Санкт-Петербургский государственный университет

**ТЕМНИКОВ Никита Андреевич**

**Выпускная квалификационная работа**

**Лексические и грамматические особенности нидерландского языка в Интернете (на примере сервиса микроблогов Twitter)**

Уровень образования: бакалавриат

Направление 45.03.02 «Лингвистика»

Основная образовательная программа СВ.5055 «Иностранные языки»

Профиль «Нидерландский язык»

Научный руководитель:

доцент, Кафедра скандинавской

и нидерландской филологии,
Яковлева Александра Алексеевна

Рецензент:

старший преподаватель,

Кафедра скандинавской

и нидерландской филологии,

Григорьева Юлиана Михайловна

Санкт-Петербург

2021

# Содержание

Введение…………………………………………………………………………...3

Глава I. Теоретические основы исследования языковых особенностей Интернет-коммуникации…………………………………………………………6

1.1 Определение и критерии выделения новых медиа…………………………6

1.2 Актуальные формы и модели новых медиа…………………..........………10

1.3 Понятие и специфика Интернет-коммуникации…………………………..14

1.4 Сервис микроблогов Twitter как жанр Интернет-коммуникации………...17

1.5 Особенности языка Интернет-общения……………………………………19

1.5.1 Лексический уровень……………………………………………………...21

1.5.2 Грамматический уровень………………………………………………….27

1.6 Особенности языка Twitter………………………………………………….32

Глава II. Анализ лексических и грамматических особенностей нидерландского языка в сервисе микроблогов Twitter………………………..36

2.1 Лексические особенности твитов на нидерландском языке……………...37

2.1.1 Англицизмы………………………………………………………………..38

2.1.2 Неологизмы………………………………………………………………...44

2.1.3 Акронимы…………………………………………………………………..57

2.2 Грамматические особенности твитов на нидерландском языке………….59

2.2.1 Синтаксический уровень………………………………………………….60

2.2.2 Морфологический уровень………………………………………………..67

Заключение……………………………………………………………………….70

Список литературы………………………………………………………………72

# Введение

Данное исследование посвящено анализу лексических и грамматических особенностей нидерландского языка в Интернете на материале публикаций в личных блогах носителей языка на площадке для обмена информацией и общения Twitter.

**Актуальность**выбранной темы связана с развитием новых медиа, популяризацией Интернета и его ролью в динамике языковых процессов.

Вследствие развития и популярности Интернет-коммуникации всё более актуальной в современной лингвистике становится проблема особенностей языка сетевого общения. Обзор научных трудов по этой тематике показал, что язык Сети рассматривается исследователями главным образом в связи с конкретным аспектом языка и в настоящее время практически не представляет собой самостоятельного научного интереса. Это обусловлено новизной и несистематичностью источниковой базы, которая должна регулярно подвергаться анализу для формирования многоуровневого исследования.

Важно упомянуть, что сервис микроблогов Twitter является одним из самых репрезентативных для исследования языковых характеристик (и на лексическом, и на грамматическом уровнях) сетевой коммуникации Интернет-ресурсов.

**Объектом** настоящего исследования являются нидерландоязычные публикации в сервисе микроблогов Twitter.

В качестве **предмета** исследования выступают лексические и грамматические особенности нидерландского языка в Интернете.

**Теоретическую основу** работы составили научные труды в области новых медиа (И.А. Быков, О.Г. Филатова, Е.Л. Вартанова, К.А. Карякина, М.С. Корнев, М.М. Лукина, С.Г. Носовец), Интернет-коммуникации (Н.Г. Асмус, Е.И. Горошко, М.М. Лукина, И.Н. Розина, Л.Ю. Щипицина), Интернет-лингвистики (Н.Г. Асмус, А.П. Атягина, С.О. Баринова, Е.В. Карнуп, А.Г. Кротова, Е.С. Литвинова, Л.А. Новикова, Е.А. Подгорная, К.А. Демиденко, Д. Кристал), лексикологии (И.В. Арнольд, Н.В. Астахова, В.П. Берков, А.В. Гуслякова, Е.А. Кольцова), нидерландской грамматики (С. А. Миронов, А.М. Фонтейн, А. Песхер-тер Меер, М. С. ван ден Тоорн, В. Хасерин, К. Ромейн, Х. Хеертс, Й. де Рооей).

**Научная новизна** данной работы состоит в том, что в ходе исследования был классифицирован и проанализирован языковой материал, который позволил выявить лексические и грамматические особенности нидерландского языка в Интернете. Кроме того, были определены факторы, повлиявшие на формирование данных особенностей.

**Целью** работы является выявление лексических и грамматических особенностей нидерландского языка в сервисе микроблогов Twitter. Достижение указанной цели предполагает решение следующих **задач**:

* рассмотреть дифференциальные признаки новых медиа и дать определение понятию «новые медиа»;
* охарактеризовать актуальные для настоящего исследования формы новых медиа;
* определить специфику Интернет-коммуникации;
* определить особенности сервиса микроблогов Twitter как жанра Интернет-коммуникации;
* выявить и рассмотреть лексические особенности нидерландского языка в Интернете;
* выявить и рассмотреть грамматические особенности нидерландского языка в Интернете;
* провести лингвистический анализ коммуникации в Twitter.

Для решения поставленных задач в ходе исследования применяются такие **лингвистические методы и приёмы**, как: метод сплошной выборки, метод лингвистического описания, лексико-семантический анализ, контекстуальный анализ.

**Материалом** исследования послужили твиты пользователей нидерландоязычного сегмента сервиса микроблогов Twitter. В ходе анализа были исследованы твиты 41 нидерландоязычного блога за последний год (приблизительно 10000 твитов, каждый твит может содержать не более 280 знаков). Авторами блогов являются носители нидерландского языка, проживающие в Нидерландах или Фландрии (нидерландоговорящий регион Бельгии). Далеко не все авторы указывают возраст в своём профиле, однако по фотографиям и содержанию публикаций нами сделан вывод, что большинство анализируемых блогов принадлежат школьникам и студентам (17-25 лет).

**Теоретическая значимость** исследования заключается во всестороннем освещении проблемы изучения языка Интернет-коммуникации.

**Практическая значимость** работы связана с возможностью использования её результатов в дальнейших лингвистических исследованиях Интернет-коммуникации, в том числе сервиса Twitter и его нидерландоязычного сегмента.

# Глава I. Теоретические основы исследования языковых особенностей Интернет-коммуникации

Феномен новых медиа (new media) отражает глобальные социокультурные изменения, связанные со стремительным ростом массовой коммуникации и новых информационных технологий [Носовец, 2016, с. 40]. Понятие «новые медиа» неразрывно связано с возникновением Интернета: именно глобальная компьютерная сеть является платформой, на которой существуют различные медиасервисы нового поколения. С одной стороны, новые медиа – это новый формат существования средств массовой информации [Neuman, 1991, p. 50], а с другой стороны – коммуникативное пространство, в котором у каждого есть возможность производить контент самостоятельно.

# 1.1 Определение и критерии выделения новых медиа

Материалом для данного исследования послужили публикации пользователей в сервисе микроблогов Twitter. Twitter является популярным медиасервисом и обладает определёнными жанровыми характеристиками. Для того, чтобы выявить особенности коммуникативной среды данного сервиса, являющегося частным проявлением более масштабного феномена новых медиа [Носовец, 2016, с. 40], необходимо дать определение непосредственно понятию «новые медиа», рассмотрев дифференциальные признаки данного явления.

Термин «новые медиа» – совершенно новая номинация в отечественной науке о медиа [Пастухов, 2015, с. 183]. По мнению С.Г. Носовец, самый очевидный критерий выделения новых медиа – Интернет как технологическая и коммуникативная среда существования новых медиа. Однако часто важнейшим критерием считают дигитализацию информации (перевод в цифровую форму) [Носовец, 2016, с. 41]. Как пишет М.С. Корнев, «ключевой характеристикой, объединяющей весь объём явлений, которые попадают под характеристику “новых медиа”, является их связь с цифровой средой» [Корнев, 2013, с. 4]. При этом, как отмечает автор статьи «“Новые медиа” и “гуманитарное”: пересечение терминов и понятий», «нет никакого противоречия, например, в том, что Первый канал в своём вещательном варианте – электронное медиа предыдущего поколения, а сайт того же Первого канала – уже полноценное новое медиа, живущее совсем по другим принципам» [там же, с. 5]. Действительно, существование в Интернете предполагает цифровой способ кодировки информации. Тем не менее, цифровая информация может использоваться на компьютере, а также храниться локально (например, на USB-флеш-накопителе) и без размещения в Сети [Носовец, 2016, с. 41]. Итак, первым и самым главным признаком новых медиа будем считать существование в Интернете. Несмотря на то, что коммуникация может выходить за его пределы (ряд медиаресурсов предназначен для организации внесетевой деятельности [там же]), новые медиа – это прежде всего сетевые формы репрезентации.

Следующий отличительный признак новых медиа – интерактивность. Новые медиа включают в себя различные формы интерактивности. Например, виды традиционного сетевого общения: SMS, e-mail-переписка, чаты, форумы. Так, диапазон интерактивных возможностей в новых медиа расширяется: от диалоговой коммуникации до форумов и чатов, где обсуждение происходит в форме полилога [там же]. И.Д. Фомичева выделяет три аспекта в сетевой интерактивности: «люди и документы» (возможность формировать и реализовывать запрос на информацию), «люди и технология» (удобство информационной технологии) и «люди и люди» (речь идёт о приспособленности данной коммуникации к двустороннему общению) [Фомичева, 2005, с. 18]. Кроме того, как отмечает С.Г. Носовец, новые медиа обеспечивают персональный подход (возможность индивидуальных настроек ресурса), а также большой выбор способов доставки информации (например, подписка), что представляется невозможным в традиционных медиа [Носовец, 2016, с. 42]. Наконец, интерактивность новых медиа выражается в предоставлении возможности высказаться неограниченному количеству людей [там же]. Каждый пользователь Интернета имеет право стать автором, или создателем контента, и у каждого пользователя есть право высказывать собственное мнение, используя при этом самые разные виды сетевого общения. В новых медиа взаимодействие слушателя или читателя с автором протекает значительно быстрее и эффективнее, чем в традиционных, что обусловлено высоким уровнем технологичности исследуемого феномена. Таким образом, ещё одним важным отличительным признаком новых медиа является широкий спектр интерактивных возможностей.

Слияние ролей и функций в новых медиа ведёт к конвергенции (от лат. convergere ‘приближаться’). Речь идёт как о сближении ранее разобщённых медиа (гибридизации), в результате которого уже труднее определить, какое именно перед нами средство (например, радио в Интернете), так и о слиянии технологий (которое, в свою очередь, ведёт к глобальной мультимедиатизации [Носовец, 2016, с. 43]). Так, конвергенция выражается в возможности получать одинаковый контент разными каналами [Электронный ресурс: Вартанова, 1999]. Кроме того, конвергенция выражается в слиянии ролей потребителя: как отмечает автор статьи «К чему ведёт конвергенция СМИ?», в лице пользователя онлайновых медиа «объединяются и потребитель, и производитель, интегрируются различные роли и функции, прежде разделённые» [там же]. Исходя из вышесказанного, можно утверждать, что новые медиа – это конвергентные СМИ, в которых потребитель, помимо права получать информацию, имеет право создавать и распространять собственный контент.

Следующий признак новых медиа – мультимедийность (М.М. Лукина определяет это понятие так: «характеристика представления информации с помощью различных медийных платформ – вербального текста, фотографии, аудио, видео, графики, анимации и других производных от них форм» [Лукина, 2010, с. 343]). Однако, как отмечает С.Г. Носовец, «в отношении новых медиа точнее было бы говорить о гипермедийности» [Носовец, 2016, с. 43]: традиционные медиа тоже имеют мультимедийную природу. Новые медиа могут соединять в себе традиционные медиа (печать, радио, телевидение), а также использовать и комбинировать все существующие формы мультимедиа [там же]. Таким образом, сочетание всевозможных форм мультимедиа позволяет нам говорить о гипермедийности новых медиа.

Другой важной особенностью новых медиа, связанной с развитием Интернет-технологий, является их доступность [Носовец, 2016, с. 44]. Близким к этому понятию является термин «трансграничность». Как пишет М.М. Лукина, трансграничность – это «свойство всемирного распространения информации независимо от географического положения редакции СМИ» [Лукина, 2010, с. 344]. Большинство веб-ресурсов находятся в режиме открытого доступа для пользователей всего мира [там же, с. 76]. В отличие от новых, традиционные медиа, как правило, «привязаны» к определённому географическому адресу своего производителя и реципиента-получателя (местная пресса, радиостанция) [там же, с. 66]. Следовательно, доступность новых медиа выражается в том, что пользователь может открыть то или иное онлайн-СМИ в любое время и в любом месте.

Наконец, наиболее актуальной для нашего исследования особенностью новых медиа является мгновенность, которую обеспечивают в первую очередь мобильные средства связи (смартфоны и планшетные ПК): благодаря мобильности распространение информации происходит за считанные секунды. Так, множество новых медиа созданы для мобильного, мгновенного использования [Носовец, 2016, с. 44]. Одним из таких сервисов является Twitter: ведение микроблога предполагает мгновенную передачу информации, а также мобильное использование (возможность поделиться происходящим непосредственно на месте событий).

Исходя из всех перечисленных выше особенностей, предложим следующее определение понятию «новые медиа»: интерактивные Интернет-медиа, благодаря высокой технологичности обладающие свойствами гипермедийности, доступности и мобильного использования, в которых пользователь является как потребителем, так и создателем содержательного продукта (контента).

# 1.2 Актуальные формы и модели новых медиа

Новые медиа включают в себя множество медиаформатов. Например:

* Интернет-представительства (порталы) онлайновых СМИ,
* Интернет-СМИ,
* Интернет-ТВ (веб-кастинг),
* Интернет-радио (подкастинг),
* мобильное ТВ,
* блогосферу,
* социальные сети,
* Twitter,
* виртуальные сообщества,
* виртуальные игры [Карякина, 2010, с. 128].

В данном перечне Twitter, исследуемый нами медиаресурс, занимает отдельную позицию, однако, с нашей точки зрения, сервис микроблогов необходимо рассматривать как разновидность социальных медиа. Обратимся к понятию «социальные медиа» (более узкому, чем понятие «новые медиа»).

Подходящим для нашего исследования определением понятия «социальные медиа» является данное И.А. Быковым и О.Г. Филатовой: «вид онлайн-СМИ, в которых каждый человек может выступать как в роли аудитории, так и в роли автора» [Быков, Филатова, 2011, с. 230]. Данная дефиниция действительно отражает суть описываемого явления, однако, как мы упомянули выше, возможность выступать и в роли аудитории, и в роли создателя контента – это свойство новых медиа в целом. Отличительной характеристикой социальных медиа, на наш взгляд, является возможность объединения пользователей вокруг общих интересов.

В таблице ниже (табл. 1) приведена классификация социальных медиа, которую предлагают авторы статьи «Технологии Веб 2.0 и связи с общественностью: смена парадигмы или дополнительные возможности?» [там же, с. 231]. Наиболее посещаемыми ресурсами в Интернете сегодня являются блоги и социальные сети, которые становятся для пользователей главными источниками информации [там же, с. 232]. Следует обратить внимание, что микроблоги (сюда же и входит Twitter) в данной классификации относятся к категории блогов.

