

Семёнова Е. В.

**[РУССКИЙ ЯЗЫК И ИНТЕРНЕТ-НОВОЯЗ](#)**

Адрес статьи: [www.gramota.net/materials/1/2007/3-1/91.html](http://www.gramota.net/materials/1/2007/3-1/91.html)

Статья опубликована в авторской редакции и отражает точку зрения автора(ов) по рассматриваемому вопросу.

Источник

**[Альманах современной науки и образования](#)**

Тамбов: Грамота, 2007. № 3 (3): в 3-х ч. Ч. I. С. 216-218. ISSN 1993-5552.

Адрес журнала: [www.gramota.net/editions/1.html](http://www.gramota.net/editions/1.html)

Содержание данного номера журнала: [www.gramota.net/materials/1/2007/3-1/](http://www.gramota.net/materials/1/2007/3-1/)

**[© Издательство "Грамота"](#)**

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: [www.gramota.net](http://www.gramota.net)

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: [almanac@gramota.net](mailto:almanac@gramota.net)

1. **A University Grammar of English** / Quirk R., Greenbaum S., Leech G., Svartvik J. - Longman, 1982. - 391 с.
2. **Barstow S.** The Search for Tommy Flinn // Making It All Right. Modern English Shot Stories. - Progress Publishers Moscow, 1978.
3. **Hill S.** A Bit of Singing and Dancing // Making It All Right. Modern English Shot Stories. - Progress Publishers Moscow, 1978.
4. **Wain J.** The Life Guard // Making It All Right. Modern English Shot Stories. - Progress Publishers Moscow, 1978.
5. **Mitchell M.** "Gone with the Wind" - 560 с. ([http://www.fictionbook.ru/ru/author/mitchell\\_margaret/gone\\_with\\_the\\_wind](http://www.fictionbook.ru/ru/author/mitchell_margaret/gone_with_the_wind))

## РУССКИЙ ЯЗЫК И ИНТЕРНЕТ-НОВОЯЗ

Семёнова Е. В.

*Челябинский институт (филиал) Российского государственного торгово-экономического университета*

Первое десятилетие XXI века войдёт в мировую историю как время вступления цивилизованного человечества в новый неизбежный этап своего развития - в информационное общество. Целый ряд государств уже объявил о создании национальных программ вхождения в эру информационных технологий. Россия не осталась в стороне от этого процесса: многие отечественные политики призывают к необходимости ускоренного перехода к информационному обществу. Процессы глобализации порождают качественно новые языковые проблемы, масштаб и серьёзность которых ещё предстоит изучить лингвистам. Вместе с тем уже очевидно, что эти проблемы наиболее остро касаются мировых языков, в том числе русского.

Конверсия созданной Пентагоном глобальной информационной супермагистрали Интернет привела к открытию закона сохранения цифровых активов: в отличие от физических, цифровые активы используются, но не расходуются. Тот факт, что единица товара может пережить теоретически бесконечное количество транзакций, стал свидетельством появления «новой экономики». Её первое воплощение - электронная коммерция, а движущей силой можно назвать глобализацию или распространение информационных материалов, средств и систем по всему миру.

Несомненно, что ускорение темпов глобализации в первом десятилетии XXI века обусловлено коммерческими интересами производителей информационной продукции (прежде всего американской) - в частности, поп-музыки, компьютерных игр и т.п. Для восприятия произведений массовой культуры не требуется знания национальных языков и культурных традиций (рок-музыку даже именуют «глобальным языком»). Снижается основная культурная функция языка - быть средством передачи опыта старшего поколения младшему. Наблюдаемая в последние десятилетия медиатизация жизненного пространства предполагает формирование мировоззрения молодежи не через книжный текст, а через аудиовизуальные образы (телевидение). Уже сегодня США имеют приоритет в развитии новых масс-медиа.

