиума по современным лингвистическим исследованиям в области компьютерно-опосредованной коммуникации, проходившего в Ганноверском университете с 4 по 6 октября 2004 г. Симпозиум «высветил» три основные темы исследований: интернет как пространство для лингвистической вариативности, сетевые дискурсы и цифровые типы текста, а также аспекты межкультурной коммуникации и лингводидактики [Androutsopoulos et al. 2006]. Проблематика межкультурной коммуникации и лингводидактики освещается также в более поздней работе Я. Андросополоса: автор анализирует широкий спектр возможностей, которые предоставляют цифровые медиа в этой области; они рассматриваются как важный ресурс и пространство для различных коммуникативных практик [Androutsopoulos 2016].

Роль социальных сетей в конструировании общественно-политических дискурсов изучается в целом ряде работ. Так, М. Клемм в своей статье, посвященной характерным чертам риторики социальных сетей, отмечает, что «новая сеть» (нем. *das „neue Netz“*) предоставила значительной части населения право голоса и сделала пользователей «продюсерами», которые в вики, блогах или на платформе Twitter могут генерировать доступную в любой точке мира информацию и формировать общественное мнение. Социальные медиа правомерно называют «пятой властью», поскольку они способны подрывать (дискурсивную) власть и ориентирующую функцию традиционных СМИ, а также политических и экономических институтов и изменять социальные условия, «диспозитивы» [Klemm 2017: 5].

Профессиональные дискурсы и дискурсы, популяризирующие специальные знания, сегодня также уже невозможно представить вне интернет-пространства. Сервис микроблогинга Twitter в последние десятилетия стал платформой для профессионального об-

щения лингвистов и популяризации результатов лингвистических исследований. Наглядным примером такого использования служит твиттер-аккаунт Variantengrammatik профессора Цюрихского университета К. Дюршайд. Исследовательница публикует короткие заметки (твиты), используя мультимодальные возможности данной платформы. Интертекстуальный и интермедиаальный характер твитов демонстрирует следующий пример (рис. 3):



Рис. 3. Твиттер-аккаунт «Вариативная грамматика» (Variantengrammatik).
<https://twitter.com/VariantenGra/status/1481947638597619714>
 (дата обращения: 20.01.2022)

Следует упомянуть ряд интернациональных проектов, реализуемых с участием ученых Германии, Австрии и Швейцарии и базирующихся на репрезентативном корпусе примеров. Например, в 2014 г. в рамках проекта «Языки, люди и идеологии в системе обмена мобильными WhatsApp-сообщениями» (Languages, individuals and ideologies in mobile messaging. WhatsApp Switzerland)⁴ была собрана аутентичная коллекция чатов в WhatsApp.

Другим значимым проектом по созданию корпуса WhatsApp-сообщений является база данных MoCoDa2, которая стала темой встречи членов ассоциации исследователей процессов дигитализации (Netzwerktag Digitalisierung) в ноябре 2019 г. в Германии, в университете Дуйсбург-Эссен. На странице онлайн-публикаций данного университета размещен постер доклада авторов проекта, в котором отмечается, что MoCoDa2 (Mobile Communication Database 2)⁵ заполняет своего рода лакуны в «ландшафте» корпусов современного немецкого языка, поскольку язык цифровой коммуникации до 2017 г. был недостаточно представлен в лингвистических корпусных инфраструктурах⁶. Важно, что база данных мобильной связи MoCoDa2 может быть использована только в исследовательских и учебных целях.

Несомненный интерес для изучающих интернет-коммуникацию представляет также проект *sprache@web*, который был запущен в 1998 г. профессором Ганноверского университета им. Лейбница П. Шлобински и его коллегами Й. Рункелем и Т. Зивером. В настоящее время на базе этого проекта работает портал по медиалингвистике (*mediensprache.net*).

Примером использования корпусных данных в интернет-лингвистике может служить исследование швейцарского корпуса СМС-сообщений, которое показало частотность такого явления, как переключение кодов (*code-switching*). Участвующие в интеракции могут варьировать использование официальных языков Швейцарии либо «переключаться» со стандартизированной разновидности языка на диалект и наоборот. Под переключением кодов автор публикации К. Дюршайд понимает также использование англицизмов, а одной

⁴ <https://www.whatsup-switzerland.ch/index.php/en/> (дата обращения: 20.01.2022).

⁵ <https://db.mocoda2.de/c/home> (дата обращения: 20.01.2022).

⁶ https://duepublico2.uni-due.de/receive/duepublico_mods_00071353 (дата обращения: 20.01.2022).