Таблица 1. Классификация социальных медиа

|  |  |
| --- | --- |
| Блоги | Микроблоги |
| Социальные сети | Сервисные социальные сети |
| Социальные навигаторы |
| Сайты знакомств |
| Многопользовательские сетевые игры |
| Социальные закладки |
| Службы обмена данными | Обмен фотографиями |
| Обмен музыкой |
| Видеообмен |
| Файлообменники |
| Социальные базы данных | Вики-проекты |
| Социальные библиотеки |
| Социальные сайты вопросов и ответов |
| Социальные каталоги |
| Рекомендательные сервисы |  |
| Новостные социальные сайты |

Важно подчеркнуть разницу между понятиями «социальные медиа» и «социальная сеть». Исследователи И.А. Быков и О.Г. Филатова описывают эту разницу так: «Если первое является новым видом онлайн-СМИ, то второе – формализованной платформой, через инструментарий которой это СМИ осуществляет свою деятельность» [там же]. Следует отметить, что Twitter часто дефинируется как социальная сеть, в другом определении Twitter – сервис микроблогов. Однако, как отмечает К.А. Карякина, данный медиаресурс всё же представляет собой «некий симбиоз» между социальной сетью и блогом [Карякина, 2010, с. 130]. Данная формулировка кажется нам наиболее подходящей. Таким образом, ключевыми для данного исследования являются понятия «блог» и «социальная сеть». Далее рассмотрим характерные признаки блогов и социальных сетей.

Под словом «блог» имеется в виду широкий спектр интерактивных цифровых ресурсов. Благодаря большому количеству блогов и разнообразию их содержания блоги можно классифицировать по конкретной тематике (политика, культура, кино, путешествия, мода, бизнес). Блоги также могут существовать исключительно в видеоформате (‘vlogs’) или фотоформате (‘photoblogs’) [там же, с. 131]. Однако, как утверждает К.А. Карякина, «большинство блогов представляют собой универсальный интегрированный медиаконтент и характеризуются широкой тематической диверсификацией» [там же], из чего следует, что целесообразнее классифицировать блоги, отталкиваясь от авторства.

Следуя этому критерию, К.А. Карякина предлагает следующую классификацию блогов [Карякина, 2010, с. 132]:

1. Блоги профессиональных журналистов. Ведутся на добровольной или корпоративной основе в рамках Интернет-порталов официальных СМИ. Данный вид блогов – нередкое явление и в Twitter, где множество новостных СМИ ведут собственный блог в качестве продолжения основного медиаконтента.

2. Журналистские блоги, не закреплённые за традиционными редакциями. Сюда относятся блоги, авторами которых являются либо профессиональные журналисты, либо любители (их тематика носит, как правило, общественно-новостной характер). Данные блоги существуют как на независимых блогопорталах (в том числе в Twitter), так и на порталах альтернативных медиа (например, Wikinews).

3. Корпоративные блоги. Речь идёт о блогах официальных организаций (или общественных деятелей), осуществляющих интерактивную коммуникацию между официальными представителями организации и аудиторией. Множество примеров таких блогов можно найти в Twitter: некоторые организации используют сервис для сбора отзывов и обратной связи.

4. Политические блоги. В эту категорию входят блоги известных политиков. Например, лидеры государств зачастую используют Twitter как инструмент политического взаимодействия.

5. Личностно ориентированные блоги. Данные блоги принадлежат независимым авторам, не связаны с какой-либо официальной структурой и порой приобретают высокую информационную ценность для аудитории и традиционных СМИ, выступая в качестве первоисточников информации (например, блоги свидетелей чрезвычайных событий). Блоги данной категории – самый популярный вид блогов в Twitter.

Итак, Twitter отличается наличием блогов (или микроблогов) разного типа авторства, причём чаще всего автором Twitter-блога является независимый пользователь, создающий контент самой разной тематики с применением различных форм мультимедиа.

Социальная сеть, как утверждает К.А. Карякина, «представляет собой по сути более простую модель, чем блог» [там же, с. 129] и обладает следующими характеристиками:

* у пользователя есть возможность размещать информацию в любом формате и объёме (текст, звук, фото, видео; у себя на странице или страницах других пользователей; в режиме форума или чата);
* пользователь может устанавливать контакты с другими участниками коммуникации;
* пользователю социальных сетей, в отличие от блогеров, не обязательно иметь определённый талант в написании текстов и тратить время на поддержание активности постоянными публикациями;
* каждый участник социальной сети находит собственную аудиторию и самостоятельно развивает коммуникацию [там же].

Таким образом, сервис микроблогов Twitter соединяет в себе черты блога и социальной сети – наиболее популярных форм новых медиа. Пользователь данного медиаресурса, с одной стороны, может размещать информацию только в собственном профиле, что позволяет отнести Twitter к категории блогов, а с другой стороны, пользователь может устанавливать контакты с другими участниками коммуникации в режиме чата, что позволяет отнести рассматриваемый медиаресурс к социальным сетям. Возможность активного взаимодействия является важной функцией сервиса, причём автор микроблога может самостоятельно развивать коммуникацию, устанавливая связи на основе общих интересов (в отличие от традиционного блога, когда автор должен привлекать аудиторию постоянными публикациями).

# 1.3 Понятие и специфика Интернет-коммуникации

Интернет-коммуникация – относительно новый феномен современного общества. Стремительное распространение Интернета привело к тому, что сейчас всё большее количество видов деятельности выполняется нами при помощи компьютеров и компьютерных сетей. В свою очередь, высокая доступность Интернет-технологий способствует появлению перспективных способов коммуникации, формирующих особую сферу информационного взаимодействия [Морозова, 2010, с. 150]. Так, Интернет представляет собой глобальное коммуникативное пространство, обладающее определёнными особенностями. Процесс установления контактов между пользователями Сети именуется Интернет-коммуникацией.

Существует множество определений понятия «Интернет-коммуникация». По мнению Л.Ю. Щипициной, Интернет-коммуникация «представляет собой один из исторических этапов в развитии коммуникационных средств и существует наряду с неопосредованным (устным) общением, общением, опосредованным бумажными носителями (рукописным и печатным, включающим непериодические издания (книга) и периодические (газеты, журналы)), а также общением, опосредованным электронными приборами (факс, радио, телевидение)» [Щипицина, 2010, с. 41]. Данное определение не подходит нам, так как его автор рассматривает Интернет-коммуникацию как исторический этап. Кроме того, нам необходимо подчеркнуть существование данного вида коммуникации в электронной среде.

И.Н. Розина рассматривает Интернет-коммуникацию как «использование людьми электронных сообщений (чаще мультимедийных) для формирования знаний и взаимопонимания в разнообразных средах, контекстах и культурах» [Розина, 2005, с. 32]. Данная формулировка наиболее точно отражает суть исследуемого явления: первая часть определения подчёркивает, что рассматриваемый вид коммуникации происходит электронно, а вторая часть отражает цель, ради которой и происходит коммуникация.

Исследователи Е.А. Подгорная и К.А. Демиденко выделяют следующие особенности Интернет-коммуникации:

1) происходит опосредованно (с помощью компьютеров) на Интернет-сайтах;

2) реализуется в письменном виде (в виде электронных текстов);

3) имеет интерактивный характер;

4) протекает в режиме реального времени (онлайн);

5) обладает многогранностью (может служить средством межличностного общения («один – другому»), формой массовой коммуникации («один – многим») и отношения («многие – многим»), может быть краткой (получение электронной почты) и длительной (общение в чатах, на форумах), устной (при наличии голосового модема или веб-камеры) и письменной (текстовой и графической)) [Подгорная, Демиденко, 2014, с. 2].

Н.Г. Асмус также перечисляет ряд характеристик Интернет-коммуникации [Асмус, 2005], среди которых наиболее важными нам кажутся следующие:

* включённость в социальную деятельность («Интернет-сообщества объединяют людей, имеющих схожие интересы, взгляды, профессиональные пристрастия, а, значит, единомышленников, настроенных на гармоничное сотрудничество и взаимопонимание» [там же, с. 40]);
* диалогичность;
* особый характер авторства («вместо автора в виртуальном дискурсе выступает коллективная личность, которая множеством ярких и неповторимых голосов обсуждает, доказывает, спорит» [там же]);
* совмещение личности коллективного автора – читателя («в Интернет-дискурсе происходит одновременно чтение и написание текста» [там же, с. 41]);
* снятие временных и пространственных ограничений;
* статусное равноправие участников;
* неограниченность в выборе языковых средств.

Таким образом, исходя из всего вышесказанного, можно дать следующее определение понятию «Интернет-коммуникация»: происходящее опосредованно, с помощью компьютера, информационное взаимодействие пользователей Интернета, которое носит интерактивный характер, протекает в режиме реального времени и предполагает одновременно чтение и написание текста.

# 1.4 Сервис микроблогов Twitter как жанр Интернет-коммуникации

По мере развития Интернет-технологий возникает всё больше новых Интернет-жанров. Актуальными для исследования коммуникации в Twitter являются понятия «социальная сеть» и «блог». Рассмотрим особенности сервиса микроблогов Twitter как комбинированного жанра Интернет-коммуникации.

Сервис Twitter является одним из самых востребованных и популярных сетевых ресурсов. Согласно Е.И. Горошко, подробно исследовавшей данный Интернет-жанр в статье «“Чирикающий” жанр 2.0 Твиттер, или Что нового появилось в виртуальном жанроведении», Twitter – это не традиционный блог в чистом виде, но «скорее средство оперативного общения, гибридная форма, которая соединила в себе свойства нескольких Интернет-сервисов: службы мгновенных сообщений, блога, электронной почты и социальной сети» [Горошко, 2011, с. 12]. Действительно, как мы уже упоминали, сервис Twitter является, с одной стороны, социальной сетью (коммуникативным пространством, в котором пользователь может знакомиться с другими пользователями на основе общих интересов), а с другой стороны, блогом (своего рода электронным дневником пользователя, где он делится с подписчиками подробностями своей жизни или иной интересной ему информацией).

Благодаря своей доступности и удобному интерфейсу Twitter привлекает людей совершенно разных возрастов, чем объясняется его популярность во множестве стран. Например, согласно данным сервиса мониторинга и анализа социальных медиа и СМИ Brand Analytics за май 2017 года, российский Twitter насчитывает 1,2 млн авторов [Электронный ресурс: Социальные сети в России, лето 2017: цифры и тренды]. В Нидерландах Twitter используют 2,8 млн человек [Электронный ресурс: Mirck, 2019], при том, что в стране живёт 17,2 млн человек (что в несколько раз меньше, чем в России). Таким образом, у нас есть основания говорить о большой популярности данного сервиса в Нидерландах.

Как и любой другой медиаформат, Twitter обладает определёнными коммуникативными функциями, среди которых:

* контактоустанавливающая (установление новых социальных связей);
* консолидирующая (создание виртуальных групп и сообществ);
* презентационная (продвижение собственного имиджа, персональных веб-ресурсов);
* социализации (общение с другими пользователями);
* информационная (получение актуальной новостной информации, слежение за определёнными коммуникативными действиями пользователей);
* политическая (сервис активно используется как инструмент политического взаимодействия);
* образовательная (Twitter является популярным образовательным инструментом);
* релаксационная (снятие напряжения, расслабление) [Горошко, 2011, с. 14].

Таким образом, Twitter является универсальной платформой, способной выполнять множество коммуникативных функций.

Рассмотрим жанрообразующие особенности Twitter. В первую очередь отметим лаконичность передаваемых через него сообщений [там же, с. 15]: пользователи могут публиковать в своей ленте лишь короткие сообщения (на данный момент – не более 280 знаков, до 2017 года ограничение составляло 140 знаков). Добавим, что публикации в свой профиль можно помещать как с компьютера, так и с мобильного телефона. Другой отличительной особенностью твиттинга является публичная доступность сообщений пользователей [там же]. Здесь мы можем говорить о близости данного жанра с блогингом и чатом. Наконец, благодаря лаконичности и возможности делиться информацией в своём аккаунте с помощью различных устройств, Twitter удобен для передачи экстренных сообщений [там же]: например, свидетель того или иного происшествия может поделиться у себя в профиле фотографиями или какой-либо информацией с места событий. Таким образом реализуется информационная функция сервиса. Дополнительным признаком данного жанра является функция «ретвит» [там же, с. 16], благодаря которой пользователь может поделиться со своими подписчиками понравившейся публикацией из другого Twitter-аккаунта.

Из всего выше сказанного следует, что твиттинг – это комбинированный (сочетание свойств социальной сети, блога, чата) жанр, главную роль в котором играют новостная (информационная функция) и социальная (контактоустанавливающая и презентационная функция, функция социализации) составляющие. Сервис Twitter занимает важное место в списке социальных медиа, являясь при этом и коммуникативной площадкой, и электронным СМИ.

# 1.5 Особенности языка Интернет-общения

Помимо медийных, прагматических, функциональных и структурно-семантических особенностей Twitter, необходимо проанализировать и языковую составляющую данного жанра.

Важнейшей функцией Интернет-коммуникации является возможность мгновенной передачи информации. Чтобы отвечать этой задаче, язык пользователей Интернета стремится к лаконичности и краткости, и по этой причине есть основания утверждать, что особенности языка Twitter неразрывно связаны с особенностями языка Интернета в целом. Далее дадим общую характеристику языка Интернет-коммуникации.

Исследователи Н.Е. Петрова и Л.В. Рацибурская, анализируя особенности языка новых медиа, говорят о либерализации языка и речевых норм [Петрова, Рацибурская, 2016, с. 49]. Стремление адресанта быть ближе к адресату влечёт за собой слияние книжности и разговорности, размывание границ официального и неофициального, публичного и обиходно-бытового общения [там же].

Говоря о влиянии Интернета на язык, Е.А. Подгорная и К.А. Демиденко предлагают рассматривать это влияние как двухстороннее: с одной стороны, из устной речи в Интернет проникает большое количество разговорных и сленговых форм и грамматических особенностей, с другой – в разговорную речь проникают сленговые элементы, рождённые в среде Интернета [Подгорная, Демиденко, 2014, с. 2]. Таким образом, язык Интернета и разговорная речь тесно взаимосвязаны.

Рассмотрим влияние новых медиа и Интернета на литературную норму разговорного нидерландского языка. Языковед Йооп ван дер Хорст пишет, что литературная норма нидерландского языка (ранее обозначалась аббревиатурой ‘ABN’ (Algemeen Beschaafd Nederlands, ‘Всеобщий Культурный Нидерландский’), сейчас известна как ‘Standaardnederlands’) обречена в XXI веке на исчезновение в частности благодаря распространению новых медиа [Horst, 2008, p. 24]. Важно подчеркнуть, что термин ‘ABN’ относится исключительно к разговорному языку [Stroop, 2010, p. 182]. Несмотря на то, что в данном исследовании мы рассматриваем именно письменную речь, мы утверждаем, что речь пользователей Сети, несмотря на письменную форму, обладает характеристиками устной речи. Кроме того, мы говорим о влиянии Интернета на устную речь как о двухстороннем явлении, следовательно, можно утверждать, что отклонения от литературной нормы языка происходят как в письменной, так и в устной речи. Исследователи отмечают, что языковые особенности Интернет-коммуникации представляют собой, помимо прочего, различные способы самовыражения пользователей: креативный подход к языку в процессе письменной коммуникации позволяет людям выражать свою индивидуальность так же, как и в процессе устной коммуникации [Jansen, Sijs, 2017, p. 165] [Verheijen, 2016, p. 227].

Тема настоящего исследования предполагает рассмотрение выявленных языковых единиц на лексическом и грамматическом уровнях. Лингвисты [Реформатский, 1996, с. 21] [Солнцев, 1972, с. 14] [Маслов, 2004, с. 651] говорят о четырёх уровнях (или ярусах) языковой структуры: фонетический (фонема), морфологический (морфема), лексический (слово), синтаксический (предложение). Британский языковед Дэвид Кристал предлагает рассматривать речь Интернет-пользователей на графическом, орфографическом, грамматическом и лексическом уровнях [Crystal, 2001, p. 8]. Анализируя особенности речи Интернет-пользователей, выраженной в письменной форме, мы разделим языковой материал на лексический и грамматический (синтаксический, морфологический) уровни. Фонетический уровень для настоящего исследования не актуален, а графические особенности языка Интернета – тема для отдельного исследования (в силу своей многоаспектности).

