

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
**«БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**
(Н И У « Б е л Г У »)

ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ
ИСТОРИКО-ФИЛОЛОГИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ
КАФЕДРА РУССКОГО ЯЗЫКА И РУССКОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

**СРЕДСТВА ВЫРАЖЕНИЯ АНТРОПОЦЕНТРИЧНОСТИ
ЯЗЫКА В СФЕРЕ ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ:
СОЦИАЛЬНАЯ СЕТЬ «ВКОНТАКТЕ»**

Выпускная квалификационная работа
обучающегося по направлению подготовки
45.04.01 Филология, магистерская программа «Русская словесность»
очной формы обучения, группы 02031611
Буцкой Александры Владимировны

Научный руководитель
доктор филологических наук,
профессор Нагорный И.А.

Рецензент
кандидат филологических наук,
доцент кафедры русского языка
и естественных дисциплин
БГТУ им. В.Г. Шухова
Анопченко Е.В.

БЕЛГОРОД 2018

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
Глава I. ИЗУЧЕНИЕ ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ В СВЕТЕ АНТРОПОЦЕНТРИЧЕСКОЙ ПАРАДИГМЫ СОВРЕМЕННОЙ ЛИНГВИСТИКИ.....	10
1.1. Актуальные аспекты изучения антропоцентрической системы языка.....	10
1.2. Место интернет-коммуникации в социальной сети «ВКонтакте» .	21
1.3. Языковые особенности текста в пространстве социальных сетей .	35
ВЫВОДЫ ПО I ГЛАВЕ.....	48
Глава II. ВЫРАЖЕНИЕ АНТРОПОЦЕНТРИЧНОСТИ ЯЗЫКА В ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАТИВНОМ ПРОСТРАНСТВЕ.....	51
2.1. Приёмы и способы создания языковой игры в текстах ресурса социальной сети «ВКонтакте».....	51
2.2. Языковые средства формирования оценочности в пространстве социальной сети.....	76
ВЫВОДЫ ПО II ГЛАВЕ.....	85
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	88
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК.....	92

ВВЕДЕНИЕ

Ресурсы социальных сетей, как динамичный социокультурный феномен XXI века, стали важной коммуникационной составляющей интернет-пространства. Виртуальная языковая личность, реализуясь в новом коммуникативном пространстве, конструируя свой реальный и виртуальный мир, начинает активно взаимодействовать в социальных сетях, что закономерно приводит к возникновению особых средств выражения антропоцентричности языка в интернет-коммуникации.

Настоящее исследование посвящено лингвистическому анализу антропоцентричности языка в сфере интернет-коммуникации.

Объектом исследования в настоящей работе выступают средства выражения антропоцентричности языка, такие как языковая игра и оценочная лексика.

Предметом исследования выступают лингвистические средства создания языковой игры и оценочной лексики, реализуемые в текстах пользователей ресурса социальной сети «ВКонтакте».

Актуальность темы данной работы обусловлена тем, что в настоящее время в лингвистике наблюдается значительный интерес к новым формам коммуникации, в том числе, к интернет-коммуникации. Интернет-коммуникация, являясь предметом междисциплинарного изучения, находится в русле исследования антропоцентрической научной парадигмы, утвердившейся сейчас как в лингвистике, так и в других гуманитарных науках. В настоящее время интернет-коммуникация уже в значительной степени изучена, но, насколько нам известно, отсутствует многоаспектное исследование некоторых особенностей коммуникации в социальных сетях. Несмотря на то, что все больше исследователей обращается к изучению данного вопроса, тем не менее, не все формы антропоцентричности языка в социальных сетях были предметом специального лингвистического исследования.

Существующие работы лингвистов-исследователей касаются или специфики интернет-коммуникации по сравнению с традиционными формами устного и письменного общения, или выявляют лингвостилистические особенности конкретных жанров интернет-коммуникации. Но именно социальные сети занимают существенное место среди других форм общения в интернет-пространстве.

Цель исследования - представить комплексную характеристику общения в социальных сетях и изучить антропоцентричность языка в сфере интернет-коммуникации через призму анализа употребления пользователями социальной сети в «ВКонтакте» приёмов и способов создания языковой игры и оценочной лексики.

В связи с этим в работе поставлен ряд **задач**:

1. проследить становление современных представлений об антропоцентризме, основываясь на обзоре лингвофилософских течений и рассмотреть терминологические обозначения – «антропоцентрическая парадигма» и «антропоцентричность языка»;
2. охарактеризовать место коммуникации в интернет-пространстве и её особенности;
3. описать социальную сеть «ВКонтакте» как особое пространство коммуникации;
4. проанализировать воззрения гуманитарных наук о языковой игре и оценочной лексике;
5. классифицировать приемы и способы создания языковой игры в текстах ресурса «ВКонтакте»;
6. проанализировать функционирование игровых средств и категории оценочности в текстах пользователей социальной сети «ВКонтакте»

Новизна исследования заключается в том, что, являясь относительно недавно появившейся формой общения, коммуникация в социальных сетях ещё недостаточно изучена с лингвистической точки зрения. Кроме того,

интернет-коммуникация – это особая динамическая сфера существования языка, поэтому описание состояния интернет-коммуникации на современном этапе развития языка вводит в научный обиход новый языковой материал. Также в свете поставленной цели раскрывается и изучается антропоцентричность языка в сфере интернет-коммуникации. На примере крупнейшей российской социальной сети «ВКонтакте» применяются современные (в нашем случае антропоцентрический) подходы к анализу функционирования языковой игры и оценочной лексики, предлагается рассмотрение языковой игры и оценочной лексики в качестве средств выражения антропоцентричности языка в социальной сети «ВКонтакте».

Материалом исследования послужили тексты различного объема и содержания пользователей «ВКонтакте» (никнеймы, статусы, диалоги, обсуждения, комментарии), извлеченные из открытых ресурсов российской социальной сети «ВКонтакте» Всего было проанализировано около 500 персональных страниц пользователей.

Теоретическая значимость исследования состоит в том, что оно вносит определенный вклад в решение актуальных проблем языкознания, связанных с изучением интернет-коммуникации с позиции антропоцентрической лингвистики; в изучении языковой игры и оценочной лексики с учетом их антропоцентрической природы.

Практическая значимость исследования заключается в том, что его материалы могут быть использованы в практике преподавания цикла гуманитарных дисциплин «Современный русский язык», «Лингвокультурология», «Когнитивная лингвистика», «Коммуникативная лингвистика», «Социолингвистика», «Введение в теорию коммуникации», а также в междисциплинарных курсах.

Теоретическую и методологическую основу диссертационной магистерской работы формируют научные исследовательские работы и фундаментальные труды отечественных и зарубежных ученых, посвященных таким вопросам, как:

- антропоцентризм и антропоцентричность языка (Н.Д.Арутюнова, М.М. Бахтин, Э. Бенвенист, Н.В. Бугорская, В.В. Виноградов, В. фон Гумбольдт, В.А. Звегинцев, Т. Кун, А.А. Потебня, В.И. Постовалова, Т.Н. Хомутова и др.);
- языковая личность в Интернете и языковое сознание (М.Г. Бахтиозина, Ю.Е. Бороздина, Л.С. Выготский, Т.М. Гермашева, В.И. Карасик, Ю.Н. Караулов, М.В. Китайгородская, О.А. Леонтович, А.Р. Лурия, В.И. Шаховский и др.);
- коммуникация в интернет-пространстве, соотношение устной и письменной речи (О.В. Александрова, Н.Г. Асмус, Ю.Д. Бабаева, Т.Ж. Бальжирова, О.Г. Бледнова, Е.Н. Галичкина, Е.И. Горошко, Е.А. Земская, Н.Б. Лебедева, С.А. Лысенко, Г.Н. Трофимова и др.)
- феномен языковой игры (Е.Ф. Болдырева, Т.В. Булыгина, Л.Й. Витгенштейн, Т.А. Гридина, Е.А. Земская, А.Г. Илтубаева, Ю.О. Нестерова, В.З. Санников, Т.И. Шатрова и др.);
- понятие оценки в лингвистике и её категории (Н.Д. Арутюнова, Е.М. Вольф, Г.В. Колшанский, А.А. Матусевич, В.А. Маслова, И.А. Стернин и др.)

Методы исследования. Методы и приемы работы predetermined поставленной целью и задачами исследования, а также спецификой материала. Используются: метод системно-функционального анализа языковых единиц, описательно-аналитический метод, метод контекстуального анализа, метод компонентного анализа, метод сопоставительного анализа, описательный метод с его основными компонентами: метод сплошной выборки, наблюдение за конкретным анализируемым явлением, обобщение полученных данных; индуктивный метод.

На защиту выносятся следующие положения:

1. В языке Интернета наблюдается тенденция к антропоцентричности. При создании текстов в сервисах социальной сети «ВКонтакте» пользователи

стремятся к самовыражению и эмоциональному включению других пользователей в особое коммуникативное пространство для формирования творческих взаимоотношений и активного применения особых лингвистических средств выражения, таких как языковая игра и оценочная лексика.

2. Общение в социальных сетях имеет свою специфику по сравнению с а) разговорной речью, б) другими формами традиционного письменного общения, в) другими формами интернет-коммуникации.

3. Интернет-коммуникация отличается спецификой языковых средств: особенно репрезентацией разговорной фонетики, сочетанием разностильной лексики, активизацией неологизмов, графических символов и знаков препинания.

4. В текстах пользователей «ВКонтакте» используются приемы и способы создания языковой игры на фонетическом, лексико-семантическом, морфологическом, словообразовательном, графическом языковых уровнях, а также средства языковой выразительности, обнаруживающие многомерное видение ассоциативного факта и имеющие креативный потенциал.

5. Реализация оценочной лексики в текстах ресурсов «ВКонтакте» отражает отношение адресанта к объекту действительности в зависимости от того, насколько удовлетворены его потребности и интересы, содержащие какую-либо оценку предмета речи, и представляет особые категории выражения отношений: одобрения, восхищения, гнева, грусти, радости и т.д.

6. Общение в социальных сетях соответствует тенденциям современности, связанным с развитием высоких технологий, и является перспективным объектом лингвистического изучения.

Работа прошла **апробацию** на следующих научных конференциях:

1. Международная научно-практическая заочная конференция 27 сентября 2017 года «Наука и образование: отечественный и зарубежный опыт» (Белгород, 2017)

2. Международная научная конференция 12-13 февраля 2018 года «Современные достижения и новые направления филологии» (Белгород, 2018)

3. X Международный молодёжный научный форум 18-23 апреля 2018 года «Белгородский диалог – 2018: проблемы истории и филологии» (Белгород, 2018)

4. II Международная научно-практическая конференция молодых ученых-магистрантов и аспирантов 20 апреля 2018 года «Язык. Коммуникация. Культура» (Москва, 2018)

5. Ежегодная международная научная заочная конференция, посвященная Дню славянской культуры и письменности 17 мая 2018 года (Коломна, 2018)

Структура работы включает в себя Введение, две главы, Заключение и Библиографический список.

Во Введении определяются актуальность исследования, объект, предмет и материал исследования, ставятся цели и задачи работы, обосновываются её научная новизна, теоретическая и практическая значимость, методы исследования, формулируются положения, вынесенные на защиту.

В Главе I рассматривается полипарадигмальная направленность языкознания рубежа XX-XXI веков, объективно отражающая сложность и многоаспектность языка как предмета изучения. Характеризуются сравнительно-историческая, системно-структурная, функциональная антропологическая лингвистические парадигмы, исследуется феномен интернет-коммуникации и языковых особенностей текста в пространстве социальных сетей, на примере ресурса «ВКонтакте».

Глава II посвящена изучению функционирования языковой игры и оценочной лексики с точки зрения антропоцентрического подхода, а также приводится классификация приемов и способов создания языковой игры и

категории оценочности в текстовом пространстве социальной сети «ВКонтакте».

В Заключении подводятся итоги исследования, и обозначается перспективность изучения данной темы.

Библиографический список включает в себя 82 наименования.

Глава I. ИЗУЧЕНИЕ ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ В СВЕТЕ АНТРОПОЦЕНТРИЧЕСКОЙ ПАРАДИГМЫ СОВРЕМЕННОЙ ЛИНГВИСТИКИ

1.1 Актуальные аспекты изучения антропоцентрической системы языка

В современной лингвистике существует тенденция к представлению истории данной науки в виде смены парадигм, которые в течение определенного периода представляют «модель постановки проблемы и их решений» [Кун 2001: 17]. Первоначально термин «парадигма» ввел швейцарский лингвист Ф.де Соссюр, обозначающий этим понятием «поперечный срез структуры языка» [Соссюр 1977: 270], систему форм одного и того же слова. На основе этого термина возник новый – «парадигма научного знания», который появился в вышедшей в 1962 году книге Т. Куна «Структура научных революций». Идеи Т. Куна оказали существенное влияние на историографию лингвистики, рассматривая её развитие по разным путям. Понятие научной парадигмы, по мнению Т.Н. Хомутовой, не должно быть закрытым и разобренным, а, наоборот, должно составлять «объективную множественность объекта исследования» [Хомутова 2009: 144]. Исследователь дает следующее определение парадигмы гуманитарного знания: «признанные частью научного общества научные достижения, которые в течение определенного времени создают модель постановки проблем и их решений» [Хомутова 2009: 143]. Итак, научная парадигма представляет собой совокупность научных достижений и теоретических установок, которая предлагает исследователю модель постановки проблем.

Традиционно в языкознании многие отечественные ученые (А.Н. Баранов, С.Г. Воркачев, В.А. Звягинцев, В.А. Маслова, И.П. Сусов и др.) единодушно отмечают наличие некоторых научных парадигм, в рамках

которых возникают новые концепции, школы, течения. Рассмотрим некоторые из них.

Сравнительно-историческая парадигма является одной из первых научных парадигм в лингвистике и основывается на принципах историзма, выводя на первый план эволюционную сторону языка. В данной парадигме сравнение языков – это средство систематизации языкового материала; исторический подход к языку – главный принцип исследования (Московская школа во главе с Ф.Ф.Фортунатовым; Казанская школа – И.А. Бодуэн де Куртэне). Лингвистами ставилась цель исследования истории языков, а явление одного языка объяснялось фактами родственных ему языков.

Системно-структурная парадигма осуществляет системный подход к исследованию языка, интерес к его современному состоянию и организационной стороне языковой действительности. Ф.де Соссюр, один из основоположников структурализма, писал о том, что внутренняя сущность языка познается именно в синхронии, а «синхронический аспект важнее диахронического, поскольку для говорящего человека только он – подлинная и единственная реальность» [Соссюр 1977: 270] В условиях системно-структурной парадигмы язык представлен системным образованием, а все его единицы связаны разными видами отношений (парадигматическими, синтагматическими, эпидигматическими).

Функциональная парадигма определяет язык как целенаправленную знаковую систему средств выражения, предназначенную для выполнения определенных функций. Данное мнение обусловило появление функционального подхода в описании различных лингвистических явлений: от фонологии до семантики. Наиболее влиятельным представителем формализма является Н. Хомский и его генеративная грамматика. Как направление функциональная лингвистика выходит за пределы структурализма и основывается на том, что языковая система подвержена влиянию функциональных требований, например, объяснение языковой формы происходит только через её функцию. Таким образом, каждая из

названных лингвистических парадигм испытала на себе влияние философских и общенаучных принципов определенной эпохи и предлагает индивидуальный подход к изучению понимания границ предметной области языкознания, заставляя обратить внимание на те аспекты, которые подробно не были рассмотрены в лингвистической науке.

Само явление полипарадигмальности в лингвистике широко распространено: В.И. Шаховский рассуждает о том, что на современном этапе развития существуют одновременно несколько парадигм: когнитивная, прагматическая, функциональная, коммуникативная и др. [Шаховский 1998: 59].

Наш интерес принадлежит рассмотрению антропоцентрической парадигмы в лингвистике, определяющей стороной которой является принцип деятельности и функциональная сторона языкового феномена. Для данной парадигмы характерно переключение интересов исследователя с объектов познания на субъект, т.е. на анализ человека в языке и языка в человеке. На первостепенный план выступает изучение знаний о мире, зафиксированных в языке, и языковой компетенции носителя языка. Человек становится носителем общечеловеческих и общенационально-культурных ценностей и ставится как в центр мироздания, так и соответственно в «центр языка» [Илтубаева 2016: 55] По мнению И.А. Бодуэна де Куртенэ, «язык существует только в душах, только в психике индивидов или особей, составляющих данное языковое общество» [Бодуэн де Куртенэ 1963: 37]

Первые представления об антропоцентризме формируются в античной философской традиции. Известное выражение Протагора: «Человек есть мера всех вещей» является ключевой фразой антропоцентризма греческой философии. И в философии, и в лингвистике можно выделить два противостоящих друг другу вектора решения извечной проблемы «человек и язык», что логично для теории бинарных оппозиций. М.М. Бахтин, являющийся родоначальником отечественной антропологической лингвистики, первое направление считает индивидуалистическим субъективизмом, а второе –

абстрактным объективизмом [Бахтин 2010: 43] Значительный представитель индивидуалистического субъективизма - немецкий лингвофилософ В. фон Гумбольд, который предположил, что язык «заложен в самой природе человека и необходим для развития его мышления, духовных сил и формирования мировоззрения...<...> человек думает, чувствует и живет только в языке, поэтому он должен сначала сформироваться посредством языка» [Гумбольд 2000: 51]. Осознавая тесную взаимосвязь языка и человека, выдающийся мыслитель сформулировал два постулата будущей антрополоингвистики:

1) Неполно и невозможно познание сущности в человеке без изучения языка.

2) Возможно понять природу языка и дать ей верное объяснение, анализируя мир человека [Гумбольд 2000: 52].

Антропоцентризм тесно связан с первым направлением, а в идеях В. фон Гумбольда можно усмотреть истоки лингвофилософской концепции антропоцентризма, которые стимулировали дальнейший интерес ученых к проблеме человеческого фактора в языке. В XX веке антропоцентризм начинает трактоваться как главное свойство языка. Французский лингвист Э. Бенвенист считает это свойство языка «субъективностью», а в своей исследовательской работе «О субъективности» он обозначает её не просто отличительной чертой языка, а необходимым условием его существования [Бенвенист 2010: 48]. По сей день антропоцентризм находится в диалектическом противостоянии с системоцентризмом, который восходит ко второму вектору проблемы «язык – человек» - абстрактному объективизму. Язык, как высшая абстракция, согласно такому взгляду, должен изучаться исключительно в его имманентном состоянии, т.е. как замкнутая в себе структура. Однако по нашему мнению эти два подхода не отрицают, а дополняют друг друга, делая акценты на те или иные стороны языковой действительности.

Ярким продолжателем традиции немецкого мыслителя В. фон Гумбольда в отечественном языкознании стал А.А. Потебня, посвятивший личности Гумбольда и его идеям книгу «Мысль и язык» (1862). В работе «Грамматический род» лингвист определяет антропоморфизм как имманентное свойство человеческой мысли: «Мыслить иначе, как-то по-человечески (субъективно), человек не может» [Потебня 1982: 461] Весомый вклад в исследование данной проблематики внесли И.А. Бодуэн де Куртэне (1901-1930), Г.О. Винокур (1924-1930), М.М. Покровский (1959), Л.В. Щерба (1904-1929) и впоследствии Б.А. Серебренников (1988). Труды этих ученых способствовали возникновению и активному развитию самостоятельных лингвистических исследований, посвященных теме «язык и человек», или антропоцентризму. Как поясняет в своих исследованиях О. Александрова, «язык в своей коммуникативной функции служит человеку не только для выражения мысли, но и для выражения его субъективного отношения к высказываемому, чувства, воли, оценки и т.п., ибо эмоция, воля, оценки, желания – неотъемлемые факторы в познании человеком действительности» [Александрова 2008: 5] Данные тезисы будут подтверждены в настоящей диссертационной работе в главе 2 на примере анализа особенностей функционирования языковой игры и оценочной лексики в текстах различного объема и содержания пользователей социальной сети «ВКонтакте».

