

Научная статья

<https://doi.org/10.23672/SEM.2023.76.47.003>

УДК 81



## ЯЗЫКОВЫЕ ПРОЦЕССЫ РОССИЙСКИХ «НОВЫХ МЕДИА» В СОЦИАЛЬНО–ПОЛИТИЧЕСКОМ КОНТЕКСТ

*Чжан Сяожань*

*Санкт-Петербургский государственный университет*

**Аннотация.** В данной статье рассматривается тема взаимодействия средств массовой информации и лингвистических аспектов, отражающих политические процессы, происходящие в обществе, которые раскрываются «новыми медиа» сквозь призму языка. После подробного описания «новых медиа» (дефиниция, признаки, особенности, отличие от традиционных СМИ), данная статья затрагивает наиболее интересные процессы языковой политики таких медиа, как социальные сети и Интернет–издания. В ней рассматриваются такие феномены лингвистического конструирования медиатекстов, как иноязычные заимствования, неологизмы и окказионализмы, аббревиатуры и сокращения, а также новообразования, образованные посредством метафорического переноса. В статье утверждается, что в плане развития языка данная эпоха является самой уникальной и интересной. Язык виртуального пространства русского интернета, который функционирует в новых (политических и социальных) медиа, восприимчив к новым, нестандартным и девиантным (отклоняющимся) лексико-семантическим явлениям, если они отличаются достаточной выразительностью или «игрой смыслов».

**Ключевые слова:** цифровая эпоха, информационные технологии, новые медиа, социальные сети, Интернет.

## LANGUAGE PROCESSES OF RUSSIAN “NEW MEDIA” IN THE SOCIO-POLITICAL CONTEXT

*Zhan Gxiaoran*

*St. Petersburg State University*

**Abstract.** This article deals with the issue of interaction between mass media and linguistic aspects reflecting the political processes taking place in society, which are revealed by "new media" through the prism of language. After a detailed description of "new media" (definition, attributes, features, difference from traditional media), this article touches upon the most interesting processes of language policy of such media as social networks and Internet publications. The article considers such phenomena of linguistic construction of media texts as foreign language borrowings, neologisms and occasionalisms, abbreviations and acronyms, as well as new forms formed through metaphorical transfer. The article argues that in terms of language development this era is the most unique and interesting. The language of the virtual space of the Russian Internet, which functions in new (political and social) media, is susceptible to new, unstable and deviant (deviant) lexico-semantic phenomena, if they differ in sufficient expressiveness or "play of meanings".

**Keywords:** digital age, information technologies, new media, social networks, Internet.

**Введение.** Сегодня тема функционирования русского языка в Интернет–пространстве «приобрела новые акценты». Широко изучаются «проблемы нарушений лингвистической безопасности, проблемы нарушений процесса смыслопередачи, вопросы перехода информации в знание, а также лингвистический аспект информационных войн и нарушений информационного права» [5, с. 5-6]. Но, на наш взгляд, наиболее интересным аспектом изучения русского языка, связанного с информационными технологиями, являются языковые процессы, спровоцированные Интернет–СМИ, которые получили название «новые медиа».

В настоящее время термин «новые медиа», используется в разных значениях. Так, достаточно часто под «новыми медиа» подразумевается «новая организация традиционных средств массовой информации», причем под «организацией» имеется в виду, прежде всего, форма существования СМИ, что сужает понятие медиасферы.

Согласно точке зрения О.С. Рогалевой и Т.В. Шкайдеровой, термин «новые медиа» вошел в нашу жизнь, когда произошло осмысление Интернета как коммуникационной среды и журналистика стали частью Всемирной Сети [4, с. 222]. Отражая процесс развития информационных технологий и коммуникаций, новые медиа стали пониматься как «как все виды традиционных СМИ, содержание которых преобразовано в цифровую форму и может быть потенциально

представлено в сети Интернет» [4, с. 223].

Новые медиа отличаются от традиционных СМИ (прессы, аналогового телевидения, радиовещания), в первую очередь, двумя признаками: цифровой природой и интерактивностью, предоставляющей аудитории возможность «активно влиять на содержание СМИ и общаться друг с другом, свободно высказывая свое мнение» [1, с.131].

