

УДК 81.371

И.И. ПАРХОМЕНКО

(*irina.parkhomenko@rambler.ru*)

Волгоградский государственный социально-педагогический университет

ГРАММАТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ОФОРМЛЕНИЯ ВЫСКАЗЫВАНИЯ В ИСПАНОЯЗЫЧНОМ СЕКТОРЕ ИНСТАГРАМ*

В исследовании рассматриваются особенности речевого поведения испаноговорящих пользователей Инстаграм. Выявляются наиболее распространенные грамматические явления. Определяются функции этих явлений в высказываниях пользователей Инстаграм.

Ключевые слова: *испанский язык, грамматика, интернет-дискурс, Инстаграм, пост.*

В современном мире Интернет стал одним из мощнейших средств коммуникации людей. Электронная почта, интернет-форумы и социальные сети представляют собой различные каналы электронного сообщения пользователей, в большей или меньшей степени близкие к реальному общению. В данном исследовании будут рассматриваться социальные сети, а именно Инстаграм, т. к. в этой сети наибольшее распространение получает феномен креолизованного текста, что оказывает значительное влияние на развитие языка, постепенно видоизменяя его на нескольких уровнях: графическом, орфографическом, лексическом и грамматическом.

Эти видоизменения изучает недавно возникшая отрасль языкознания – интернет-лингвистика. Другими словами, этот подраздел науки, который был сформулирован Дэвидом Кристалом, занимается изучением новых форм употребления и использования языка, которые возникли под влиянием активного развития интернет-пространства и иных «новых» средств передачи информации, таких как текстовые сообщения [10]. «Новые формы употребления и использования языка», т. е. особенности интернет-дискурса – предмет данного исследования. Но перед тем, как перейти к их рассмотрению, необходимо исследовать сущность интернет-дискурса.

Опираясь на труды таких ученых, как Н.А. Ахренова, И.Г. Сидорова и Е.Ю. Распопова, можно определить интернет-дискурс как особый вид дискурса, существующий в электронном формате глобальной сети интернет и обладающий рядом лингвистических и экстралингвистических особенностей. В процессе изучения феномена интернет-дискурса, многие лингвисты обращают внимание на его текстовую специфику. В частности, О.В. Лутовинова в работе «Лингвокультурологические характеристики виртуального дискурса» выделяет такие понятия, как гипертекст и креолизованный текст [4, с. 17–18]. Вслед за О.В. Лутовиновой, мы будем понимать гипертекст как «текст специфической структуры, представляющий информацию в виде связанной сети гнезд, соединенных между собой нелинейными отношениями в многомерном пространстве». В отличие от текста гипертексту присуща фрагментарность, он нелинеен, бесконечен, разнороден и интерактивен. Термин «креолизованный текст» принадлежит отечественным психолингвистам Ю.А. Сорокину и Е.Ф. Тарасову. По их определению, «креолизованные тексты – это тексты, фактура которых состоит из двух негетерогенных частей: вербальной (языковой/речевой) и невербальной (принадлежащей к другим знаковым системам, нежели естественный язык)» [8, с. 180–181]. Наличие невербальной части (изображений, аудио- и видеоматериалов и пр.) расширяет коммуникативные возможности сообщения, в то же время уменьшая важность вербальной части, иногда вплоть до того, что текст становится лишь дополнением к невербальной части сообщения. Как гипертекстуальность, так и креолизованность интернет-дискурса оказывают значительное влияние на язык интернета.

* Работа выполнена под руководством Титаренко Н.В., кандидата филологических наук, доцента кафедры романской филологии Волгоградского государственного социально-педагогического университета.

Особой формой существования интернет дискурса является Инстаграм. По определению Дэна Фроммера, изложенному в его статье «Here's How To Use Instagram», Инстаграм – это «бесплатное приложение для обмена фотографиями и видеозаписями с элементами социальной сети, позволяющее снимать фотографии и видео, применять к ним фильтры, а также распространять их через свой сервис и ряд других социальных сетей» [11].

Рассмотрим структуру сети Инстаграм. Ее центральной составляющей является пост. Согласно Словарю компьютерного сленга, пост (от англ. post) – это «сообщение (например, в ветке форума, в блоге)» [7]. Важной характеристикой поста является статичность, т. е. такое сообщение остается на интернет-странице на долгое время, пока не будет удалено намеренно. Инстаграм представляет собой систему таких постов, объединяя сообщения пользователей в сеть.