Итак, согласно философскому энциклопедическому словарю, антропоцентризм представляет собой гуманистический ракурс восприятия и осмысления мира, т.е. особый (религиозно-идеалистический) тип миропонимания и мироотношения, с точки зрения которого человек есть центр и высшая цель мироздания и мирового развития [ФЭС 2004: 25]

Ю.С. Степанов, анализируя концепцию Э.Бенвениста, аргументирует: «язык создан по мерке человека...<...>и поэтому лингвистика всегда будет наукой о языке в человеке и человеке в языке» [Степанов 2002: 15] А.М. Ломов также демонстрирует особенность антропоцентризма, поскольку

в отличие от сравнительно-исторической и системно-структурной парадигм, последняя видит свою цель в «изучении внешних связей языка – с действительностью, которую он отражает, и с говорящим человеком, которому он служит» [Степанов 2002: 16] В.А. Маслова находит особо удачным введение термина «антропоцентрическая парадигма», так как данное обозначение позволяет охватить не только когнитивную лингвистику, но и лингвокультурологию, коммуникативную лингвистику, этнолингвистику, в центре которых также стоит человек [Маслова 2001: 47-48]. Окончательное признание антропоцентризма в лингвистике происходит в 90-е годы, а в свет выходят научные труды Б.А. Серебренникова «Роль человеческого фактора в языке. Язык и мышление» (1998), Н.Д. Арутюновой «Язык и мир человека» (1999) и т.д.

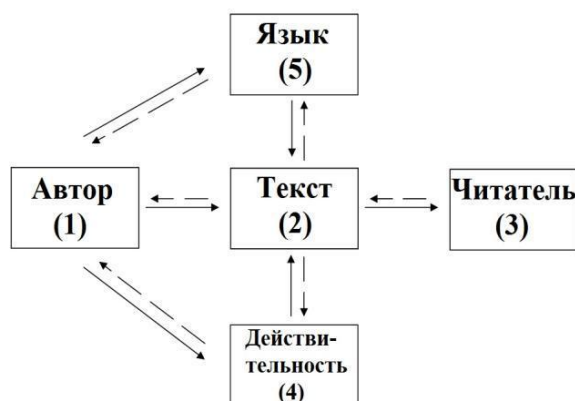
Обзор основных философских и лингвистических направлений дал возможность сформулировать следующий вывод: антропоцентризм прошёл долгий путь поиска своей сущности и признания. В связи с этим, мы, вслед за А.Г. Илтубаевой, формулируем четыре понимания термина «антропоцентризм», соотносимые друг с другом:

- антропоцентризм как измерение человеческой мысли;
- антропоцентризм как свойство языка (антропоморфизм);
- антропоцентризм как метод анализа языковых явлений (интуивизм);
- антропоцентризм как методологический поиск, связанный с преодолением философского позитивизма в языкознании и проявляющий себя в гуманитаризации языка лингвистического описания [Илтубаева 2016: 57]

Интерес к человеку вообще к личности говорящего способствовал появлению в лингвистике целого ряда филологических дисциплин. В.И. Постовалова рассматривает дисциплины интегрального плана, находящиеся в концепции антропологической парадигмы и постепенно становившимися самостоятельными науками – когнитивная лингвистика,

психолингвистика, лингвокультурология, прагмалингвистика, коммуникативная лингвистика и т.д. [Постовалова 1988: 874].

По наблюдениям ученых-лингвистов (В.М. Алпатовой, Н.Д. Арутюновой, Э. Бенвениста, В.И. Постоваловой, Ю.С. Степанова и др.) «язык антропоморфен и антропоцентричен по своей природе» [Арутюнова 1988: 55-56]. В нашей исследовательской работе под антропоцентричностью языка мы будем понимать универсальное свойство языка, главной пресуппозицией которого является «я» адресанта и наличие другого потенциального адресата, определяемое и как «человек в языке» (Ю.С. Степанов, Э. Бенвенист), «языковое существование языка» (Б.М. Гаспаров), «антропоцентризм» (Н.В. Бугорская), «человеческий фактор в языке» (В.А. Звягинцев), Антропоцентричность языка заключается в том, что человек является его организующей категорией как на уровне создания, так и на уровне восприятия. Антропоцентричность языка можно наглядно представить через условную схему, представленную в трудах Л.Г. Бабенко и Ю.В. Казарина. Сразу отметим, что данная модель является идеальной, поскольку она не полностью описывает реальные процессы коммуникационного взаимодействия.



Модель антропоцентричности языка

Рис.1.1

Данной схеме исследователи дают следующее толкование:

- Автором создается текст, обращенный к читателю (стрелки 1 → 2 → 3).

- Автор отображает (осознанно или подсознательно) факты, события, переживания и т. п. Из мира действительности, знания о которых выражаются в тексте, представляя собой индивидуально-авторскую картину мира (1 → 4 → 2).

- Автор обращается к ресурсам языковой системы посредством отбора из них тех языковых средств, которые передают его креативный замысел (1 → 5 → 2).

- Читатель, испытывая воздействие текста, стремится понять его и проникнуть в творческий замысел автора (3 → 2 → 1).

- Читатель пытается представить себе в полной мере авторскую картину мира и создать образ (3 → 2 → 4 → 1).

Таким образом, сам процесс толкования текста читателем связан как с осознанным или неосознанным осмыслением, так и внешней, словесной, стороны текста – лексической, грамматической и стилистической (3 → 2 → 5 → 1)» [Бабенко, Казарин 2003: 13-14].

В процессе устно-письменной речи в интернет-коммуникации антропоцентричность языка может проявляться на разных уровнях языковой системы, в зависимости от всевозможных психологических, мотивационных, когнитивных и культурных характеристик адресанта и адресата. В нашей работе подтверждается факт того, что антропоцентричность языка реализуется различными средствами выражения, своеобразными «маркерами» антропоцентричности [Илгубаева 2016: 156]. Существует классификация средств авторской модальности, разработанная М.Г. Бахтиозиной, которую можно условно разделить на пять основных групп: лексические, морфологические, лексико-фразеологические, лексико-синтаксические и синтаксические [Бахтиозина 2011: 58]. Мы же отмечаем стремительное расширение спектра экспрессивно-эмоциональных средств, среди которых особо выделяются оценочная лексика и языковая игра, ввиду её многомерного ассоциативного представления языкового факта. Отмеченные приемы репрезентации антропоцентричности языка

обнаруживаются в текстах пользователей социальных сетей, ориентированных на привлечение внимания аудитории соцсети к своей личности. В динамике развития социальных сетей характерны следующие тенденции: усиление диалогичности и одновременно личностного начала, а также экспрессивно-эмоциональных и образных средств, что свидетельствует об антропоцентричности языка социальной сети.

Феномен человеческого фактора в языке исследуется учеными-лингвистами в связи с актуальными проблемами коммуникации и текста, поскольку антропоцентризм и антропоцентричность языка проявляются в условиях коммуникативного акта (устно-письменного), участниками которого выступают языковые личности. Далее представляется логичным рассмотреть языковые личности адресанта и адресата. В рамках антропоцентрического подхода можно говорить о том, что с помощью языка формируется языковая личность – «личность», которую в основных чертах можно реконструировать на основе языковых средств. [Маслова 2007: 47-48]. Вслед за Ю.В. Карауловым, который предложил полное обоснование понятия, термин «языковая личность» трактуем как:

- «...совокупность (и результат реализации) способностей к созданию и восприятию речевых произведений (текстов), различающихся а) степенью структурно-языковой сложности; б) глубиной и точностью отражения действительности и в) определенной целевой направленностью» [Караулов 1987: 245]

- «...личность, выраженная в языке (текстах) и через язык, личность, реконструированная в основных своих чертах на базе языковых средств» [Караулов 1987: 246]

М.В. Китайгородская и Н.Н. Розанова, развивая идеи Ю.Н. Караулова, предлагают модель языковой личности, «её речевой портрет» [Китайгородская, Розанова 1995: 4], состоящую из следующих компонентов:

- тезаурус языковой личности – языковая картина мира, при описании которой отражается использование разговорных формул, особая лексика, по которым мы определяем личность.

- лексикон языковой личности – уровень, отражающий владение человеком лексико-грамматическим фондом языка, т.е. тем запасом слов и словосочетаний, которым пользуется конкретная языковая личность.

- прагматикон языковой личности – система коммуникативных целей, мотивов, ролей, которые руководят личностью в процессе коммуникации.

По мнению В.И. Карасика языковую личность - это коммуникативная личность или «обобщенный образ носителя культурно-языковых и коммуникативно-деятельностных ценностей, установок и поведенческих реакций», имеющего, таким образом, в своей структуре ценностный, познавательный и поведенческий планы, находящиеся в отношении взаимодополнительности. [Карасик 1992: 46] О.А. Леонтович определяет языковую личность как «национально-специфический тип коммуниканта, обладающий культурно-обусловленной ментальностью, картиной мира и системой ценностей и придерживающийся определенных языковых, поведенческих и коммуникативных норм [Леонтович 2002: 122]

Таким образом, принимая во внимание представленные позиции, языковую личность представляем как обобщенный образ носителя культурно-языковых и коммуникативно-деятельностных ценностей, существующего в языковом пространстве.

Многие исследователи-лингвисты (Э. Бенвенист, Н.Д. Арутюнова, Н.С.Валгина, И.С. Бороздина и т.д.) пришли к выводу, что текст можно рассматривать как коммуникативную деятельность двух языковых личностей – автора (адресанта) и читателя (адресата), а антропоцентрическая система представлена взаимодействием говорящего/пишущего и слушающего/читающего. По мнению Н.Д. Арутюновой проблема «я-другой» была впервые рассмотрена в постулатах экзистенциальной философии, оказавшей влияние на идеи в лингвистике [Арутюнова 1999: 4-5]. В

лингвистике впервые на взаимодействие адресанта и адресата обратили внимание Э. Бенвенист и О. Есперсен, а в отечественном языкознании - М.М. Бахтин и Г.В. Колшанский. О. Есперсен в книге «Философия грамматики» пишет, что «сущностью языка является человеческая деятельность, где существуют деятельность одного индивида, направленная на передачу его мыслей другому индивиду, и деятельность этого другого, направленная на понимание мыслей первого» [Есперсен 1985: 15] Идея о взаимосвязи говорящего и слушающего была успешно развита и насыщена новым содержанием лингвистом К. Бюлером, предложившем теорию речевого акта, а французский ученый Э. Бенвенист ввел в языковую систему в качестве важных составляющих автора и адресата.

Идеи философии диалогизма предполагают учитывать адресованность (обращенность) любого высказывания, поскольку без слушающего нет и говорящего, т.е. без адресата нет и адресанта [Бахтин 2010: 43]. Следует подчеркнуть, что процесс взаимодействия субъектов коммуникации привел к изучению текста в коммуникативном пространстве говорения. Текст – это диалог автора с читателем, «речемыслительная деятельность пишущего (говорящего) субъекта, рассчитанная на ответную деятельность читателя (слушателя), на его восприятие». [Валгина 2003: 4-5] Л.Г. Бабенко и Ю.В. Казарин отмечают, что в структуру текста помимо автора (адресанта) и читателя (адресата), входят отображаемая в тексте действительность и языковая система, «из которой автор выбирает языковые средства, позволяющие ему адекватно воплотить творческий замысел» [Бабенко, Казарин 2003: 44] Итак, любой текст рассчитан на определенную модель адресата, отбор адресантом языковых средств осуществляется с учетом данной модели адресата и его ответной реакции. Особенно это показательно на примере социальных сетей, где адресатом может оказаться не определенный пользователь, а целая группа незнакомых лиц.

Таким образом, краткий обзор исследований об антропоцентризме позволяет установить, что формирование антропоцентрической парадигмы

привело к активному изучению человека в языке и языка в человеке, их объединению в единое целое. Поворот лингвистики к говорящей личности и субъективному началу в языке произошёл благодаря усилиям многих поколений отечественных и зарубежных философов, лингвистов и ученых других гуманитарных направлений. Антропоцентричность языка может в разной степени проявляться в контексте той или иной культуры речевого общения и специфически отражаться в языковых категориях.

1.2 Место интернет-коммуникации в социальной сети «ВКонтакте»

Современные технологии поставили коммуникацию на новый уровень её развития благодаря такому средству общения как Интернет. В настоящее время усиливается интенсивность использования языка в интернет-пространстве, где возникает особая коммуникативная среда. По мнению С.А. Лысенко, Интернет способствует реализации трёх основных потребностей: «коммуникативной, познавательной и развлекательной» [Лысенко 2010], а коммуникативная потребность удовлетворяется, прежде всего, через общение по электронной почте, в социальных сетях, форумах и т.п.

Появляется и особое направление в лингвистике, посвященное исследованию языка Интернета [Е.И. Горошко, М.А. Кронгауз, Л.Ф. Компанцева, Т.И. Рязанцева, О.Б. Скородумова и др.], поэтому мы считаем, что термин «интернет-коммуникация» должен рассматриваться с характеристики места, в котором этот вид коммуникации активно функционирует.

Интернет (от англ. Internet) – это всемирная система объединенных компьютерных сетей для хранения и передачи информации [Словарь интернет-терминов].

Но к настоящему моменту исследований выяснилось, что изучение Интернета требует междисциплинарного подхода, поскольку он не может

быть описан в рамках отдельной дисциплины или частного подхода. Как утверждает А.Е. Войскунский, Интернет является одинаково и комплексом распространенных в пространстве технических объектов, и корпусом гипертекстов, исследуемых с позиций лингвистики и информатики, а также объединением активно взаимодействующих между собой людей, что может являться объектом социологического, психологического или педагогического анализов и т.д. [Войскунский 2003]. Однако в рамках настоящего исследования будут рассмотрены те особенности интернет-пространства, которые можно отнести к «социальному» измерению: принципам самовыражения личности и изменению виртуальной идентичности, перспективам переноса в реальную деятельность, приобретённых в виртуальной реальности навыков и умений. Всё это невозможно без функционирования в Интернете языка, который является неотъемлемым компонентом интернет-пространства как глобального социального явления [Горошко 2012: 234]

О.Б. Скородумова рассматривает Интернет как особый феномен, основанный на сетевых принципах обмена информацией, «интерактивности коммуникационных взаимодействий» [Скородумова 2004: 102]. По мнению Т.Ж. Бальжировой, Интернет как средство социальной коммуникации выявляет такие бинарные свойства, как «разорванность – гармоничность социального бытия человека в информационном обществе; противоречивость – согласованность содержания социального влияния в информационном мире и активность – пассивность личности в информационном социуме». [Бальжирова 2003: 37]. А.В. Соколов дает определение термину «Интернет», ориентируясь на выделенные им функции Интернета, такие как хранение и передача информации, средство социализации и самореализации личности и социальной группы: «глобальная социально-коммуникационная компьютерная сеть, предназначенная для удовлетворения личностных и групповых коммуникационных потребностей за счет использования информационных технологий [Соколов 2002: 208-209]. Исследователь Е.И.

Горошко подчеркивает необходимость использования «направлений интегративного типа» и дает подробный анализ существующих подходов к изучению коммуникативного пространства в Интернете [Горошко 2006: 166].

Первая группа исследований связана с изучением Интернета как нового социального исследовательского объекта. В этом направлении Интернет представлен как единое информационное пространство, по мере развития которого роль технологий, знания и информации возрастает и приводит к изменениям в общественном устройстве (А. Рунов, Е. Путилова)

В рамках второго подхода изучается сетевая природа современного общества, основанного на интернет-технологиях. В парадигмальных рамках этого подхода Интернет определяется через коммуникативные свойства: он делает возможным реализацию сетевых связей любой сложности, что является отличительной чертой Интернета как частного коммуникативного института (А. Чистяков, Т. Бальжирова)

Третье направление работ в области изучения Интернета основано на том, что интернет-пространство рассматривается как виртуальный аналог или образ мира. (Д.Иванов, А. Бюль)

Четвертая группа исследований сосредоточена на направлении работ в области изучения Интернета, основанных на постмодернистских концепциях видения и понимания общества. В постмодернистских подходах к описанию Интернета при его определении усиленно используются приёмы гиперболизации, аналогии и метафоризации. Критерием для оценки теории должно служить не её абсолютное соответствие истине, а продуктивность работающих в коммуникативном пространстве метафор (Е. Войскунский, А. Звонкин)

Но в большей степени об Интернете всё чаще стали говорить как об основе развития информационно-коммуникативного общества, «всемирного форума, позволяющего объединить усилия на пути к прогрессу» [Путилова 2004: 38]. Интернет берет на себя роль канала коммуникации, создавая «новые социокультурные процессы» [Иванов 2000: 5-6], и становится особой

средой общения практически во всех сферах деятельности современного общества.

Учитывая тот факт, что многие исследователи подчеркивают коммуникативную и информационную функции Интернета, мы можем заключить, что Интернет – не просто технологический факт, но факт социальный, и «его главным орудием становится язык» [Александрова 2008: 345]

Что касается термина «коммуникация», то данное определение появляется в начале XX века и очень быстро наряду с общенаучным значением приобретает социокультурный смысл. Согласно традиционным представлениям, коммуникация есть процесс передачи информации между адресантом, т.е. отправителем информации, и адресатом, т.е. получателем информации. Иначе говоря, в основе представлений о коммуникации лежит схема «адресант – передача информации – адресат» [Бабаева 2000: 68-69]. В подходах же к определению коммуникации посредством Интернет-технологий нет должного единообразия в выборе терминологии. Ряд исследователей называют её виртуальным дискурсом (О.В. Лутовинова, Л.Ф. Компанцева), другие обозначают как компьютерно-опосредованную коммуникацию (Л.Ю. Щипицина, И.Н. Розина), а некоторые лингвисты (Е.И. Галичкина, Т.И. Рязанцева) определяют как электронное общение или коммуникацию. Однако разница между терминами «общение» и «коммуникация» определяется тем, что за первым из них закреплены характеристики межличностного взаимодействия, а термин «коммуникация» имеет более широкое значение, включающее в себя и описание процессов информационного обмена в обществе. Общение представляет собой процесс обмена мыслями и чувствами между людьми, реализуемый при помощи вербальных средств. В отличие от него, коммуникация – это социально обусловленный процесс передачи и восприятия информации как в межличностном, так и в массовом общении по разным каналам при помощи как вербальных, так и невербальных языковых средств.

Н.Б. Алтухова, рассуждая об интернет-коммуникации, определяет её как «коммуникативное взаимодействие субъектов, при котором создается особая модель реальности, характеризующаяся эффектом присутствия человека в ней...» [Алтухова 2012: 108]. Интернет-коммуникация может осуществляться, по мнению Н.Б. Алтуховой, в режиме «Я-Мы», т.е. называться индивидуально-коллективной, поскольку пользователь, не имея конкретного адресата, обращается ко всем участникам беседы, число которых может быть не ограничено [Алтухова 2012: 106]

Н.Г. Асмус определяет интернет-коммуникацию « как процесс взаимодействия языковых личностей с целью передачи, получения или обмена информацией, необходимой для осуществления совместной деятельности, включающей взаимное познание коммуникантов, передачу сообщения и собственно языковое оформление высказывания» [Асмус 2005: 105]. Мы же, вслед за Н.Г. Асмус, будем рассматривать этот термин как социальное взаимодействие коммуникантов, т.е. их влияние на поведение, чувства друг друга, обмен мыслями и информацией и собственно речевое общение в интернете.

Специфика среды интернет-коммуникации характеризуется таким свойством, как виртуальность, поскольку условия, в которых происходит общение, существенно отличается от условий реального общения – ограниченный сенсорный опыт и анонимность.