**Обсуждение.** В настоящее время любой человек, обладающий минимальными техническими возможностями, может создать собственное медиаиздание в любом формате. Однако, если говорить о новых медиа в журналистском контексте, то они представляют собой полноценную индустрию со своим целевым рынком и профессионалами, создающими контент, который можно представить, как взаимосвязь печатного текста в электронном виде, аудио– и видеофайлов, фотографий и иллюстраций, что приводит к размыванию границ между межличностной и массовой коммуникацией. Благодаря такой специфике новых медиа, меняется способ подачи информации: широко распространенное в традиционных СМИ «повествование» заменяется на работу с базами данных, в которых информация систематизирована [7, с. 234].

Однако, несмотря на то, что в новых медиа технологии оказывают решающее влияние на коммуникационную модель и взаимоотношения между контентом и адресатом, их сле-

дует определять не как технологическую, а как информационную среду, приспособленную к автоматизации и цифровизации [1].

Учитывая тот факт, что новые медиа следует рассматривать в контексте общественного развития, Р. Шредер считает, что медиасистема, в первую очередь, обеспечивает трансляцию между властью и гражданским обществом. Таким образом, ведущей информационной составляющей новых медиа является политическая сфера [9, с. 13].

По мнению Т.Л. Шестовой и В.А. Кузьмина, «серьезный политический потенциал у новых СМИ проявился только в 2000–х годах в связи с глобальным распространением социальных сетей», которые использовались как площадки для электорального процесса [8, с. 71-72]. В настоящее время в западных странах по-прежнему «социальные сети активно используются для передачи политических новостей, повышения социального статуса государства, гражданской активности и политического участия его граждан» [8, с. 71-73]. В России же более значимым инструментом мировой политики, оказывающим влияние на гражданское общество, являются электронные СМИ, одни из которых представляют из себя Интернет–версии печатных изданий или телевизионных программ, другие же не имеют прообраза в виде традиционного издания, а «родились» в Интернет–пространстве, хотя в последние годы в России стали набирать обороты социальные сети, которые «становятся ресурсом коллективного

действия для уже сложившихся групп, мотивированных общностью политических интересов, политических взглядов, политических проблем» [3, с. 435]. По мнению Р.Э. Бараш, политический «интернет-активизм укрепляет слабые социальные связи, расширяет информированность аудитории» [3, с. 435], несмотря на то, что коммуникация в социальных сетях, которая зачастую ведется на околополитические темы и не всегда достоверна. Но то, что она эмоциональна, удивительным образом оценочна и креативна – это факт.

Со времени появления онлайн-медиа исследователи стали обращать особое внимание на языковые процессы, происходящие в данных объектах массовой коммуникации, хотя с точки зрения А.О. Алиевской, влияние подобных медиа на язык «не имеет прямолинейного и одностороннего характера. Это воздействие происходит на фоне и при участии общих процессов, совершающихся в языке» [2, с. 122]. Но тем не менее, «концентрируя значительный объем речевых изменений» [2, с. 123], язык новых медиа стал одним из наиболее ярких показателей политических перемен в России.

В текстах новых медиа, как и в текстах традиционных СМИ, смешиваются различные пласты языка: специализированный, разговорный, литературно-книжный. Но нам хотелось бы обратить внимание на процессы языковой трансформации, которые в новых медиа имеют особый характер.

**Результаты.** Итак, русский язык, проникнув в Интернет–СМИ,

безусловно, испытал на себе воздействие информационных технологий. Процессы функционирования русского языка в интернет-пространстве сопровождались новыми языковыми явлениями, которые следовало бы систематизировать.

Прежде всего, в новых медиа, мы найдем много заимствованной из других языков (чаще всего, английского) лексики. Неологизмы-заимствования есть прямое отражение процесса глобализации, и противостоять этому процессу стихийно развивающегося языка невозможно. Причем, в социальных медиа пользователи предпочитают англоязычные лексемы включать в текст в первоизданном виде, используя при этом как латиницу, так и кириллицу. Например, «*Сегодня такой кRUтой спичрайтер выступал!*». В данной реплике, взятой из соцсети Twitter, ныне запрещенной в России, английское слово *speechwriter* передано в русской графической форме. Однако, семантика данного слова не соотносится с контекстом. Явно, пользователь под *спичрайтером* имеет в виду докладчика, но на самом деле *speechwriter* – это составитель текстов выступлений для высокопоставленных лиц государства, а также политиков и общественных деятелей различного ранга. Таким образом, пользователи социальных медиа иногда используют тот или иной политический термин, как говорится, «не к месту», в отличие от профессиональных медийных площадок Интернета.