из функций смены кодов считает создание групповой идентичности коммуникантов. Однако такая динамика может свидетельствовать о билингвизме партнеров по коммуникации, о желании наиболее полно передать культурно-специфические аспекты либо придать выражению ироничный оттенок и т. д. [Dürscheid, Frick 2016: 78–79]. На наш взгляд, феномен переключения кодов релевантен для коммуникации в интернете в целом. Корпусы, созданные на основе коммуникации в чатах, комментарий в социальных сетях, блогов могут стать источниками многочисленных аутентичных примеров и составить эмпирическую базу новых исследований.

В последние десятилетия все больше исследователей занимаются вопросами создания баз данных, способами презентации примеров в научных исследованиях с учетом анонимизации аккаунтов и пр. Для эффективного сбора данных используется программное обеспечение, совершенствуются лингвистические методы и междисциплинарные подходы к анализу цифровых корпусов. Данный раздел интернет-лингвистики является на настоящий момент динамично развивающимся, поскольку виртуальный мир генерирует все новые импульсы, связанные со все более совершенными технологиями. Кроме того, в практически безграничном пространстве интернета пользователи постоянно создают новый эмпирический материал. В этой связи следует упомянуть взаимодействие человека и компьютера (Human-Computer-Interaction, HCI), разработки, связанные с созданием искусственного интеллекта, которые нашли отражение и в современных лингвистических исследованиях, например [Lotze 2016].

6. Выводы

Подводя итоги, следует еще раз отметить, что интернет-лингвистика — это интенсивно развивающаяся лингвистическая дисциплина, которая адаптировала не только традиционные методы и исследовательские подходы лингвистической прагматики, лингвистики текста, дискурс-анализа, политической лингвистики и других дисциплин к интернет-реалиям, но и сформировала свою систему методов и подходов, в том числе междисциплинарных, к анализу и отбору языкового материала.

В немецкоговорящих странах интернет-лингвистика развивалась поступательно, накапливая и порождая новые знания, и на

протяжении более чем трех десятилетий мы можем наблюдать устойчивый интерес к этой исследовательской сфере. Новые медиа полностью изменили базовые характеристики коммуникации, в том числе и политической. Одним из перспективных направлений исследований является изучение языка политики в интернете, особенностей формирования общественно-политического мнения в социальных сетях и онлайн-версиях печатных СМИ, которые пережили процесс трансформации и на настоящий момент практически в полной мере используют мультимодальные и интерактивные возможности цифровых медиа.

Как отмечают немецкие лингвисты К. Маркс и А. Шмидт, наименее изученными в настоящее время остаются характеристики социальной интеракции в условиях (масс)медиаальной коммуникации. Этой теме посвящен сборник материалов конференции «Интеракция и медиа» (*Interaktion und Medien*), в котором рассматриваются такие новые проблемы интернет-лингвистики, как системные изменения интеракции, интерактивных практик, обусловленные применением классических и новых медиа, изучаются мультимодальные ресурсы, предлагаются новые подходы и методы анализа медиатизированной коммуникации. Например, блоги и интернет-энциклопедия «Википедия» изучаются как новые диалогические и транспарентные формы порождения знаний, а социальные сети расширяют группу равных, т. е. однородную по составу социальную группу либо коллектив с общими характеристиками (нем. *Peergroup*, англ. *peer group*), и участвуют в формировании общественно-политического мнения [Marx, Schmidt 2019].

Несомненно, концепция интернет-технологий 3.0 найдет свое отражение в новейших исследованиях немецкоязычных авторов.

Литература/References

1. Androutsopoulos J. Digitale Medien: Ressourcen und Räume für interkulturelle Praktiken. *Networx*, 2016, Nr. 74, 22 S. <https://www.mediensprache.net/networx/networx-74.pdf> (accessed: 28.01.2022).
2. Androutsopoulos J. K., Runkehl J., Schlobinski P., Siever T. (Hg.). *Neuere Entwicklungen in der linguistischen Internetforschung (Germanistische Linguistik 186-87)*. Hildesheim, Zürich, New York, Georg Olms, 2006, 322 S.
3. Arendt B., Kiesendahl J. Sprachkritische Kommentare in der Forenkommunikation. Form, Funktion und Wirkung. Bückler J., Diedrichsen E., Spieß C. (Hg.). *Perspektiven linguistischer Sprachkritik*. Stuttgart, ibidem Press, 2015, S. 165–190.