Также Н.Г. Асмус выделяет такие свойства виртуального коммуникативного пространства, как « субъективность информации, интерактивность, гипертекстуальность, креативность, глобальность, анонимность, мозаичность» [Асмус 2005: 44]. Т.В. Алтухова, Н.Б. Лебедева. Е. Буторина и Е.Н. Галичкина в своих исследованиях добавляют к этому списку и «опосредованность электронным сигналом» [Алтухова 2012: 110] [Лебедева 2001] [Галичкина 2001: 7]

Важнейшими характеристиками интернет-коммуникации являются глобальность и интерактивность. Первый термин обозначает возможность

установить контакт с любым пользователем сети независимо от его местоположения. Разделенность и в пространстве, и во времени, однако, устраняется при помощи технического средства и без прямого контакта коммуниканта.

Интерактивность включает в себя вступление в прямой диалог с аудиторией и получение от неё обратной связи в режиме реального времени. Также осуществляется общение представителей данной аудитории между собой. Таким образом, интерактивность подтверждает диалоговую природу общения в Интернете и определяется обычно через понятие гипертекстуальности, полностью видоизменяющее порождения и восприятие текста, передавая информацию различными способами.

Горошко Е.И. в своей статье «Интернет-коммуникация: проблема жанра» указывает на то, что в большинстве случаев, «коммуникативный процесс поддерживается в Интернет-среде только текстовым обменом» [Горошко 2006: 166]

Интернет как пространство межкультурного общения требует к себе пристального внимания со стороны всего комплекса наук о человеке, который стоит в центре этого феномена, являясь как его создателем, так и пользователем. Антропоцентризм является одним из важных направлений в изучении специфики Интернет-коммуникации. Многообразие и своеобразие сетевых сообществ порождают такое явление, как «конструирование виртуальной личности» [Шаховский 1998: 60-61]. Виртуальность провоцирует человека на самовыражение, связанное с освобождением от различных психологических комплексов, сформированных в реальной жизни. Т.Б. Карпова считает, что это освобождение «происходит именно в языковой сфере, поскольку человек существует в Интернете именно в языковой форме» [Карпова 2007: 383].

В виртуальном мире личность надевает маску, которая облегчает процесс коммуникации, снимает психологические барьеры, высвобождает творческое «я». Данное утверждение подтверждается и в исследовании

О.В.Лутовиновой, которая полагает, что идентичность виртуальной языковой личности неотрывна от самопрезентации, основанной на виртуальном речевом поведении в пространстве интернет-коммуникации [Лутовинова 2009: 69-70] Т.М. Гермашева отмечает виртуальную языковую личность как «квазиличность» и объясняет её поведение установлением отношений с виртуальным адресатом и с помощью как языковых, так и неязыковых средств виртуальной коммуникации [Гермашева 2014; 40]

Уникальные возможности для самовыражения дают такие интерактивные формы общения в Интернете, как всевозможные чаты, беседы, форумы, разновидности электронной почты, конференции и т.д. Они дают возможность не просто общаться и творить, но и делиться плодами своего творчества с большой аудиторией.

В настоящее время возрастающей популярностью среди количества пользователей разного возраста и социального статуса пользуются социальные сети. Г.Н. Трофимова называет данные онлайн-сервисы «интернетом в интернете» [Трофимова 2004: 168], т.к. они имеют тенденцию являться репрезентативным срезом сферы современной коммуникации, в отличие от специализирующихся на одной теме форумах, блогов, электронных дневников. Первоначально термин «социальная сеть» появился задолго до появления Интернета – понятие социальных сетей было введено американских социологом Джеймсом Барнсом в 1954 году. Под данным термином Барнс подразумевал разветвлённые взаимосвязи отдельного человека с другими людьми [Трофимова 2004: 169]. Сеть как система человеческих взаимоотношений быстро набрало популярность, и во второй половине XX века использовалось для обозначения любых отношений.

Таким образом, социальная сеть представляет собой социальную структуру, состоящую из социальных групп и отдельных личностей. Поэтому важной чертой социальных сетей является пересечение «друзей», «сообществ» и «групп».

Особенностью социальной сети является тот факт, что изменились технические и социальные условия общения в пространстве интернет-коммуникации. Перечислим некоторые из них.

1. Социальная сеть обладает различными возможностями для обмена информацией (фото, видео, ведение новостной ленты и т.п.)

2. Репрезентация языковой личности пользователя – возможность постоянно обновлять свои тексты на социальной странице при помощи системы статусов и постов в новостной ленте.

3. Наличие синхронной (приватная переписка пользователей: чат, беседа, конференция) и асинхронной коммуникации (персональная страница пользователя, блог, форум, электронная почта)

4. Особый язык взаимодействия между коммуникантами (смайлы, интернет-мэмы, стикеры)

Таким образом, привычные свойства виртуальной языковой личности могут видоизменяться под воздействием социальных сетей. В большинстве случаев пользователей не всегда аноним: он может наполнить содержание страницы социальной сети реальной информацией. Н.Г. Марченко указывает на то, что автор эксплицирован почти всегда, так как это связано с технической составляющей программного обеспечения социальной сети [Марченко 2013]. Наличие анонимности также продолжает поддерживаться пользователями в личных побуждениях, но мы не можем отрицать, что сейчас коммуникация в социальных сетях делает шаг к объединению виртуального общения с личным.

В отличие от таких средств общения, как sms и e-mail, где единицей информации выступает отдельное сообщение как определенный текст (как правило, приватный) для определенного адресата, в социальных сетях это понятие информации значительно расширяется и несет в себе особую публичность и доступность. Главной целью пользователя становится привлечение внимания аудитории к своей личности. Для этого возможности социальной сети позволяют пользователям предоставлять свои данные о себе

не только в вербальном виде (статусы, анкеты, координаты, контакты), но и в визуальном и аудиовизуальном (фотографии, изображения, видеоклипы и аудиоклипы). Таким образом, в социальных сетях пользователь может воссоздать свое виртуальное «я» и его окружение. При помощи создания групп и пабликов (аналог группы) по интересам пользователь может быть в курсе значимых для него событий.

На данный момент в России наиболее популярными социальными сетями являются «Одноклассники» [odnoklassniki], «Фейсбук» [facebook], «ВКонтакте» [vk.com]. В настоящей работе мы подробно рассмотрим особенности социальной сети «ВКонтакте», на её примере выяснив каким образом осуществляется антропоцентричность языка в сфере интернет-коммуникации.

Пользователи «ВКонтакте» могут легко находить собеседников или поддерживать связь с друзьями и близкими. Главная задача «ВКонтакте», как её определяют создатели этого сетевого проекта, заключается в том, что «в каждый отдельно взятый момент оставаться наиболее быстрым, современным и эстетичным способом общения в сети».

Как мы уже определили, существуют две основные причины обращения к социальным сетям – это потребности в общении и самопрезентации. Рассмотрим, каким образом они реализуются во «ВКонтакте».

Коммуникация на сайте обеспечивается следующими сервисами:

1. Сообщения. Данная функция позволяет отправлять личные сообщения. При этом возможно создавать целые чаты или беседы (от 2 до 30 человек). К данным сообщениям можно прикреплять файлы разных форматов.

2. Новости. Лента публичных сообщений групп или отдельных постов пользователей. Здесь можно писать комментарии и прикреплять к ним также различные файлы.

3. Сообщества или паблики. Сервисы, благодаря которым пользователи могут организовывать сообщества по интересам. Есть также возможность создавать «Мероприятия» для организации встреч людей в определённом месте. Внутри сообществ можно создавать отдельные темы или обсуждения.

Как отмечалось ранее, социальная сеть предлагает своим пользователям не только возможность коммуникации, но и особые элементы или ресурсы для самовыражения и самоидентификации. Данная деятельность, главным образом, осуществляется с целью сознательной передачи собеседнику определенной информации о себе, или как «поведенческое выражение эмоциональных и когнитивных элементов Я-концепции» [Кронгауз]. Янчук отмечает, что иногда самопрезентация может включать в себя субъективные бессознательные компоненты, когда предъявление определенных аспектов своего «Я» окружающим происходит стихийно [Янчук 2005: 45].

Перечислим каналы самопрезентации, существующие в социальной сети «ВКонтакте» и рассмотрим вербальные формы, отвечающие за реализацию данных каналов во «ВКонтакте».

1. Никнейм (ник) – собственное имя пользователя, определяющее его в социальной сети и отражающее как реальное, так и модифицированное имя пользователя; чаще его прозвище, используемое в Интернете. Во «ВКонтакте» действуют строгие критерии в отношении правдивости имени и фамилии пользователя, однако при внесении реальных имени и фамилии есть пункты «Отчество» и «Девичья фамилия» Именно их пользователи чаще всего используют с целью подписи своего никнейма. Они подписывают себя, оставляя реальное имя рядом с ником (*Александра Сава, Юлия [Lina J.], Андрей Пустота, Андрей Dronos, Арина Гончар*), используют особое членение слов, лексические приёмы, разнообразные примеры языковой игры (*Офелия Child of Freedom!>>>, Селестия ! Стахеева, Елена^_^ Еленина, Анастасия Левис, Metamorfoza>_< Black*) Особое внимание особенностям средств выражения данного канала мы рассмотрим во главе 2.

2. Статус – особый элемент персональной страницы пользователя, выполняющий функцию краткого, по мнению М.Г. Марченко, «заголовочного» обозначения важной для пользователя информации [Марченко 2013]. Признаки отличного статуса – это оригинальность, актуальность, новизна.

Рассмотрим ряд экстралингвистических особенностей, характерных для статуса:

1. Индивидуализация статуса.

Учитывая техническую сторону статуса (ограниченный объем и доступ), мы можем предположить, что любой пользователь волен заполнять статусную строку, прятать её содержимое или не использовать её.

2. Спонтанность выбора.

Пользователь выбирает из потока информации тот материал, который непосредственно в данный момент значим для него.

3. Предполагается наличие конкретного адресата и адресанта.

Наблюдая за статусами некоторых пользователей, мы заметили важную закономерность. В большинстве случаев статус менялся в зависимости от эмоционального состояния человека, его желания сделать статус более информативным для гостей его страницы. Причем адресант может открыто предоставлять для всех пользователей информацию.

В сознании пользователя «ВКонтакте» статус – это информация и рефлексия, в силу своей публичности она обладает рядом языковых и речевых особенностей, отличающихся от обычного образа общения в интернет-коммуникации.

Так мы приводим следующие характерные особенности статуса:

1. Использование в статусе особых графических средств.

СПАСИБО ВСЕМ ОГРОМНОЕ!!!=)))

*=****

2. Приглашение пользователей на конкретную встречу.

- Приглашаю всех на рок-концерт. Встречаемся у входа.

- *Филармония г. Белгорода приглашает всех желающих на концерт, посвященный творчеству Рахманинова.*

3. Сокращение слов или выражений в статус-сообщении.

- *С ПРАЗДНИКОМ, САМЫЕ ОЧАР Муж., СПС., что вы у нас есть!!!*

Я вас лю!

- *Всё слишком хришо...*

4. Использование слова не в его прямом значении.

- *схоластика и корпоративная этика.*

- *21 и больше*

- *Не видно лица. Маска.*

5. Отражение индивидуального мировоззрения пользователя.

- *Жить нужно так, чтобы ваше присутствие было необходимо, а отсутствие заметно...*

- *Слова ничто по сравнению с поступками...*

- *Отсекаю от себя потребности лишние и ненужные, самолюбивую и гордую волю мою смиряю...*

6. Выражение чувств и эмоций пользователя.

- *Лето...солнышко...хочу!*

- *Я сделал это! Живу!*

3. Комментарии к аватару (фотографии или картинке, служащей визуальным изображением пользователя), фото- и видеоматериалам, а также продуктам собственного творчества. В подобных записях пользователи могут заявить о себе, оставить оценку или мнение, задать вопрос или создать дискуссию.

К аватару:

А я знала, что у кого-то будет новая ава ^-^; Тебя прям не узнать на этой фотке; Карамелька любимая из самых восхитительных грез; Это у тебя такие длинные волосы сейчас; Всё уже за меня сказали, а повторяться не хочется =); Ты год не меняла аватарки и вдруг решила поменять? Похвально)); ты всегда подбираешь такие крутые аватарки

кстати Аська права (надеюсь её так ещё называют) на тебя похожа Обалденная фоточка, а на ней красочка; олд скул ☺ спасибо:D; где ты фоткаешься так?; сама серьёзность и сосредоточенность)

К видео:

0:44 - форс мажоры?; А 0:27 какой сериал?; а посоветуйте, пожалуйста, как можно научиться такие видосы делать?)); смешно но я слышу голос Джона; я словно вашими глазами побывала на мероприятии:33. Желаю вам впереди еще больше интересных встреч, ну и конечно побольше постов про них!))) Еще раз Спасибо вам!; Какая приятная песня всё же!; Последние серии такие угарные, что у меня теперь ломка; я знаю это, но говорю почему, это ведь дуэт а не соло, тем более как я знаю она умеет читать рэп и петь, дали бы немного партии ей; этот шедевр + вне закона = райский отдых; а знаете какую песню она пела на первом прослушивании?

4. Тексты, посвященные личной информации: информация, отражающая интересы, убеждения, социально-демографические, статусные и иные характеристики пользователя (возраст, пол, семейное положение, образование, место работы, жизненная позиция и т.д.) Например,

а) Раздел «О себе»:



Графическое изображение человека

Рис.1.2

Общительная, веселая. Все, что вас интересует, можно узнать у моих друзей НАСТОЯЩИХ))) , а не простых сплетников))))), уж они то вам расскажут, кто я и с чем меня едят)); Твердо иду к своей цели!; Жизнелюб и оптимист; Не лгу, не искушаю и потому не предаю!; Люблю дождь...в нем можно спрятать слезы... Люблю свою жизнь...другой такой у меня не будет...Люблю близких мне людей, со всеми их минусами и плюсами...ведь они

*всегда рядом.. ИЭИ, ФВЭЛ, Эльф Гений, ВНПБ, ЭФАС; подлецов насквозь я вижу, зарубите на носу!; Чуточку безумна));
gettin' better and better every day*

б) Раздел «Деятельность»: *Студентка, активистка, спортсменка и просто красавица! =DDD; Работаю; активный образ жизни, веселый отдых, новые знакомства; Тренирую, раскрепощаю, организовываю, обучаю. Руководитель проекта творчества «Мастерская Мастеров»; я не болею звездной болезнью, я ее распространяю :D; Выпускница ГБОУ СОШ №932, студентка МПГУ (институт физики, технологии и информационных систем), Физика + Информатика*

в) Разделы «Интересы», «Любимая музыка», «Любимые книги», «Любимые фильмы», «Любимые цитаты» и т.д.

*В свободное время люблю читать познавательную литературу, смотреть интересные фильмы, слушать хорошую музыку, путешествовать, танцевать, дурачиться с родными для меня людьми));
Имей совесть, пока она не отымела тебя...(маленький кусочек вредности); поэзия, музыка, живопись; многофункциональный человек; ритмы души и тела; Люблю рисовать, петь, танцевать; Меломанка, слушаю по настроению; «Титаник», «Универ», старые фильмы и т.д.; Литература, филокартия, кинематограф, кактусы и суккуленты, живопись, скульптура;
В свободное время работаю в программе Photoshop. Люблю хорошие автомобили и разговоры о них. Обожаю мыльные пузыри, воздушные шары, плюшевых мишек и советские мультики;-)*

Итак, основные каналы самопрезентации в социальной сети «ВКонтакте» представлены как вербальными, так и мультимедийными средствами.

Таким образом, коммуникативное пространство Интернета представляет собой новую когнитивную среду, в которой происходит самоорганизация нового знания как фрагмента реальности и продукта различных социальных и культурных традиций, установления взаимосвязи

между коммуникантами. Интернет представляет собой новое явление современного общества, образующее систему ценностно-ориентированных установок пользователей. Постоянное развитие интернет-коммуникации в пространстве социальных сетей привело к формированию отличительных признаков данной сферы. Интернет-коммуникация продолжает выполнять функции 1) совпадающие с функционалом языка/речи; 2) самопрезентации и самовыражения. Данные функции отражают такие интерактивные формы общения, как чаты, форумы, электронная почта, а в настоящее время, в большей степени, особенно распространённые социальные сети. Данный сервис представляет собой открытое креативное пространство, создающее новые языковые формы и речевые новации для коммуникации в Интернете. Это своеобразный интерфейс взаимодействия людей, и в то же время совершенно новая коммуникационная среда, которая приносит новые тенденции в их общение. В следующем разделе мы определим языковые особенности текста в пространстве социальных сетей.

1.3 Языковые особенности текста в пространстве социальных сетей

Интернет-коммуникация в социальных сетях отличается своей спецификой по сравнению с а) разговорной речью, б) формами традиционной письменной речи, в) другими формами общения. Докажем эти утверждения.

Литературная речь представлена в двух разновидностях - устной и письменной формах. Каждая из них имеет свои особенности и отличается характером адресата, спецификой восприятия, системой средств выражения.

Устная речь – это речь, основной чертой которой является использование звучащего канала для передачи информации и наличие паралингвистических средств. Письменная речь – это вид коммуникации, представляющий собой определённую сферу закрепления, передачи и хранения информации, при функционировании которого используется особая знаковая система, воспринимаемая зрительно.

Многоаспектные отношения устной и письменной речи стали предметом исследования многих отечественных ученых [Ананьев 1960; Земская 1981 и т.д.] На основе этих исследований выявляем следующие различия между письменной и устной речью:

1. Особенность письменной речи – контроль остается в пределах интеллектуальной деятельности адресанта, без коррекции чтения и письма адресата. Устная речь же требует присутствия реального собеседника, чья реакция соответствующе влияет на процесс беседы.

2. Различаются функции письменной и устной речи [Выготский 1982; Лурия 2003] Устная речь выполняет коммуникативную функцию (функцию разговорной речи в беседе), а письменная речь – более деловая, научная, публицистическая и т.д., обеспечивает передачу информации на любые расстояния, закрепления содержания устной речи во времени.

3. Устная речь имеет ряд эмоционально-выразительных средств, которые стремятся к облегчению процесса коммуникации, осуществляют более точную и экономную передачу и приём информации; содержит невербальные знаки речевой деятельности – жесты, паузирование, мимику, голосовое интонирование, создающие ситуативность устной речи. А.Р. Лурия, говоря о письменной речи, указывал, что она «не имеет почти никаких внеязыковых, дополнительных средств выражения» [Лурия 2003; 270] Письменная речь «семантически наполнена» контекстуально, а используемые языковые средства должны быть адекватными для выражения содержания сообщения. Пишущий должен строить свое сообщение так, чтобы читающий мог перейти от развернутой внешней речи к внутреннему смыслу и основной идее, которую вложил в текст адресант.

4. Устная речь является спонтанной, а письменная речь дает возможность осуществлять длительный поиск формы выражения мысли и возвращаться к ней снова без ущерба.

5. Письменная речь использует книжный язык, употребление которого регламентировано и достаточно строго. Устная речь, в идеале, также

подчиняется нормам литературного языка, однако в речевой стихии нарушения всё же присутствуют, т.к. речь является стихийной и индивидуальной.

Но изменение определенных условий и средств коммуникации в первую очередь влияют на язык. Он существует в Интернет, в основном, в письменном варианте, но в условиях сетевого интерактива темп речи приближен к её устной разновидности. Происходит обогащение письменной речи и возникает возможность передать то, что нельзя передать стандартной письменной речью. Данный процесс И.А. Стернин охарактеризовал как процесс «орализации общения» применительно к языку интернет-коммуникации. Под термином «орализация» ученый подразумевал «общекоммуникативную тенденцию возрастания влияния устного общения в структуре коммуникации» [Стернин 2004: 4-5] Таким образом, в текстах пользователей наблюдается тесное взаимодействие устной и письменной речи.