Обратим внимание на определение, данное пользователем термину

*спичрайтер*. Слово *кRUтой* можно отнести к графическим новообразованиям, поскольку часть первого слога написана латиницей. Использование латинских букв в чисто русском слове, принадлежащем к молодежному жаргону, говорит не о желании пользователя европеизировать себя как личность, а наоборот, о национальной идентификации докладчика, которого он услышал, как и о гордости за свою нацию, ведь аббревиатура RU давно уже стала мировым брендом, позиционирующим Россию на мировой политической арене.

В сетевых СМИ мы также найдем много англоязычной лексики политического характера, которые пока еще находятся на стадии варваризмов, т.е. «стойко воспринимаются носителями языка как чужеродные». Они пока еще не относятся к таким ассимилированным терминам типа *спикер*, *мониторинг*, но, возможно, в будущем, они обретут «статус узуального слова» и будут восприниматься как исконно русские» [6, с. 157]. К таким лексемам относятся: *дэдлайн* («крайний срок, к которому должна быть выполнена поставленная задача»), *имплементация* («осуществление, исполнение государством международных правовых норм»), *спойлер* («партия или лицо, призванные навредить политическим конкурентам») и др. например,

«Глава МИД Великобритании Маргарет Беккет утверждает, что никакого *дэдлайна* по решению проблемы Косово не существует, и считает, что возможно прийти к реше-

нию, устраивающему обе конфликтующие стороны» («Известия». 20.05.2007).

Изучая язык новых медиа, следует обратить внимание и на факт массового распространения новых языковых конструкций, которые представляют собой контаминацию слов, не всегда сочетающихся друг с другом, но, в условиях глобализации информации и нового коммуникационного пространства, вполне естественно отражающих суть происходящих в обществе политических процессов. Так появились слова *народозамещение* (по аналогии со словом «импортозамещение») – «процесс, при котором коренное население страны замещается мигрантами» и *депутатугодный* (по аналогии со словом «богоугодный») – так медиажурналисты называют «систему помощи» чиновникам.

В новых медиа можно встретить довольно большое количество аббревиатур и сокращений политической семантики. Аббревиации чаще всего подвергаются различные термины, названия процессов, групп людей и организаций. Так, например, аббревиатура *МГН* расшифровывается как «маломобильные группы населения», но, к сожалению, не всем пользователям она знакома.

Несколько лет назад в Интернет–коммуникации родился термин

*тролль* (англ. *troll*). Так, активные пользователи соцсетей называют тех, кто приходит на форум не для того, чтобы обсудить те или иные вопросы или проблемы, а чтобы оскорбить, унижить других участников форума. Так называемые «тролли» посылают оскорбительные, не относящиеся к делу сообщения, провоцируя участников обсуждения к грубому ответу или прекращению беседы.

**Заключение.** Итак, язык виртуального пространства русского интернета, который функционирует в новых (политических и социальных) медиа, восприимчив к новым, нестандартным и девиантным (отклоняющимся) лексико-семантическим явлениям, если они отличаются достаточной выразительностью или «игрой смыслов».

Это связано с тем, что последние два десятилетия оказались насколько богатыми на множество политических событий, что не могло не отразиться на языке, раскрывшем отношение создателей и участников медиа–контента к человеку, обществу и власти. Цифровая медиасфера, несмотря на свою близость по времени к традиционной журналистике конца XX – начала XXI вв, оказалась далека от тех принципов, на которые опиралось 10-15 лет назад общество, что и вызвало языковые трансформации.

**Конфликт интересов**

Не указан.

**Рецензия**

Все статьи проходят рецензирование в формате double-blind peer review (рецензенту неизвестны имя и должность автора, автору неизвестны имя и должность рецензента). Рецензия может быть предоставлена заинтересованным лицам по запросу.

**Conflict of Interest**

None declared.