В свою очередь, пост в Инстаграм также имеет свою структуру. Главным элементом поста является изображение или видеозапись. Обычно фотография или видео сопровождаются текстом – подписью к фотографии (или видео). Подписи могут состоять из одного слова или представлять собой целый текст длиной до 2000 символов, а могут вовсе не содержать слов, будучи представленными исключительно символами. Помимо подписи к фотографии, пост обычно содержит информацию о месте и времени публикации. Так называемые отметки людей представляют собой информацию о пользователях Инстаграм, запечатленных на фотографии, или тех, которым данный пост посвящен.

Отдельным элементом структуры поста можно считать комментарии к записи. Это своеобразный отклик других пользователей Инстаграм на данное сообщение, в связи с чем комментарии обычно характеризуются повышенной экспрессивностью и эллиптичностью. Структурные элементы поста (за исключением автоматически устанавливаемых места и временем публикации, а также отметок людей, содержащих только имя пользователя) имеют свои лингвистические особенности, т. к. представляют собой свободно создаваемые авторские тексты. В данном исследовании будут рассматриваться общие тенденции оформления подписи к фотографиям и комментариев к публикации.

В современной лингвистике теории виртуального жанроведения уделяется большое внимание. Важнейшими задачами этого научного направления являются определение понятия жанра интернет-коммуникации, изучение его связи с жанрами традиционной коммуникации, классификация интернет-жанров и описание каждого из них. Решение этих задач осложняется тем, что непрерывное развитие интернет-технологий делает жанровую систему интернета все более сложной и многоаспектной. Этим объясняется большое количество подходов к классификации жанров интернет-дискурса. В данной работе будут представлены две наиболее релевантные классификации жанров интернет-дискурса и собственно Инстаграм-дискурса, на которых базируется данное исследование.

Первая рассматриваемая классификация принадлежит Е.И. Горошко и Т.Л. Поляковой. В своем труде «К построению типологии жанров социальных медий» они разрабатывают так называемую «динамическую модель типологии жанров» на основании типа дискурса [2, с. 121–122]. Они выделяют:

- персональные жанры, в основе которых лежит персональный дискурс, каналами которого являются чаты, форумы, личные блоги, социальные сети и пр.;
- рекламные жанры, основывающиеся на рекламном дискурсе, его каналы – веб-баннеры, контекстная и всплывающая реклама;
- массово-информационные жанры, содержащие, соответственно, массово-информационный дискурс, каналы – веб-страницы сетевых СМИ, новостные рассылки и др.

В данной классификации выделяются также политический, юридический и педагогический типы дискурсов, но для нашего исследования они менее актуальны, т. к. их язык более формален. Массово-информационный дискурс также приближен к общепринятому, но в условиях креолизованных текстов сети Инстаграм приобретает значимые для нашего исследования особенности, поэтому этот жанр, наряду с персональными и рекламными, в статье рассматривается более подробно.

Необходимо учитывать, что в Инстаграм эти жанры могут сосуществовать в пределах одного поста. Так, в комментариях к посту с контекстной рекламой, который принадлежит рекламному жанру,

может развиваться обмен личными мнениями реальных и потенциальных клиентов, то же может произойти и с массово-информационными, и с политическими постами.

Вторая классификация, необходимая в данном исследовании, была представлена Ю.В. Щуриной в ее работе «Жанровое своеобразие социальной сети Instagram». Вслед за М.М. Бахтиным, разделявшим речевые жанры на первичные и вторичные на основе их культурной и организационной сложности, Ю.В. Щурина предлагает рассматривать субжанры, жанры и гипержанры сообщений в Инстаграм. Так, пост в Инстаграм является гипержанром, т. к. содержит в себе совокупность нелинейно организованных жанров (подпись к фотографии, сообщение о месте и времени, отметки людей и пр.). В свою очередь, подпись к фотографии может принадлежать разным субжанрам (соответствующим первичным речевым жанрам по М.М. Бахтину), таким как комплименты, информационные сообщения, запросы информации и др. Кроме того, к жанрам поста также можно отнести и комментарии, которые в свою очередь могут относиться к разным субжанрам [9, с. 157–158].

Для того чтобы изучить грамматические особенности оформления высказываний в испаноязычном секторе сети Инстаграм, обратимся к аутентичным текстам – постам носителей испанского языка. Во всех высказываниях сохранено исходное оформление. В зависимости от жанра интернет-дискурса (персонального, рекламного или массово-информационного) различаются грамматические средства оформления высказывания. В первую очередь рассмотрим самые нейтральные грамматические особенности, присущие постам всех жанров.