# 1.5.1 Лексический уровень

Рассмотрим основные лексические особенности языка Интернет-общения.

Язык – это важнейшее средство коммуникации. Смена условий и качества жизни общества оказывает влияние на язык, и самым восприимчивым к этому влиянию является лексический состав языка [Гуслякова, 2016, с. 524]. Лексика – самая подвижная часть языка: она постоянно совершенствуется и обновляется, реагируя на изменения в окружающей нас действительности [Москалева, 2008, с. 246]. Данные процессы протекают наиболее заметно в эпоху глобального распространения Интернета.

Одной из главных особенностей языка Интернет-общения является широкое употребление заимствованной лексики. При этом наиболее распространёнными заимствованиями и в русском, и в нидерландском языке являются англицизмы.

В.П. Берков [Берков, 1994, с. 63] выделяет следующие типы заимствований (заимствования типа 2) и 3) называются кальками):

1) фонетические, то есть слова, заимствованные в иноязычной форме (в нидерландском языке: film ‘фильм’, computer ‘компьютер’ (с английского языка), humeur ‘расположение духа’, succes ‘успех’ (с французского языка), überhaupt ‘вообще’, sowieso ‘всё равно’ (с немецкого языка));

2) семантические, то есть заимствование дополнительного значения словом-эквивалентом (в нидерландском языке: wortel ‘корень + корень (мат.)’, rood ‘красный + красный (полит.)’, links ‘левый + левый (полит.)’, drukken ‘давить + печатать’, ring ‘кольцо + ринг’);

3) структурно-семантические, то есть поморфемный перевод иноязычного слова или словосочетания (в нидерландском языке: voorzetsel ‘предлог’ (передача лат. prae-positio), wolkenkrabber ‘небоскрёб’ (англ. sky-scraper), in gang zetten ‘привести в движение’ (нем. in Gang setzen)).

Различают заимствования в собственном смысле слова и иностранные слова. Первые полностью освоены языком (у них нет внешних признаков иноязычного происхождения, и только историко-этимологический анализ позволяет установить их неисконный характер), вторые обладают некоторыми признаками чуждого происхождения (фонетическими, орфографическими, морфологическими) [там же, с. 64].

Специалист в области лексикологии И.В. Арнольд отмечает, что теперь учёных интересуют не только источники и причины заимствования, но и то, как слово ассимилировалось в языке, как подчинилось его грамматическому строю и фонетическим нормам [Арнольд, 2012, с. 223]. Согласно И.В. Арнольд [Арнольд, 2012, с. 230], по степени ассимиляции заимствования можно подразделить на следующие:

1) полностью ассимилированные (соответствуют всем морфологическим, фонетическим и орфографическим нормам заимствовавшего языка и воспринимаются говорящими не как иностранные слова; в нидерландском языке – muur ‘стена’, wolkenkrabber ‘небоскрёб’, sowieso ‘всё равно’, koffie ‘кофе’);

2) частично ассимилированные (остались иностранными по своему произношению, написанию или грамматическим формам; в нидерландском языке – restaurant ‘ресторан’, excuseren ‘извинять’).

Мы согласны с данной классификацией, однако необходимо добавить, что третью группу заимствований составляют неассимилированные заимствования (сохранили свою фонетическую, графическую и грамматическую форму; в нидерландском языке – baby ‘ребёнок’, pardon ‘прошу прощения’, e-mail ‘электронная почта’, meeting ‘собрание’, coach ‘тренер’).

Таким образом, заимствованная лексика занимает огромный пласт лексического состава нидерландского языка. При этом наиболее распространёнными заимствованиями являются англицизмы. Особое влияние оказывает английский язык на речь пользователей Интернета, о чём говорит обилие лексики сетевого жаргона, заимствованной из английского языка. Кроме того, нередко в блогах нидерландоязычных пользователей можно встретить англоязычные вкрапления (единичные неассимилированные слова английского языка).

Ещё одной особенностью языка Интернета является обилие неологизмов, то есть новых лексических единиц. Слово попадает в медиапространство и быстро осваивается в нём широкой аудиторией носителей языка. Так происходит стадия закрепления нового слова, то есть неологизма, в словарном составе языка (так называемая социализация) [Гуслякова, 2016, с. 525]. Е.А. Кольцова определяет неологизмы как «слова или словосочетания, являющиеся новыми по своей форме и значению в текущий момент времени и имеющими новое социокультурное значение» [Кольцова, 2017, с. 605]. Таким образом, неологизмами будем считать слова с новой формой и значением, а также уже имеющиеся в словарном составе языка лексические единицы, которые получили новое значение.

Для успешного прохождения стадий социализации и лексикализации (лексикализация – это «процесс превращения некоторого элемента (морфемы и т. п.) или сочетания элементов (словосочетания) в устойчивый элемент языка» [Ахманова, 1966, с. 218]) неологизмы должны обладать следующими способностями:

1) возможность отражать актуальную реалию (если явление продолжает существовать, то и неологизм способен существовать в языке);

2) возможность «удобного» использования (шансы на укрепление неологизма в словарном составе языка возрастают, если его легко можно употреблять в общении, он быстро пишется и запоминается);

3) возможность производства новых слов [Гуслякова, 2016, с. 531].

Как отмечают Е. Линь и С.В. Кончакова, неологизмы восполняют пробелы в лексике. Их основной функцией является номинативная – обозначение новых понятий (например, «сайт», «ноутбук», «флешка», «блог», «бартер», «брифинг»). Появляются и новые устойчивые словосочетания, выполняющие номинативную функцию: например, «зайти в Интернет», «войти в Интернет», «лазить по сайтам», «залезть на сайт» [Линь, Кончакова, 2015, с. 194].

Неологизмы также выполняют функцию экономии речевых средств. Эту функцию зачастую выполняют новые слова иностранного происхождения: например, в случае, если одно заимствованное слово может заменить длинное слово или словосочетание родного языка («бэкграунд» (прошлое человека, образование, профессиональная деятельность), «дедлайн» (крайний срок сдачи чего-либо), топ-модель (высококвалифицированная и высокооплачиваемая модель), «юзер» (пользователь персонального компьютера или Интернета)) [там же, с. 195]. Экономия речевых средств позволяет пользователю Twitter уложиться в ограничение по знакам и как можно лаконичнее выразить свою мысль, что является ещё одним фактором широкого употребления заимствованной (особенно англоязычной) лексики.

Как мы уже упоминали, язык Интернета, несмотря на письменную форму, обладает особенностями устной речи. Так, неотъемлемой частью языка Интернет-коммуникации является жаргонная лексика. Согласно О.С. Ахмановой жаргон – это «язык, <...> применяемый (обычно в устном общении) отдельной социальной группой с целью языкового обособления, отделения от остальной части данной языковой общности» [Ахманова, 1966, с. 143]. Однако, как утверждает Е.В. Пучкова, популярность жаргонной лексики в новых медиа обусловлена стремлением авторов сделать свою речь неформальной и выразительной [Пучкова, 2015, с. 243], из чего следует, что употребление жаргонной лексики в Интернете не привязывается к определённой социальной группе.

Классифицируя жаргонизмы, Н.В. Астахова выделяет профессионально-специфичные жаргоны и социально-специфичные жаргоны [Астахова, 2016, с. 11]. Безусловно, в коммуникативном пространстве Интернета присутствует жаргонная лексика различного происхождения, однако язык Интернета характеризует именно широкое распространение молодёжного и сетевого жаргонов.

Молодёжный жаргон характеризуется изменчивостью, причиной которой, согласно Е.С. Литвиновой, является «поиск новых, всё более ярких средств для выражения чувств и отношения молодёжи к действительности, стремление быть оригинальными, отличаться от всех прочих» [Литвинова, 2008, с. 54]. Насчитывается большое количество составляющих молодёжного жаргона: например, жаргон фанатов различных музыкальных групп и направлений, солдатский жаргон, жаргон школьников, студентов, жаргон пользователей компьютеров и Интернета (сетевой жаргон) [там же]. С одной стороны, сетевой жаргон можно считать разновидностью молодёжного, ведь наиболее активно данный пласт лексики (как правило, пришедшей из английского языка) используется молодыми людьми в возрастной группе 15-25 лет. С другой стороны, в силу широкого распространения, лексика сетевого жаргона постепенно выходит из рамок молодёжного и укореняется в речи людей разных возрастных категорий. Следует отметить, что именно сетевой жаргон характеризуется обилием заимствованных из английского языка слов.

Ещё одной важной особенностью языка Интернет-коммуникации являются сокращения.

Сокращения могут быть лексическими и графическими. Как подчёркивает С.О. Баринова, лексические сокращения подвергаются редуцированию и на письме, и в устной речи, а графические сокращения используются только в письменной речи, при этом устно они произносятся полностью [Баринова, 2007, с. 24]. С нашей точки зрения, язык Интернета характеризуется в первую очередь широким использованием графических сокращений, однако, так как в данном исследовании рассматриваются лексические особенности языка, а не графические, анализу будут подвергнуты именно лексические сокращения. Следует отметить, что наибольший интерес для нас представляют звуковые инициальные сокращения (акронимы), как наиболее характерные языку общения в Интернете.

Важно подчеркнуть разницу между понятиями «аббревиатура» и «акроним». Согласно С.О. Бариновой, оба являются инициальными сокращениями (в их состав входят начальные буквы слов сокращённого словосочетания), однако аббревиатуры произносятся как последовательно расположенные буквы алфавита [там же, с. 25] (PS – personal computer, CV – curriculum vitae), а акронимы – это сокращения, которые «читаются и воспринимаются как обычные лексические единицы» [Новикова, 2013, с. 128] (например, популярное в Интернете сокращение ‘LOL’ – laughing out loud). Таким образом, придерживаясь точки зрения упомянутых выше исследователей, мы будем разграничивать данные понятия и проанализируем сетевые акронимы (в отличие от традиционных акронимов, которые служат средством номинации, сетевые акронимы выполняют прагматическую и дискурсивную функцию [Кротова, 2018, с. 339]). Отметим, что большинство акронимов Интернет-общения на нидерландском языке заимствованы из английского языка.

Таким образом, лексические особенности языка Интернета выражаются в обильном использовании англицизмов, неологизмов, жаргонной лексики и акронимов.

# 1.5.2 Грамматический уровень

Рассмотрим особенности языка Интернета на грамматическом уровне. Среди факторов, определяющих отклонения от нормы на данном языковом ярусе, следует прежде всего отметить влияние устной речи на язык Интернет-пользователей, при этом главную роль играет принцип экономии речевых усилий (соответственно, экономится и время). Язык Интернет-общения обладает особенностями как на синтаксическом, так и на морфологическом уровне.

Ниже рассмотрим актуальные для нашего исследования основы грамматики нидерландского языка – норма, от которой происходит отклонение. Для этого перечислим выявленные нами грамматические особенности нидерландского языка в Twitter. На синтаксическом уровне наблюдаем нарушение порядка слов и обилие неполных предложений, на морфологическом уровне – опущение артикля. Таким образом, нам необходимо рассмотреть, как выглядит грамматическая норма нидерландского языка, а именно – структуру предложения, порядок слов, правила употребления артиклей. Обратимся к источникам, описывающим грамматику нидерландского языка.

Как было упомянуто выше, особенностью Интернет-языка является обилие неполных предложений. При этом происходят следующие отклонения от грамматической нормы нидерландского языка: опущение местоименного подлежащего в начале предложения, опущение подлежащего и сказуемого, выраженного глаголами ‘zijn’ или ‘hebben’, и опущение подлежащего и вспомогательного глагола.

Предложение в нидерландском языке состоит из одного или нескольких главных предложений (hoofdzinnen), за главным предложением может следовать одно или несколько придаточных предложений (bijzinnen). Придаточное предложение может также предшествовать главному. Главное предложение может начинаться либо с подлежащего, либо с другого члена предложения (в этом случае происходит инверсия) [Fontein, Pescher-ter Meer, 1985, p. 244].

Предложения без инверсии имеют следующую структуру: 1) подлежащее, 2) личная форма глагола, 3) другие члены предложения, 4) неспрягаемая часть сказуемого (один или несколько смысловых глаголов) [там же]. Предложение начинается с подлежащего, которое может быть выражено либо местоимением, либо существительным. Например:

*Ik* ga naar Amsterdam. Я еду в Амстердам.

 *De poes* slaapt. Кошка спит.

Одной из тенденций в Интернет-языке является опущение местоименного подлежащего в начале предложения. Здесь, несомненно, прослеживается влияние разговорной речи. О данном грамматическом явлении в разговорной речи пишет Н. ван дер Сейс, приводя в пример опущение указательного местоимения ‘het’ (‘это’) в начале предложения: ‘moet kunnen’ вместо ‘het moet kunnen’ (‘должно получиться’), ‘is goed’ вместо ‘het is goed’ (‘это хорошо’) [Sijs, 2005, p. 141]. Однако чаще всего опущению подвергается личное местоимение первого лица единственного числа – ‘ik’ (‘я’).

За подлежащим следует личная форма глагола (согласуется с подлежащим). В следующих предложениях ‘staat’ и ‘staan’ – личные формы глагола ‘staan’ (‘стоять’):

De auto *staat* te wachten. Машина ждёт.

De auto’s *staan* te wachten. Машины ждут. [там же, p. 245].

Особенно часто встречается личная форма от глаголов ‘zijn’ (‘быть’) и ‘hebben’ (‘иметь’). В предложениях ниже эти глаголы несут своё основное лексическое значение:

Ik *ben* student. Я студент.

Ik *heb* een broer. У меня есть брат.

Кроме того, глаголы ‘zijn’ и ‘hebben’ могут служить вспомогательными глаголами при образовании перфектных времён (voltooide tijden), а именно перфекта настоящего времени (voltooid tegenwoordige tijd), предпрошедшего времени (voltooid verleden tijd), завершённого будущего времени (voltooid tegenwoordig toekomende tijd) и будущего совершённого в прошедшем (voltooid verleden toekomende tijd) [там же, p. 101]. Как правило, и в устной речи, и в Интернете вспомогательный глагол может опускаться только при употреблении перфекта, однако при условии, что подлежащее выражено местоимением первого лица единственного числа. Перфект образуется из сочетания вспомогательных глаголов ‘hebben’ и ‘zijn’ в настоящем времени с причастием II (voltooid deelwoord) спрягаемого глагола [Миронов, 2001, с. 93]:

Ik *heb* een boek *gekocht*. Я купил книгу.

Hij *heeft* een brief *geschreven*. Он написал письмо.

Ik *ben* vroeg *opgestaan*. Я встал рано.

Hij *is* de kamer uit *gelopen*. Он вышел из комнаты.

Вместе со вспомогательным глаголом в устной речи и в Интернете опускается и подлежащее, выраженное местоимением первого лица единственного числа:

Een boek gekocht. Купил книгу.

Vroeg opgestaan. Рано встал.

Другой выявленной нами синтаксической особенностью Интернет-языка является нарушение порядка слов. Как мы уже упомянули, предложения в нидерландском языке могут начинаться с подлежащего (предложения без инверсии, то есть с прямым порядком слов) или с другого члена предложения (предложения с инверсией, то есть с обратным порядком слов). При этом место главных членов предложения (подлежащего и сказуемого) чётко фиксировано [там же, с. 134]. Как правило, на втором месте в предложении и с прямым, и с обратным порядком слов всегда стоит спрягаемая часть сказуемого. На первом месте в предложении с прямым порядком слов стоит подлежащее, однако, если мы говорим об обратном порядке слов (инверсии), на первом месте в предложении могут быть часть составного глагольного сказуемого, часть составного именного сказуемого, прямое дополнение, косвенное дополнение, предложное дополнение, обстоятельство, определение [Toorn, 1975, p. 53]:

Gevonden *heeft hij* het boek niet. Он не нашёл книгу.