В отечественном языкознании устная и письменная речь в оппозиции были системно изучены В.В. Виноградовым [Виноградов 1971: 78] Исследователь утверждает, что оппозиция «устно-письменная речь» образует независимое пространство, которое лишь частично пересекается со стилистической оппозицией «книжности-разговорности».

Спонтанная письменная речь является исключительным и видоизменяющимся современным видом общения в Интернете, так как сочетает в себе признаки книжной и разговорной речи. Данной речи, формально остающейся письменной, свойственны следующие характеристики:

- а) «диалогичность» [Рязанцева 2010: 59];
- б) спонтанность;
- в) отсутствие суперсегментных средств выразительности (интонация, жестикуляция, мимика)

В социальных сетях, представляющих собой «вторую реальность» общение специфичнее общения через электронную почту, форумы или чаты. Например, человек в социальной сети представляет наиболее полную информацию о себе, чем частично исключает анонимность общения. Исследователь Н.Г. Марченко называет эту особенность «редукцией анонимности в межличностном общении» [Марченко 2013] Отличительной особенностью виртуального общения по сравнению с реальным живым является использование права выбора: отвечать или игнорировать на присланное сообщение. Часто пользователи при совершении какого-либо действия в социальной сети ждут от других коммуникантов определенной реакции. В интернет-пространстве ответная реакция требует порой длительного ожидания, а порой и не увенчивается успехом. Или порой передаваемое сообщение теряет часть смысла в связи с тем, что утрачивается невербальная составляющая часть разговора. В социальных сетях в условиях активного использования, например, средств креолизации, восприятие речи собеседника происходит несколько иначе. Дистантность общения часто создает проблемы. Скажем, обыкновенная точка в конце предложения в сообщении стала для большинства признаком раздражения. Реплики с точкой в конце предложения воспринимаются как фразы с оттенком недовольства или со скрытой злостью: - *Как поживаешь?:)* - *Неплохо.* - *Что-то произошло???* Нет.

Для этого стремясь организовать коммуникацию в определенных условиях, языковая виртуальная личность сознательно или спонтанно выбирает необходимые средства, которые сделали бы коммуникацию более эффективной и понятной для остальных.

Поэтому далее мы сосредоточим внимание на отличительных языковых особенностях текста в интернет-пространстве на разных языковых уровнях.

На *уровне фонетики* первая из тенденций отражается в стремлении к употреблению в речи пользователей единиц, характерных для разговорной

речи. Это вызвано своеобразным действием закона экономии речевых усилий и «негласной сговорчивостью» пользователей социальной сети писать так, как говоришь. Но важно отметить, что данная особенность приветствуется в дружеских беседах, комментариях или статусах, но часто отсутствует в деловых и официальных переписках, в новостной ленте сообществ, не принадлежащих к развлекательным ресурсам, или персональных страницах знаменитых людей.

Это своего рода отражение на письме фонетического облика слова, как упрощенной транскрипцией, так и шрифтовыми выделениями. Чаще всего это не высказывание, а части отдельных слов, характерных для разрядов качественных прилагательных, наречий, местоимений, частиц или абстрактных существительных. Например, *щастливый, щастье* (счастливый, счастье); *чё, чо, че* (вместо что); *ничё, ничо* (ничего); *чот* (чего-то); *кто-нить, чего-нить* (кто-нибудь, чего-нибудь) и т.д.; *токо* (только), *лю* (люблю); *нра* (нравится); *сёдня* (сегодня); *тож, даж* (тоже, даже), *ваще* (вообще), *щас* (сейчас); *ничё* (ничего); *канешн* (конечно); *кароч* (короче), *норм* (нормально) и т.д. *Фонетическая компрессия* (т.е. реализация принципа языковой экономии) является одним из приёмов языковой игры, о которой мы поговорим в следующем разделе.

Важнейшим источником пополнения словаря языка Интернет является *словообразование*. Продуктивны словосложение, суффиксация, префиксация и другие способы. В ряде случаев заметно стремление к выбору словообразовательных моделей, более типичных для разговорной речи. В результате появляются, в основном, глаголы: *кликнуть, хакнуть, апгрейднуться, банить, флудить, коннектиться, оффлайнный* и т.п. Приведем ещё некоторые примеры ниже:

- *покажь, что за ненормальный это придумал;*
- *люто тупил в сегодняшней гонке;*
- *не спойлерите, пожалуйста, новую серию!*
- *дай ссылку на новую страницу! Тебя же взломали?*

- *зарегиться снова – не судьба.*
- буду *тюленить* весь день.
- люди, помогите, *крякнуть* игру одну, сил нет...
- сайт практически сразу *отвис!*
- надо правильно *онлайновить*, ребята.
- администрация вправе *банить* всех подряд.

На *лексическом и морфологическом уровне* влияние устной речи проявляется в отражении и фиксации жаргонизмов и шуточных неформальных, обиходных слов и выражений, различных междометий и звукоподражаний, бытующих как среди молодёжи, так и в социально-профессиональной, социально-корпоративной и других сферах. Вместе с тем востребована и лексика книжного стилистического пласта. Лексико-семантические средства в интернет-коммуникации, прежде всего, направлены на поиск определенной социальной группы или сообщества, которая совпадает с интересами пользователя.

В текстах личной информации пользователя, комментариях, статусах на лексико-семантическом уровне наблюдается отражение и фиксация на письме субстандартной лексики. К ней мы относим разговорные, просторечные лексемы или разговорные номинации:

- *Моя хата с краю, знаю мало, уж простите* (хата – помещение для жилья);
- *Заткнитесь >_<* (Замолчите)
- *Болховец. Обычный пацан, чего еще надо* (пацан – парень, молодой человек)
- *везде блат – несправедливо* (блат – знакомство в личных интересах ради корыстных целей)
- *объявы на каждом шагу!* (объявы – объявления)

Книжные языковые средства также могут свободно сочетаться с разговорными, например:

- *В магазине приобрел, наконец-то!* («приобрел» - книжн, «магазин» - разг.)

- Только **импровизация**, только **хардкор** («импровизация» - книжн, «хардкор» - разг.)

- Администрация группы вправе **послать** пользователей за нарушение установленных правил («послать» - разг.)

- Эта ёмкость сегодня **нехило рванула**: дыма-то сколько («ёмкость» - книжн., «нехило», «рванула» - разг.)

- моя **сущность бомбит!** («сущность» - книжн, «бомбит» - разг.)

- хочу собрать за день аудиторию всех блоггеров, а также заполучить пять миллионов **вождеденных лайков!!** («вождеденный» - книжн.)

Сочетание разностильной лексики, как пишет в своем исследовании О.Г. Бледнова, «отражает лексическое наполнение устной речи», и позволяет, в силу письменной формы общения, актуализировать общекнижную лексику [Бледнова 2011: 103]

Частотны *сокращения существующих единиц*. Например, *акк* – от слова «аккаунт», *ава* – аватар, *ссыл* – ссылка, *инет* – Интернет, *магаз* – магазин и т.п. Иноязычные номинации популярны среди пользователей социальных сетей. Данные наименования в виртуальной коммуникации репрезентируют эффект новизны нарочным выделением среди других, т.е. самопрезентации. А.С. Еренков выделяет следующие особенности, определяющие использование иноязычных вкраплений:

а) эмоциональное состояние пользователя;

б) установка на неформальное общение [Еренков 1998: 15]

По мнению исследователей [Елистратов 1993, Еренков 1995, Земская 1992], в языке существует определенный набор нейтральных англицизмов, употребление которых становится стабильностью и постоянством в интернет-коммуникации.

Пользователи также часто используют англицизмы, набранные кириллицей, которые не нуждаются ни в переводе, ни в дополнительных комментариях среди участников виртуального общения:

- *Плиз, поставьте лайк под фото=****** (плиз – «please» - «пожалуйста»; лайк – «like» - «нравится»)

- *Айдолы прекрасны*О* но как же они спасаются от фанов? тт* (айдол – «idol» - идол, предмет поклонения, кумир; фан – «fan» - поклонник)

- *жизнь на реплей!* (реплей – «replay» - повтор)

- *Я уважаю этот бойзбэнд, они же невероятно круты!!!* (бойзбэнд – «boys band» - группа, состоящая из парней)

- *скажу спасибо за взаимный репост или раздам 100 лайков* (репост – «repost» - «re» - снова, «post» - сообщение» - повторное сообщение)

- *отличное селфи, где это снято Оо* (селфи – «self» – сам себя – автопортрет, снятый на камеру)

- *её аэропортный лук сногшибателен, и как она так одежду подбирает? Оо* (лук – «look» - вид, внешность, образ) и т.д.

Также характерно активное использование английских слов, словосочетаний в латинском написании.

- daily darling**

- this is it...

- fire!

- So...what??

- please, come here.

Знаки препинания в виртуальном общении участвуют в создании дополнительной смысловой значимости текста. Количество знаков в тексте пропорционально силе эмоций, которые вкладывает пользователи в сообщение. Нагруженность различными знаками препинания неодинакова. Особое внимание стоит уделить восклицательным и вопросительным знакам, которые создают неповторимый накал в беседах.

Восклицательный знак в виртуальной коммуникации указывает на иное, в отличие от традиционных восклицательных предложений, отношение к содержанию высказывания: восторг, гнев, возмущение, радость, желание

выделиться среди остальных и как-то привлечь внимание к собственной персональной странице социальной сети.

В статусе *«Я начну делать это завтра!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!»* обилие восклицательных знаков выражает обещание пользователя, подтверждающее искренность автора, надежность его слов, поэтому статус выделен особо, целой строкой восклицательных знаков.

Статус *«!»* передает эмоциональный всплеск пользователя, который настолько поражен какими-то событиями, что не может передать все свои чувства при помощи слов и использует только знак восклицания.

В статусной реплике *«Дура и идиот? Что же отличная пара!!!»* восклицательный знак передает саркастическое отношение пользователя к группе лиц, а также ироничные нотки в настроении самой личности автора текста. Рассмотрим следующий пример. В данном статусе пользователь отделяет главное от несущественного или известного многим в его окружении:

- А теперь вернёмся к ОТПУСКУ!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!! Ура, я нашел отличное место отдыха.

В статусе *«Хочу понять смысл жизни, но нужно ли??»* пользователь делится своим желанием, но заканчивает высказывание риторическим вопросом, не требующим ответа. Дублирование вопросительных знаков можно понять, как сильное сомнение автора в том, нуждается ли он сам в постижении смысла своей жизни.

В текстах статусных реплик важную роль выполняют эмоциональные паузы, которые отмечаются *многоточием*.

Например, в статусе *«... и улыбайся!»* можно предположить, что многоточие указывает на намеренно затянутую паузу перед жизнеутверждающим посылом со стороны автора для того, чтобы заставить других пользователей обратить внимание именно на слово «улыбайся».

Многоточие может обозначать многообещающее ожидание чего-то:

- Оооо...ла.... ла....ТАВРИДА

- *Скоро домой...*

- *Улетай, самолет, со мной поскорее в Прагу...*

Иногда пользователь хочет привлечь внимание к своему эмоциональному состоянию:

- *Дракон в моей душе ещё остался...*

-

Характерной особенностью общения в социальных сетях является использование эмотиконов (также могут употребляться лексема смайл) – пиктограммы, в основном, отображающие эмоцию: *Рад тебя слышать:З спасибо большое за труд=)) кажется, я шучу, да?:DDD* Графическая информация используется во всех сервисах социальной сети. Она необходима для адекватной передачи эмоционального сегмента сообщения.

В роли компенсаторских механизмов как раз и выступают графические знаки (смайлики). Смайл появились в приложениях типа ICQ, где участники чата могли отсылать забавные рожицы в качестве передачи основных эмоций. Но особое распространение смайл получил в социальных сетях, а теперь и вовсе используется повсеместно.

Эмотикон не воспроизводит текущую речь, не отображает грамматических, фонетических и других особенностей естественного языка. Он не является речевой единицей, но сопутствует последним с целью уточнения, конкретизации смысла основного сообщения. Эмотиконы предназначены для того, чтобы более богато и разнообразно дополнять смысл высказывания, уточнять его экспрессивно-интонационную окраску. Эмотикон может обозначать эмоции, мимику, отдельные слова и персонажей. Интересно отметить, что в разных странах существует своя система эмотиконов. Сейчас в социальной сети «ВКонтакте» насчитывается около 530 готовых смайликов. Их можно разделить на несколько групп:

1. Эмотиконы в виде рожиц жёлтого цвета, передающих всевозможные эмоции: гнев, смех, плач, удивление, негодование и т.д.

2. Изображения домашних животных (кошка, собака, корова), водных обитателей (кит, дельфин, рыбка), птиц (цыплёнок, пингвин, голубь и т.д.).

3. Изображения еды – десертов, овощей, фруктов, различных напитков.

4. Изображения людей, которых можно различить по роду занятий, статусу и т.д.

5. Символы и предметы. Изображения различных объектов, представляющих интересы человека (гитара, мяч, палитра) предметы быта или дома (столовые приборы, ваннные принадлежности и т.д.), транспорт или иные средства передвижения (самолет, автомобиль, мотоцикл, ракета), символы (дорожные знаки, солнце, сердце), флаги (США, Россия, Китай, Корея, Франция и т.д.)

Приведем примеры графических смайлов, активно используемые пользователями с целью отражения словесных конструкций путем графических элементов, для того чтобы сэкономить место в сообщении и быстрее передать свою мысль, не потеряв при этом эмоционального посыла.

Эмоции:

:-) или =) или :)	улыбка, радость
-(или =(или :(грусть, печаль
:-	задумчивость или нейтральность
:-D или :D	смех
O или *_* или **	восхищение
XD или xD	смех с зажмуренными глазами
:-C или :C	сильное огорчение

Таблица 1.1.

Действия:

;-)	подмигивать
;))	
:-P	показывать язык
:-p	

:-Ъ	
:-*	целовать
{ }	объятия, обнимашки (обнимающие руки)

Таблица 1.2

Персонажи:

В-) 8-)	человек в очках
О:-)	ангел
%)	сумасшедший (косые глаза и нос)

Таблица 1.3

Отдельные слова:

<3	сердце
=3	Лицо милого котика
@ }->-- @ }~>~~ @-'-'-'---	цветок, роза

Таблица 1.4

Таким образом, смайлики составляют неотъемлемую часть общения в социальной сети, в определенной степени

Также стоит обратить внимание и на знаки препинания, принятые в чатах или, например, в личной почте. Как известно, правила пунктуации в любом языке лишь частично отражают смысловые оттенки, вносимые отправителем сообщения в текст, а в большинстве случаев являются кодифицированными формальными правилами. Неформальная коммуникация в системе Интернет возвращает пунктуации её семантический характер: запятые и многоточия передают, в первую очередь, тем речи; тире выделяют значимую информацию, находящуюся в фокусе внимания слушающего и обычно противопоставляемую предшествующему тексту.

Таким образом, наблюдения показывают, что тексты социальной сети содержат не только перечисленные «новации», употребительны сообщения без смайликов, без намеренного, игрового отступления от норм, без использования единиц компьютерного жаргона. Но при анализе текстов интернет-пространства должен учитываться весьма широкий круг содержащихся в них языковых явлений.

Поэтому проведенное нами исследование языковых особенностей текстов в пространстве социальных сетей подтверждает факт формирования в Интернете особой системы коммуникации, последовательно сочетающей определенные элементы грамматики разговорной и книжной речи.

ВЫВОДЫ ПО I ГЛАВЕ

В первой главе исследования был проведен анализ авторитетных научных источников, посвящённых в настоящее время актуальной проблеме антропоцентрической парадигмы, представляющей одно из важнейших направлений в современной лингвистике.

Так, антропоцентричность языка в настоящей работе понимается как универсальное свойство языка, главной пресуппозицией которого является «я» адресанта и наличие другого потенциального адресата, и заключается в том, что человек является его организующей категорией как на уровне создания, так и на уровне восприятия. Фундаментом антропоцентрической системы является коммуникативный треугольник «адресант (автор) – текст (устный или письменный) – адресат (читатель)», где адресант и адресат выступают в роли определённых типов языковой личности. Также в данную структуру входит действительность, которая фиксируется текстом и лингвистические средства, которые служат реализацией стремлений адресанта.

Также в первой главе было установлено, что антропоцентричность находит свое выражение через употребление человеком разнообразных средств выражения, среди которых можно отметить языковую игру и оценочную лексику, которым будет посвящена следующая глава.

На основе работ по исследованию интернет-коммуникации было выделено множество подходов к её изучению. В настоящей работе мы придерживаемся термина «интернет-коммуникация», представляющее социальное взаимодействие коммуникантов, т.е. их влияние на поведение, чувства друг друга, обмен мыслями и информацией и собственно речевое общение в интернете. Информационные технологии позволили не только хранить и передавать большие объёмы информации в сверхкраткие сроки, но и дали возможность взаимодействовать с большим количеством пользователей при помощи социальных сетей. Мы выяснили, что интернет-коммуникация является не просто способом передачи информации друг

другу, но может осуществляться без определенного адресата и ориентироваться на большее количество участников общения.

Отметив основные особенности интернет-коммуникации, мы подтвердили существование виртуальной языковой личности, которая в пространстве социальной сети направлена на самопрезентацию и способна творчески взаимодействовать с другими пользователями сети. Социальная сеть определяется, прежде всего, направленностью на общение, обменом не только текстовой информацией, но и аудио- и видеоматериалами, созданием синхронной и асинхронной переписки и регулярным обновлением пользователями личных страниц. Ресурс «ВКонтакте» имеет свои каналы самопрезентации: никнейм (ник), статус, комментарии к фото и видео, тексты, посвященные личной информации пользователей. Данные каналы представлены в социальной сети невербальными и мультимедийными средствами.

Социальные сети трансформируют формальные характеристики интернет-коммуникации, предлагают иную, видоизменённую форму виртуального общения посредством особых языковых особенностей, другое взаимодействие пользователей в своей структуре, тактику речевого поведения языковой личности и соотношения устной и письменной речи. Говоря о специфике общения в социальных сетях, мы приходим к выводу, что данный тип коммуникации занимает промежуточное место между письменной и устной речью.

Интернет-коммуникация в социальных сетях отличается спецификой языковых средств. На уровне фонетики репрезентируются особенности разговорной лексики; на словообразовательном уровне – продуктивность префиксации, суффиксации, усечения основы и т.д. На лексико-семантическом уровне отмечаются использование жаргонизмов, смешения лексики разговорного и книжного пластов, активизация заимствований и т.д.

На уровне графики актуальны графические смайлы, символы и знаки препинания. Смайлы в социальной сети «ВКонтакте» играют особую роль

средств невербального выражения, представлены нами в виде тематической классификации и выделили ряд признаков, связанных особенностями функционирования этих средств.

Глава II. ВЫРАЖЕНИЕ АНТРОПОЦЕНТРИЧНОСТИ ЯЗЫКА В ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАТИВНОМ ПРОСТРАНСТВЕ

2.1 Приёмы и способы создания языковой игры в текстах ресурса социальной сети «ВКонтакте»

Как уже было сказано выше, антропоцентричность языка реализуется через антропоцентрическую систему, которая создает коммуникативный треугольник: адресант (автор, отправитель) – текст (сообщение) – адресат (читатель, получатель), где адресант и адресат представлены в роли определённых типов языковых личностей со своими интенциями и особым лексиконом.