Эллипсис артикля в назывных предложениях – очень распространенный феномен, его можно встретить как в персональном, личностно-ориентированном посте (“*Día increíble en Mónaco...*”; “*Martes con @usuario...*”), так и в рекламном (“*Trabajos de entretenimiento*”; “*Diseño y creación de piezas publicitarias...*”), и в массово-информационном, статусно-ориентированном (“*Tradicional posado veraniego de SSMM los Reyes Felipe VI y Letizia junto a sus hijas...*”; “*Apertura del Año Judicial 2017/2018*”). С точки зрения функциональности этот феномен можно объяснить тенденцией интернет-дискурса к лаконичности и высокой скорости создания текстов. В массово-информационном жанре эллипсис артикля имеет также стилистическую функцию, приближая таким образом язык Инстаграм к языку газетных заголовков.

Еще одной популярной тенденцией оформления высказывания в Инстаграм является эллипсис глагола-связки (*ser/estar*) перед прилагательным и существительным. Это явление также наблюдается во всех рассматриваемых жанрах поста: в персональном (“*Feliz de tener amigos como ustedes*”; “*Un honor vivir ese momento junto a mí*”), в рекламном (“*Disponible en todos los tamaños!*”; “*Cansado de perder toda la semana en los animalitos?*”), в массово-информационном (“*Difícil ver esto por la periferia peninsular*”; “*Orgulloso de tener la Ñ en mi vocabulario*”). Кроме уже упомянутой тенденции к лаконичности интернет-высказывания, можно заметить, что эллипсис глагола-связки в данных примерах служит для эмфатизации прилагательных и существительных, перемещая акцент с действия на чувство. Таким образом, эллипсис глагола связки несет в себе еще и экспрессивную функцию, характерную для интернет-дискурса вообще и высказываний в сети Инстаграм в частности.

Употребление формы герундия для описания фотографии – явление, отклоняющееся от литературной нормы, поэтому оно не свойственно массово-информационному жанру, тяготеющему к норме, но в текстах рекламной и личностной направленности распространено довольно широко: (“*Por acá preparando envíos!*”; “*Personalizando Momentos*”; “*Callejeando por el centro de Málaga*”; “*Esta mañana sacando estrés*”). Это явление особенно характерно для креолизованных текстов, т. к. сами по себе герундиальные обороты не имеют достаточной степени самостоятельности, но хорошо подходят для дополнительного описания основного визуального образа. Помимо описательной функции, употребление герундия в рекламных постах может быть своеобразным стилистическим приемом, приближающим жанр подписи к фотографии к жанру слогана.

Кроме того, характерной чертой персонального и рекламного жанров постов является активное использование императивной синтагмы: в рекламных текстах (“*Ven y disfruta de excelentes pronósticos*”

de...”; “*Aprovecha este espacio para...*”), в персональных постах (“*Mirad qué bonito abría hoy los ojos Madrid*”; “*Sigue tus sueños...*”). Функционально этот феномен может рассматриваться с разных точек зрения. Во-первых, употребление глагола в повелительном наклонении побуждает адресата к действию, что очень важно для постов рекламного жанра, цель которого – продажа товара или услуги и привлечение клиентов. Так реализуется прагматическая функция языка. Во-вторых, использование императива может способствовать установлению взаимодействия автора и адресата для дальнейшей коммуникации. В таком случае можно говорить о фатической функции языка. В-третьих, императивные конструкции могут быть заимствованы или калькированы из общеизвестных текстов, таких как литературные произведения, кинофильмы, рекламные слоганы и пр. В этих случаях повелительное наклонение может выполнять различные функции: стилистическую (подражание чьему-либо стилю), декоративную и даже парольную (когда заимствованное высказывание знакомо и является значимым лишь для небольшой группы лиц).

В постах персонального жанра отклонение от литературной нормы проявляется сильнее всего. Особого внимания заслуживает эмоциональная пунктуация. Распространенными феноменами являются: обилие восклицательных и вопросительных знаков, причем очень часто они отсутствуют в начале предложения (“*Gracias a todos por el apoyo!!*”; “*Panama!!!!!!*”), многоточий, при этом не всегда ставится именно три точки (“*El Resto es pura casualidad y obstáculos que esquivar...!*”; “*Todos los días son buenos para empezar..*”). Основной функцией данного грамматического феномена является проявление эмоций автора. Эллипсис первого восклицательного или вопросительного знаков также свидетельствует об экспрессивности высказываний, но кроме этого является проявлением устойчивой тенденции интернет-дискурса к краткости и высокой скорости набора текста.