К странам, попавшим под нарастающее влияние американской «культурной дипломатии», относится и Российская Федерация. В этой связи относительно медленное распространение интернета в нашей стране не может быть однозначно оценено как фактор, отрицательно влияющий на динамику развития новой экономики. По меньшей мере безответственно игнорировать указания учёных на опасность утраты диалогичности в межличностном общении вследствие компьютеризации, когда духовные ценности превращаются в анонимную информацию, рассчитанную на «среднего» потребителя и нивелирующую индивидуальное восприятие. Вопрос о роли русского языка в условиях глобализации актуален настолько, насколько вообще актуальны разговоры о втором мировом языке, который вопреки тотальной компьютерной грамотности и мировой контркультурной революции может сохранить книжную грамотность в качестве духовной альтернативы.

С одной стороны, имеется несколько оснований для прогнозирования такой перспективы именно для русского языка. Именно русская литература в лице Достоевского и Толстого - вершина развития мирового литературного процесса. Именно Россия вплоть до конца эры Гуттенберга (иными словами, до появления интернета) считалась наиболее образованной страной мира. Именно русский язык признан средством межнационального общения сотен миллионов людей разных национальностей, проживающих в двух частях света, остаётся одним из шести мировых языков и официальным языком ООН.

Однако, с другой стороны, языковая ситуация в России, политика государства и правительства РФ не дают поводов для оптимизма. Две федеральные программы «Русский язык» (1996) и «Электронная Россия» (2001), мероприятия, проводимые в рамках Года русского языка, обходят стороной лингвокультурный аспект проблемы глобализации, иными словами, практически отсутствует позитивная и эффективная государственная языковая политика в области гипермедиа. Развивая техническую часть российского сегмента интернета, всерьёз обсуждая возможность шпионажа с помощью электронной почты, в нашем государстве не вникают в коммуникативный характер и общекультурное значение принципиально нового канала массовой информации. Достаточно сказать об одной особенности гипермедиа, как становится очевидным целый комплекс сложнейших правовых и нравственных проблем, связанных с языком, - интерактивности. Интерактивность, то есть возможность взаимодействия отправителя и получателя сообщения в режиме реального времени, позволяет иметь СМИ новейшего типа, содержание которого формируется не только коллективом

редакции, но и неограниченной аудиторией. Аудитории предоставляется возможность создавать текст без редакторского и корректорского контроля и - что хуже всего - без цензуры.

Дополнительным фактором, до крайности усложняющим языковую ситуацию в стране, является принципиальное нежелание политиков разграничивать понятия «государственный язык» и «речевая цензура». Речь идёт о законе, разрабатываемом в течение последних нескольких лет, - «О статусе русского языка как государственного языка Российской Федерации». Данный законопроект призван консолидировать многонациональное и многоязычное население Российского государства, способствовать развитию русского языка как основы русской духовной культуры и важнейшего средства межнационального общения народов страны. Обращает на себя внимание попытка, предпринятая в данном законопроекте, наложить ряд ограничений при использовании русского языка как государственного. Имеется в виду запрещение использовать просторечные, пренебрежительные и бранные выражения, а также иностранные слова при наличии общеупотребительных аналогов в русском языке. Очевидно, что в данном случае речь идёт не о функциях государственного языка (обеспечивать единство внутренней и внешней политики страны, быть языком армии и флота и т.д.), а именно о функциях речевой цензуры. Однако в современной России введение речевой цензуры принято расценивать как вопиющее нарушение демократических прав и свобод, в особенности свободы слова.

Поэтому нет ничего удивительного в том, что российский Интернет обвиняют в пропаганде нецензурной лексики. «Гипермедиа» являются неконтролируемой общественными институтами средой, чем пользуются поборники неумеренной свободы слова (имеют место даже случаи регистрации эпатажных доменных имен). Справедливости ради необходимо заметить, что русский язык следует здесь глобальной тенденции - вхождению табуизированных слов в словарный состав европейских языков. Интернет, возможно, играет роль катализатора, однако инициаторы процесса, несомненно, - деятели медиакультуры, журналисты популярных газет и представители неоавангардистских течений в литературе. Примечательно, что российская «Литературная газета» ставит знак равенства между современным постмодернизмом и «сетературой» (сетевой литературой).