Антропоцентричность языка, в свою очередь, находит выражение при помощи особых лингвистических средств, среди которых можно отметить *языковую игру*. Согласно мнению В.З. Санникова термин «языковая игра» синонимичен понятию «языковая шутка». Исследователь предлагает искать истоки данного феномена в культуре смеха Древней Руси и выделяет основную функцию языковой игры, такую как «комический эффект». В.З. Санников указывает, что языковая игра представляет собой намеренно допускаемую (а значит осознаваемую говорящим (пишущим)) языковую неправильность или необычность. При этом адресат должен четко осознавать, что адресант умышленно использовал соответствующее высказывание, иначе читатель сочтет всё за ошибку [Санников 2003: 247]. Первая широкая трактовка сущности языковой игры была определена в концепции австрийского философа Л. Витгенштейна, который определял данное понятие как мотивированный творческий процесс порождения, выражения и передачи мыслей людей друг другу. [Витгейнштейн 1985: 79].

В отечественной лингвистике в сборнике «Русская разговорная речь» Е.А. Земской, М.В. Китайгородской, Н.Н. Розановой языковую игру обозначили как «некие явления», когда, например, говорящий «играет» с

формой речи, а свободное отношение к речи получает «скромное эстетическое задание». Исследователи отмечают, что языковой игрой могут стать и разные виды тропов, и незатейливая шутка, и удачная острота или каламбур [Земская, Китайгородская, Розанова 1983: 172-174].

В связи с тем, что на данный момент не существует единства взглядов к внутренней сущности языковой игры, следует представить следующие научные подходы к изучению данного феномена.

1. Системоцентрический подход акцентирует внимание на том, что языковая игра есть лингвистический эксперимент, выявляющий гибкое устройство знаковой системы, позволяющий языковой личности продемонстрировать свои творческие способности перед реципиентом, познать двойственную сущность языка и реализовать не востребуемые нормой языковые ресурсы. В данном подходе активизируется вербально-семантический уровень языковой личности.

2. Структурный подход рассматривает языковую игру как сложное явление, не сводящееся исключительно к игре слов на одном языковом уровне, а обладающее как стилистической, так и разноуровневой лингвистической репрезентацией, проявляющейся в текстах не в равной степени.

3. Психолингвистический подход показывает, что языковая игра есть форма лингвокреативной мыслительно-речевой деятельности языковой личности, то есть её естественный способ и творческий процесс эксплицитного и имплицитного самовыражения.

4. Лингвокогнитивный подход отмечает работу языковых личностей на когнитивном уровне и выделяет языковую игру как когнитивный процесс кодирования и декодирования информации, которая заключена в форму языковой загадки.

5. Коммуникативно-прагматический подход освещает такие свойства языковой игры, как антропоцентричность и коммуникативность. Языковая игра не может существовать без обращённости к собеседнику. По мнению

М.Г. Бахтиозиной, без адресата высказывания не имеют цели и, следовательно, и смысла [Бахтиозина 2011: 58]. Т.И. Шатрова утверждает, что главным активным деятелем языковой игры является «отправитель», поскольку именно ему принадлежит идея замысла, закодированного в форме игры [Шатрова 2006: 51].

Помимо этого игровые приемы используются коммуникантами с целью удовлетворения потребности в реализации своего творческого личностного начала и продуктивного достижения перлокутивного эффекта.

Е.Ф.Болдырева утверждает, что языковая игра представляет собой некую «эмоциональную и интеллектуальную провокацию», которая побуждает «языковую личность к поиску словесных форм, отражающих эмоциональное состояние в данный момент» [Болдырева 2002: 3-4]. Личные мотивы требуют пересмотра языкового материала и поиску новых форм выражения мысли, поэтому коммуниканты обращаются к языковой игре.

Мы же, вслед за исследователями, в своей работе определяем языковую игру как процесс, который протекает через нестандартное использование адресантами особого языкового инструментария с целью получения перлокутивного эффекта и соответствующего воздействия на адресатов в созданной ими коммуникативной среде.

В социальной сети языковая игра будет требовать наличие нескольких условий:

- 1) два и более коммуникантов – обязательно присутствие адресата (отправителя, автора) и адресанта (получателя, читателя)
- 2) каждый из коммуникантов имеет возможность выразить себя, а значит свободно выбирать игровые приемы в зависимости от условий общения.
- 3) языковой материал – игровые средства, используемые адресантом и адресатом при умышленном отступлении от языковой нормы.
- 4) соблюдение участниками коммуникативного акта условий языковой игры.

Не забывая о том, что главной целью интернет-коммуникации является передача и приём любой информации, в том числе и эмоциональной, в социальной сети у пользователя практически всегда присутствует намерение не только выразить собственные чувства, но и вызвать ответную реакцию у собеседника. Виртуальное сообщество социальных сетей требует эмоциональной насыщенной речи. Пользователи прибегают к экспрессивности, т.е. стремятся сделать общение друг с другом более ярким, «живым», выразительным. Языковая игра и становится тем самым отражением творческого потенциала пользователей, объединенных даже в целых группы или сообщества, наряду с вспомогательными паралингвистическими средствами выражения экспрессивности – смайлами, мэмами, изображениями, аудиозаписями, стикерами и т.д.

В настоящей работе основное внимание будет уделено рассмотрению языковой игры в сфере интернет-коммуникации на некоторых языковых уровнях. В качестве источника материала наблюдений за способами и приёмами языковой игры будут использованы тексты разного объема и содержания личных страниц пользователей социальной сети «ВКонтакте».

Рассмотрим несколько наиболее частотных приемов языковой игры, встречающихся в условиях общения в социальной сети «ВКонтакте» на нескольких языковых уровнях.

I. Фонетический уровень.

На уровне фонетики языковая игра имеет выражение с целью передачи на письме фонетического облика слова, как транскрипцией, так и шрифтовыми выделениями. В совокупности оба приёма представляют собой как раз стратегию нового нестандартного письма, включающегося в более широкую стратегию карнавализации. Искажение фонетико-фонематического облика слов – ясный пример именно языковой игры, намеренного и неслучайного изменения привычных написаний.

Широко распространено отражение на письме особенностей разговорной фонетики – *фонетической компрессии*. При помощи данного

приёма осуществляется принцип языковой экономии, свойственной именно разговорной речи (*чѐ* (чего), *токо* (только), *ваще* (вообще), *ниче* (ничего), *какнить* (как-нибудь), *щас* (сейчас), *естеснн* (естественно), *сопснно* (собственно) и т.д.) Например:

- *Это хороший фильм? – Естеснн, даже очень неплохой.*
- *ваще прекрасное утро, готова застрелиться тт*
- *Давай какнить встретимся? – Где именно?*
- *сопснно, я пришёл флудить, так что не уйду отсюда точно*
- *токо одна серия? И всёё?!?!?*
- *ниче не думаю по этому поводу? Почему спрашиваете? = =*

Нередко наблюдается такое явление, как многократное повторение букв при письме, встречающееся как среди гласных, так и согласных, с использованием дефиса и без него. По нашему мнению, пользователи «тянут» слова, создавая интонационную окраску, при письме во время сильного эмоционального подъема, будь то радость или, наоборот, раздражение, имитируя устную речь: *а-а-а-а-а...нууууу, не зн-а-а-аю я!, привееет, ну я попаааал, э-э-э-й!* и т.д. Часто эта манера письма служит для привлечения внимания, словно один из собеседников желает «докричаться» до другого, если беседа кажется малоактивной или вовсе не поддерживается длительное время:

- *кажееется, всёёё плохоооо тт*
- *ты гдеееее, Али-ишина?*
- *кrrrrрууууутой сериал:З а когда продолжение?*
- *где лооооогика? я не подписыыывался на это*
- *привееет, а ты куда про-о-паааал?*

Графическая форма некоторых слов или выражений при общении в социальной сети похожа на транскрипцию, или активно используются *эративы* – намеренно искаженные слова и выражения носителем языка, владеющим литературной нормой. Реализация эративов происходит через принцип фонетического письма, т.е. «как слышится, так и пишется» и

гиперкоррекционного письма (термин Матусевич). Фонетический принцип осуществляется через запись слова, которое отражает реальное его произношение в устной речи: *эт-хорошо ты придумал, а ничче я не буду делать, понял? Змейа-а-а!!! ты чо там ваще?* Гиперкоррекция отражается на письме через несоответствие написания определенного слова. Например:

- *исчо не выполнил работу, ниасилил?*
- *йа, ты меня игнорируешь?*
- *ящетаю данный аргумент недействительным, вот.*
- *кросафчег, че, теперь можно и фильмы снимать*
- *я тебя поддержу, чиел:З*
- *чот я устал маленько...*
- *ржу ни ма гу!!!*

Главной целью данного приёма является процесс расслабленной беседы, где возможно ввести собеседника в нужное эмоциональное русло, развеселить кого-нибудь и перевести серьёзную тему разговора в шутку, как-то разрядить обстановку. Иногда эрратив служит сигналом к иронии или сарказму. Например, *и щито я посмотрел? ни павезло парнююю. ни знаю, почему засмеялся*

II. Лексико-семантический и морфологический уровень.

Лексико-семантические и морфологические средства в интернет-коммуникации в первую очередь направлены на поиск определенного сообщества или группы, которое совпадает с интенциями пользователя. В интернет-коммуникации обнаружение близких по тем или иным обстоятельствам сообществ, в нашем случае, персональных страниц «ВКонтакте», обусловлена рядом приёмов языковой игры на уровне лексики и морфологии, проявляющихся в текстах пользователей.

Среди особо частотных явлений языковой игры можно отметить постоянное использование *аббревиатур* и их видов – *акронимов*. В диалогах социальной сети «ВКонтакте», созданных беседах с несколькими пользователями, группах и сообществах, статусах они являются важным

атрибутом в виртуальном общении. В основном, аббревиатуры образуются путем заимствования из английского языка, но также существуют и русские варианты. Чаще всего данный приём языковой игры служит как средством упрощения переписки и креативной заменой целого выражения, но в то же время бывают случаи, когда их использованием может быть неуместно и вызвать у окружающих негодование. Рассмотрим некоторые случаи аббревиатур на конкретных примерах. Поясним, что пользователи пользуются также калькированным вариантом, по нашему мнению, с той целью, чтобы сэкономить время при наборе сообщений и не переводить тип клавиатуры с русской раскладки на английскую.

1. ROTF (от англ. «rolling on the floor») – катаюсь по полу.

- *ROTF такого ещё не было:DDD*

- *ROTF ты сам понял, чего сказал?*

- *РОТФ сейчас умру от смеха*

- *Убойный фильм, кажется, животики надорвал ROTF*

- *Поход в лес закончился весьма неожиданно РОТФ*

2. ИМНО (с англ. «In my humple opinion) – по моему скромному мнению.

- *Это время года не поддается никаким объяснениям. Лично мое ИМНО.*

- *имхо некоторым личностям не стоило сейчас лезть в эту беседу тт*

- *этот экзамен провален. точно. имхо*

- *когда я не знаю, как поступить, я всегда советуюсь с плохим «Я» и с хорошим «Я» ИМХО*

3. LOL (от англ. «laugh out loud» - громко хохочу), калькированный вариант «лол»

- *просто полный....лол*

- *Работать с такими людьми так и так тяжело! LOL*

- *что за дурацкая шутка? лол*

- вы только посмотрите на это фото лол кажется, я слишком много веселился

4. T9 (от англ. «text on 9 keys» - текст на 9 кнопок») – система набора текста для мобильных телефонов.

- Как мило мы с T9 дополняем друг друга. Он учит меня грамотности, а я его – нехорошим словам...

- ох, прости, пожалуйста, это всё T9 виноват

- я включил T9, а он мне тако-о-е выдал!

- т9 – ты иногда хороший, а иногда плохой, но незаменимый, да:З

5. «кек», калькированный вариант «кек», наименование смайлов, обозначающего мема «смех» или «клоунское поведение»

- охohoх кек

- ты думал, о чем говоришь? кек

- практически закончил со всем, ура, ура кекекеек

- сегодня был отличный день кек

- ты кек и я кек

6. «ака» (от англ. «also know as»), калькированный вариант «ака» - как известно:

- Я гений ака программист

- красивые мысли ака часто не соответствуют действительности

- ака думаю ака пишу

- думаю, ты заврался ака нехороший человек

7. Акроним ЧАВО – список Часто задаваемых Вопросов и Ответов

- сегодня бесполезный день, хоть ЧАВО сделать...

- ЧАВО, люди! В ЧАВО смотрите!

- надо на досуге составить ЧАВО для тех глупцов, что меня окружают

- ЧАВО – полезная штука!

8. ЧСВ – Чувство Собственного Величия – ироничное или саркастичное наименование, обозначающее личность с повышенной самоуверенностью, тщеславием и важностью.

- *кажется, эти фанаты никак не могут унять свое чсв*
- *какое вам дело до моего чсв? это мои проблемы*
- *в моде нынче чсв*
- *чсв – бич современного общества, сорняк, ничтожество*

При виртуальном общении пользователи часто пользуются сокращениями. Употребление данного приёма можно объяснить желанием автора «зашифровать» текст, но в то же время сохранить его понятным как для себя, так и для ограниченного круга пользователей. Приведем несколько примеров.

- *отписался как гм, что будем делать дальше?*
- *фотограф. делаю чб и цф по ну.*
- *отличные скидки по ну*
- *Зайди, пожалуйста, в мв, нужно сделать парочку фб.*
- *нужно не забыть отписать два поста в фф, фб, ау и может быть в мн. Задолжал немало тт*

Особенно интересными являются варианты, представляющие личную информацию пользователей. Например,

- *давай сегодня поедем в рс и поедим там до отвала* – пользователь скрывает за кодированным текстом указание определенного места, в которое он собирается направиться с тем, кому адресовано данное сообщение. Или:

- *рм – 10; гф – 2-18, вп – 17, тг 2-14, 12* – под данными сокращениями скрываются наименования фильмов того сообщества, к которому принадлежит пользователь.

Также активно используются междометия, выражающие различные эмоции. Например, *ух, брр, фуу, ну, фи, ох, ай, ололо*

- *ололо вот это матч*
- *фуууу что я сейчас посмотрел = =*

- нуууу ерунда какая брр
- ай опять пришло это уведомление тт как это отключить

Очень популярно в социальной сети использование звукоподражаний.

Например,

1. уруру – звук, который издает сытая и довольная лисица. В интернет-коммуникации, таким образом, обозначается ощущение комфорта и спокойствия.

- я лиса, ничего не хочу делать, хочу спать уруру
- у меня всё в порядке уруру
- я на этом фото такая уруру
- уруру я бегаю по солнечной улице и наслаждаюсь активным отдыхом

2. фыр-фыр – звук раздражённой лисицы. Обозначает ощущение разочарования или недовольства.

- думаешь, я буду терпеть эти выходки фыр-фыр
- фыр-фыр, заткнись тт
- сначала я фыр-фыр, потом в порядке
- не надо гладить меня против шерсти фыр-фыр

3. кккк- звук хихиканья

- 🖐я зомби хд но спасибо кккк
- я не могу остановиться кккк
- кажется, пора выспаться ккк

4. ZzZZZZzzzzzzz – имитация храпа

- ZzZ бессонная ночь
- Соня ZzZ Уварова
- я собирался работать как бы zzzz
- скучно zzzz и т.д.

5. – бгггг (также «бугага») – имитация смеха

- кажется сегодня не уснуть правда бгггг
- ну ты зараза бугага! – Понравился розыгрыш? бггг
- прости, я не хотел бгггг

- неконтролируемый человек бгггг что еще расскажешь

III. Словообразовательный уровень.

Процесс появления новых слов приобретает в языке интернет-коммуникации масштабный характер. В социальных сетях мы часто наблюдаем способы языковой игры, реализующиеся через такие словообразовательные процессы, как заимствование, или калькирование иностранной корневой морфемы.

Если, например, рассматривать тексты статусов, то наиболее продуктивными будут такие способы, как словосложение и суффиксация.

Сложные существительные часто имеют характер языковой игры. Рассмотрим следующий пример:

- *Дисковерт сдох, отлично Тт*

Слово «дисковерт» образовано от слова «диск» - один из комплектующих компьютера и глагола «вертеть», так как данное компьютерное устройство совершает вращательное движение при воспроизведении звуковых дисков.

- *Мышкодром на старт: новая игра!!!*

Слово «мышкодром» образовано от слова «мышка» - устройство для компьютера по аналогии с такими словами, как «аэродром», «ипподром». При помощи словосложения, пользователь указывает на свое желание поскорее начать компьютерную игру, привлекая внимание других любителей компьютерных игр.

Иногда заимствованный элемент – корневая морфема или аббревиатура – сохраняется в латинской графической форме: *чатланит, FTP-сервер, MIDI-контроллер, GIF-анимация* и т.д.

- *Мои мысли как GIF-анимация: настолько быстро в моей голове сменяются статичные картинки*

- *Когда я перестанут чатланить всё подряд?*

- *Png-картинка лучше.*

В ходе заимствования форма нового слова может уподобляться форме уже бытующего в русском языке другого слова. В результате заимствованное английское обозначение электронной почты –email (сокращённо mail) часто фигурирует как «мыло»

Например, *«надо сбросить фотку на мыло»* означает «отправить по электронной почте»

Или:

- *Батон заедает, кто знает, к кому обратиться? тт* (Батон – название клавиши на клавиатуре)

Или:

- *Ничего так себяшка вышла, сделаем как-нибудь ещё одну-другую?* (себяшка – аналог английского варианта «селфи»)

В некоторых словообразовательных моделях используется универбация с суффиксом –к. Например:

- *Листалка намного удобнее звонилки.* Так, из «программы для перелистывания страниц» пользователь образует слово «листалка», а «из программы для телефонных звонков» - «звонилка».

-*Ура, чат-листалка...!*

- *листалка стала намного удобнее.*

- *ты точно звонилка – верещишь!*

IV. Графический уровень.

В социальной сети «ВКонтакте» графические средства выполняют важную роль в передаче информации и самовыражении языковой виртуальной личности. Текст в социальной сети теряет часть смыслоразличительных средств, присущих устной речи, интонацию, жесты, мимику. Эти компоненты создают эмоциональный фон и атмосферу непринужденного и свободного общения. Для компенсации отсутствия паравербальных средств вырабатывается особая система орфографии и пунктуации, несомненно, несущая характер языковой игры. Языковая игра, представленная графическим языковым уровнем, облегчает коммуникацию

между пользователями и отражает яркую в выборе языковых средств личность коммуникантов.

Мы выделили следующие средства создания языковой игры на графическом уровне:

1. Использование «капса».

«Капс» (от англ. «Caps lock» - «блокировка верхнего регистра клавиатуры») - написание фразы или части её заглавными буквами. Данная особенность трактуется в интернет-коммуникации как повышение голоса и часто не приветствуется виртуальным сообществом. Многократное использование написания слов с заглавной буквы в виртуальном общении, прежде всего, для компенсации тембра.

- КАК МНЕ ВСЕ НАДОЕЛО! ХОЧУ К МАМЕ!

- НЕ МОГУ НЕ ПЕРЕСТАТЬ ОРАТЬ.

- ХОЧУ СПАТЬ!

- ГУЛЯЕМ ВМЕСТЕ!

- ЛЮБЛЮ!

Иногда пользователь при помощи «капса» акцентирует часть текста статуса, чтобы выделить основную мысль своего высказывания:

- С ПРАЗДНИКОМ самые очаровательные

- ВСЕГДА надо улыбаться, в этом смысл жизни

- Думать только о НЁМ...

2. Имена собственные – с маленькой буквы.

Социальная сеть оставляет за пользователями некоторую анонимность, и часто пользователи обращаются к остальным участникам общения не как к отдельным личностям, а как к массе огромного виртуального пространства:

- Всякие марины, катюши, арины – пока не пишете, я еще занят.

- хек и ким, ну вы где?

- Все денисы – грубые мужсланы!!!