4. Aschwanden B. „Wär wot chätä?“ Zum Sprachverhalten deutschschweizerischer Chatter. *Networx*, 2001, Nr. 24. 81 S. <https://www.mediensprache.net/network/networx-24.pdf> (accessed: 28.01.2022).
5. Bader J. Schriftlichkeit und Mündlichkeit in der Chat-Kommunikation. *Networx*, Nr. 29. Hannover, Gottfried Wilhelm-Leibniz-Universität, Seminar für deutsche Literatur und Sprache, 2002, 145 S. <http://www.mediensprache.net/network/networx-29.pdf> (accessed: 28.01.2022).
6. Baron N. S. Computer Mediated Communication as a Force in Language Change. *Visible Language*, 1984, pp. 118–141.
7. Beißwenger M., Storrer A. Interaktionsorientiertes Schreiben und interaktive Lesespiele in der Chat-Kommunikation. Dinge und Maschinen in der Kommunikation. Habscheid S. (Hg.). *Zeitschrift für Literaturwissenschaft und Linguistik*, Vol. 168, Jg. 42. Stuttgart, J. B. Metzler, 2012, S. 92–124.
8. Beißwenger M., Lünen H., Margaretha E., Pölitz Ch. Mining corpora of computer-mediated communication: Analysis of linguistic features in Wikipedia talk pages using Machine Learning methods. Faaß G., Ruppenhofer J. (eds). *Workshop Proceedings of the 12th Edition of the KONVENS Conference*. Hildesheim, o. V., 2014, pp. 42–47.
9. Beißwenger M., Pappert S. *Handeln mit Emojis: Grundriss einer Linguistik kleiner Bildzeichen in der WhatsApp-Kommunikation*. Duisburg, Universitätsverlag Rhein-Ruhr, 2019, 147 S.
10. Beißwenger M., Pappert S. Small Talk mit Bildzeichen. Der Beitrag von Emojis zur digitalen Alltagskommunikation. *Zeitschrift für Literaturwissenschaft und Linguistik: Lili*, Vol. 50, Nr. 1, Stuttgart, J. B. Metzler, Königstein im Taunus, Athenäum Verlag, 2020a, S. 89–114.
11. Beißwenger M., Pappert S. Nicht nur zur Weihnachtszeit: Die Bedeutung zahlt der Empfänger. Marx K. (Hg.) *Weihnachtslinguistik. Festliche Texte über Sprache*. Tübingen, Gunter Narr Verlag, 2020b, S. 29–37.
12. Burger H., Luginbühl M. *Mediensprache: Eine Einführung in Sprache und Kommunikationsformen der Massenmedien*. 4. Aufl. Berlin, De Gruyter, 2014, 546 S.
13. Bülow L., Merten M.-L., Johann M. Internet-Memes als Zugang zu multimodalen Konstruktionen. *Zeitschrift für Angewandte Linguistik*. Berlin, De Gruyter Mouton, 2018, S. 1–32.
14. Crystal D. *Internet Linguistics: A Student Guide*. London, Routledge, 2011, 179 p.
15. Dürscheid Ch., Frick K. Keyboard-to-Screen-Kommunikation gestern und heute: SMS und WhatsApp im Vergleich. Mathias A., Runkehl J., Siever T. (Hg.) *Sprachen? Vielfalt! Sprache und Kommunikation in der Gesellschaft und den Medien. Eine Online-Festschrift zum Jubiläum von Peter Schlobinski. (Networx Nr. 64)*. Hannover, Gottfried Wilhelm-Leibniz-Universität, Seminar für deutsche Literatur und Sprache, 2014, S. 149–181.