**Review**

All articles are reviewed in the double-blind peer review format (the reviewer does not know the name and position of the author, the author does not know the name and position of the reviewer). The review can be provided to interested persons upon request.

### Литература

1. Алгави Л.О., Аль-Ханаки Д.А. Термин «новые медиа» и его содержание // *Журналистика и общество № 16: сборник научных трудов.* – М.: РУДН, 2014. – С. 124-133.
2. Алексеевская А.О. Язык СМИ как индикатор социальных перемен // *Лингвистика и межкультурная коммуникация.* – 2015. – № 3 (17). – С. 122–128.
3. Бараш Р.Э. Социальные медиа как фактор формирования общественно–политических установок. Российский контекст // *Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены.* – 2022. – № 2. – С. 430–453.
4. Рогалева О.С., Шкайдерова Т.В. Новые медиа: эволюция понятия (аналитический обзор) // *Новые медиа: эволюция понятия (аналитический обзор) // Вестник Омского университета.* – 2015. – № 1. – С. 222-225.
5. Трофимова Г.Н. Языковое послевкусие интернет-эпохи в России: эффект бумеранга (актуальные процессы в русскоязычной цифровой медиакоммуникации): монография. – М.: РУДН, 2020. – 273 с.
6. Фаустова Н.А., Гордеева М.Ю. Общественно–политические неологизмы в практике преподавания русского языка как иностранного // *Преподаватель XXI века.* – 2018. – № 1. – С. 155–167.
7. Чекунова М.А., Барабаш В.В., Трофимова Г.Н., Ленко Г.Н. Новые медиа в политической коммуникации: общие подходы // *Образовательное пространство в информационную эпоху: сборник научных трудов.* – М.: Институт стратегии развития образования, 2016. – С. 233-241.
8. Шестова Т.Л., Кузьмин В.А. Значение «новых медиа» в современном политическом процессе // *Вестник Московского университета. Сер. 27. Глобалистика и геополитика.* – 2019. – № 2. – С. 69-77.
9. Schroeder R. *Social Theory after the Internet. Media, Technology and Globalization.* – London: UCLPress, 2018. – 196 p.

### References

1. Algawi L.O., Al-Khanaki D.A. The term “new media” and its content // *Journalism and Society № 16: collection of scientific papers.* – Moscow Russian University of Peoples’ Friendship, 2014. – Pp. 124-133.
2. Alekseevskaya A.O. Media language as an indicator of social change // *Linguistics and Intercultural Communication.* – 2015. – No 3 (17). – Pp. 122-128.
3. Barash R.E. Social media as a factor in the formation of socio-political attitudes. Russian context // *Monitoring of public opinion: economic and social changes.* – 2022. – No 2. – Pp. 430-453.
4. Rogaleva O.S., Shkaiderova T.V. New media: evolution of the concept (analytical review) // *New media: evolution of the concept (analytical review) // Vestnik of Omsk University.* – 2015. – No 1. – Pp. 222-225.
5. Trofimova G.N. Linguistic aftertaste of the Internet era in Russia: the boomerang effect (actual processes in Russian-language digital media communication): monograph. – Moscow: Russian University of Peoples’ Friendship, 2020. – 273 p.
6. Faustova N.A., Gordeeva M.Y. Socio-political neologisms in the practice of teaching Russian as a foreign language // *Teachers of XXI century.* – 2018. – No 1. – Pp. 155-167.
7. Chekunova M.A., Barabash V.V., Trofimova G.N., Lenko G.N. New media in political communication: general approaches // *Educational space in the information era: a collection of scientific papers.* – Moscow: Institute for the Development of Educational Strategies, 2016. – 33. 233-241.

8. Shestova T.L., Kuzmin V.A. *The importance of “new media” in the modern political process // Bulletin of Moscow University. Ser. 27. Globalistics and geopolitics. – 2019. – No 2. – Pp. 69-77.*

9. Schroeder R. *Social Theory after the Internet. Media, Technology and Globalization. – London: UCLPress, 2018. – 196 p.*

**Информация об авторе:**

**Чжан Сяожань**, аспирант, Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций, Санкт-Петербургский государственный университет, [770667160@qq.com](mailto:770667160@qq.com)

**Zhan Gxiaoran**, Graduate student, Graduate School of Journalism and Mass Communications, St. Petersburg State University