3. Поликодовость (текст гибридный, вербально-узуальный). Текст как коммуникативная величина не ограничивается лишь языковой

составляющей. Его материя соткана из многих языковых элементов, существенно влияющих на восприятие текстового целого. Не только особенности соединения языковых знаков, но и графическое, шрифтовое, визуальное, цветное оформление может сыграть значительную роль в функционировании текстового смысла.

Особую роль выполняют также скобки «()» «[]», символы звездочка «*» или слеш «/». Часть реплики, помещенная, например, в скобки, может содержать личностную информацию, оценку или какой-то подтекст. Скобки «()» «[]» уточняют и поясняют мысль, высказанную в одной части статусной реплики.

Иногда пользователь скобками выделяет свои комментарии по поводу затрагиваемой темы статуса:

- *Море, у кого-нибудь есть с собой море? [мне все надоело]*
- *Куда подевался стыд? (наверно, не завезли)*
- *Даже потеряв все, я продолжу идти вперед [Даже потеряв все, я не останавлиюсь]*

Попытки описательно отразить условия коммуникации приводит к функции зачеркивания (подобное помогает использовать специальных технический код). В программе Word есть функция зачеркивания, но она употребляется для того, чтобы выделить неверный ответ. Но Интернет-зачеркивание обозначает не текст, который должен быть уничтожен. Текст, который хотят уничтожить, просто стирают. Зачеркивают как раз то, что имеют в виду – главную мысль, то, что хочет сказать пользователь. А затем как бы произносят «вслух» другое, незачеркнутое. Наряду с тем, что говорится, появляется то, о чем автор думает. Автор проговаривается сознательно, но маскирует свою фразу в виде зачеркивания:

- *Ну да, ушел я. А Босс игнорщик :/ Старик Тогушка опечален.*
- *вас послушаешь, далеко не уедешь всем добра*
- *звучит как-то не так и уж больно обидно несу редкостную глупость*
- *в ущерб себе? конечно, обязательно что-нибудь напомним*

Подобную функцию несёт в себе описание поведения в социальной сети. Как правило, это берется в «*» или «/», например, *смущается* или /хмурится/. Это очень похоже на авторские ремарки в театральной пьесе, своего рода самооценка, тоже придающая новое измерение тексту.

- *Интересное название /сонно одобрил, ушел дальше/*

- *О, а у нас новенький /внезапно/*

В отличие от авторских ремарок в пьесах, помещение в «*» или «/» производит дополнительный игровой эффект, так как автором ремарки и производителем действия является в реальности одно и то же лицо.

Н.Г. Асмус пишет, что в виртуальной реальности это создает «эффект раздвоения личности» [Асмус 2005: 47].

4. Текст в интернет-пространстве приобретает новые возможности за счет *графической трансформации*.

Например:

- *Я нАЕлсЯ рОзОвЫх хОмЯчкОв И нОшЁл гУлЯть с ЛЕнИнЬИм* - пользователь указал все буквы, обозначающие гласные звуки, заглавными.

- *wij zijn Ajaxwij zijn Ajax* – текст набран английской раскладкой клавиатуры.

- *ʝɨʃʌɖɹ ɨn ɹɛɹ 'ɨnɜvɹɹɛɹɹɹ ɹnɛɨʝ* - зеркальное отображение букв.

- *蜡纸印刷* или *все хорошо...* - пользователь использовал иероглифы в сочетании с русским алфавитом. Для пользователя иероглифы не имеют никакого смысла, они как символ неразрешенных и путанных дел в жизни коммуниканта.

С помощью подобных приемов графической трансформации пользователи создают интересные и запоминающиеся сообщения, выделяющиеся на фоне других своей необычностью.

5. Текст, набранный латиницей.

Текст, набранный латиницей, всегда привлекает внимание. Чтобы выделить свой текст на фоне остальных, пользователь набирает кириллический текст латиницей:

- *Premiera!!!!!!*

- *съesh 🍪🍪🍪*

- *Pomyani moye slovo, potter!*

6. Смысловое ударение.

Смысловое ударение заменяет заглавная буква в тексте:

- *Я поняла, что сегодня надо сделать.*

- *АнтропофОб.*

- *Мне не важно общаемся мы или нет, Я в любом случае буду за тебя переживать.*

В случае, когда пользователь хочет поставить смысловое ударение на каком-либо слове, он делит его на слоги по произносительному принципу:

- *Жизнь, как эс-эм-эс - коротка и значительна.*

- *СЭ-Мэ-И*

- *Поступить в Эм-Гэ-У!*

7. Активное использование символов.

В текстах ресурса «ВКонтакте» часто используются заимствованные из разных наук символы. Например, сочетание +1 именуется как «лайк» и является элементом многих социальных сетей. Данное сочетание позволяет выразить симпатию или положительное отношение к сообщению, записи или фотографии. Спустя какое-то время перешла в письменную и устную речь, имея значение «согласие», «нравится», «симпатия»:

+1 сегодняшнему вечеру!

Фотографии этого мастера + 1.

Символ «&» – «и»:

- *M&M*

Следующие примеры комментариев и статусов пользователей иллюстрируют активное употребление в сообщениях участников математической символики, направленной на сокращение объёма символов в статусе и кодирование информации:

- *одиночество = мир*
 - *ГРЕХ+ВОЗМЕЗДИЕ*
 - *Отправлю в любую точку мира за ваш счёт+проценты*
 - *экзамен – сегодняшний день = каникулы*
 - *песня : на качество = какая-о ерунда получается*
- Знак «Æ» является эквивалентом «отсюда, значит»:
- *Журнал о звездах Æ больше мнений о звёздах.*
 - *Æ начнем сначала*
 - *Харума Æ доброжелательный*
 - *Алех Æ Великолепный*

8. Использование графических смайлов.

Комментарий со смайликами передает реакцию пользователя или служит иллюстрацией авторского подтекста в сообщении. Нужно уточнить, что полученные сложные знаки, из которых смайлы состоят, теряют свое содержание и носят иконический характер. Частое употребление графических смайлов маркируют собеседника как опытного коммуниканта виртуального сообщества. Например, ;-)) – подмигивание; 8-(- изумление в сочетании с печалью; :*)) – поцелуй; :-0 – крик. Иногда пользователи могут немного изменять или сокращать графический смайлик, но определяющий эмоцию главный знак все равно остается.

Смайлик может ставиться в конце статус-сообщения, чтобы передать реакцию пользователя на описанное ранее, а также в начале:

- *Нет, спасибо,я не голодный..)))) - (смайлы улыбки)*
- *спасибо, дорогие мужчины=3 (=3 - довольный)*
- *((((- (смайлы грусти)*
- *=* (поцелуй)*
- *Всё %) (все по-сумасшедшему)*
- *Теперь я 8-) (теперь я – человек в очках, очкарик).*

Количество графических обозначений смайликов в статусах пользователей велико. Проведенный нами анализ выявил, что в силу

отсутствия тактильного и зрительного контактов и возможности выразить нужный смысл при помощи мимики, эмоций, тембра голоса пользователи передают оттенки значений сообщений именно при помощи смайлов:

- *Быть сильным, не значит смелым T_T* (T_T - плач)
- *Диплом портит все планы на лето:-@* (:-@ - неистовый вопль)
- *Красивые вещи - лучшие вещи:]* (:] - радость)

Свое мироощущение пользователь может фиксировать в статусах в виде графического смайла:

- >;> - (злодей)
- > ☹ - (дьявол)

Таким образом, языковая игра активно реализуется на многих языковых уровнях, представляя разные приёмы и способы самовыражения личности пользователя через всевозможные языковые средства.

Средства языковой действительности придают нашей речи образность, яркость, усиливают эмоциональное воздействие на того, кто читает текст автора, а также привлекают внимание высказыванию. В интернет-коммуникации, направленной не только на общение между пользователями, но и на самовыражение виртуальной языковой личности, также можно заметить активное употребление средств языковой выразительности.

Мы, анализируя тексты различного содержания в «ВКонтакте», заметили тенденцию использования участниками социальной сети языковой игры, реализуемой в некоторых тропах и стилистических фигурах. Наиболее частотны случаи использования данного приемов языковой игры в текстах личного содержания пользователей и статусах.

Например, в тексте статуса *«бархатистые и пыльные летние дни»* мы можем выделить такое образное определение, как **эпитет**. Пользователь дает художественную характеристику летним дням (бархатистые, пыльные), обогащает статус в смысловом и эмоциональном отношении. Приведем еще несколько статусов с эпитетами:

- *смешанный ласковый шум музыки спасает от забот...*

- *золотые дети, золотые...*
- *одинокая душа требует еще большего одиночества=(*
 - *Всё хорошо, пока не знаешь правды..... *тяжелый вздох**
 - *безграничная тоска по морю и ракушкам*
 - *милая ерунда всегда радует=)*

Выражение «как чеширский кот» в статусе «*Это вы обо мне? /лыбится как чеширский кот/*» содержит в себе уподобление улыбки мультяшному оскалу персонажа Чеширского кота из литературной сказки «Алиса в стране чудес». Пользователь использует для красочного образа такой троп, как **сравнение**.

Или в подобном примере «*моя жизнь как выжженный стог сена на солнце*» сравнение вызывает тоскливо-тягостное ощущение и указывает на внутреннее состояние пользователя, которое он стремится передать в своем статусе.

Нами встречались следующие высказывания со сравнением:

- *Как милое воркование голубков ожесточило мое сердце*
- *Я рад так, словно тысяча фейерверков во мне разгорелась *****
- *Душно, как в пустыне Сахаре T_T*
- *Я как тот литературный гоголевский герой: подымите мне веки!*
- *Юность словно птицей пролетела)*
- *Закат словно костер багряный, увидеть бы*
- *Как в романе настоящая любовь*

Скрытое образное сравнение, **метафора**, также является довольно частотным средством выразительности:

- *Стальные нервы ни к черту уже*
- *Вода бежит, время течёт*
- *Кто к доске? – Лес рук!!! аахах*
- *заметался пожар*
- *мои щеки сейчас пылают*
- *вчера кипела работа, сегодня – властвует лень!!! Я так сказал*

- *вечер стреляет в окно дробью разноцветных огней*

Гипербола (от греч. «hyperbole» - преувеличение) усиливает впечатление, при помощи которого пользователь стремится передать нужный ему образ:

- *Море смеха* настигло.

- *И за три года* не сделать...

- *Реки крови* вас ждут, обещаю, вот только просплюсь!

- *В сто сорок глаз* на меня смотрят *страшно*

- *Сто тысяч раз* говорила себе не врать.

В комментарии «Мне экзамен показался сегодня каким-то **восхождением на гору Олимп**» пользователь добавляет образное выражение, чтобы поделиться тем, насколько экзамен был сложным и трудным для него самого.

Очень образно выглядит в статусе такой троп, как **олицетворение** (персонификация) – один из видов метафоры, при котором происходит перенесение свойств одушевленных предметов на неодушевленные:

- «Больно мне», - *сказало сердце*, «Тошно мне», - *добавила душа*

- *Неслышно подползает* ко мне сон...каждый день, каждую ночь

- *Весна приносит* в жизнь очарование и слабость к сердцам...

- *Ветер перемен унёс* мои невзгоды. Хорошо!!!

- *Дождь рыдает* за окном

- *Расправил мир* могучие плечи. Нет, войнам!

Интересен в текстах сообщений такой троп, как **оксюморон** (от греч. «охутогон» - остроумно-глупое). Автор высказывания создает образное сочетание контрастных, казалось бы, противоположных по значению слов:

- *Живой труп*.

- *Грустный клоун* пугает

- *Жар льда* сковал все внутри

- *В каждой девушке* живет **безобразная красавица**. Что увидите, то и получите.

- *Ходячие мертвецы* нынче неплохие вышли...
- *Ничего себе маленький ливень*....
- Какой-то *отрицательный плюс* получился >_<
- *убогая роскошь*
- *красное черное*

Аллегория (от греч. «allegoria» - иносказание) в текстах статусов представляет собой конкретное изображение явления действительности, которое заменяет абстрактное понятие или какую-то мысль. В отличие, к примеру, от метафоры, в аллегории иносказание выражено целой фразой или мыслью:

- *Белый флаг поднимаю, смотрите!!!!* (аллегория перемирия)
- *змея и чаша* (аллегория медицины)
- *жду руки и сердца* (аллегория предложения)
- *скрестим пальцы, верим в Россию* (аллегория удачи)
- *укуси яблоко, ну извини!!!!* (аллегория прощения)
 - *Фемида и её весы, вы дали сбой???* (аллегория правосудия)
 - *Доброй ночи *скрылась в тумане** (аллегория неизвестности)
 - *заболел *ушёл в закат** (аллегория длительного отсутствия)
 - *как крест-то нести* (аллегория страдания, ноши)

Иногда встречается и **перифраза** (с греч. «periphrasis» - окольный оборот) – один из тропов, в котором какое-либо название заменяет указанием на некоторые его личные признаки, как правило, еще и придающие дополнительную изобразительность:

- *Царь зверей нынче не тот.* (царь зверей – лев)
- *Люди в белых халатах* (врачи)
- *Ночное светило, а где дневное? Оо* (Ночное светило – луна; дневное – солнце)
- *Погрузиться в ненастоящий сон...* (погрузиться в сон – заснуть)

Рассмотрев некоторые тропы в текстах пользователей социальной сети «ВКонтакте», теперь рассмотрим наиболее часто встречающиеся нам в пространстве социальной сети **стилистические фигуры**.

Стилистические фигуры – это своеобразные фигуры речи, которые применяются для усиления выразительности (экспрессии) высказывания. К стилистическим фигурам относятся прежде всего инверсия, параллелизм, антитеза, градация и т.д.

Резко выраженное противопоставление понятий - **антитеза** (с греч. antithesis» - противоречие) часто используется пользователями в текстах статусов с целью усилить эмоциональную окраску своего высказывания.

Приведем некоторые примеры статусов с антитезой:

- *Богатые и бедные....*
- *Могучая и бессильная*
- *Общительная, но в тоже время молчаливая!*
- *Убого...но богато Оо*
- *Румяная, а рядом тощая, кошмар. Удали фотку*
- *То жарко, то холодно*
- *Сухо, а потом дождливо – люблю такую погоду.*
 - *Вообще я умная, только иногда тупая...*
 - *Думаешь, смешно или грустно? – Не скажу, вот!*
 - *Я – царица, вы – рабы презренные!!*

Стилистическая фигура, которая включает в себе нарушение привычной всем нам общепринятой грамматической последовательности – **инверсия** (от лат. «inversio» - перестановка) придает при помощи перестановки частей фразы выразительный оттенок высказываниям. Приведем примеры с инверсией:

- *Гремит раскат грома. Шторы бы закрыть.*
- *Ну да, ушел я. А получился игнорщиком Босс :/ опечален Старик Тогушка.*
- *По пустякам бы не париться...*

- *За вас счет в любую точку мира отправлю!*
- *конечно, обязательно что-нибудь напомним*
- *Плохими мыслями идет дорога в никуда*
- *Принес мне радость, ты, мой день рождения :З*

Пользователь также может употребить такую стилистическую фигуру, как **градация** (от лат. «gradacio» - постепенность). Градация помогает усилить эмоциональный оттенок текста в связи с нарастанием или ослаблением эмоционально-смысловой значимости каких-либо определений:

- *Хнычу, плачу, рыдаю навзрыд*
- *Колошматит, затем бьет, потом похлопывает меня предстоящее испытание...*
- *Хочу домой, в область, на Родину! Тт*
- *Ликование, восторг, радость ☺*
- *Хочу дремать, спать, дрыхнуть непробудно *устал как собака**
- *Когда работа лишила тебя выходного, отпуска, свободы!!!*

Спасите, люди

- *Блестит, сверкает, искрится будущая новая жизнь!*

Иногда пользователь делит свой текст на самостоятельные отрезки, графически выделенные как самостоятельные предложения, тем самым придает дополнительную экспрессию. Мы склонны полагать, что данным синтаксическим приемом интонационного выделения на письме является **парцелляция**. Приведем примеры подобных высказываний:

- *Вхожу. Там. Свет горит.*
- *Думаю о тебе. Мечта. Моя.*
- *Хорошо быть. Собакой. Беззаботная жизнь.*
- *Зачем. Опять. Думаю. Об. Этом.*
- *Сегодня дождь. Гремит. По подоконнику.*
- *Депрессия угробит. Меня. Скоро.*
- *Зачем. Опять. Ныть. Мне в личку.*
- *Отпусти. И забудь. Свою печаль.*

Средствами языковой выразительности в комментариях пользователей являются **риторический вопрос** и **риторическое восклицание**. Риторическое восклицание всегда звучит с воодушевлением, приподнятостью и эмоционально, когда в форме восклицания утверждается какое-нибудь понятие:

- *Ах, лето! Какое лето!*
- *Море! Что за море!*
- *Так любить!*
- *Это же надо так уметь!*
- *Ох, хорошее начало!*
- *Что за прекрасное настроение!*
- *Какой верный муж!*
- *Что за свадьба, ах!*

Риторический вопрос обозначает утверждение в форме вопроса. Причем риторический вопрос никогда не требует ответа и придает тексту выразительность и эмоциональность:

- *Отчего люди не летают, как птицы?*
- *Думаю, сегодня мне повезет?*
- *Итак, шанс не представился?*
- *У тебя крыша поехала?*
- *Что хотим, то и вытворяем?*
- *Погода, так дождь, снег или все же лето?*
- *Так, счастье, забираешь меня с собой?*
- *Когда там выходные?*
- *Уже понедельник?*

Нельзя не сказать и о таком средстве языковой выразительности, как **умолчание**. Обычно умолчание выражают через многоточие и обозначают тем самым некую недоговорённость. Пользователь намеренно обрывает своё высказывание и предполагает, что, возможно, гости его страницы догадаются о высказанном.

- *Мои мечты...они чисты*
- *Для каждой зимы...есть своя весна*
- *Неизлечимая болезнь...вот*
- *Всегда улыбайся...жизнь продлишь*
- *Меня запомнить весёлым...завтра ремонт начинаю.*
- *Хочу – творю, а хочу....вытворяю!*
- *Это...подожди, подожди...это легендарно*
- *Уходи...закрой...постой*
- *Потеряю...продолжу идти вперед.*

Таким образом, приемы языковой игры используются коммуникантами в социальной сети «ВКонтакте» прямо интенционально: с одной стороны, для того чтобы удовлетворить потребность в реализации своего личностного творческого начала, с другой – максимально продуктивно достичь определенного перлокутивного эффекта и соответствующего прагматического воздействия. Не случайно одним из свойств языковой игры является ее акцентуальность: отправитель с помощью ярких, эффектных, нестандартных языковых форм и структур не только создает условия для творческого взаимодействия, но и обращает внимание реципиента на языковую аномалию, тем самым вызывая у него интерес к взаимному диалогу.

Проведенный анализ способов языковой игры в авторских текстах ресурса «ВКонтакте» на некоторых языковых уровнях показал, что данные приемы направлены на обнаружение других участников социальной сети, стремлением пользователей к индивидуализации и самопрезентации в виртуальном пространстве социальной сети. Особо частотные случаи на уровне фонетики и лексики доказывают наличие гибридной формы речи в интернет-коммуникации – письменной и разговорной, а графические и словообразовательные средства лишь подтверждают, что пользователь может проявить свое образное индивидуальное мышление и даже в текстах с

личной информацией порождать особое сочетание коммуникации с другими пользователями.

Также реализация языковой игры через средства языковой выразительности позволяет предоставлять пользователю не сухой информативный текст, а успешно передавать свое внутреннее состояние, эмоциональные всплески и чувства. Пользователи отказываются от лаконичности и «украшают» свой текст, насыщают его средствами языковой выразительности, что говорит о художественной выразительности речи пользователя, просачивающейся и в виртуальное пространство социальных сетей.