Также, особенностью оформления высказываний в персональном жанре является нарушение правил согласования времен: глаголы в плане прошедшего и плане будущего времен могут встречаться в одном предложении (“*Iba caminando por Fuencarral y he mirado al cielo y he visto que el espectáculo prometía así que he ido corriendo hasta Gran Vía. Allí me esperaba esta obra de arte*”). Это объясняется приближенностью интернет-дискурса к разговорной речи, в которой нормы согласования времен тоже гибки. Кроме того, сочетание планов времен выполняет экспрессивную функцию: к плану настоящего времени относятся более эмоционально окрашенные события, а глаголы плана прошедшего времени служат для них своего рода фоном.

Эти явления характеризуются разным уровнем частотности употребления в дискурсе пользователей испаноязычного сектора Инстаграм. В среднем, на 100 сообщений приходится 48 текстов с какими-либо грамматическими особенностями. Характерно, что большинство высказываний с отклонениями от литературной нормы содержат не одну, а несколько из выделенных особенностей.

Таким образом, развитие интернета-дискурса и таких феноменов, как гипертекст и креолизованный текст, оказывает значительное влияние на язык интернета, изменяя его на всех уровнях. Язык сети Инстаграм, как особой сферы интернет-дискурса, также обладает различными лингвистическими особенностями, представляющими богатый материал для лингвистических исследований.

Литература

1. Ахренова Н.А. Интернет-дискурс как глобальное межкультурное явление и его языковое оформление: автореф. дис. ... д-ра филол. наук. М. 2009.
2. Горошко Е.И., Полякова Т.Л. К построению типологии жанров социальных медий // *Жанры речи*. 2015. №2 (12). [Электронный ресурс]. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/k-postroeniyu-tipologii-zhanrov-sotsialnyh-mediya-1> (дата обращения: 29.11.2017).
3. Испанский Язык. Большой справочник по грамматике / Х.Х. Мартинес Карраскоса, В. Момбиела Рапун, Н. Корсаков. М.: Живой язык. 2014.
4. Лутовинова О.В. Лингвокультурологические характеристики виртуального дискурса: монография. Волгоград: Перемена. 2009.
5. Распопова Е.Ю. Дискурсивное пространство Интернет: основные дифференциальные признаки // *Вестник Иркутского государственного лингвистического университета*. 2010. № 4. С. 43–49.

6. Сидорова И.Г. Коммуникативно-прагматические характеристики жанров персонального интернет-дискурса (сайт, блог, социальная сеть, комментарий): автореф. дис. ... канд. филол. наук. Волгоград. 2014.
7. Словарь компьютерного сленга. 2014. [Электронный ресурс]. URL: https://comp_slang.academic.ru/191 (дата обращения: 29.11.2017).
8. Сорокин Ю.А., Тарасов Е.Ф. Креолизованные тексты и их коммуникативная функция // Оптимизация речевого воздействия. М.: Высшая школа. 1990. С. 180–186.
9. Шурина Ю.В. Жанровое своеобразие социальной сети Instagram // Жанры речи. 2016. №1 (13). [Электронный ресурс]. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/zhanrovoye-svoeobrazie-sotsialnoy-seti-instagram> (дата обращения: 29.11.2017).
10. Crystal D. The scope of Internet linguistics. Paper given online to the American Association for the advancement of Science meeting. February 2005. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.davidcrystal.com/books-and-articles/internet-language> (дата обращения: 29.11.2017).
11. Frommer D. Here's How To Use Instagram // Business Insider. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.businessinsider.com/instagram-2010-11> (дата обращения: 29.11.2017).

PARKHOMENKO I.I.

Volgograd State Socio-Pedagogical University

**GRAMMATICAL PECULIARITIES OF CREATING STATEMENTS
IN THE HISPANIC SECTOR OF INSTAGRAM**

The research work considers the peculiarities of speech behavior of Spanish-speaking users of Instagram. Identifies the most common grammatical phenomena. Defines the functions of these phenomena in the statements created by users of Instagram.

Key words: Spanish language, grammar, Internet-discourse, Instagram, post.