



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ГИДРОМЕТЕОРОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Кафедра зарубежной филологии и прикладных коммуникаций
ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

На тему «Стилистические особенности речевых жанров в англоязычной интернет-коммуникации»

Исполнитель _____ Шапиева Амина Арсеновна _____
(фамилия, имя, отчество)

Руководитель _____ к.ф.н, доцент _____
(ученая степень, ученое звание)

_____ Ильинская Яна Анатольевна _____

«К защите допускаю»

И.о. заведующего кафедрой _____  _____

_____ к.ф.н., доцент _____
(ученая степень, ученое звание)

_____ Родичева Анна Анатольевна _____

«16» июня_ 2023г.

Санкт–Петербург

2023

Оглавление

Оглавление	2
Введение	3
Глава 1. Исследование речевых жанров в английском языке	6
1.1. Понятие речевых жанров и их типология	6
1.2. Фатические речевые жанры (small talk и gossip)	14
1.2.1. Жанр “Small talk”	16
1.2.2. Жанр “Gossip”	17
1.3. Интернет-пространство и его разновидности	22
Выводы к Главе 1.	28
Глава 2. Функционально-стилистические аспекты использования речевых жанров	31
2.1. Стилистические особенности использования речевых жанров в мессенджерах	31
2.2. Стилистические особенности использования речевых жанров в социальных сетях	36
Выводы к Главе 2.	41
Заключение	43
Список использованной литературы.....	45
Приложение 1	49
Приложение 2	50
Приложение 3	51
Приложение 4	52
Приложение 5	53
Приложение 6	54
Приложение 7	55
Приложение 8	56
Приложение 9	57
	2

Введение

Одной из самых актуальных на сегодняшний день проблем, с которой сталкиваются лингвисты, является проблема изучения разговорной речи. Как область языкознания лингвистика устной речи получила пристальное внимание ученых лишь в 60-70-х гг. XX в., поскольку ранее устная речь не считалась самостоятельным лингвистическим объектом, а лишь противопоставлялась письменной речи как ненормированная форма языка. Интернет внес значительные изменения во все сферы коммуникации.

С появлением интернета произошел период глобализации, это повлияло на интенсивное развитие языка и языковых норм. Все сферы деятельности также продолжили усиленно развиваться и отзываться на прогресс. Это послужило толчком к появлению различных речевых жанров, имеющих свою индивидуальную специфику. Английский язык является глобальным языком, ключевым в мире прогресса.

Актуальность выбранной темы заключается в том, что в связи с появлением интернет-коммуникаций и Интернета в целом появляются также различные речевые жанры. Интернет значительно расширил границы коммуникации, позволив людям общаться и взаимодействовать без пространственных ограничений. Люди могут общаться с другими по всему миру в режиме реального времени через различные средства коммуникации, такие как электронная почта, мгновенные сообщения, видеозвонки, социальные сети и прочее. Это дает людям больше возможностей выбрать наиболее удобное и эффективное средство общения.

Объектом исследования являются речевые жанры английского языка.

Предметом исследования являются стилистические особенности речевых жанров английского языка.

Целью является анализ и систематизация характерных особенностей разных речевых жанров в англоязычной Интернет-коммуникации.

Для достижения указанной цели мной ставятся следующие **задачи**:

- определить интернет-коммуникацию;
- изложить основные параметры классификации речевых жанров английского языка;
- проанализировать особенности разговорной английской речи на основе сети интернет.

Материалом исследования являются различные мессенджеры - WhatsApp, Telegram, и социальные сети - Facebook, Instagram.

Метод исследования: классификация, анализ словарных определений, метод наблюдения, метод сплошной выборки.

Методологической базой данного исследования послужили научные труды, посвященные вопросу речевых жанров в англоязычной коммуникации, таких ученых, как: Фенина В. В., Бахтин М. М., Шмелева Т. В. и других.

Практическая значимость исследования заключается в том, что результаты и выводы, полученные в процессе работы, имеют практическую ценность и могут быть использованы в повседневном общении в обществе, при активном использовании интернета и при изучении дисциплины "Лингвистика".

Апробация работы. Результаты исследования были представлены в виде сообщения на тему «Стилистические особенности речевых жанров в англоязычной интернет-коммуникации» на 12-й Всероссийской студенческой научно-практической конференции (с международным участием) «МУЛЬТИКУЛЬТУРНЫЙ МИР: ПРОБЛЕМЫ ПРИКЛАДНЫХ НАУК И КОММУНИКАЦИЙ», прошедшей 22 мая 2023 года. По результатам конференции был создан научный сборник, в который вошла статья по данной работе. Другая статья по результатам исследования, «Стилистические особенности речевых жанров в англоязычной интернет-коммуникации», была опубликована в научном журнале РИНЦ «Обществознание и социальная психология».