Dom *is hij* zeker niet. Он точно не глупый.

Dat boek *moet je* toch eens naar de U.B. terug brengen. Ту книгу всё же нужно вернуть в университетскую библиотеку.

Wim *heb ik* op zijn verjaardag niets gegeven. Виму я ничего не подарил на День рождения.

Voor jou *heb ik* maar geen koffie meer ingeschonken. Тебе я больше кофе не наливал.

In huis *draagt Carel* altijd pantoffels. В доме Карел всегда носит тапки.

Ontevreden *gingen we* naar huis. Недовольные, мы пошли домой.

Обратный порядок слов наблюдается также в вопросительных предложениях. М. С. ван ден Тоорн выделяет два вида вопросительных предложений: 1) требующие ответа «да» или «нет», 2) начинающиеся с вопросительного слова. В обоих случаях обязательна инверсия [там же, с. 54]:

*Heb je* de planten nog water gegeven? Ты полил растения?

*Ga je* nou mee of ga je niet mee? Ты идёшь или нет?

Waarom *kom je* zo laat? Почему ты опоздал?

Wat *eten we* vandaag? Что мы сегодня едим?

Нарушение порядка слов в речи Интернет-пользователей является отклонением от описанных выше правил и выражается прежде всего в неправильном положении подлежащего и сказуемого при обратном порядке слов. Например:

Ontevreden *we gingen* naar huis. Недовольные, мы пошли домой.

*Je ga* nou mee? Ты идёшь или нет?

Ещё одной особенностью нидерландского языка в Интернете является опущение артикля.

В нидерландском языке имеется три артикля: определённые артикли ‘de’ и ‘het’ и неопределённый артикль ‘een’. Артикль ‘het’ употребляется с существительными среднего рода (het-woorden, ‘het-слова’) в единственном числе (‘het paard’ (‘лошадь’), ‘het huis’ (‘дом’)). Артикль ‘de’ употребляется с существительными общего рода (de-woorden, ‘de-слова’) в единственном числе и существительными обоих родов во множественном числе (‘de man’ (‘мужчина’), ‘de vrouw’ (‘женщина’); ‘de paarden’ (‘лошади’; существительное среднего рода во множественном числе), ‘de mannen’ (‘мужчины’; существительное общего рода во множественном числе)). Неопределённый артикль ‘een’ употребляется с исчисляемыми существительными в единственном числе (‘een paard’ (‘лошадь’), ‘een huis’ (‘дом’)) [Электронный ресурс: Haeseryn, Romijn, Geerts, Rooij, Toorn, 2019].

Артикль ставится перед существительным, а также может стоять перед субстантивированным инфинитивом, неопределённым местоимением-существительным или субстантивированным прилагательным [там же]:

*Het huis* dat je daar ziet is van mijn broer. Дом, который ты там видишь, принадлежит моему брату.

*Het heen en weer lopen* van mijn broer begon me de keel uit te hangen. Хождение моего брата взад-вперёд начало меня выводить из себя.

Dat is *een vreselijk geleerd iemand*. Это кто-то невероятно образованный.

*De sterkste* wint het altijd van de zwakste. Сильный всегда побеждает слабого.

В речи Интернет-пользователей опускается, как правило, неопределённый артикль. Н. ван дер Сейс, рассматривая тенденции в современном нидерландском языке, пишет, что в Интернете артикль часто опускается в устойчивых выражениях с предлогом: например, ‘aan adres van’ (вместо ‘aan het adres van’; ‘в адрес (кого-либо, чего-либо)’), ‘aan hand van’ (вместо ‘aan de hand van’; ‘на основе (чего-либо)’), ‘in kader van’ (вместо ‘in het kader van’; ‘в рамках (чего-либо)’), ‘in licht van’ (вместо ‘in het licht van’; ‘в свете (чего-либо)’), ‘in richting van’ (вместо ‘in de richting van’; ‘по направлению к (чему-либо, кому-либо)’), ‘met oog op’ (вместо ‘met het oog op’; ‘с целью (чего-либо)’) [Sijs, 2005, p. 133].

Из всего вышесказанного следует, что особенности нидерландского языка в Интернете на грамматическом уровне выражаются главным образом в обилии неполных предложений, при этом чаще всего опущению подвергается местоименное подлежащее в начале предложения. Краткость и простота предложений объясняются стремлением пользователей к экономии времени и знаков: на первом месте в Интернет-языке стоит не форма сообщения, а его содержание.

# 1.6 Особенности языка Twitter

Большинство существующих лингвистических исследований Интернет-коммуникации рассматривают особенности языка Интернета на основе языкового материала, полученного в результате лингвистического анализа различных коммуникативных площадок. На наш взгляд, сервис микроблогов Twitter является источником ценных и актуальных лингвистических материалов и заслуживает углублённого рассмотрения происходящих в нём языковых процессов. Рассмотрим особенности языка Twitter, описанные в уже имеющихся исследованиях Twitter-коммуникации.

Как мы уже отмечали, одной из жанрообразующих особенностей Twitter является лаконичность сообщений (не более 280 символов). А.П. Атягина подчёркивает, что, с одной стороны, речь упрощается (пользователи делают выбор в пользу более короткого и простого), а с другой стороны, часто необходим поиск синонимов (пользователи подбирают слова так, чтобы сообщение уместилось в 280 символов) [Электронный ресурс: Атягина, 2012].

Рассматривая языковую компрессию сообщений пользователей Twitter на грамматическом уровне, А.П. Атягина отмечает, что большинство авторов предпочитают делить одно сложное предложение на несколько простых или использовать неполные предложения. Более того, исследователь отмечает ограниченность употребления глагольных времён и наклонений. Компрессия также предусматривает сжатие знаковой структуры с помощью эллипсиса и бессоюзия [там же]. Вышеперечисленные особенности объясняются стремлением авторов твитов к лаконичности и сжатости.

Авторам твитов нередко приходится опускать менее значимую информацию. К ней, как правило, относится описательная информация (конкретизирующая происходящее). А.П. Атягина отмечает использование хэштегов (слова или словосочетания с символом «#»), которые могут обозначать ситуацию, место или тему разговора. Именно благодаря хэштегам пользователям часто удаётся максимально сократить сообщение [там же]. Например, любому пользователю Twitter станет понятно содержание публикации с хэштегом “#MeToo” (движение, осуждающее сексуальные домогательства): человек поддерживает (или не поддерживает) движение, высказывает свою точку зрения по этой теме, делится теми или иными переживаниями.

Что касается лексических особенностей языка публикаций в Twitter, исследователи отмечают большое количество англицизмов. Об этом упоминает, в частности, Е.В. Карнуп, исследуя причины и особенности использования англицизмов в русскоязычных микроблогах Twitter [Карнуп, 2013, с. 94]. Кроме того, как подчёркивает Е.И. Горошко, появляются и развиваются лексемы, обозначающие совершение тех или иных действий посредством Twitter, а также «“производные” от этих действий, которые собственно и составляют лингвистическое оформление данного веб-ресурса» [Горошко, 2011, с. 17] («твитить», «ретвитить», «твит»). Исходя из вышесказанного, можно говорить, во-первых, о широкой распространённости заимствованных из английского языка слов, а во-вторых, о процессе возникновения и социализации в коммуникативной среде данной площадки новых лексических единиц (неологизмов). В свою очередь, мы наблюдаем формирование сетевого жаргона, о чём говорит употребление пользователями терминологии, связанной с новинками Интернет-коммуникации.

Таким образом, имеющиеся на данный момент лингвистические исследования коммуникации в Twitter рассматривают особенности языка публикаций в сервисе на разных языковых уровнях, однако, на наш взгляд, данная тема требует более углублённого анализа с применением метода сплошной выборки при отборе языкового материала.

Подводя итог изложенному в настоящей главе, делаем вывод, что язык Интернет-коммуникации обладает характеристиками разговорной речи и выражается в отклонении от литературной нормы языка. Пользователи Интернета стремятся к экономии времени и речевых средств и вместе с тем используют язык не только как средство общения, но и как средство самовыражения.

Важной особенностью Интернет-коммуникации является возможность являться одновременно читателем и автором, что характерно в том числе для сервиса микроблогов Twitter (комбинированный формат новых медиа – соединяет в себе черты блога и социальной сети), главную роль в котором играют новостная и социальная составляющие.

В данном исследовании мы рассматриваем лексические и грамматические (морфологические, синтаксические) особенности нидерландского языка в Интернете на материале публикаций в нидерландоязычных блогах Twitter.

# Глава II. Анализ лексических и грамматических особенностей нидерландского языка в сервисе микроблогов Twitter

Описание языкового материала, источником которого является сервис микроблогов Twitter, возможно на графическом, лексическом и грамматическом уровнях. В данном исследовании мы рассмотрим особенности нидерландского языка в Интернете на лексическом и грамматическом уровнях.

В ходе исследования были проанализированы твиты 41 нидерландоязычного блога Twitter за последний год. На основе анализа была составлена классификация лексических и грамматических особенностей нидерландского языка в сервисе микроблогов Twitter (схемы 1 и 2). На лексическом уровне отметим значительное влияние английского языка, о чём говорит большое количество новых слов, заимствованных в нидерландский язык из английского, большинство из которых относится к жаргонной лексике:

Схема 1. Лексические особенности нидерландского языка в Twitter

Грамматические особенности нидерландского языка в Интернете, как уже было сказано в теоретической части, выражаются прежде всего в большом количестве неполных предложений:

Схема 2. Грамматические особенности нидерландского языка в Twitter

Далее приведём анализ лексических особенностей нидерландского языка в Twitter.

# 2.1. Лексические особенности твитов на нидерландском языке

Социальные реалии, события в мире и конкретной стране, культурное развитие общества и даже менталитет находят отражение в языке, а ещё точнее – в его лексическом составе. Особенно ярко те или иные новые элементы заметны в языке представителей молодого поколения, активных пользователей Интернета, вовлечённых в масштабный культурный обмен и имеющих доступ к неограниченному количеству источников информации. Пользователи Интернета, остро реагируя на актуальные политические и общественно-значимые события, используют язык не только как средство общения, но и как способ самовыражения.

# 2.1.1 Англицизмы

Лексические особенности нидерландского языка в Twitter выражаются прежде всего в использовании авторами твитов английских слов, заимствованных в нидерландский язык совсем недавно и, как правило, относящихся к молодёжному или сетевому жаргонам. При этом многие заимствования, несмотря на иностранное звучание, принимают грамматические формы, свойственные нидерландскому языку. Употребление англоязычных заимствований видим в подавляющем большинстве анализируемых нами твитов.

Распространённым явлением в нидерландоязычном Twitter являются англоязычные вкрапления – окказиональное использование английских слов или словосочетаний в том виде, в котором они существуют в языке-источнике. Другими словами, часто голландцы (что особенно касается представителей молодого поколения) употребляют в своих твитах английские слова и выражения, не меняя их графической формы. Среди основных факторов, влияющих на употребление англоязычных вкраплений в текстах нидерландоязычных твитов, мы выделяем следующие:

* носители нидерландского языка свободно владеют английским языком (билингвизм);
* экономия знаков, а также времени набора текста;
* стремление соответствовать духу времени (самым распространённым языком в Сети является английский);
* подражание разговорной речи.

Приведём конкретные примеры.

В твите ниже видим употребление англоязычного вкрапления в начале предложения:

@Esmeemotioneel: “**honestly** ik ben gelijk fan van een bedrijf als ze gratis stickers / een kaartje bij de bestelling doen” (Здесь и далее приводятся примеры из [Электронный ресурс: Twitter])

*Если честно, я сразу становлюсь фанаткой фирмы, если к моему заказу кладут бесплатные стикеры или открытку.*

Автор твита использует слово ‘honestly’ (‘честно’, ‘честно говоря’), несмотря на то, что в нидерландском языке есть словосочетание ‘eerlijk gezegd’ с тем же значением. Вполне вероятно, что предпочтение английскому варианту автор отдаёт в связи с более краткой формой: простое слово ‘honestly’ позволяет сэкономить время набора текста.

В следующем примере автор использует английскую конструкцию ‘to be sure’ (‘быть уверенным’), хотя на её месте вполне могла бы быть аналогичная ей нидерландская – ‘zeker zijn’:

@Esmeemotioneel: “pfppf zo'n leuke ring en oorbellen gevonden maar **not sure** of ik er 60 euro voor kan dokken”

*Уф-ф, нашла такое классное кольцо и серёжки, но не уверена, что готова потратить на них 60 евро.*

Следует отметить, что автор твита в данном случае успешно «встраивает» англоязычное вкрапление в нидерландский синтаксис, сохраняя правильный порядок слов в идущем после главного (‘not sure’) придаточном предложении (‘of ik er 60 euro voor kan dokken’).

Рассмотрим следующий пример:

@ikbenbriek: "Omg ik had net echt voor **like** 5 minuten kramp in mijn teentjes"

*О боже, у меня свело пальцы ног примерно на 5 минут.*

В данном твите автор использует английское слово ‘like’ в значении ‘около’ (или ‘примерно’), которому будем считать эквивалентным нидерландское слово ‘ongeveer’. Употребление вкрапления в данном случае может быть обусловлено как более краткой формой самого вкрапления, так и распространённостью слова ‘like’ в разговорной речи носителей английского языка (подражание разговорной речи).

Интересным примером является твит ниже:

@Mandyvervoort: "**To** haar afknippen **or to not** haar afknippen"

*Стричь волосы или не стричь...*

Автор твита берёт за основу начало из известного монолога пьесы «Гамлет» Уильяма Шекспира – ‘to be, or not to be’ («быть или не быть»), подчёркивая тем самым сложность выбора. Отметим, что при этом автором нарушается синтаксис шекспировской фразы. Причиной использования англоязычного вкрапления в данном примере является стремление придать ситуации юмористический оттенок: бытовой вопрос неожиданно возвышается до философского.

Рассмотрим следующий пример:

@sermcx: “naar de **moon**, naar de **sun**”

*К луне, к солнцу.*

В данном твите автор использует английские слова ‘moon’ (‘луна’) и ‘sun’ (‘солнце’) вместо нидерландских ‘maan’ и ‘zon’, сохраняя при этом нидерландский определённый артикль ‘de’, вместе с которым употребляются данные нидерландские существительные. Нередко сообщения пользователей Twitter вырваны из контекста (сервис может использоваться в качестве личного дневника, где авторы фиксируют собственные мысли, не обозначая контекст), вследствие чего бывает трудно определить, чем обусловлено употребление англоязычных вкраплений в том или ином случае. В данном примере наблюдаем именно такую ситуацию.

Пример использования короткого английского слова вместо длинного нидерландского видим в следующем твите:

@martijnvilijn: “sorry maar macarons is het meest **overrated** dessert ooit”

*Извините, но макароны – это самый переоценённый десерт.*

Здесь мы видим употребление автором английского прилагательного ‘overrated’, образованного от глагола ‘to overrate’ (‘переоценивать’). В нидерландском языке есть глагол с таким же значением – ‘overwaarderen’, от которого можно образовать прилагательное ‘overgewaardeerd’. В данном предложении это прилагательное, в сочетании с определённым артиклем ‘het’, должно было бы принять окончание -e- (‘het meest overgewaardeerde dessert’). Однако прилагательное ‘overrated’ употребляется в твите без соответствующего окончания: иноязычные вкрапления редко вступают в связь с морфологическим строем принимающего языка. Кроме того, английское слово гораздо короче нидерландского, а следовательно, позволяет сократить время набора текста.