2.2 Языковые средства формирования оценочности в пространстве социальной сети

Лингвистика на современном этапе развивается в рамках антропоцентрической парадигмы, тем самым способствует возрастанию особого интереса исследователей к изучению способов выражения оценки в лексической системе языка. Человек, познавая окружающий его мир, приобретает объективные знания о действительности и одновременно создает некую систему оценок объектов и явлений действительности. Таким образом, оценка становится достаточно сложным познавательным процессом, который строится на взаимодействии внешнего объекта и потребностях субъекта.

В изучении категории оценки просматривается разноаспектность подходов разных ученых, и, несмотря на многочисленные исследования, категория оценки остается в центре внимания лингвистов (Ю.Д. Апресян, Н.Д. Арутюновой, А. Вежбицкой, В.А. Звегинцева, В.В. Виноградова, А.А. Залевской, Г.В. Колшанского, В.И. Шаховского и т.д.)

Как объект лингвистического исследования категория оценки появляется в книге Шарля Балли «Французская лингвистика». Ученый

выделяет оценку как некую «реакцию на выраженное словом явление»: хорошее оно или плохое, полезное или вредное, придерживается принципов морали или нет [Балли 2011: 67].

Термин «оценка» в словаре лингвистических терминов определяет собой суждение и отношение говорящего: одобрение, желание, поощрение, а также является одной из основных частей стилистической коннотации. Также выделяется категория субъективной оценки, выражающаяся употреблением разных частей речи: существительных, прилагательных, наречий, междометий с целью передачи отношения говорящего к объекту.

В.В. Виноградов предполагает, что оценка – это не только оттенок в лексическом значении слова, но и как «возможный компонент его семантической структуры», который способен к модификации значения слова [Виноградов 1971: 78]. Н.Д. Арутюнова в своей работе «Язык и мир человека» подчеркивает, что роль оценки «в мире жизни чрезвычайно велика» [Арутюнова 1999: 4-5]. Оценка определяет принятие решений и выбор жизненного пути. А.Д. Апресян утверждает, что оценка - «тонкий, трудноуловимый компонент значения, пронизывающий всю нашу речь» [Апресян 1998: 11]. Подробное рассмотрение категории оценки протекает в работах Г.В. Колшанского, который пишет о том, что «оценочный момент и есть ни что иное, как произведенная субъектом мыслительная операция над предметом высказывания» [Колшанский 1975: 59-60].

Категория оценки особенно отличается постоянной динамикой, присущей как внутренней структуре оценки, так и лексическим единицам языка, отражающим её. Н.В. Ильина утверждает, что оценка способна помочь человеку определить способность того или иного объекта осуществить потребности языковой личности, интересы или цели [Кузнецова 2008: 24].

Мы же, обозначаем данную языковую категорию, как некий аспект, выражающий отношение языковой личности к объекту действительности: человек не просто наблюдает за явлениями действительности, но ещё и

выражает свое личное мнение относительно происходящего, а языковая единица способна эксплицировать положительные и отрицательные свойства объекта. Исследователями подчеркивается взаимодействие оценки с параметрами слова, такими как образность, экспрессивность, эмоциональность и т.д.

Характерными признаками оценки определим её субъективный характер, взаимосвязь с категорией экспрессивности и эмоциональности и значимость для коммуникантов. Категория экспрессивности придает оценке необычность и нестандартность. Эмоциональность выражает душевное состояние, переживания, волнение говорящего (пишущего). Как ценностный аспект значения оценка может быть выражена в лексической системе языка разными способами.

Мы утверждаем, что категория оценки определяется в социальной сети общепринятыми в человеческом коллективе эталонами в сфере социальных, интеллектуальных и моральных явлений, общественно сложившимися нормами представления о положительном и отрицательном. Оценочность – это тот факт языка, сферой реализации которого является в интернет-пространстве устно-письменная речь. Значимость оценочной лексики в социальных сетях состоит в том, что именно данная лексика детально отображает состояние виртуальной языковой личности и её отношение к происходящим событиям, как имеющим к ней непосредственное отношение, так и никак не связанное с ней.

Оценочная лексика в социальной сети «ВКонтакте» обычно встречается в текстах, посвящённых личной информации пользователя, в комментариях к фотографиям или видеоматериалам, в беседах коммуникантов. Она выражает отношение говорящего к объекту действительности в зависимости от того, насколько удовлетворены его потребности, желания, интересы или цели и содержит в своем лексическом значении отрицательную или положительную оценку предмета речи.

Для эмоционально-оценочной лексики характерны следующие критерии:

- 1) наличие лексического компонента «высшая степень качества» (*титанический, усиленный, исключительный*)
- 2) наличие словообразовательных аффиксов, обладающих эмоциональной оценкой (*страничка, контактик, Сашечка*)
- 3) высокая степень интенсивности лексических единиц – «самый» (*милейший, отвратительный, наилучший*)
- 4) наличие образности (*волшебный, мистический, золото, алмаз*)
- 5) немотивированность звукового образа и лексического значения внутренней формы (*тюха, хмырь, неряха*)

Оценочная лексика в социальной сети становится «пропущенной» через эмоциональную сферу языковой личности и реализуется в модификациях положительного и отрицательного спектра.

Нами были выделены слова с положительной и отрицательной коннотацией, которые наиболее часто встречались в текстах ресурса «ВКонтакте».

Сравнив слова с **положительной** коннотацией, мы выяснили, что чаще всего пользователи выражают одобрение, восхищение и ласковое отношение, которые возможно выделить как самостоятельные виды эмоциональной оценочности:

а) одобрение - *чёткий, клёвый, зачетный, трушный (от англ. «true» правда), кошерный («красивый»), бомбезный, люксовый («лучший»), фортовый («лучший»), рулевой («удачливый»),* и т.д. Например:

- *зачетный* вышел фильм (зачетный в значении «хороший», «отличный»)

- *рулевые* выходные;

- *четко* обыграли Барселону!

- *кошерное* выражении лица :З

- ты сегодня *фортовый*;

- *люксовый* выбор и т.д.

б) восхищение (высокая интенсивность одобрения) – *мощный, чумовой, железный* («крепкий»), *потрясный, знатный, обалденный, клёвый, улетный, крутой* и т.д. Примеры:

- *Мощный* фильм вышел;
- *чумовая* пятница была, скажи?
- *клевая* фотка вышла!
- *железный* ас;
- *обалденные* конфеты, где покупал?

в) ласковое отношение, дружелюбное отношение – *ламповый* («теплый»), *котичный* («ласковый»), *кульный* («отличное») и т.д.

- беседа-то *ламповая* получилась;
- *котичный* мужчина☺
- думаешь, *кульное* фото? напишешь комментарий?

Отрицательная оценочная лексика обычно выражает неодобрение, пренебрежение и выражает высшую степень презрения. Приведем примеры наиболее частотных лексем с *отрицательной* коннотацией:

- *не айс* ты поступил конечно;
- полная *печалька*, и что делать теперь?
- полный *отстой* это чай
- *ooo..это такой баян...*(баян в значении «вновь опубликованная шутка») и т.д.

- *запаренный* («уставший») я сегодня...может в доту поиграть?
- *понтовых* («чересчур хвастливый») отсюда вон! только этого не хватало...

- *левый* («лишний») чувак сюда зашел, в бан его!
- *пластилиновая* («ненатуральный, ложный») морда, фу аж противно тт
- *диванные* («ленивый») критики тут разговорились, посмотрите тут!!!!
- у меня действительно *подгорело* тт («был разозлен»)

Отметим, что оценочный смысл может зависеть от контекста. Контекст является эффективным механизмом формирования необходимой коммуниканту оценки: отрицательное или положительное слово формируется путем заданной ему коннотации. Пользователь «вкладывает эмоцию» в семантику готового высказывания, меняя «полюс» оценки, т.е. в определенном контексте лексема с положительным значением меняется на противоположное.

Сравните:

- *бомбезное* начало дня! - *бомбезно* провалился...

В первом случае слово «бомбезный» предполагает положительную оценку, а контекст употребления лексемы «бомбезный» во втором случае подразумевает негативную оценку. Подобные примеры:

- *люксовый* выбор – слишком *люксовый* комментарий тт

- *-вааа! какбэкнутое* вернулись ккк - *какбэкнутый* на всю голову тт

- *понтовое* фото 😊 - и зачем такое *понтовое* фото выкладывать, ненормально тт

Таким образом, используя ту или иную лексему, коммуникант самостоятельно выбирает то подходящее для ситуации эмоциональное значение, которое он присвоил слову.

Взаимодействие лексики и словообразования происходит в результате словообразовательных процессов: производные слова превращаются в самостоятельные лексемы:

- *трололо в школе* - (трололо – «весельчак, балагур»)

- *по жизни один покерфейс* - (покерфейс – «лишенное эмоции, неэмоциональное лицо»)

- *кэп по жизни* - (кэп – «постоянно говорящий те факты, о которых все уже знают»)

- *Мимимишная мордашка получилась, смотрите!* (мимимишный – «умилительный»)

- *филоло в шоке* - (филоло от «филолог» в значении – «чувствительный к грамотности»)

- *полный нуб в программировании* (нуб – неумеха в каком-нибудь деле)

- *да, эти группа мои любимые нугусы! и что теперь???* (нугус – непопулярный в развлекательной среде)

- *ищу юзера срочно! идиот... самому до программы одной не дойти...* (юзер – человек, свободно владеющий техникой)

- *флудера, нам флудера! очень скучно стало, хотя бы его позовите кто-нибудь* (флудер – человек, умеющий вести беседу без определенной темы, хаотично, ни о чем)

- *я – шиппер этих двоих. А ведь раньше шипперов не признавал тт* (шиппер – человек, создающий образ пары из реальных знаменитостей, персонажей и т.д. и являющийся поклонником этого выдуманного образа)

- *милотень какая тт еще бы раз увидеть* (милотень в значении «очень милый»)

- *а всяким мимокрокодилам хочу пожелать дальнейшего «мимо»* (мимокрокодил – человек, не участвующий в беседе ранее или не разбирающийся в данной ситуации)

- *лакшери жизнь, лакшери отпуск, лакшери условия – я доволен наконец* (лакшери от англ. «luxury» - роскошь)

- *ну просто рукалицо тт* (рукалицо – жест негодования или выражение обреченности) и т.д.

Встречаются и **оказиональные неологизмы**, среди которых особо частотными являются те, что возникли в результате распространения в интернет-пространстве азиатской культуры, рассчитанной на подростковую или взрослую аудиторию:

- *Кавайный денечек=3* (кавайный – «прелестный»)

- *няшно и не отталкивает* (няшно – «мило»)

- *Гоменчик, старость...* (гомен – «прости»)

- *сасэн уже надоели. Не думал, что они есть тт* (сасэн – фанатики)

- *опять налетели своих оппочек защищать кккк* (оппочка от «оппа» - близкое обращение к молодому мужчине/брату/парню в Южной Корее)

Также в социальной сети «ВКонтакте» в настоящее время очень распространены языковые оценочные лексические формы, которые иногда заменяются стикерами или смайлами при общении. Интерфейс «ВКонтакте» при наборе определенных слов даже предлагает заменить их картинкой-аналогом, если таковая присутствует у пользователя. Однако коммуниканты часто пользуются данными лексемами при переписке, ведении личной новостной ленты, оформлении статус-сообщений. Перечислим наиболее частотные категории эмоционально-оценочной лексики пользователей:

1. Выражение радости, веселья (сущ. – *прикол, ржака, ор, угар*; глаг. – *ржать, оркать, орать, ухохатываться*; нареч. – *весело, смешно, прикольно, ржачно, улыбательно*; межд. – *гы, ахах, хехе, кекеке, хихи, ухаха, пхах, бухах*)

2. Выражение удивления, восхищения, шока (сущ. – *шок, крик, ступор, удивление*; глаг.ф. – *офигеть, с ума сойти, очешуеть*; прил. – *бесячий, сумасшедший, удивительный*; нареч. – *внезапно, удивительно*; межд. – *ничесе, вау, о май гад, ого, хоба*)

3. Выражение согласия, одобрения, дружелюбного отношения (*круто, хорошо, прикольно, здорово, замечано* – слова состояния; *ок, да, ладн,* – частицы; междометия – *ага, ура, брависсимо*)

4. Выражение гнева и обиды (сущ. – *ярость, гнев, злость, тупость*; глаг. – *бесить, раздражать, обижаться, сгореть*; прил. – *рассерженный, обиженный, надутый*; *обидно, плохо, гневно* – слова состояния)

5. Выражение горя, печали, тоски, ужаса (сущ. – *хныч, плач, печаль, боль, страх*; глаг. – *печалиться, плакать, хныкать, рыдать*; междометия – *хнык, плак, охox, эх, хех*; наречия и слова состояния – *больно, обидно, нехорошо, кошмарно, страшно, печально*)

6. Выражение симпатии и любви (сущ. – *любовь, амур, лямур, милота*; глаг. – *обожать, миловать, целоваться, любить*; междометия – *чмоки, чмок, муа*)

Итак, оценочная лексика активно применяется пользователями «ВКонтакте» для выражения собственных эмоций и чувств, реализации особого отношения к собеседнику. Коммуниканты выражают свою точку зрения и открыто формулируют побуждения, направленные на оппонентов. Восприятие и правильная интерпретация оценочной коннотации лексемы невозможны без учета контекста, включающего в себя такие компоненты, как личностные и коммуникативные цели говорящего, особенности адресата и адресанта речи, общей специфики конкретной коммуникативной ситуации.

ВЫВОДЫ ПО II ГЛАВЕ

Вторая глава посвящена комплексному исследованию языковой игры и оценочной лексики в текстах социальной сети «ВКонтакте», в процессе которого были сделаны следующие выводы.

Языковая игра реализует антропоцентричность языка, поскольку представляет собой креативный процесс, протекающий через нестандартное использование коммуникантами языкового инструментария с целью выявить перлокутивный эффект и воздействовать на адресатов в созданной ими коммуникативной среде. Языковая игра служит, с одной стороны, как средство самовыражения адресанта, осуществления его скрытых интенций, но с другой стороны, она не может реализоваться без понимания её адресатом.

Наше внимание было сфокусировано на приёмах и способах создания языковой игры на некоторых языковых уровнях. В ходе исследования было выявлено, что на уровне фонетики активно употребление фонетической компрессии, многократного повторения букв на письме и частое использование эрративов. Отражение на письме разговорной фонетики представляет собой яркий пример языковой игры.

На лексико-семантическом и морфологическом уровне мы выделяем употребление лексем, направленных на идентификацию интереса пользователя в мире социальной сети. Это использование аббревиатур и сокращений, обозначающих закодированное креативное послание для коммуникантов или ради собственного интереса автора высказывания.

Особое место в реализации языковой игры занимают звукоподражания, отличающиеся особой экспрессивной окраской в текстах комментариев, статусов, сообщений. Словообразовательный уровень представлен такими способами, как словосложение, аффиксация и универбация с суффиксом –к.

Графические средства реализации языковой игры выполняют особую роль компенсации смыслоразличительных средств, таких как мимика, жесты или интонация. Они создают эмоциональный накал и атмосферу свободного

общения. Мы выделили такие средства выражения языковой игры на графическом уровне, как использование капса, поликодовость текста, графическая трансформация, активное использование символов, текст, набранный латиницей и выделение смыслового ударения.

Анализ средств выразительности в текстах различного содержания пользователей социальной сети «ВКонтакте» позволил обнаружить тенденцию использования таких тропов, как эпитет, метафора, олицетворение, гиперболоа, аллегория, перефраз, и стилистических фигур – инверсии, антитезы, градации, парцелляции, риторических вопросов и восклицаний. Пользователь использует данные приемы создания языковой игры с целью отражения своего внутреннего состояния и эмоционального настроения. Это наглядно подтверждает наше предположение и о том, что языковая личность способна создавать новый креативный языковой материал на просторах виртуального пространства.

Также среди средств выражения антропоцентричности языка в интернет-коммуникации мы особо выделяем категорию оценки, определяемую в социальной сети как общепринятый в человеческом коллективе эталон представлений о положительном и отрицательном. В процессе работы было установлено, что оценочная лексика имеет субъективный характер и служит реализацией отношения коммуниканта к определенной ситуации или объекту его внимания. Проведенный анализ показал, что в материалах исследования наблюдается активное использование пользователями оценочной лексики с положительной и отрицательной коннотацией. Мы также установили, что важное значение имеет контекст, так как применив одну и ту же лексему пользователь, тем не менее может присвоить ей разное значение в зависимости от необходимой ему ситуации. В социальной сети «ВКонтакте» оценка может проявляться через словообразовательные процессы, а также заметно активное употребление окказиональных неологизмов. Также было установлено, что

эмоционально-оценочная лексика подразделяется на особые категории, которые определяют отношение пользователя к объекту реального мира.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Формирование антропоцентрической парадигмы привело к активному изучению человека в языке и языка в человеке, их объединению в единое целое. Интерес к говорящей личности и субъективному началу, возникший к лингвистике, произошёл благодаря усилиям многих поколений отечественных и зарубежных философов, лингвистов и ученых других гуманитарных направлений.

В настоящей работе представлена комплексная характеристика общения в социальных сетях и изучена антропоцентричность языка в сфере интернет-коммуникации через призму анализа употребления пользователями социальной сети в «ВКонтакте» приёмов и способов создания языковой игры и оценочной лексики.

В результате проведенного исследования мы пришли к следующим основным выводам.

1. Антропоцентрическая парадигма переключает внимание исследователей с объектов познания на субъект, т.е. на анализ человека в языке и языка в человеке. На первостепенный план выступает изучение знаний о мире, зафиксированных в языке, и языковой компетенции носителя языка. В нашей диссертационной работе под антропоцентричностью языка мы будем понимать универсальное свойство языка, главной пресуппозицией которого является «я» адресанта и наличие другого потенциального адресата.

Антропоцентричность языка может в разной степени проявляться в контексте той или иной культуре речевого общения и специфически отражаться в языковых категориях, поэтому мы определяем тенденцию воплощения антропоцентричности языка в интернет-коммуникации через определенные лингвистические средства, которые можно обозначить как маркеры антропоцентричности языка. Так, например, репрезентация антропоцентричности языка в социальной сети может быть сосредоточена в системе разнообразных способов и приемов создания языковой игры и оценочной лексики.

2. Мы выяснили, что интернет-коммуникация является не просто способом передачи информации друг другу, но может осуществляться и без определенного адресата и ориентироваться на большее количество участников общения.

Отметив основные особенности интернет-коммуникации, такие как цитирование, анонимность, появление специальных символов и графем, письменную форму речи, мы подтвердили существование виртуальной языковой личности, которая в виртуальном пространстве направлена на самопрезентацию, способна к творческой форме коммуникации и взаимодействию с другими пользователи социальной сети.

Социальная сеть определяется прежде всего направленностью на общение со знакомыми людьми, обменом не только текстовой информацией, но и аудио- видео материалами, создание синхронной и асинхронной переписки и регулярное обновление пользователями личных страниц. Социальные сети трансформируют формальные характеристики интернет-коммуникации, предлагают иную, видоизмененную форму виртуального общения посредством особых языковых особенностей, другое взаимодействие пользователей в своей структуре, тактику речевого поведения языковой личности и соотношения устной и письменной речи.

3. Интернет-коммуникация отличается спецификой языковых средств на разных языковых уровнях.

На уровне фонетики репрезентируются особенности разговорной лексики; на словообразовательном уровне – продуктивность префиксации, суффиксации, усечения основы и т.д. На лексико-семантическом и морфологическом уровнях отмечаются использование жаргонизмов, смешение лексики разговорного и книжного пластов, активизация заимствований и т.д.

На уровне графики актуальны графические смайлы, символы и знаки препинания. Смайлы в социальной сети «ВКонтакте» играют особую роль средств невербального выражения, представлены нами в виде тематической

классификации и выделили ряд признаков, связанных особенностями функционирования этих средств.