Структура работы. Содержание исследования изложено на 59 страницах текста и включает введение, две главы, сопровождающиеся выводами, заключение, библиографический список, приложения. Список использованной литературы состоит из 39 наименований, из них 13 на иностранном языке.

Глава 1. Исследование речевых жанров в английском языке

1.1. Понятие речевых жанров и их типология

“Язык - система символов, знаков и правил, образующаяся в процессе общения и используемая для передачи и приобретения информации между людьми” [38, 396].

В лингвистическом плане, язык изучается как объект научного исследования, а его структура, функции, эволюция и взаимодействие с другими языками и языковыми явлениями являются предметом лингвистики.

Античные риторики с самого начала понимали, что знания общей риторики, ее постулатов, риторических канонов и так далее, недостаточно для создания полноценного речевого произведения. Например, Аристотель выделял типы речи в зависимости от основной коммуникативной задачи - такие как совещательные, судебные, эпидейктические. Даже в те далекие времена коммуникативная задача воспринималась как основа для выделения различных типов ораторской речи.

“Речь - форма общения, включающая использование звуковых единиц (фонем) и грамматических единиц (морфем), в процессе которой осуществляется передача информации и общение между людьми” [38, 244]. В этом определении речь рассматривается как форма общения, выражения мыслей и чувств при помощи звуковых и грамматических единиц. Речь представляет собой средство коммуникации, которое позволяет передавать информацию и взаимодействовать между людьми.

Возникла необходимость в том, чтобы разобраться, как применяются правила общей риторики при создании самых разнообразных высказываний. Наряду с общей риторикой, как ее продолжение, стала развиваться частная риторика, где основное внимание уделялось родам, видам, жанрам. Эта линия развития риторики находит свое дальнейшее воплощение и в наше время.

Задача лингвистов - определить многообразные виды текста и описать их, выделить "жанрообразующие функции". Это непростая задача, потому что речь отражает изменения в окружающем нас мире. На наших глазах происходит взаимопроникновение жанров, их синтез (информационное сообщение с элементами репортажа, очерк с фрагментами интервью).

Известно, что первым разграничил жанры художественной литературы и употребляемые в жизни жанры советский ученый М.М. Бахтин. Именно он обратил внимание на то, что "даже в самом свободном и ничем не стесненном разговоре мы строим свою речь в соответствии с определенными жанровыми формами... обычная военная команда, и развернутый детально приказ, и довольно пестрый репертуар деловых документов ... и разнообразный мир публицистических речей ... сюда же следует отнести и различные формы научных выступлений ...". " [16, 238].

М. М. Бахтин также определяет речевые жанры как "относительно устойчивые, тематические, композиционные и стилистические типы высказываний" [16, 239].

“Речевой жанр - относительно устойчивый тематический, композиционный и стилистический тип высказываний (текстов). Будучи культурными формами, речевые жанры характеризуются следующими основными свойствами: они объективны по отношению к индивиду и нормативны; историчны, вырабатываются людьми в определенную эпоху в соответствии с конкретными условиями социальной жизни; характеризуются особым оценочным отношением к действительности; выполняют функцию интеграции индивидов в социум; многообразны и разнородны, дифференцированы по сферам человеческой деятельности и общения; являются опорой для творчества” [26, 352].

Другими словами, речевой жанр - это разновидность устных и письменных текстов, которые существуют в различных сферах общения,

воспроизводятся говорящими и пишущими и распознаются по их языковым (вербальными и невербальными) средствами.

Принято считать, что создаваемые речевые жанры напрямую связаны с теми конкретными событиями и ситуациями, которые возникают в жизни человека. Например, в незнакомой компании мы реализуем жанр "Знакомство"; а для обучения использования нового прибора - "Инструкция".

Конечно, знакомство будет отличаться в случаях, когда мы представляемся будущим коллегам или, например, обществу нашего друга. Точно так же инструкция будет звучать по-разному для взрослого и ребенка, подготовленного слушателя и неподготовленного.

Из приведенных примеров очевидно, что выбор и конкретная реализация подходящего для данной ситуации речевого жанра обусловлена не только коммуникативной задачей, целью, но и "образом автора", "образом адресанта" (в терминологии Т. В. Шмелевой).