Автор следующего твита рассказывает о случившейся с ним комичной ситуации, завершая историю предложением на английском языке:

@SackVictor: “Een date van me had vannacht zijn lenzen in een glas met water gelegd, ik had dorst en heb die jongen zijn lenzen opgedronken.... **i would not date myself**”

*Парень, с которым я встречаюсь, положил ночью свои линзы в стакан с водой. У меня была жажда, и я выпил воду с его линзами… Я бы не встречался с собой.*

В данном случае автор употребляет английские слова вне нидерландского предложения, однако, на наш взгляд, и этот пример демонстрирует употребление вкраплений: английское предложение является ироничным выводом из рассказанной истории, и на его месте вполне могло бы быть эквивалентное по смыслу нидерландское (например, ‘Ik zou met mezelf niet daten’). Однако именно благодаря тому, что вывод звучит на английском языке, читателю легче распознать в этом предложении иронию.

Подобным примером, где англоязычное вкрапление употребляется вне нидерландского предложения, является следующий твит:

@martijnhenrico: “De Uva doet aan meivakantie? **Nice**”

*В Амстердамском университете будут майские каникулы? Класс.*

В следующем твите англоязычное вкрапление появляется в конце предложения:

@Zsnoekx: “Waarom voel ik mij doorheen de dag zo goed en in de avond zo kut **for no reason**?”

*Почему в течение дня я чувствую себя очень хорошо, а вечером очень паршиво без всякой на то причины?*

Употребление английского словосочетания ‘for no reason’ (‘без всякой причины’) вместо эквивалентного ему нидерландского ‘zonder enige reden’ может быть обусловлено стремлением автора сделать упор именно на этой части предложения.

Следующие примеры демонстрируют употребление графических сокращений, которые мы также относим к англоязычным вкраплениям. Отметим, что данный вид вкраплений характерен только для письменной речи. Рассмотрим примеры:

@treinjoch: “**tbh** ik ben heel blij met m'n leven en alle mensen die ik om me heen heb”

*Если честно, я очень доволен своей жизнью и людьми, которые меня окружают.*

Использование в данном примере сокращения ‘TBH’ (to be honest, ‘честно говоря’) можно сравнить с использованием слова ‘honestly’ в рассмотренном ранее твите (@Esmeemotioneel). Здесь выбор автора ещё более очевиден – трёхбуквенное английское сокращение (вместо нидерландского словосочетания ‘eerlijk gezegd’) существенно снижает временные затраты и экономит количество знаков.

По той же причине предпочтение отдаётся английскому сокращению в следующем примере: автор твита использует распространённую в Сети английскую аббревиатуру ‘LMK’ (let me know, ‘дай мне знать’) вместо равнозначного нидерландского выражения ‘laat het me weten’:

@Rutgzr: “Nou heren wat lijkt jullie de beste oplossing in deze barre tijden **lmk lmk**”

*Итак, господа, скажите мне, что вам кажется лучшим выходом в эти тяжёлые времена?*

В примере ниже наблюдаем использование английского консонантного (передающего только согласные звуки) сокращения ‘THX’ (thanks, ‘спасибо’) вместо нидерландского выражения ‘dank je (u) wel’ (или слова ‘bedankt’), после которого, как правило, и следует предлог ‘voor’:

@schijnwaarheid: “had gisteren echt het beste idee ooit voordat ik ging slapen **thx** brein voor het me weer laten herinneren”

*Вчера перед сном у меня возникла лучшая за всю мою жизнь мысль. Спасибо, мозг, что снова напомнил мне о ней.*

Распространённым в нидерландоязычном сегменте Twitter является сокращение от английского слова ‘please’ (‘пожалуйста’) – ‘PLS’, которое авторы употребляют вместо нидерландского ‘alsjeblieft’ (или ‘alstublieft’):

@MerelMilou: “Wat ga ik vanavond koken? Kan het niet meer verzinnen. Tips **pls**.”

*Что мне сегодня приготовить? Не могу больше ничего придумать. Дайте советы, пожалуйста.*

Оба сокращения – и ‘THX’, и ‘PLS’ – позволяют авторам сэкономить время написания твита и количество знаков.

Таким образом, англоязычные вкрапления могут использоваться авторами твитов в любой части нидерландского предложения, а также вне его. К упомянутым выше факторам, влияющим на употребление вкраплений, добавим следующие:

* стремление сделать упор на конкретной части предложения;
* стремление подчеркнуть юмористическую составляющую твита.

# 2.1.2 Неологизмы

Как мы уже отмечали, в Интернете осваивается и входит в широкое употребление большое количество новых лексических единиц. Так появляются неологизмы. Источником заимствования новых слов чаще всего является английский язык. В данном разделе рассмотрим слова, которые совершили переход от окказионализмов (окказиональный – «не соответствующий общепринятому употреблению» [Ахманова, 1966, с. 283]) к неологизмам (вошедшие в широкое употребление). При этом разделим языковой материал на две группы: жаргонные неологизмы (то есть слова, относящиеся либо к молодёжному, либо к сетевому жаргону) и нежаргонные неологизмы (не относящиеся к какому-либо жаргону).

Рассмотрим примеры употребления неологизмов, относящихся к молодёжному жаргону:

@wddenz: “Wanneer gaan we stoppen met belachelijke muziek te **hypen**?”

*Когда мы перестанем хайпить нелепую музыку?*

В данном твите автор использует глагол ‘hypen’, образованный от английского глагола ‘to hype’ («многократно рекламировать и обсуждать что-либо в газетах, на телевидении и т. д., чтобы привлечь всеобщий интерес» [Электронный ресурс: Cambridge Dictionary]). Следует отметить, что данный глагол всё чаще используется в связи с активным обсуждением чего-либо в Интернете.

Нередко английские глаголы присоединяют нидерландские личные окончания окончание глагола в настоящем времени (-n/-en во множественном числе, -t во втором и третьем лице единственного числа, нулевая флексия в первом лице единственного числа) и окончание -n/-en при образовании инфинитива (например, в твите выше). Данное явление видим и в следующих примерах:

@MMeulblok: “**Chillen** in een Utrechts park zonder andere mensen. Het kan mensen. Je moet wel goed zoeken”

*Почиллить в одном из парков Утрехта, где никого нет. Народ, это возможно. Нужно просто хорошо поискать.*

@nigeljw\_: “vertrouwen is het belangrijkste in een relatie. Ik moet mijn vriendin toch kunnen vertrouwen als ze met een jongen **chillt** en ze zou mij moeten vertrouwen als ik met een meisje **chill**”

*Доверие – это самое важное в отношениях. Я должен доверять своей девушке, если она чиллит с каким-нибудь парнем, и она должна доверять мне, если я чиллю с какой-нибудь девушкой.*

Глагол ‘chillen’ образован от английского глагола ‘to chill’ (‘охлаждать’) и в молодёжном жаргоне используется в значении ‘отдыхать’, ‘расслабляться’. В первом примере автор употребляет инфинитив (‘chillen’), а во втором примере глагол принимает личные окончания настоящего времени (окончание третьего лица единственного числа -t и нулевое окончание первого лица единственного числа). В нидерландском языке находим эквивалент слову ‘chillen’ в данном значении – ‘ontspannen’, однако представители молодого поколения, как правило, отдают предпочтение модному английскому слову. Отметим, что глагол ‘chillen’ в значениях ‘наслаждаться’ и ‘бесцельно проводить время в компании’ зафиксирован в «Словаре неологизмов» М. де Костера ещё в 1999 году [Coster, 1999, p. 126]. Русский язык оно также не обошло стороной: и в устной речи, и в русскоязычном сегменте Интернета нередко встречается глагол «чиллить».

Наибольший интерес для данного исследования представляет именно лексика сетевого жаргона. Как уже упоминалось, сетевой жаргон можно, с одной стороны, считать разновидностью молодёжного (его лексика употребляется главным образом представителями молодого поколения), а с другой стороны, данный вид жаргона можно рассматривать вне связи с возрастной категорией (его лексика проникает в речь представителей старшего поколения).

Рассмотрим примеры сетевых жаргонизмов:

@nietvoorniks: “Had vanochtend een **match** op Tinder, fijne chat en vanavond meteen eerste date. Coronaproof (!) en het was heel gezellig en leuk”

*Сегодня утром у меня было соответствие в Тиндере и приятный разговор, а вечером сразу же первое свидание. Без корона-риска для здоровья! Было очень уютно и классно.*

Автор твита использует английское cлово ‘match’ (англ. ‘матч’, ‘совпадение’, ‘пара’), которое стало популярно в Сети благодаря приложению для мобильных платформ Tinder, предназначенном для романтических знакомств. Его суть состоит в прохождении трёх этапов, которые перечисляет как сам автор твита, так и разработчики в рекламе приложения: ‘match’ (‘соответствие’; чтобы образовалась «пара», потенциальные собеседники должны поставить друг другу «лайк»), ‘chat’ (‘чат’) и ‘date’ (‘свидание’). Если симпатия пользователей взаимна, на экране появляется фраза ‘It’s a Match!’. Таким образом, в новом контексте существительное ‘match’ получает новое значение (взаимная симпатия в Tinder), что позволяет нам отнести данное слово к неологизмам.

Ещё одним жаргонным неологизмом, относящимся к использованию приложения Tinder, является глагол ‘swipen’:

@geenbarbie: “Waar halen mensen de puf vandaan om te tinderen. Ik ben dit echt na vijf minuten zat omdat m’n duim pijn doet van het naar links **swipen**.”

*Откуда у людей берутся силы сидеть в Тиндере? Я устала уже через пять минут – у меня заболел большой палец от смахивания налево.*

Образованный от английского глагола ‘to swipe’ (англ. ‘размахиваться’, ‘красть’) глагол ‘swipen’ служит для обозначения действия в Tinder, при котором пользователь «смахивает» другого пользователя либо направо (в случае симпатии), либо налево (в случае, если симпатия не возникла). Так же, как и существительное ‘match’, глагол ‘to swipe’, благодаря употреблению в новом контексте, получает новое значение, в котором и осваивается носителями нидерландского языка.

Автор следующего твита использует ещё один жаргонизм:

@treinjoch: “jullie hebben nog tot 21:00 de tijd om me te tweeten (**dm** kan ook)!! anders heb je gewoon pech”

*До 21:00 у вас ещё есть время, чтобы твитнуть мне (можно и в ЛС)!! Иначе просто упустите свой шанс.*

Аббревиатура ‘DM’ (direct messages, ‘личные сообщения’) является относительно новым сокращением: возникло оно в тот момент, когда Twitter и Instagram ввели возможность ведения личной переписки. В нидерландском языке существует эквивалент английскому сокращению – ‘privébericht’ (‘личное сообщение’), однако уникальность английской аббревиатуры заключается в том, что её можно использовать и в качестве существительного (как в примере выше), и в качестве глагола. Например:

@naserfnn: “Ik kan je niet dmmen dm mij”

*Я не могу написать тебе в ЛС, напиши ты мне.*

В данном твите видим образованный от аббревиатуры глагол в неопределённой форме ‘dmmen’ (причём согласная ‘m’ удваивается), а также употребление данной аббревиатуры в качестве глагола в форме повелительного наклонения (‘dm mij’, ‘напиши мне в ЛС’). Таким образом, данное сокращение, относящееся к сетевому жаргону, является новым и по форме, и по значению, что позволяет нам отнести его к неологизмам.

Рассмотрим следующий пример:

@selin\_\_senel: “Ben ik de enige die mensen hun **likes** stalkt?”

*Я что, единственный, кто отслеживает лайки других людей?*

Производное от глагола ‘to like’ (англ. ‘нравиться’, ‘любить’) существительное ‘like’ является одним из самых распространённых англоязычных заимствований в области Интернет-жаргона и употребляется для обозначения функции в социальных сетях, которая позволяет поставить понравившейся публикации отметку «мне нравится» (а также саму отметку). Примечательно, что в нидерландской версии Instagram и Twitter эта отметка получает не английское, а нидерландское наименование – ‘vind-ik-leuk’. Однако такое название для привычного молодёжи «лайка» в Twitter используют в основном официальные каналы СМИ и представители старшего поколения. В твите ниже видим образованный от существительного ‘like’ глагол ‘liken’:

@saidQN: “ik kan niks meer **liken** op instagram”

*Я больше не могу ничего лайкать в Инстаграме.*

Итак, английское существительное ‘like’ заимствовано носителями нидерландского языка для обозначения нового явления, а следовательно, относится к неологизмам. Кроме того, и существительное, и образованный от него глагол включены в Большой толковый словарь нидерландского языка Ван Дале [Электронный ресурс: Van Dale Groot woordenboek van de Nederlandse taal].

В следующем твите видим глагол, заимствованный из английского языка путём семантического калькирования:

@kosterkech: “Misschien moet ik gewoon weer grappige dingen zeggen over k3?? Dat is vgm de enige reden waarom jullie mij **volgen**”

*Может, мне просто стоит снова начать шутить про К3?? По-моему, вы подписаны на меня только ради этого.*

Нидерландский глагол ‘volgen’, основное лексическое значение которого ‘следовать’, ‘следить’, приобрёл значение ‘читать кого-либо в социальных сетях’ (или ‘быть подписанным на кого-либо в социальных сетях’) под влиянием английского глагола ‘to follow’, имеющего оба значения (основное и относящееся к сетевому жаргону).

Антонимом слову ‘volgen’ является глагол ‘ontvolgen’, заимствованный в нидерландский язык методом структурно-семантического калькирования, то есть буквальным поморфемным переводом слова:

@kosterkech: “Elke keer als ik op insta wat **post** gaat iedereen mij **ontvolgen**?!?!”

*Каждый раз, когда я что-то выкладываю в Инстаграм, от меня все отписываются?!?!*

‘Ontvolgen’ – нидерландское наименование действию пользователя социальной сети, при котором человек «отписывается» от другого человека (иначе говоря, «удаляет» его из «списка друзей», перестаёт его читать). Данный глагол заимствован из английского языка поморфемным переводом глагола ‘to unfollow’ (употребляется только в значении ‘отписываться от кого-либо в социальных сетях’): английская отрицательная приставка un- превращается в аналогичную ей нидерландскую ont-, а корень слова – ‘follow’ – соответствует нидерландскому корню ‘volgen’. Таким образом, глагол ‘volgen’ приобретает новое, жаргонное значение, а в глаголе ‘ontvolgen’ сочетается новизна формы и значения. Следовательно, оба глагола мы можем отнести к неологизмам.

В приведённом выше примере видим ещё один элемент сетевого жаргона – глагол ‘posten’, употреблённый в личной форме глагола в настоящем времени (первое лицо единственного числа). Данный глагол первоначально был заимствован из английского языка (‘to post’) в значении ‘отправлять по почте’, однако с появлением социальных сетей слово приобрело новое значение – ‘оставлять своё сообщение на каком-либо веб-сайте’.