4. Антропоцентричность языка может быть сосредоточена в системе разнообразных способов и приемов создания языковой игры. В процессе работы было установлено, что одним из свойств языковой игры является ее коммуникативная направленность и антропоцентричность. Эффективное использование игровых средств показывает желание автора продемонстрировать нестандартным образом свои лингвокреативные способности, целевые установки, интенции, личностные ориентации, а также установить опосредованный контакт с равноценным читателем, «захватить» его внимание и воздействовать на его интеллектуальную и эмоциональную сферу. Наше внимание было сфокусировано на приемах и способах осуществления языковой игры в социальной сети «ВКонтакте» на нескольких языковых уровнях. В ходе исследования было выявлено, что на фонетическом уровне активно употребление фонетической компрессии, многократного повторения букв на письме и частое использование эрративов и звукоподражаний.

На лексико-семантическом и морфологическом уровне мы выделяем лексемы, направленные на идентификацию интереса пользователя в мире социальной сети. Это использование аббревиатур и сокращений, звукоподражаний. Словообразовательный уровень представлен такими способами, как словосложение, аффиксация и универбация с суффиксом –к.

Графические средства реализации языковой игры выполняют особую роль компенсации смыслоразличительных средств, таких как мимика, жесты или интонация. Мы выделили такие средства выражения языковой игры на графическом уровне, как использование капса, поликодовость текста, графическая трансформация, активное использование символов, текст, набранный латиницей и выделение смыслового ударения.

Анализ средств выразительности в текстах различного содержания пользователей социальной сети «ВКонтакте» позволил обнаружить

тенденцию использования коммуникантами таких тропов, как эпитет, метафора, олицетворение, гипербола, аллегория, перефраз, и стилистических фигур – инверсии, антитезы, градации, парцелляции, риторических вопросов и восклицаний.

5. Оценочная лексика в социальной сети «ВКонтакте» обычно встречается в текстах, посвящённых личной информации пользователя, в комментариях к фотографиям или видеоматериалам, в беседах коммуникантов. Она выражает отношение говорящего к объекту действительности в зависимости от того, насколько удовлетворены его потребности, желания, интересы или цели и содержит в своем лексическом значении отрицательную или положительную оценку предмета речи. Проведенный анализ показал, что в материалах исследования наблюдается активное использование оценочной лексики с положительной и отрицательной коннотацией, активное употребление пользователями окказиональных неологизмов и подразделение оценочной лексики на особые категории, определяющие отношение коммуниканта к объектам, интересующим его.

Таким образом, реализация языковой игры и оценочной лексики как средств выражения антропоцентричности языка в социальной сети «ВКонтакте» формирует культурно-прагматический потенциал текстов социальной сети в целом в совокупности с комментариями других пользователей к нему; отражает социокультурные стремления языковой личности пользователя. Сеем выразить, что данная проблема является перспективным объектом лингвистического изучения, поскольку отражает развитие новых языковых процессов.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Александрова, О.В. Соотношение устной и письменной речи и язык СМИ/О.В. Александрова//Язык средств массовой информации/под ред. М.Н. Володиной. – М.: Академический проект; Альма-Матер, 2008. – С. 5, 330-345.
2. Алтухова, Н.Б. Виртуальное общение: новый этап развития письменной коммуникации/Н.Б. Алтухова// Вестник КемГУ, 2012. - № 1. - С. 105-111.
3. Ананьев, Б.Г. К теории внутренней речи в психологии/Б.Г. Ананьев. – М.: Изд-во АПН РСФСР, 1960. – С. 37-39.
4. Апресян, Ю.Д. Типы коммуникативной информации для толкового словаря/Ю.Д. Апресян//Язык: система и функционировании: сб. науч. трудов. – М.: Наука, 1998. – С. 10-22.
5. Арутюнова, Н.Д. Типы языковых значений: Оценка. Событие. Факт/Н.Д. Арутюнова. – М.: Наука, 1988. – С. 55-56.
6. Арутюнова, Н.Д. Язык и мир человека: 2-е изд., испр./Н.Д. Арутюнова. – М.: «Языки русской культуры», 1999. - I -XV. – С. 3-10.
7. Асмус, Н.Г. Лингвистические особенности виртуального коммуникативного пространства: Диссертация на соискание ученой степени к. ф. н./ Н.Г. Асмус. – Челябинск, 2005. – С. 44-47,105
8. Бабаева, Ю.Д. Интернет: воздействие на личность/Ю.Д. Бабаева, А.Е. Войскунский, О.В. Смыслова// Гуманитарные исследования в Интернете. – М.: 2000. – С. 68-70.
9. Бабенко, Л.Г., Казарин, Ю.В. Лингвистический анализ художественного текста. Теория и практика: учебник; практикум/ Л.Г.Бабенко, Ю.В. Казарин. - М.: Флинта: Наука, 2003. – С. 13-14, 44.
10. Балли, Ш. Французская стилистика/Ш. Балли; 2-е изд., стереотип. – М.: Эдиториал, 2001. – С. 67.
11. Бальжирова, Т.Ж. Интернет как средство социальной коммуникации в условиях формирующегося в России информационного общества:

- дис. канд. социол. наук: 22.00.04/Т.Ж. Бальжирова. – Улан-Удэ, 2003. – С. 37-40.
12. Бахтин, М.М. Антропологистика: Избранные труды. (Серия «Психоллингвистика»)/ Бахтин М.М. – М.: Лабиринт, 2010. – С. 43-44, 251.
 13. Бахтиозина, М.Г. Формирование и декодирование образа автора в процессе коммуникации «автор-читатель»/М.Г. Бахтиозина//Вестн. Моск. ун-та. Сер. Лингвистика и межкультурная коммуникация, 2011. - № 4. - С. 57-65.
 14. Бенвенист, Э. Общая лингвистика: пер. с фр./Э. Бенвенист// под общ. ред., вступ. ст. и коммент. Ю.С. Степанова, изд. 4-е. – М.: Прогресс, 2010. – С. 48.
 15. Бергельсон, М.Б. Языковые аспекты виртуальной коммуникации/М.Б. Бергельсон//Вестник МГУ. Серия 9. Филология, 2002. - №6. – С. 55-67
 16. Бледнова, О.Г. Особенности языка интернет-коммуникации/О.Г. Бледнова// Вестник ЛНУ имени Шевченко, 2011. - №9. – С. 98-103.
 17. Бодуэн де Куртенэ, И.А. Избранные труды по общему языкознанию. Том II/И.А. Бодуэн де Куртенэ. – М.: Изд-во Академии наук СССР, 1963. – С. 37
 18. Болдарева, Е.Ф. Языковая игра как форма выражения эмоций. Автореф. дисс. канд. филол. наук/Е.Ф. Болдырева. – Волгоград, 2002. – С. 2-7
 19. Бороздина, Ю.Е. Человек и текст (Антропоцентризм и текстоцентризм как отличительные парадигмальные черты современного языкознания)/ Ю.Е.Бороздина//Антропоцентризм современной лингвистической ситуации/Отв. ред. Е.А.Попова. - Липецк: ЛГПУ, 2002. – С. 110-118.
 20. Бугорская, Н.В. Антропоцентризм как категория современного языкознания/Н.В.Бугорская//Вопросы психоллингвистики. - № 2. – Институт языкознания РАН, 2004. – С. 18-25.

21. Валгина, Н.С. Теория текста: учебное пособие Н.С. Валгина. – М.: Логос, 2003. – С. 4-5
22. Виноградов, В.В. О теории художественной речи/В.В. Виноградов. - М.: Высшая школа, 1971. – С. 78.
23. Витгенштейн, Л.Й. Философские исследования/ Витгенштейн Л.Й.// Витгенштейн Л.Й.: Избр. Философские работы. М.: Гнозис, 1994, Ч. 1. – С. 79.
24. Войскунский, А.Е. Принцип комплексности в гуманитарном исследовании интернет-активности [Электронный ресурс]/ А.Е. Войскунский. – Режим доступа: http://www.ict.edu.ru/vconf/index.php?a=vconf&c=getForm&r=thesisDesc&d=light&id_sec=180&id_thesis=6959.
25. Вольф, Е.М. Функциональная семантика оценки / Е.М. Вольф. - М.: Наука, 1985. – С. 35-38.
26. Воркачев, С.Г. Лингвокультурология, языковая личность, концепт: становление антропоцентрической парадигмы в языкознании/С.Г. Воркачев //Филологические науки. – 2001. – № 1. – С. 64–72.
27. Выготский, Л.С. Мышление и речь/Л.С. Выготский//Собр. соч.: в 6 т. Т.2. – М.: Педагогика, 1999. – С. 24-26.
28. Галичкина, Е.Н. Специфика компьютерного дискурса на английском и русском языках (на материале жанра компьютерных конференций): автореферат диссертации на соискание ученой степени к.ф.н./Е.Н. Галичкина. – Волгоград, 2001. – С. 7-8.
29. Гермашева, Т.М. Виртуальная языковая личность в пространстве блог-дискурса/Т.М. Гермашева//Вестник АГУ, 2014. - №2. – С. 39-42
30. Горошко, Е.И. Интернет-коммуникация: проблема жанра/Е.И. Горошко//Жанры и типы текста в научном и медийном дискурсе. Межвуз.сб.научн. тр., 2006. - №4. – С. 165-175.
31. Горошко, Е.И. Современная Интернет-коммуникация: структура и основные параметры/ Е.И. Горошко//Интернет-коммуникация как новая речевая формация: коллективная монография; под науч. ред.

- Т.Н. Колокольцевой, О.В. Лутовиновой. – М.: Флинта: Наука, 2012. – С. 234.
32. Гридина, Т.А. Языковая игра в художественном тексте: монография/Т.А. Гридина. – 2-е изд., испр. и доп.; ФГБОУ ВПО «Урал. гос. пед. ун-т». Екатеринбург, 2012. – С. 39-40.
33. Гумбольдт, В. фон. Избранные труды по языкознанию: Пер. с нем./В. фон. Гумбольдт// под. общ. ред. Г. В. Рамишвили; послесл. А.В. Гулыги и В.А. Звегинцева. – М.: ОАО ИГ «Прогресс», 2000. – С. 51, 378.
34. Дедова, О.В. Графическая неоднородность как категория гипертекста/ О.В. Дедова // Вестник МГУ. Филология, 2002. - № 6. – С. 91-103.
35. Есперсен, О. Философия грамматики/ О. Есперсен. – М.: Инлитиздат, 1985. – С. 15.
36. Еренков, А.С. Социолингвистический аспект функционирования английского языка в русской молодежной среде (на примере г. Ельца Липецкой области): Автореферат диссертации на соискание ученой степени к.ф.н./ А.С. Еренков. - Воронеж, 1998. – С.15
37. Земская, Е.А., Китайгородская, М.В., Ширяев, Е.И. Русская разговорная речь. Общий вопрос. Словообразование. Синтаксис/Е.А. Земская, М.В. Китайгородская, Е.И. Ширяев. – М.: Наука, 1981. – С. 120-123.
38. Земская, Е.А., Китайгородская, М.В., Розанова, Н.Н. Языковая игра // Русская разговорная речь. Фонетика. Морфология. Лексика. Жест/ Отв. Ред. Е.А. Земская. М., 1983. С. 172-214.
39. Иванов, Л.Ю. Язык в электронных средствах коммуникации/Л.Ю. Иванов//Культура русской речи. – М.: Флинта: Наука, 2003. – С. 52-56.
40. Иванов, Л.Ю. Язык Интернета: заметка лингвиста/Л.Ю. Иванов//Словарь и культура русской речи, М.: 2000. – С.5-10.

41. Илтубаева, А.Г. Языковая игра как средство выражения антропоцентричности языка деловой прессы (на материале английского языка): дис. канд. фил. наук/А.Г. Илтубаева. – М., 2016. – С. 55-59, 156-137
42. Карасик, В.И. Язык социального статуса/В.И. Карасик. – М.:Инст-т язык-я АН СССР, 1992. – С. 46.
43. Караулов, Ю.Н. Русский язык и языковая личность/Ю.Н. Караулов. – М.: Наука, 1987. – С. 7, 245.
44. Карпова, Т.Б. Самовыражение личности в интернете: лингвистический аспект/Т.Б. Карпова//III Международный конгресс исследователей русского языка «Русский язык: исторические судьбы и современность». Сб. тезисов. М.: 2007. – С.384-386.
45. Китайгородская, М.В., Розанова, Н.Н. Русский речевой портрет. Фонохрестоматия. – М.: Прогресс, 1995. – С. 4-18.
46. Колшанский, Г.В. Соотношение субъективных и объективных факторов в языке/ Г.В. Колшанский. – М.: Наука, 1975. – С. 59-63.
47. Компанцева, Л.Ф. Интернет-лингвистика: когнитивно-прагматический и лингвокультурологический подходы/Л.Ф. Компанцева. – Луганск: Знание, 2008 – С. 78-80.
48. Кронгауз, М.А. Стенограмма публичной лекции «Язык и коммуникация: новые тенденции» [Электронный ресурс] / М.А. Кронгауз.- Режим доступа: <http://gtmarket.ru/laboratory/publicdoc/2009/1980>
49. Кузнецова, Н.В. Структура и стилистика языковых средств в текстах интернет-форумах: автореферат диссертации на соискание ученой степени к.ф.н./ Н.В. Кузнецова. – Тюмень, 2008. – С. 23-24.
50. Кун, Т. Структура научных революций: пер. с англ./Т. Кун//под. ред. Ю.В. Кузнецова. – М.: ООО «Изд-во АСТ», 2001. – С. 17.
51. Лаптева, О.А. Устно-разговорная речь как явление литературного языка/ О.А. Лаптева//Русский язык за рубежом, 1976. - № 2. - С. 66-70.

52. Лебедева, Н.Б. Естественная письменная речь как объект лингвистического исследования [Электронный ресурс]/Н.Б. Лебедева. – Режим доступа: <http://www.altspu.ru/Journal/vestbspu/2001/gumanit/PDF/lebedeva.pdf>
53. Леонтович, О.А. Русские и американцы: парадоксы межкультурного общения/О.А. Леонтович. – Волгоград: Перемена, 2002. – С. 122.
54. Лурия, А.Р. Язык и сознание/А.Р. Лурия; изд-е 2-е. – Ростов на/Д: наука, 2003. – С. 270.
55. Лутовинова, О.В. Лингвокультурологические характеристики виртуального дискурса/ О.В. Лутовинова. – Издательство ВГПУ «Перемена», 2009. – С. 69-75.
56. Лысенко, С.А. Взаимодействие устной и письменной формы существования языка в интернет-коммуникации: автореферат диссертации на соискание учёной степени к.ф.н [Электронный ресурс] /С.А. Лысенко. - Воронеж, 2010. - Режим доступа: <http://www.twirpx.com/file/1206820/>
57. Маслова, В.А. Лингвокультурология: учеб. пособие для студ. высш. учеб. завед/В.А. Маслова. – М.: Издательский центр «Академия», 2001. – С. 47-48.
58. Мардиева, Л.А. Лексико-стилистические средства ценностной характеристики мира/Л.А. Мардиева.//II Международные Бодуэновские чтения: Казанская лингвистическая школа: традиции и современность (Казань, 11-13 декабря 2003 г.): Труды и материалы: В 2 т.- Казань: Изд-во Казан. ун-та, 2003.- Т. 1. - С. 157-159.
59. Матусевич, А.А. Контент пабликов «ВКонтакте» как отражение картины мира пользователей социальной сети/А.А. Матусевич// Проблемы языковой картины мира в синхронии и диахронии: Сборник статей по материалам Всероссийской научной конференции молодых ученых. Вып. 12. – Н. Новгород: Мининский университет, 2014. – С. 187-192.

60. Марченко, Н.Г. Социальная сеть «ВКонтакте»: лингвопрагматический аспект: Автореферат диссертации на соискание учёной степени к.ф.н [Электронный ресурс]/ Н.Г. Марченко. – Ростов-на-Дону, 2013. – Режим доступа: <http://www.dissercat.com/content/sotsialnaya-set-v-kontakte-lingvopragmaticheskii-aspect>
61. Нестерова, Ю.О. Языковая игра в современной русской разговорной речи: дис. кфн / Ю.О.Нестерова. – Владивосток, 2001. – С. 79.
62. Постовалова, В.И. Картина мира в жизнедеятельности человека/В.И. Постовалова// Роль человеческого фактора в языке. Язык и картина мира. – М.: ИРЯ РАН, 1988. – С. 874.
63. Потебня, А.А. Мысль и язык/А.А. Потебня. – М.: Правда, 1982. – С. 461
64. Путилова, Е.А. Интернет как фактор формирования информационного общества: дис. канд. социол.н./ Е.А. Путилова. – Тюмень, 2004. – С. 38.
65. Розина, И.Н. Педагогическая компьютерно-опосредованная коммуникация: теория и практика/И.Н. Розина. – М.: Логос, 2005. – С. 34-40.
66. Рязанцева, Т.И. Гипертекст и электронная коммуникация/Т.И. Рязанцева – М.: Издательство ЛИКИ, 2010. – С. 58-61.
67. Санников, В.З. Русская языковая шутка: От Пушкина до наших дней/ В.З. Санников. - М., 2003. – С. 247.
68. Сиротинина, О.Б. Современная разговорная речь и ее особенности/ О.Б. Сиротинина. – М.: Просвещение, 1974. – С. 56-58.
69. Скородумова, О.Б. Социокультурные функции Интернета и особенности их реализации в современной России: дис. доктора социол. наук: 24.00.01/ О.Б. Скородумова. – М., 2004. – С. 102-104.
70. Словарь Интернет-терминов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.proacton.ru/about-internet/terms-glossary>
71. Соколов, А.В. Общая теория социальной коммуникации: уч. пособие/ А.В. Соколов. – СПб.: Михайлов, 2002. – С. 208-209.

72. Соссюр, Ф. де. Труды по языкознанию/Ф.де. Соссюр. – М.: Прогресс, 1977. – С. 270
73. Степанов, Ю.С. Эмиль Бенвенист и лингвистика на пути преобразования/Ю.С. Степанов//Бенвенист Э. Общая лингвистика. – М.: УРСС, 2002. – С. 5-16.
74. Стернин, И.А. Когнитивная лингвистика/И.А. Стернин. – М.: АСТ: Восток-Запад, 2004. – С.4-8.
75. Сусов, И.П. Языковое общение и лингвистика/И.П. Сусов// Прагматические и семантические аспекты синтаксиса. Калинин, 1985. С. 3-12.
76. Трофимова, Г.Н. Языковой вкус интернет-эпохи в России: Функционирование русского языка в Интернете: концептуально-сущностные доминанты / Г.Н.Трофимова. - М.: Изд-во РУДН, 2004. – С. 168-172.
77. Философский энциклопедический словарь// под ред. А.А. Ивина. – М.: Гардарики, 2004. – С. 25.
78. Хомутова, Т.Н. Научные парадигмы в лингвистике/Т.Н. Хомутова// Вестник Челябинского государственного университета. – 2009. – № 35 (173). – Филология. Искусствоведение. – Вып. 37. – С. 142–151.
79. Шатрова, Т.И. Языковая игра в текстах комической направленности: процессы кодирования и декодирования: дис. к.ф.н. - Тула, 2006. – С. 50, 94.
80. Шаховский, В.И. Языковая личность в эмоциональной коммуникативной ситуации/ В.И. Шаховский// Филологические науки, 1998. - № 2. - С. 59–65.
81. Щипицина Л.Ю. Компьютерно-опосредованная коммуникация: лингвистический аспект анализ/ Л.Ю. Щипицина. – М.: КРАСАНД, 2010 – С. 101-110.
82. Янчук, В.А. Введение в современную социальную психологию/ В.А. Янчук. – Минск: АСАР, 2005. – С. 45.