Эту же мысль (о необходимости учитывать адресанта) подчеркивал великий оратор античности Марк Туллий Цицерон: "... Не со всеми следует говорить одинаково... красноречив будет тот, кто сумеет применить в своей речи все, что окажется уместным" [5, 380]. Это высказывание Цицерона можно проиллюстрировать при помощи следующего примера. Иногда мы слышим замечания: "Я не из числа тех, кому ты можешь приказывать (запрещать, повелеть, посоветовать и т.д.)". Такие реплики свидетельствуют о том, что коммуникация не удалась, так как при выборе речевого жанра, недостаточно учитывались цель, адресат и адресант.

Для успешного осуществления коммуникации важно также учитывать такие составляющие речевой ситуации, как: где происходит общение, когда, включая длительность общения, и как оно происходит.

Например, повелительная интонация присуща жанрам приказа, требования, а жанр просьбы отличается просительной интонацией. Приведенный пример иллюстрирует значение такого компонента, как языковые

средства (в данном случае невербальные), выступающие в качестве жанроопределяющего признака.

Время общения также влияет на создаваемый автором жанр. Например, когда на научной конференции докладчику дается всего пять минут, то, скорее всего, мы услышим жанр информационного сообщения. А если на выступление отведено пятнадцать или двадцать минут, то, скорее всего, жанр доклада.

Если же участники конференции обмениваются информацией в сторонке, то это общение будет протекать в жанре научной беседы, в форме диалога. Таким образом, учет всех компонентов речевой ситуации помогает выбрать и реализовать оптимальный речевой жанр, который делает общение целесообразным и успешным.

Теория речевых жанров (жанроведение, генристика, лингвистическая генология) – это лингвистическая дисциплина, одно из течений коммуникативной лингвистики, изучающая всевозможные формы и проявления речевой деятельности человека в качестве системы жанров речи, для которых характерны собственные стандарты и принципы возникновения.

Статус обособленного лингвистического направления теория речевых жанров получила только в 80-х годах XX столетия. Идеи М. М. Бахтина положили начало новому течению лингвистических учений, особенно точно ученый сформулировал их в своей статье “Проблема речевых жанров” 1954 года.

Ученый лингвист В. В. Дементьев в своей работе “Теория речевых жанров” представил наиболее подробный обзор типологии речевых жанров, определяя четыре основных подхода к разграничению жанров речи. В них он включает: теорию М. М. Бахтина; исследования последователей М. М. Бахтина; работы, главным объектом изучения которых являются отдельные типы жанров; а также теории, берущие за основу классификации типов дискурса.

Согласно теории М. М. Бахтина, речевые жанры можно разделить на:

- первичные (простые);

- вторичные (сложные);
- стандартизированные (например, приветствие или прощание, где адресант использует устоявшиеся выражения);
- свободные.

Чтобы разграничить первичные и вторичные жанры речи, нужно рассмотреть признаки их производности. Первичные создаются в условиях естественного повседневного общения и имеют выражение в основном в устной форме, или, в условиях сети “Интернет”, в видео- и аудио- звонках. Вторичные же проявляются преимущественно в письменной форме и образуются в процессе более сложного, интеллектуального и упорядоченного общения, например, во время делового чата или онлайн-дискуссии.

В настоящее время характерно накопление большого объема фактологического материала по вопросам выделения и описания речевых жанров, их инвентаризации. При этом для характеристики речевых жанров используются различные подходы: в одних работах значительное внимание уделяется изучению речевой ситуации, в том числе и цели произносимой речи, в других - особенностям структуры высказываний и их речевому оформлению. Таким образом подготавливается основа для создания типологии речевых жанров по различным основаниям.

Так, Г. В. Эйгер и В. Л. Юхт предлагают такие двоично-противоположные описания текстов, как:

- индивидуальный / коллективный;
- одноадресатный / многоадресатный;
- поликод / монокод;
- клишированный / не клишированный.

Проведя анализ данной классификации, можно сказать, что она основана на двоично-противоположных описаниях текстов. Используя данные двоично-противоположные описания, можно лучше понять особенности различных текстов и их коммуникативные характеристики. Эта классификация помогает

выделить и описать разные типы текстов на основе их характеристик и целей использования.

Г. И. Богин выдвигает типологию письменных текстов по субъекту, объекту, времени. В качестве примера можно привести классификацию жанров письменной речи по объекту, другими словами, адресату. К таким текстам относятся:

- 1) индивидуально-ориентированные - например, личное письмо индивидуальному адресату;
- 2) массово-ориентированные - например, книги, газеты, вывески;
- 3) неопределенно-ориентированные;
- 4) двусторонне ориентированные - например, “Я написал вам письмо и с нетерпением жду ответа”.

Следует сделать вывод, что такая классификация позволяет систематизировать различные типы текстов по объекту их адресации, что может быть полезно для анализа и понимания специфики различных жанров письменной речи.