Далее рассмотрим глаголы, обозначающие действия, связанные с использованием тех или иных веб-сайтов или мобильных приложений, в которых сочетается новизна формы и значения. Данные глаголы образуются, как правило, непосредственно от наименования веб-сайта или приложения, за исключением глагола в следующем в примере:

@treinjoch: “jullie hebben nog tot 21:00 de tijd om me te **tweeten** (dm kan ook)!! anders heb je gewoon pech”

*До 21:00 у вас ещё есть время, чтобы твитнуть мне (можно и в ЛС)!! Иначе просто упустите свой шанс.*

Слово ‘tweeten’ образовано от английского глагола ‘to tweet’. Основное лексическое значение данного глагола – ‘чирикать’, ‘щебетать’, а его новое, жаргонное значение – ‘публиковать сообщение в Twitter’ (логотип Twitter – синяя птичка с открытым клювом – отражает суть сервиса: быстро распространяющиеся короткие сообщения). Несмотря на то, что сервис называется не ‘Tweetter’, а ‘Twitter’, в корне и английского глагола, и нидерландского заимствования видим -ee-. Отметим, что в предложении выше глагол стоит в неопределённой форме (инфинитиве). Слово с тем же значением употребляет автор следующего твита:

@Avonddame: “Iedereen die sneeuwfoto’s **twittert** krijgt een block. Haha”

*Каждого, кто выложит в Твиттер фото со снегом, добавлю в чёрный список. Ха-ха.*

Здесь глагол стоит в третьем лице единственного числа настоящего времени, и в корне слова уже не -ее-, а -i- (а инфинитивом будет уже не ‘tweeten’, а ‘twitteren’). Возможно, разное написание обусловлено тем, что глагол ‘tweeten’ в третьем лице единственного числа принял бы форму ‘tweet’ (‘zij / hij tweet’), а написание ‘twittert’ позволяет не спутать личную форму глагола с существительным ‘tweet’ (‘твит’, сама публикация). Примечательно, что оба глагола (и ‘tweeten’, и ‘twitteren’) включены в словарь Ван Дале [Электронный ресурс: Van Dale Groot woordenboek van de Nederlandse taal] и имеют одинаковое лексическое значение.

Рассмотрим следующий пример:

@MMeulblok: “Zijn er mensen hier die als groep zijnde een auto delen? Hoe doen jullie dat? Verzekering, kosten etc. Ja ik kan ook **googlen**, maar vraag ook graag even naar ervaringen”

*Тут есть кто-то, кто владеет машиной совместно с другими людьми? Как это происходит? Страховка, расходы и т. д. Да, я могу погуглить, но хочется узнать и о чьём-то опыте.*

Слово ‘googlen’ образовано от английского глагола ‘to google’. Этим глаголом обозначается процесс поиска информации через поисковую сеть Google. Уже привычным и для носителей русского языка является слово «гуглить». Примечательно, что под этим глаголом не всегда имеется в виду поиск информации именно в Google: данное слово вполне может обозначать поиск информации в Интернете вообще, независимо от поисковой системы.

Ранее упомянутое приложение для знакомств Tinder также оставило свой след на языке твиттерчан:

@rutger\_: “**Tinderen** is wel vreemd als je elkaar voor het eerst ontmoet via FaceTime, overigens”

*Кстати, знакомиться в Тиндере – это странно, если ваше первое свидание проходит в ФейсТайме.*

Процесс поиска собеседника или партнёра на популярной среди молодёжи платформе Tinder получил название ‘tinderen’.

Заслуживает внимания и следующий глагол, появление которого было продиктовано эпидемиологической ситуацией в мире в 2020 году (распространение коронавируса). Людям было рекомендовано не покидать свои дома, школы и университеты перешли на дистанционный режим обучения, поэтому обучение, как зачастую и общение с родными и друзьями, происходило через сервис конференц-связи Zoom. Для обозначения разговора по видеосвязи в Zoom пользователи Сети стали использовать глагол ‘zoomen’:

@emmabeast\_: “**Zoomen** met de vrienden is echt leuk!!”

*Я очень люблю сидеть в Зуме с друзьями!!*

Таким образом, рассмотренные выше примеры демонстрируют употребление пользователями Twitter новых лексических единиц, относящихся как к молодёжному, так и к сетевому жаргону, и заимствованных из английского языка или образованных от названий популярных медиасервисов.

Продолжая анализ новой лексики, которую используют авторы публикаций в Twitter, обратимся к языковым элементам, не относящимся к какому-либо жаргону.

В приведённых ниже твитах авторы используют англицизмы, вошедшие в широкое употребление. Данные языковые единицы заимствованы в нидерландский язык в иноязычной форме (фонетические заимствования).

Популярный акроним, который активно используют на просторах социальных сетей (и нередко в устном общении), видим в следующем примере:

@treinjoch: “ah yes het is weer 'ik mis je **lol**' o'clock”

*Ах да, снова настал час «я скучаю по тебе, лол».*

Англоязычный акроним ‘LOL’ (laughing out loud, ‘громко, вслух смеяться’) служит для выражения смеха, показывает ироничное отношение адресанта к ситуации. Кроме того, в нидерландском языке есть словосочетание ‘voor de lol’ (‘шутки ради’, ‘для развлечения’). Можно утверждать, что данное сокращение вышло за рамки сетевого общения и воспринимается носителями нидерландского языка как отдельное слово.

Англицизмы, обозначающие новые явления современной жизни, способны прочно закрепляться в словарном составе других языков. Например, существительное ‘selfie’:

@JeroenElshoff: “Misschien wel leuk idee als iemand vanmiddag een **selfie** op het terras post”

*Классно, наверное, если кто-нибудь сегодня выложит селфи на террасе.*

‘Selfie’ (от англ. self – ‘сам’, ‘себя’) – это фотография самого себя, сделанная на фронтальную камеру смартфона. В нидерландском языке есть слово ‘zelfportret’ (‘автопортрет’), которое можно считать синонимом англоязычному заимствованию, однако данное наименование звучало бы слишком формально, поэтому голландцы употребляют это существительное, говоря, как правило, о живописи. Слово ‘selfie’, обозначая новую реалию, связанную с развитием мобильных технологий, прочно закрепилось в словарном запасе носителей нидерландского языка.

Рассмотрим следующий пример:

@Esmeemotioneel: “honestly ik ben gelijk fan van een bedrijf als ze gratis **stickers** / een kaartje bij de bestelling doen”

*Если честно, я сразу становлюсь фанаткой фирмы, если к моему заказу кладут бесплатные стикеры или открытку.*

Одним из новых слов в нидерландском языке является английское существительное ‘sticker’ (‘наклейка’, ‘стикер’), которое, помимо своего основного значения (‘бумажная самоклеющаяся этикетка’; ‘to stick’ – ‘приклеивать’), приобрело ещё одно – в мессенджерах так стали называть небольшие картинки, выражающие ту или иную эмоцию и использующиеся для общения в чате. Автор приведённого выше твита употребляет существительное ‘sticker’ в первом значении, несмотря на имеющиеся в нидерландском языке эквиваленты ‘plakker(tje)’, ‘zelfklever’, ‘plakplaatje’.

Английские заимствования прочно вошли в жизнь и быт голландского общества, став модными вариантами уже имеющихся в нидерландском языке слов. Использование английской лексики можно объяснить стремлением к оригинальности, желанием соответствовать духу времени. Приведём пример:

@martijnvilijn: “ik wil mooie zomer**outfits** aandoen, wat is dit weer”

*Я хочу одеться в красивые летние наряды. Что это вообще?*

Автор твита использует слово ‘zomeroutfit’, которое имеет два корня – ‘zomer’ (нидер. ‘лето’) и ‘outfit’ (англ. ‘наряд’, ‘одежда’). В нидерландском языке есть существительное ‘kleding’ (‘одежда’), однако под этим словом имеются в виду разрозненные элементы одежды, в то время как английское ‘outfit’ обозначает целостный образ (продуманное сочетание отдельных элементов одежды). Таким образом, в данном твите идёт речь о готовых летних образах, а не об отдельных элементах летней одежды. Благодаря данному значению слово ‘outfit’ закрепилось в лексиконе носителей нидерландского языка (оно также входит в словарь Ван Дале [Электронный ресурс: Van Dale Groot woordenboek van de Nederlandse taal]).

Автор следующего твита использует слово, которое обозначает новое явление, получившее распространение главным образом в Интернете:

@DieTukkerfries: “Dit is heus geen oplichterij hoor. Ik heb last van vet veel jaloerse **haters** op internet die mij geen succes gunnen. Dus.”

*Это правда не обман. Я устал от того, что в Интернете так много хейтеров, которые не хотят, чтоб я добился успеха. Так что...*

Английское существительное ‘hater’, образованное от глагола ‘to hate’ (‘ненавидеть’), применяется, как правило, относительно пользователей Интернета, которые занимаются сетевой травлей других людей (в той или иной степени популярных). Данное слово, с одной стороны, можно отнести к сетевому жаргону, а с другой стороны, активно используясь и в устном общении, и в СМИ, оно постепенно расширяет своё значение и нередко употребляется для обозначения человека, склонного к ненависти в сторону другого человека в принципе, вне рамок сетевого пространства.

Рассмотрим следующие примеры:

@MMeulblok: “**Feedback** binnen van de scriptiecoach... Ik denk nog deze maand te kunnen afstuderen”

*Пришёл фидбэк от научрука… Я собираюсь выпуститься в этом месяце.*

В данном примере автор использует слово ‘feedback’ (‘обратная связь’, ‘реакция’), которое широко используется, например, в сфере образования. В нидерландском языке популярно выражение ‘feedback krijgen’ – ‘получить обратную связь’. Нидерландское слово ‘reactie’ выражает примерно то же значение, однако оно употребляется, как правило, применительно к устной форме общения.

Ещё одно распространённое английское слово – ‘workout’ (‘тренировка’) – видим в примере ниже:

@martijnhenrico: “Tijd voor een extra lange **workout** na de bbq”

*Самое время для очень долгого воркаута после барбекю.*

Англицизм ‘workout’ обозначает любительские тренировки, интенсивные физические упражнения (вторая часть слова – ‘out’ – указывает на то, что упражнения выполняются до изнеможения), занятия спортом в любое удобное время в любом удобном месте. Английское существительное, в силу отсутствия в принимающем языке достойного эквивалента, успешно прошло стадию социализации в лексиконе носителей нидерландского языка.

Интересным примером является следующий твит, в котором существительное ‘workout’ соединяется с сокращением ‘corona’ (от ‘coronavirus’, ‘коронавирус’). Под словом ‘coronaworkout’ автор имеет в виду физические упражнения, выполняемые с соблюдением социальной дистанции:

@Mmeulblok: “Met gepaste afstand deden we de **coronaworkout** met de buren”

*На безопасном расстоянии позанимались корона-воркаутом с соседями.*

Весной 2020 года весь мир столкнулся с проблемой распространения коронавируса. Людей захлестнул регулярный поток информации, опасное заболевание активно обсуждалось в социальных сетях, в том числе и в Twitter. Всё происходящее, несомненно, отразилось на языке. Ниже приведём примеры, демонстрирующие появление и освоение пользователями Сети новых лексических единиц.

Широкое распространение в нидерландском языке получили новые слова ‘zelfisolatie’ и ‘thuisquarantaine’ с примерно одинаковым значением – ‘самоизоляция’:

@DieTukkerfries: “Mijn **zelfisolatie** duurt inmiddels meer dan twee maanden. Ik wil een knuffel”

 *Я на самоизоляции уже больше двух месяцев. Хочу объятий.*

@JasonErvD: “AIs je je in **thuisquarantaine** al verveeld, moet je nagaan hoe saai het in een isoleercel is”

*Если вам уже надоело сидеть на карантине, просто представьте, как скучно в одиночной камере.*

Особый интерес представляют слова, образовавшиеся путём соединения уже имеющегося в языке слова (или морфемы) с сокращением ‘corona’ (от ‘coronavirus’). Нидерландский публицист Т. ден Боон составил словарь под названием ‘Coronawoordenboek’ («Корона-словарь»), который насчитывает около девятисот слов, связанных с коронавирусом [Электронный ресурс: Boon, 2020], при этом 186 слов содержат внутри себя сокращение ‘corona’.

Например, слово ‘coronamoe’ (сокращение ‘corona’ в сочетании со словом ‘moe’ – ‘усталый’, ‘уставший’), обозначающее усталость от всего, что связано с коронавирусом (в том числе и от новостей по этой теме) [там же]:

@HDDuurvoort: “Ik kan geen talkshow meer zien eigenlijk als het weer over covid gaat. Heb het maandenlang manisch gevolgd, maar nu ben ik echt zo **coronamoe**”

*Я больше не могу смотреть ток-шоу, в которых говорят про коронавирус. Несколько месяцев активно следил за ними, но сейчас у меня ужасная корона-усталость.*

Значение некоторых неологизмов нам понять сложнее в силу разницы развития ситуации в странах и разницы восприятия происходящего. Приводим пример:

@FCCoachJohan: “Mooi dat die **coronahoesters** 8-12 weken cel krijgen. Maar... Laat dat dan wel ingaan op een moment later in het jaar, wanneer de rest van de bevolking zich weer compleet vrij mag bewegen”

*Хорошо, что этих корона-кашлюнов на 8-12 недель сажают в тюрьму. Но… Лучше б такую меру ввели позже, когда остальная часть населения сможет свободно передвигаться.*

Автор употребляет неологизм ‘coronahoester’, состоящий из сокращения ‘corona’ и слова ‘hoester’. Нидерландское слово ‘hoesten’ в переводе на русский язык означает ‘кашлять’, следовательно, ‘hoester’ можно перевести как ‘кашляющий человек’. Согласно Т. ден Боону, ‘coronahoester’ – это тот, кто намеренно кашляет в лицо другому человеку (при этом заявляя, что болен коронавирусом) [там же]. Вероятно, имеется в виду злая шутка, основанная на страхе людей заразиться вирусом.

Таким образом, проанализированные в данном разделе примеры позволяют нам говорить о том, что главной особенностью нидерландского языка в Twitter является широкое употребление англицизмов, частично или полностью закрепившихся в словарном составе языка. Важно подчеркнуть, что, в отличие от англоязычных вкраплений, рассмотренные нами заимствования обозначают новые явления, которые связаны прежде всего с теми или иными коммуникативными действиями пользователей Интернета.

# 2.1.3 Акронимы

Пользователи Twitter стремятся уместить в свои сообщения как можно больше информации, используя при этом как можно меньше знаков. Так, ещё одной лексической особенностью нидерландского языка в Twitter является употребление звуковых инициальных сокращений, или акронимов. Все выявленные нами акронимы являются заимствованиями из английского языка, вошедшими в широкое употребление в сетевом общении. Следует отметить, что подавляющее большинство сокращений, характерных языку Интернет-общения, являются графическими сокращениями (некоторые из них мы рассмотрели в качестве англоязычных вкраплений).

Самым распространённым в Интернете акронимом является сокращение ‘LOL’ (laughing out loud, ‘громко, вслух смеяться’):

@ikbenbriek: “Friendly reminder voor mensen die auto rijden, kijk eerst of er iemand komt voor je rijdt. Ben net bijna aangereden **lol**”

*Дружеское напоминание тем, кто водит машину: перед тем как ехать, посмотрите, не идёт ли человек. Только что чуть не задавили, лол.*

Как уже было отмечено, данный акроним вышел за рамки сетевой коммуникации и широко употребляется в устном общении (например, в словосочетании ‘voor de lol’, ‘шутки ради’), вследствие чего популярное Интернет-сокращение стало восприниматься как отдельное слово.

Для выражения личного мнения вместо нидерландских вводных конструкций ‘volgens mij’ и ‘naar mijn mening’ (а также фраз ‘Ik denk / vind / geloof dat...’, ‘Ik ben ervan overtuigd dat...’ и так далее) пользователи Twitter зачастую употребляют акронимы ‘IMHO’ и ‘IMO’:

@MerelMilou: “Over alles kun je grappen maken, **IMHO**. Dat helpt mensen het leven door.”

*Шутить можно обо всём, имхо. Юмор помогает людям жить.*

‘IMHO’ – это сокращение от англоязычного выражения ‘in my humble opinion’, ‘по моему скромному мнению’. Данный акроним, в отличие от ‘LOL’, употребляется, как правило, только в сетевом общении, а следовательно, относится к сетевому жаргону.