Ситуация усугубляется общей тенденцией в истории постсоветских СМИ - приходом в гипермедиа непрофессионалов, владеющих лишь навыками гипертекстовой разметки, что на этапе становления в России такого высокотехнологичного канала, как интернет, казалось решающим фактором. В конце XX века учредители гипертекстовых СМИ предпочитали привлекать к созданию веб-сайтов программистов, следуя таким, например, рекомендациям: «Найдите web-агентство, в котором есть специалисты-технари, способные на гуманитарные изыски в журналистике, - только с такими вам по пути... Присмотрите среди них человека, который смог бы в будущем стать достойным web-редактором. Неважно, что у него с грамматикой проблемы...» [Ларьяновский 1999: 53]. Разумеется, следование (чаще всего вынужденное) подобным советам закономерно привело к удручающим результатам: большинство отечественных веб-сайтов не могут похвастаться соблюдением даже элементарных норм русского языка. Попытки изменить ситуацию, предпринимаемые энтузиастами (к примеру, «Служба русского языка» - услуга по проверке грамотности веб-сайта), не приводят к сколько-нибудь значительному эффекту. Исчезновение в интернете понятия «лингвистическая ошибка» ведёт к декодификации - следовательно, русский язык утрачивает литературность, общепонятность, становясь грамматической базой субкультурных сленгов.

Российский пользователь интернета, посещая сеть, вынужден постоянно сталкиваться с профессиональным жаргоном специалистов в области компьютерных технологий, конструирующих веб-сайты. К примеру, на веб-страницах в чатах, конференциях широко употребляются транслитерированные (а иногда и грамматически освоенные) английские термины: «юзер» вместо «пользователь», «мыло» (то есть e-mail) вместо «электронная почта», «приаттаченный» (от attachment, «вложение») вместо «вложенный», «контент» вместо «содержание», «юзабилити» вместо «(ис)пользование». Красноречиво сравнение традиционной для американской e-commerce фразы *Click here to purchase* с рекламной формулой, принятой в Рунете: «Жми сюда! Кликни здесь!». Американский компьютерный термин *click* - щелчок манипулятором мышью - осваивается носителями русского языка со снижением стиля и повышением экспрессии. Это фонетически и грамматически освоенное заимствование (полукалька) употребляется гораздо чаще, нежели более литературная лексическая калька «щелкните здесь». Справедливо мнение, что распространение информации через интернет должно вести к пополнению интеллектуального ресурса общества, а не к обеднению литературных языков.

Довольно серьёзную проблему для русского языка в интернете представляют собой последствия «первородства» американских доменов первого уровня (.com, .org, .net). Домены первого уровня Рунета образовались по законам английского языка: .uk - Великобритания, .cz - Чехия, .ru - Россия. Поэтому и домены второго уровня стали регистрироваться на латинице (хотя, как выяснилось впоследствии, технически регистрация при помощи кириллицы не составляет особых трудностей). Как известно, доменное имя в электронной коммерции - практической синоним бренда. Кириллический домен в интернете оказался нежизнеспособен. Даже если в торговой используется русское слово, в интернете оно представляется латиницей. Эксперимент по регистрации кириллических доменных имён вызвал скепсис у большинства специалистов: домен первого уровня в любом случае будет состоять из латинских букв (.com, .org, .net), менять же расклад клавиатуры при наборе доменного имени в командной строке браузера крайне неудобно. Следовательно, даже в русском сегменте интернета проще продвигать англоязычный бренд.

Следствием того, что СССР и Россия находилась на периферии интересов разработчиков программного обеспечения для интернета, была и проблема кодировок, позволяющих корректно отображать на экране рус-

ские буквы. Кодировки, созданные в России (КОИ-8) и в США (windows-1251) несовместимы. Создатели российских сайтов чаще предпочитают стандарт Microsoft - яркая иллюстрация процесса глобализации и индустриализации культуры. По сей день, судя по дискуссиям в прессе, интернет считается областью противоречия между латинским и кириллическими шрифтами.