16. Dürscheid Ch., Frick K. *Schreiben Digital. Wie das Internet unsere Alltagskommunikation verändert*. Stuttgart, Kröner, 2016, 156 S.
17. Dürscheid Ch., Meletis D. Emojis: A Grapholinguistic Approach. Haralambous Y. (ed.). *Graphemics in the 21st Century. Brest, June 13–15, 2018. Proceedings (Grapholinguistics and Its Applications, Vol. 1)*. Brest, Fluxus Editions, 2019, pp. 167–185.
18. Herring S.C. Computer-mediated discourse analysis: An approach to researching online communities. Barab S., Kling R., Gray J.H. (eds): *Designing for virtual communities in the service of learning*. Cambridge, Cambridge University Press, 2004, pp. 338–376.
19. Hüther J. *Grundbegriffe Medienpädagogik*. München, Kopaed Verlag, 2005, 138 S.
20. Hinrichs G. Gesprächsanalyse Chatten. *Networx*, 1997, Nr. 2. <https://www.mediensprache.net/de/networx/networx-2.aspx> (accessed: 28.01.2022).
21. Janich N. Electronic Mail, eine betriebsinterne Kommunikationsform. *Muttersprache 104*. Wiesbaden, Gesellschaft für deutsche Sprache, 1994, S. 248–259.
22. Jesan I.J., Neborskaia L.N. Linguotypological Characteristics of Political Tweets in the Modern German. *Vestnik Omskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta. Gumanitarnye issledovaniia*, 2018, no. 3 (20), pp. 68–72. (In Russian)
23. Klemm M. Bloggen, Twittern, Posten und Co. Grundzüge einer „Social-Media-Rhetorik“. *Jahrbuch Rhetorik. Bd. 36. H. 1*. Berlin, Boston, de Gruyter, 2017, S. 5–30.
24. Leichik V.M. *Terminology: subject, methods, structure*. 4th ed. Moscow, Knizhnyi dom “Librokom” Publ., 2009, 256 p. (In Russian)
25. Lenke N., Schmitz P. Geschwätz im globalen Dorf — Kommunikation im Internet. Schmitz, Ulrich (Hg.): *Neuen Medien. Themenheft der Osnabrücker Beiträge zur Sprachtheorie (= OBST 50)*, Duisburg, Univ.-Verl. Rhein-Ruhr, 1995, S. 117–141.
26. Lotze N. Chatbots. Eine linguistische Analyse. Runkehl J., Schlobinski P., Siever T. (Hg.). *Sprache — Medien — Innovationen*, Band 9. Berlin, Peter Lang, 2016, 443 S.
27. Marx K., Schmidt A. (Hg.) *Interaktion und Medien*. Heidelberg, Universitätsverlag Winter, 2019, 355 S.
28. Marx K., Lobin H., Schmidt A. (Hg.) *Deutsch in Sozialen Medien: interaktiv, multimodal, vielfältig*. Berlin, Boston, de Gruyter, 2020, S. XI–XVI.
29. Marx K., Weidacher G. *Internetlinguistik. Starter*. Tübingen, Narr Francke Attempto Verlag, 2019, 96 S.
30. Marx K., Weidacher G. *Internetlinguistik. Ein Lehr- und Arbeitsbuch*. Tübingen, Narr Francke Attempto Verlag, 2020, 236 S.
31. Rosenbaum O. *Chat-Slang. Lexikon der Internet-Sprache: Über 3000 Begriffe verstehen und anwenden*. München, Carl Hanser Verlag, 1996, 280 S.

32. Runkehl J., Schlobinski P., Siever T. *Sprache und Kommunikation im Internet. Überblick und Analysen*. Greifenstein, Westerwaldverlag Ingrid Görlich, 1998, 240 S.

33. Schlobinski P., Siever T. (Hg.) Sprachliche und textuelle Aspekte in Weblogs. Ein internationales Projekt. *Networx*, 2005, Nr. 46, Hannover, Gottfried Wilhelm-Leibniz-Universität, Seminar für deutsche Literatur und Sprache, 330 S.

34. Schmitz U. *Computerlinguistik: Eine Einführung*. Wiesbaden, VS Verlag für Sozialwissenschaften, 1992, 240 S.

35. Schmitz U. Zur Sprache im Internet. Skizze einiger Eigenschaften und Probleme. Rainer Fabian (Hg.). *Media Paradise. Die multimediale Zukunft von Kindern und Jugendlichen*. Oldenburg, Bibliotheks- und Informationssystem (BIS) der Universität Oldenburg, 1996, S. 89–105.

Езан Ирина Евгеньевна

доцент кафедры немецкой филологии СПбГУ, кандидат филологических наук
Адрес: Российская Федерация, 199034, Санкт-Петербург, Университетская наб., 7–9

Irina J. Jesan

Associate Professor of German Philology Department, St Petersburg State University,
Candidate of Philological Sciences
Address: 7–9, Universitetskaya nab., St Petersburg, 199034, Russian Federation

E-mail: i.ezan@spbu.ru

Ковтунова Елена Анатольевна

доцент кафедры немецкой филологии СПбГУ, кандидат филологических наук
Адрес: Российская Федерация, 199034, Санкт-Петербург, Университетская наб., 7–9

Elena A. Kovtunova

Associate Professor of German Philology Department, St Petersburg State University,
Candidate of Philological Sciences
Address: 7–9, Universitetskaya nab., St Petersburg, 199034, Russian Federation

E-mail: e.kovtunova@spbu.ru

Статья поступила в редакцию 30 января 2022 г.
Принята к публикации 26 апреля 2022 г.