Значительно чаще (вероятно, благодаря ещё более краткой форме) для выражения личного мнения пользователями Twitter используется сокращение от ‘in my opinion’ (‘по моему мнению’) – ‘IMO’:

@sermcx “**imo** ben ik echt een held in verjaardagcadeautjes bedenken”

*Мне кажется, я настоящий герой в вопросе придумывания подарков на День рождения.*

Данные акронимы позволяют авторам твитов выразить собственное мнение, сэкономив при этом количество знаков. Кроме того, употребление сокращений избавляет пользователей от необходимости печатать сложноподчинённое предложение, состоящее из главной и придаточной частей (например, ‘Ik denk / vind / geloof dat...’). В приведённом выше примере после акронима, выполняющего функцию вводного слова, соблюдается обратный порядок слов, что говорит о частичной ассимиляции данного сокращения на синтаксическом уровне.

В следующем твите автор использует акроним ‘ASAP’ (сокращение от английского выражения ‘as soon as possible’, ‘как можно скорее’):

@JaniFransen: “**asap** iemand tips voor migraine? zit al 2,5u in een aanval”

*Кто-нибудь, подскажите срочно, как избавиться от мигрени. Уже 2,5 часа страдаю.*

В нидерландском языке есть эквивалентное выражение – ‘zo gauw mogelijk’, однако сокращения от этого выражения не существует. Английский акроним ‘ASAP’ в нидерландоязычном сегменте Twitter встречается чаще, чем нидерландское словосочетание ‘zo gauw mogelijk’, что обусловлено экономией времени набора текста и речевых усилий.

Отметим, что выявленные нами акронимы, за исключением ‘LOL’, так же относятся к англоязычным вкраплениям: данные языковые единицы освоены носителями нидерландского языка только в письменной форме.

Таким образом, акронимы ‘IMHO’, ‘IMO’ и ‘ASAP’ относятся к сетевому жаргону и употребляются только в письменном общении (несмотря на то, что вполне могут читаться и восприниматься как обычные лексические единицы).

В ходе исследования лексических особенностей нидерландского языка в Twitter нами было выявлено большое количество англоязычных заимствований и англоязычных вкраплений. Важно упомянуть, что оба явления встречаются в каждом из проанализированных нами блогов, что ещё раз подчёркивает доминирование английского языка в Интернете.

# 2.2. Грамматические особенности твитов на нидерландском языке

Литературная норма нидерландского языка претерпевает в Twitter определённые изменения и на грамматическом уровне. В настоящее время грамматические особенности нидерландского языка в Интернете (в частности, в сервисе микроблогов Twitter) практически не изучены. Мы попытались подробнее изучить данный аспект языка Интернет-общения и в ходе анализа языкового материала пришли к выводу, что оформление публикаций в Twitter имеет свои особенности как на синтаксическом, так и на морфологическом уровне.

# 2.2.1 Синтаксический уровень

Синтаксические особенности нидерландского языка в Twitter выражаются в нарушении порядка слов и обилии неполных предложений.

Нарушение порядка слов в предложении является наименее часто встречающимся явлением в публикациях Twitter. По большей части нидерландоязычные пользователи соблюдают в своих твитах правильный порядок слов. Однако в некоторых случаях мы наблюдаем неправильное положение подлежащего и сказуемого при обратном порядке слов. Приведём конкретные примеры:

@Esmeemotioneel: “honestly ik bengelijk fan van een bedrijf als ze gratis stickers / een kaartje bij de bestelling doen”

*Если честно, я сразу становлюсь фанаткой фирмы, если к моему заказу кладут бесплатные стикеры или открытку.*

В данном твите англоязычное вкрапление ‘honestly’ (‘если честно’), употреблённое в начале предложения и выполняющее функцию вводного слова, требует после себя обратный порядок слов: ‘honestly ben ik...’.

Аналогичным примером является следующий твит:

@treinjoch: “tbh ik ben heel blij met m'n leven en alle mensen die ik om me heen heb”

*Если честно, я очень доволен своей жизнью и людьми, которые меня окружают.*

Сокращение ‘TBH’ (to be honest, ‘если честно’), функционируя в качестве вводного слова, так же требует после себя обратный порядок слов: ‘tbh ben ik...’.

Возможно, нарушение порядка слов в данных примерах является следствием опущения пунктуационных знаков (одна из графических особенностей языка Интернет-общения). Если после слова ‘honestly’ и сокращения ‘TBH’ поставить запятую, прямой порядок слов будет считаться оправданным.

Обратный порядок слов требует после себя в следующем твите слово ‘eigenlijk’ (‘вообще-то’, ‘на самом деле’):

@badbmerci: “dus eigenlijk ik kan echt niets bijzonders koken hè”

*Так что, вообще-то, я не умею готовить что-то необычное.*

Таким образом, одной из синтаксических особенностей нидерландского языка в Twitter, несмотря на небольшое количество примеров, является нарушение порядка слов. В свою очередь, данное отклонение может быть спровоцировано опущением знаков препинания.

Главной особенностью твитов на нидерландском языке является обилие неполных предложений. При этом происходят следующие отклонения от грамматической нормы языка:

* опущение подлежащего и сказуемого, выраженного глаголами ‘zijn’ или ‘hebben’,
* опущение подлежащего и вспомогательного глагола,
* опущение местоименного подлежащего в начале предложения.

Рассмотрим первую группу – опущение подлежащего и сказуемого, выраженного глаголами ‘zijn’ или ‘hebben’:

@martijnhenrico: “Tijd voor een extra lange workout na de bbq”

*Сейчас будет очень долгий воркаут после барбекю.*

Автор данного твита опускает подлежащее, выраженное безличным местоимением ‘het’ (‘это’), а также глагольную связку ‘zijn’ (в форме третьего лица единственного числа настоящего времени – ‘is’). Полное предложение начиналось бы следующим образом: ‘Het is tijd voor...’.

Следующие примеры демонстрируют опущение подлежащего, выраженного местоимением ‘het’ в указательном значении, и сказуемого, выраженного связочным глаголом ‘zijn’ (в форме третьего лица единственного числа настоящего времени – ‘is’), после которого следует именная часть сказуемого, выраженная прилагательным:

@FCCoachJohan: “Mooi dat die coronahoesters 8-12 weken cel krijgen. Maar... Laat dat dan wel ingaan op een moment later in het jaar, wanneer de rest van de bevolking zich weer compleet vrij mag bewegen”

*Хорошо, что этих корона-кашлюнов на 8-12 недель сажают в тюрьму. Но… Лучше б такую меру ввели позже, когда остальная часть населения сможет свободно передвигаться.*

Именная часть сказуемого выражена прилагательным ‘mooi’ (‘красивый’). Полное предложение начиналось бы с местоимения ‘het’ и глагола-связки ‘zijn’: ‘Het is mooi dat...’.

В твите ниже именная часть сказуемого выражена прилагательным ‘fijn’ (‘прекрасный’):

@nietvoorniks: “Picknickje in het park met een vriendin en haar peuter die ik al een jaar niet had gezien, zo fijn”

*На пикнике в парке с подругой и её малышом, которых я не видел уже год. Так хорошо.*

Полное предложение выглядело бы следующим образом: ‘Het is zo fijn’.

В следующем примере именная часть сказуемого выражена существительным ‘idee’ (‘идея’):

@JeroenElshoff: “Misschien wel leuk idee als iemand vanmiddag een selfie op het terras post”

*Классная идея, наверное, чтобы кто-нибудь сегодня выложил селфи на террасе.*

Здесь также необходим обратный порядок слов: ‘Misschien is het...’.

Автор следующего твита опускает подлежащее, выраженное местоимением первого лица единственного числа (‘ik’, ‘я’), и сказуемое, выраженное связочным глаголом ‘zijn’ (в форме первого лица единственного числа настоящего времени – ‘ben’), после которого следует именная часть сказуемого, выраженная прилагательным ‘benieuwd’ (‘заинтересованный’):

@martijnhenrico: “Benieuwd naar de speech van Van der Plas”

*Интересно, что скажет в своей речи Ван дер Плас.*

Полное предложение начиналось бы следующим образом: ‘Ik ben benieuwd...’.

В следующем примере видим опущение подлежащего, выраженного местоимением первого лица единственного числа (‘ik’), и сказуемого, выраженного глаголом ‘hebben’ (в форме первого лица единственного числа настоящего времени):

@geenbarbie: “Echt zin om op 28 april om 12.00 uur 's middags bitterballen te eten op het terras.”

*Очень хочу 28-го апреля в 12 часов дня поесть мясные крокеты на террасе.*

Отметим, что опущение подлежащего и сказуемого в выражении ‘ik heb zin om / in...’ – довольно частое явление в Twitter.

Рассмотрим следующую группу – опущение подлежащего и вспомогательного глагола. Как уже было отмечено в теоретической части, вспомогательный глагол в речи Интернет-пользователей может опускаться только при употреблении перфекта (при условии, что подлежащее выражено местоимением первого лица единственного числа – ‘ik’).

Автор твита ниже опускает подлежащее ‘ik’ и вспомогательный глагол ‘hebben’ (в форме первого лица единственного числа настоящего времени), с которым сочетается причастие II смыслового глагола ‘vinden’ (‘находить’):

@Esmeemotioneel: “pfppf zo'n leuke ring en oorbellen gevonden maar not sure of ik er 60 euro voor kan dokken”

*Уф-ф, нашла такое классное кольцо и серёжки, но не уверена, что готова потратить на них 60 евро.*

Полное предложение выглядело бы следующим образом: ‘Ik heb <...> gevonden’.

Опущение подлежащего и вспомогательного глагола ‘hebben’, с которым сочетается причастие II смыслового глагола ‘weten’ (‘знать’), наблюдаем в следующем примере:

@FleurBesters: “Ik hoor ineens weer vliegtuigen. En zie er idd eentje. Nooit geweten dat je dat zo goed hoorde”

*Я снова слышу, как летят самолёты. И правда вижу самолёт. Даже не представляла, насколько хорошо их слышно.*

Полное предложение начиналось бы следующим образом: ‘Ik heb nooit geweten dat...’.

Автор следующего твита опускает подлежащее ‘ik’ и вспомогательный глагол ‘zijn’ (в форме первого лица единственного числа настоящего времени), с которым сочетается причастие II смыслового глагола ‘komen’ (‘приходить’):

@spasticjoystick: “Weer veilig thuis gekomen hoe is het met jullie?”

*Снова добрался до дома целым и невредимым. А как у вас дела?*

Глагол ‘komen’ является непереходным глаголом, обозначающим передвижение из одного места в другое, поэтому, согласно грамматической норме нидерландского языка, употребляется вместе со вспомогательным глаголом ‘zijn’. Полное предложение выглядело бы следующим образом: ‘Ik ben <...> thuis gekomen’.

Наконец, наиболее часто встречающейся синтаксической особенностью нидерландского языка в Twitter является опущение местоименного подлежащего в начале предложения. Данное явление мы наблюдали и в предыдущих примерах, однако в следующих твитах опущению подвергается только подлежащее. При этом оно выражено либо местоимением первого лица единственного числа (‘ik’), либо местоимением ‘het’ в указательном значении.

В приведённых ниже примерах наблюдаем опущение подлежащего ‘ik’, которое согласуется со сказуемым, выраженным следующими глаголами:

* глаголом ‘hebben’ (‘иметь’) в первом лице единственного числа простого прошедшего времени (‘ik had’)

@nietvoorniks: “Had vanochtend een match op Tinder, fijne chat en vanavond meteen eerste date. Coronaproof (!) en het was heel gezellig en leuk”

*Сегодня утром у меня было соответствие в Тиндере и приятный разговор, а вечером сразу же первое свидание. Без корона-риска для здоровья! Было очень уютно и классно.*

* вспомогательным глаголом ‘hebben’ в первом лице единственного числа настоящего времени (‘ik heb <...> gevolgd’)

@HDDuurvoort: “Ik kan geen talkshow meer zien eigenlijk als het weer over covid gaat. Heb het maandenlang manisch gevolgd, maar nu ben ik echt zo coronamoe”

*Я больше не могу смотреть ток-шоу, в которых говорят про коронавирус. Несколько месяцев активно следил за ними, но сейчас у меня ужасная корона-усталость.*

* связочным глаголом ‘zijn’ в форме первого лица единственного числа настоящего времени (‘ik ben’)

@nietsjunk: “ben zo moe de laatste tijd, ookal slaap ik genoeg blijf ik moe pfff”

*Я в последнее время так устаю. Сплю достаточно, но постоянно уставший, уф-ф.*

* модальным глаголом ‘kunnen’ (‘мочь’) в первом лице единственного числа настоящего времени (‘ik kan’)

@martijnhenrico: “Kan toch niet wachten tot de sportschool weer open gaat”

*Не могу дождаться, пока откроется спортшкола.*

* глаголом ‘zitten’ (‘сидеть’, ‘находиться’) в первом лице единственного числа настоящего времени (‘ik zit’)

@JaniFransen: “asap iemand tips voor migraine? zit al 2,5u in een aanval”

*Кто-нибудь, подскажите срочно, как избавиться от мигрени. Уже 2,5 часа страдаю.*

* глаголом ‘voelen’ (‘чувствовать’) в первом лице единственного числа настоящего времени (‘ik voel’)

@noellecls: “voel me beschaamd”

*Мне стыдно.*

* глаголом ‘snappen’ (‘понимать’) в первом лице единственного числа настоящего времени (‘ik snap’)

@JAMILOSC: “snap die coronaregels echt niet meer”

*Я правда больше не понимаю эти коронавирусные правила.*

В следующих двух примерах авторы опускают подлежащее, выраженное местоимением ‘het’, после которого следует именное сказуемое:

@nietsjunk: “Oké was een rare pizza ma twas lekker ugh”

*Ладно, пицца была странной, но всё же вкусной.*

В данном твите подлежащее согласуется со сказуемым, выраженным связочным глаголом ‘zijn’ в форме первого лица единственного числа простого прошедшего времени (‘het was een rare pizze’).

Аналогичную ситуацию наблюдаем в следующем твите (‘het was een leuk gesprek’):

@VinnyboyTellem: “Vanochtend belde ik met de klantenservice van een nationale krant. Hij vertelde me dat ik nieuwe vrienden moest gaan zoeken. Was een leuk gesprek”

*Утром я говорил по телефону со службой поддержки центральной газеты. Сказали, что мне стоит найти новых друзей. Классный разговор.*

Таким образом, проведённый анализ позволяет сделать вывод, что самым распространённым отклонением от грамматической нормы на синтаксическом уровне является опущение подлежащего, выраженного местоимениями ‘ik’ и ‘het’. Несмотря на то, что подлежащее является главным членом предложения, оно играет менее значительную роль при передаче информации в Twitter, где участники коммуникации стремятся сделать свои сообщения как можно более информативными, используя при этом ограниченное количество знаков.

# 2.2.2 Морфологический уровень

Выявленной нами особенностью нидерландского языка в Twitter на морфологическом уровне является опущение артикля. Как мы уже упоминали, на первом месте в сетевой коммуникации стоит именно содержание, благодаря чему языковые единицы, не несущие смысловой нагрузки в предложении, могут подвергаться опущению. Одним из таких элементов является артикль. Рассмотрим примеры:

@JeroenElshoff: “Misschien wel leuk idee als iemand vanmiddag een selfie op het terras post”

*Классная идея, наверное, чтобы кто-нибудь сегодня выложил селфи на террасе.*

В данном предложении исчисляемое существительное в единственном числе ‘idee’ (‘идея’) требует перед собой постановки неопределённого артикля ‘een’: автор вводит новую для адресата информацию. Кроме того, прилагательное ‘leuk’ (‘классный’), стоящее перед существительным среднего рода, в сочетании с определённым артиклем ‘het’ должно принять окончание -е, что не наблюдается в данном случае. Следовательно, отсутствие этого окончания у прилагательного ещё раз указывает на то, что должен быть поставлен неопределённый артикль ‘een’.