И поистине даром по русской графике и орфографии можно было назвать деятельность известнейшего в Рунете веб-портала Яндекс в 90-ые годы. Судя по рекламным проспектам, Яндекс позволяет лингвистам в кратчайшие сроки «поверить алгеброй» частоту употребления слов и словоформ, частей речи и словосочетаний, составить словарь писателя и пр. Увы, этим не искупается тягчайший грех поисковой системы перед культурой русской речи. Известно, что ради повышения релевантности поиска разработчики сайтов вставляют в код web-страницы «ключевые слова», по которым поисковая машина затем осуществляет индексацию страницы, а пользователи находят эту страницу в индексе поисковой машины. Инструкции для создателей web-сайтов рекомендуют использовать как правильные написания «ключевых слов», так и варианты с наиболее распространенными орфографическими ошибками. Например, если сайт создается для рекламного агентства. В перечень ключевых слов нужно включить следующие сочетания: «рекламные КОмпании», «рекламные КАмпании», «рекламные агенТСТва», «рекламные агенСТва». К сожалению, Яндекс осуществляет поиск и по безграмотным запросам, усиливая проблему культуры русской речи в солидных, учитывая высочайшую посещаемость сайта, масштабах.

Несомненно, специалистам по культуре русской речи глобализация даёт богатейший, живой материал для изучения. Их изыскания были бы полезны профессиональным коммуникаторам (журналистам, рекламистам), коммерсантам, торгующим через интернет, которым важно уметь максимально точно формулировать условия продаж, классифицировать и описывать предлагаемый товар. Опыт в этой области накапливается, профессионального образования на материале русского языка почти нет. Кроме того, российским деятелям электронной коммерции были бы полезны учебно-справочная литература по составлению тезаурусов, написанию рекламных писем для email-маркетинга (который из-за любительского исполнения отождествляется с недобросовестным приёмом (спамом)), лингвистические рекомендации по работе со словоформами при индексации страницы, выбору домена, PR-мероприятиям.

Простого изучения особенностей деловой коммуникации посредством интернета, массовых изданий популярной литературы по этому вопросу, даже усиленной пропаганды нормированной речи (в форме социальной рекламы) явно недостаточно, чтобы предотвратить превращение русского языка в интернет-новояз Российской Федерации. Необходимы энергичные правительственные меры по защите национальных культурных традиций и укреплению государственного статуса русского языка, чтобы обеспечить ему достойную роль в информационном обществе.

#### *Список использованной литературы*

1. **Ларьяновский А., Панасенко В.** Как делать интернет-издание с оптимизмом, или Житейские советы провинциального web-редактора/ Мир медиа XXI, № 1, 1999. - с. 51 – 55.

## ИСТОРИЯ ИЗУЧЕНИЯ И ФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ГИПЕРТЕКСТА

*Сергиенко П. И.  
МГУ им. М. В. Ломоносова*

В данной статье будет сделана попытка описать предпосылки создания гипертекстовых систем, а также рассмотреть функции гипертекста в электронной среде на современном этапе.

Термин гипертекст за последнее время стал чрезвычайно популярным в различных сферах научного знания. С его помощью описывают широкий круг социологических, информационных и технологических проблем. Отдельный интерес гипертекстовые технологии представляют для лингвистики, которая рассматривает гипертекст через призму традиционного текста и сопоставляет их основные характеристики.

Ю.М. Лотман, анализируя значение и употребление самого понятия «текст» и констатируя, что «в настоящее время это, бесспорно, один из самых употребляемых терминов в науках гуманитарного цикла», говорил о том, что каждый новый этап развития научного знания «выбрасывает на поверхность» подобные слова, которые становятся наиболее популярными и целью которых является скорее не точное терминологическое обоснование научного понятия, а сигнализирование об актуальности той или иной проблемы, указание на области новых научных идей [Лотман, 2002]. Данное высказывание остается актуальным и по сей день. Термин «текст» до сих пор не имеет однозначного толкования, а производный от него термин «гипертекст» уже распространяется повсеместно в столь же многообразных значениях.

Среди прочих значений термин «гипертекст» трактуется и как новый «способ коммуникации» в современном обществе [Купер, 2000], и как «гибрид нескольких традиционных технологий» программирования [Ованесбеков, 1993], и как «особая форма организации письменного текста в компьютерной среде» [Рязанцева, 2006]. Такое разнообразие определений термина можно объяснить его многофункциональностью и многогранностью.