Рассмотрим следующий пример:

@jus10hardy: “Vandaag was leuke dag”

*Сегодня был классный день.*

Исчисляемое существительное в единственном числе ‘dag’ (‘день’) относится к общему роду (de). Прилагательное, стоящее перед существительным общего рода, принимает окончание -e в сочетании и с определённым, и с неопределённым артиклем. Как и в предыдущем примере, автором данного твита вводится новая для адресата информация, следовательно, существительное ‘dag’ требует перед собой постановки неопределённого артикля ‘een’.

Новая информация вводится и автором следующего твита:

@sermcx: “Weekendje weg ter afsluiting van deze heftige en intense week. Veel te verwerken maar I’m still so thankful.”

*Под конец этой бурной и напряжённой недели уехала на выходные из города. Надо многое переварить, но всё же я так благодарна.*

Существительное в единственном числе ‘weekendje’ (‘выходной’) с уменьшительно-ласкательным суффиксом -je (что в любом случае относит слово к среднему роду) требует перед собой постановки неопределённого артикля ‘een’.

Определённый артикль в нидерландском языке может употребляться для обозначения общих понятий. Опущение определённого артикля ‘het’ перед существительным среднего рода ‘leven’ (‘жизнь’) наблюдаем в твите ниже:

@SimonButs: “Leven gaat snel, eng”

*Жизнь идёт быстро, это пугает.*

Употребление неопределённого артикля ‘een’ необходимо в некоторых устойчивых словосочетаниях. Приведём примеры:

@martijnhenrico: “De mensen die Smeets gingen verdedigen, doen die dat nu nog?? Paar vieze berichtjes.. daar bleef het niet bij”

*Люди, защищавшие Смейтса, всё ещё продолжают это делать? Несколько грязных сообщений.. На этом всё не закончилось.*

В данном твите видим опущение неопределённого артикля в словосочетании ‘een paar’ (‘несколько’).

В следующем примере автором опускается неопределённый артикль в словосочетании ‘een beetje’ (‘немного’):

@dagdroompjes: “was beetje aan het herstellen en ben echt weer geveld door deze verkoudheid is niet grappig meer”

*Только начала выздоравливать, как снова слегла с этой простудой. Уже не смешно.*

Определённый артикль может встречаться в некоторых устойчивых выражениях с предлогом. Автор твита ниже опускает определённый артикль ‘de’ в выражении ‘aan de hand zijn’ (‘происходить’):

@besvktas: “Als jullie mij ooit in skinny jeans en skinny shirt zien vraag mij aub wat er aan hand is”

*Если вы когда-нибудь увидите меня в узких джинсах или узких шортах, спросите меня, пожалуйста, всё ли у меня хорошо.*

Таким образом, опущение артикля в нидерландоязычных твитах, являясь отклонением от грамматической нормы языка, не влечёт за собой искажения смысла сообщения. Участники коммуникации в первую очередь обращают внимание на содержание твита, и пропуск артикля не является препятствием к его понимаю.

В ходе исследования грамматических особенностей нидерландского языка в сервисе микроблогов Twitter нам удалось прийти к выводу, что ещё одним средством экономии речевых усилий, времени и знаков является опущение одного или даже двух главных членов предложения (преимущественно местоименного подлежащего), а также опущение артикля. Менее характерным для синтаксиса языка Twitter является нарушение порядка слов в предложении. Отметим, что перечисленные в данном разделе синтаксические особенности языка твитов характерны в том числе для разговорного языка.

# Заключение

В ходе данного исследования удалось выявить и классифицировать лексические и грамматические особенности нидерландского языка в блогах нидерландоязычных пользователей сервиса Twitter.

В проведённом исследовании были выявлены дифференциальные признаки новых медиа, рассмотрены актуальные для нас формы новых медиа, определена специфика Интернет-коммуникации и особенности сервиса Twitter как жанра данного вида коммуникации, благодаря чему удалось сделать вывод, что Twitter, в силу разнообразия коммуникативных функций, занимает промежуточное положение между социальной сетью и блогом. Кроме того, в настоящем исследовании приведена подробная характеристика особенностей языка Интернет-коммуникации на лексическом и грамматическом уровнях. Наконец, был проведён лингвистический анализ нидерландоязычных твитов, в результате которого удалось выявить и классифицировать лексические и грамматические особенности нидерландского языка в Интернете.

Анализ языкового материала показал, что в сетевом общении носители нидерландского языка (речь идёт преимущественно о представителях молодого поколения) активно употребляют англоязычные заимствования, многие из которых относятся к сетевому жаргону. Не менее распространённым явлением, как показывают результаты исследования, оказались англоязычные вкрапления, встречающиеся в каждом из проанализированных нами блогов. Широкое употребление англоязычной лексики является, на наш взгляд, следствием билингвизма носителей нидерландского языка. Следует также отметить, что рассмотренная нами лексика английского языка, заимствованная в нидерландский язык, служит прежде всего для обозначения новых явлений (например, все выявленные в ходе анализа сетевые жаргонизмы являются англицизмами). Кроме того, нередко английские слова оказываются более короткими эквивалентами нидерландских, что также объясняет популярность англоязычной лексики: авторы твитов стремятся к экономии знаков и времени. Ещё одним способом сэкономить количество знаков, как показывают результаты исследования, является использование акронимов.

На грамматическом уровне особенности нидерландского языка в Интернете выражаются в отклонении от грамматической нормы языка: нарушение порядка слов, опущение главных членов предложения (причём наиболее часто опускается местоименное подлежащее), а также артиклей.

На формирование особенностей языка Интернет-коммуникации влияют следующие факторы: стремление пользователей уместить в одно сообщение как можно больше информации и использовать при этом как можно меньшее количество знаков, которое сочетается со стремлением подражать устной речи и выражать собственную индивидуальность доступными для данной формы речи средствами.

Таким образом, актуальной для лингвистики проблемой является претерпевающий регулярные изменения язык новых медиа. XXI век – эпоха стремительных изменений, и одной из задач науки является своевременное постижение новых явлений жизни культуры, общества, языка. Лингвистическое исследование коммуникации в Интернете – новый жанр, требующий особого внимания.

# Список литературы

# Использованные материалы

1. Twitter [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://twitter.com/>.

# Справочная литература

1. Ахманова, О.С. Словарь лингвистических терминов: словарь //О.С. Ахманова. – М.: Советская энциклопедия, 1966. – 608 с.
2. Социальные сети в России, лето 2017: цифры и тренды [Электронный ресурс] // Brand Analytics. – 2017. Режим доступа: <https://br-analytics.ru/blog/sotsialnye-seti-v-rossii-leto-2017-tsifry-i-trendy/> (дата обращения: 05.03.2021).
3. Boom den T. Coronawoordenboek: [Электронный ресурс] //Taalbank. – 2020. Режим доступа: <https://www.taalbank.nl/2020/03/14/coronawoordenboek/> (дата обращения 19.05.2021).
4. Cambridge Dictionary [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://dictionary.cambridge.org/> (дата обращения 18.05.2021).
5. Coster de M. Woordenboek van neologismen. Amsterdam-Antwerpen: Uitgeverij Contact, 1999. 728 p.
6. Mirck J. Hoeveel actieve twitteraars zijn er in Nederland? [Электронный ресурс] //Marketingfacts. – 2019. Режим доступа: <https://marketingfacts.nl/berichten/hoeveel-actieve-twitteraars-zijn-er-in-nederland> (дата обращения 05.03.2021).
7. Van Dale Groot woordenboek van de Nederlandse taal [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.vandale.nl/> (дата обращения 18.05.1999).

# Научная литература

1. Арнольд И. В. Лексикология современного английского языка : учеб. пособие / И.В. Арнольд. – 2-е изд., перераб. – М. : ФЛИНТА : Наука, 2012. 376 с.
2. Асмус Н. Г. Лингвистические особенности виртуального коммуникативного пространства //Дис. канд. филол. наук. – Челябинск, 2005. 265 с.
3. Астахова Н. В. Классификация жаргонизмов: современные подходы //Теория языка и межкультурная коммуникация. – 2016. – №. 2. С. 8-15.
4. Баринова С. О. Классификация сокращений в языке Интернета (на материале английского языка) //Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена. – 2007. – Т. 12. – №. 33. С. 24-27.
5. Берков В.П. Норвежская лексикология. Учебное пособие //СПб.: Издательство Санкт-Петербургского университета, 1994. 184 с.
6. Быков И. А., Филатова О. Г. Технологии Веб 2.0 и связи с общественностью: смена парадигмы или дополнительные возможности? //Вестник Санкт-Петербургского университета. Язык и литература. – 2011. – №. 2. С. 226-237.
7. Горошко Е. И. «Чирикающий» жанр 2.0 Твиттер, или Что нового появилось в виртуальном жанроведении //Вестник Тверского государственного университета. – 2011. – №. 3. С. 11-21.
8. Гуслякова А. В. Вхождение новой лексики в современный русский и английский языки (на материале российских и англоязычных СМИ) //Преподаватель ХХI век. – 2016. – Т. 2. – №. 4. С. 523-532.
9. Карнуп Е. В. Опыт лингвистического исследования коммуникации в Twitter: причины и особенности использования англицизмов в русскоязычных микроблогах //Труды объединённой научной конференции «Интернет и современное общество». – 2013. С. 92-95.
10. Карякина К. А. Актуальные формы и типологические модели новых медиа //Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. – 2010. – №. 3. С. 128-137.
11. Кольцова Е. А. Неологизмы английского языка XXI в. //Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. – 2017. – Т. 8. – №. 3. С. 604-613.
12. Кротова А. Г. Акронимы в Интернете: особенности функционирования //Динамика языковых и культурных процессов в современной России. – 2018. – №. 6. С. 336-339.
13. Линь Е., Кончакова С. В. Прагматические функции неологизмов в современных СМИ //Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки. – 2015. – №. 11 (151). С. 193-197.
14. Литвинова Е. С. Особенности жаргона пользователей Интернет в сравнении с общемолодежным жаргоном //Вестник педагогического опыта. – 2008. – №. 28. С. 54-57.
15. Лукина М. М. Интернет-СМИ: Теория и практика: Учеб. пособие для студентов вузов //Под ред. М. М. Лукиной. – М.: Аспект Пресс, 2010. 348 с.
16. Маслов Ю. С. Избранные труды: Аспектология. Общее языкознание / Сост. и ред. А.В. Бондарко, Т.А. Майсак, В.А. Плунгян. – М.: Языки славянской культуры, 2004. 840 с.
17. Миронов С. А. Нидерландский (голландский) язык: Грамматический очерк, литературные тексты с комментарием / 2-е переработанное изд. – Калуга: Издательский дом «Эйдос», 2001. 140 с.
18. Морозова О. Н. Особенности Интернет-коммуникации: определение и свойства //Вестник Ленинградского государственного университета им. А.С. Пушкина. – 2010. – Т. 1. – №. 5. С. 150-157.
19. Москалева М. В. Неологизмы и проблема их изучения в современном русском языке //Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена. – 2008. – №. 8. C. 246-250.
20. Новикова Л. А. Аббревиация как феномен межкультурной коммуникации в сети Интернет //Вестник Удмуртского университета. Серия «История и филология». – 2013. – №. 2. С. 126-133.
21. Носовец С. Г. Новые медиа: к определению понятия //Коммуникативные исследования. – 2016. – №. 4 (10). С. 39-47.
22. Пастухов А. Г. О границах медиа: новые медиа и новая медийная культура //Ученые записки Орловского государственного университета. Серия: Гуманитарные и социальные науки. – 2015. – №. 1. С. 182-188.
23. Петрова Н. Е., Рацибурская Л. В. Язык современных СМИ: средства речевой агрессии. Учебное пособие //4-е изд., стер. – М.: Флинта, 2016. 160 с.
24. Подгорная Е. А., Демиденко К. А. Лингвистические характеристики Интернет-чатов как вида коммуникации //Концепт. – 2014. – №. 9. С. 1-7.
25. Пучкова Е. В. Жаргонизмы в языке средств массовой информации //Язык и культура: вопросы современной филологии и методики обучения языкам в вузе. – 2015. С. 239-243.
26. Реформатский А. А. Введение в языковедение / Под ред. В. А. Виноградова. – М.: Аспект Пресс, 1996. 275 с.
27. Розина И. Н. Педагогическая компьютерно-опосредованная коммуникация: теория и практика. – М.: Логос, 2005. – 437 с.
28. Солнцев, В. М. Понятие уровня языковой системы // Вопросы языкознания. ‒ 1972. ‒ №. 3. С. 3-19.
29. Фомичева И. Д. Социология интернет-СМИ: учебное пособие. – М.: Факультет журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова, 2005. 79 с.
30. Щипицина Л. Ю. Компьютерно-опосредованная коммуникация: Лингвистический аспект анализа. – М.: Красанд, 2010. 294 с.
31. Crystal D. Language and the Internet. – Cambridge: Cambridge University Press, 2001. – 272 p.
32. Fontein A. M., Pescher-ter Meer A. Nederlandse grammatica voor anderstaligen. Nederlands Centrum Buitenlanders, 1985. 305 p.
33. Horst van der J. Het einde van de standaardtaal. Een wisseling van Europese taalcultuur. Amsterdam, 2008. 375 p.
34. Jansen M., Sijs van der N. Atlas van de Nederlandse taal. Editie Nederland. Lannoo, 2017. 272 p.
35. Neuman R. The Future of the Mass Audience. Cambridge, 1991. 202 p.
36. Sijs van der N. De geschiedenis van het Nederlands in een notedop. Uitgeverij Bert Bakker, Amsterdam, 2005. 175 p.
37. Stroop J. Hun hebben de taal verkwanseld: over Poldernederlands, ‘fout’ Nederlands en ABN. Amsterdam: Athenaeum-Polak & Van Gennep, 2010. 231 p.
38. Toorn van den M. C. Nederlandse Grammatica. H. D. Tjeenk Willink bv Groningen, 1975. 302 p.
39. Verheijen L. De macht van nieuwe media: hoe Nederlandse jongeren communiceren in sms’jes, chats en tweets //De macht van de taal: Taalbeheersingsonderzoek in Nederland en Vlaanderen. – 2016. P. 275-293.

# Электронные ресурсы

1. Атягина А. П. Языковая компрессия в Twitter [Электронный ресурс] //Электронный научный журнал «Медиаскоп». – 2012. – №. 3. Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/?q=node/1136> (дата обращения: 01.03.2021).
2. Вартанова Е. Л. К чему ведет конвергенция СМИ? [Электронный ресурс] //Информационное общество. – 1999. –№. 5. Режим доступа: <http://emag.iis.ru/arc/infosoc/emag.nsf/BPA/b59df6463a315de4c32568fd0038da32> (дата обращения: 22.02.2021).
3. Корнев М. С. «Новые медиа» и «гуманитарное»: пересечение терминов и понятий [Электронный ресурс] //Новые медиа в гуманитарном образовании: электронный сборник статей к научно-практической конференции //под ред. М. С. Корнева. – М., 2013. С. 4-6. Режим доступа: <https://publications.hse.ru/mirror/pubs/share/folder/0vajv3skvw/direct/118076276> (дата обращения: 22.02.2021).
4. Haeseryn W., Romijn K., Geerts G., Rooij de J., Toorn van den M. C. Algemene Nederlandse Spraakkunst [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://e-ans.ivdnt.org/> (дата обращения: 11.05.2021).