Несколько раньше А. А. Холодович отметил такие особенности произнесения речи, как контактность / дистантность. Данный метод также различает первичные речевые жанры и вторичные, такие как пересказ, аннотация, послесловие и т.д., созданные на основе первичных. В качестве примера приведем также разработанную Т. В. Шмелевой типологию речевых жанров, в основе которых лежит коммуникативная цель, однако, стоит заметить, общепризнанной лингвистами типологии речевых жанров не существует. В типологии Т. В. Шмелевой существуют такие речевые жанры, как:

Информирующий, целью которого являются различные операции с информацией: ее представление или запрос, подтверждение или опровержение;

Повелительный, цель которого - вызвать осуществление или неосуществление событий, необходимых, желательных или, наоборот, нежелательных, небезопасных для кого-либо из участников коммуникации;

Этикетный, целью которого является реализация особого действия, поступка в социальной сфере, предусмотренного этикетом данного общества: извинения, благодарности, поздравления, соболезнования, и так далее, вплоть до отречения от престола;

Оценочный, целью которого является изменение самочувствия участников общения, сопоставляя их поступки, качества и другие проявления со шкалой ценностей, принятой в обществе.

Проанализировав данную классификацию, мы пришли к выводу, что она базируется на целях, которые ставятся перед участниками коммуникации при использовании данных жанров. Классификация позволяет прояснить различия между жанрами и определить их функциональное назначение. Например, информирующий жанр используется для передачи и запроса информации, повелительный - для вызова определенных действий, этикетный - для реализации особых действий в социальной сфере, а оценочный - для изменения самочувствия участников коммуникации. Такая классификация может быть полезна при изучении речевых жанров и их использовании в различных контекстах.

Разумеется, данная типология охватывает большое количество речевых жанров, но в связи с тем, что типы жанров выделяются не по одному признаку, возникает ряд дополнительных вопросов. Так, некоторые повелительные речевые жанры, например приказ или совет, содержат необходимую информацию: "Приказываю вам занять высоту по 5-му разряду"; "Советую вам срочно обратиться к хирургу Петровой, которая принимает в 201-м кабинете". Что касается оценочных высказываний, то в интерпретации Шмелевой их трудно отличить от этикетных, поскольку этикетные жанры, как и оценочные, "вливают на благосостояние участников коммуникации" [12, 56].

Данные типы текстов, а также их типология отражают реалии современной жизни и поэтому они обязательно должны быть включены в курс школьной риторики. Рассмотрим несколько примеров. В начальной школе ученики учатся создавать вторичные тексты - пересказы; в старших классах - рецензии, отзывы, аннотации, театрализованные представления и так далее. В пятых-одиннадцатых классах практикуются задания на создание речевого жанра, ориентированного на межличностное, групповое и массовое общение. Учащиеся знакомятся с текстами строгой (заявление, доверенность) и частично строгой структуры (протокол, объяснительная записка). Проводится обучение контактному и дистанционному общению. Также подробно рассматриваются значение и особенности поликодовых текстов (текст с фотографией и т.д.). Большое внимание уделяется этикетному речевому жанру на всех этапах обучения.

Одним из смежных речевому жанру явлений языковой системы является понятие «**речевой акт**». Оно подразумевает под собой определенное коммуникативное действие, имеющее конкретную цель и осуществляемое в рамках стандартов языкового поведения. М. Я. Гловинская отмечает, что «специфическим признаком речевого акта является обязательное наличие конкретной цели коммуникации» [18, 135]. Также, речевой акт всегда представляет собой какое-либо действие.

М. В. Иркабаева в своем исследовании выделяет несколько основных отличий речевых актов от речевых жанров. Основными из них являются:

1. Речевой жанр имеет сложную природу и соотносится с определенной ситуацией, событием и текстом, в то время как речевой акт - это действие.

2. Теория речевого акта изучает грамматический строй языка, теория речевого жанра обращает свое внимание на речевую коммуникацию и функциональный стиль речи.

Речевые акты представляют собой структурные компоненты речевого жанра, зачастую они могут быть включены в состав разных речевых жанров.

“Дискурс и жанр, как и все культурные понятия, в сознании носителей языка проецируются в виде определенных представлений о речевом поведении в различных ситуациях общения” - профессор Г. Г. Слышкин [31, 113]. Практически любой речевой жанр прямо или косвенно содержит оценку, часто та или иная коммуникативная ценность является основанием для выделения соответствующего речевого жанра, как, например, в случае с речевым жанром *deertalk* в американской речевой культуре.

Жанровая системность закрепляет систему ценностей данного общества. А. Вежбицкая говорит, что “речевые жанры, выделяемые тем или иным языком, являются одним из лучших способов определения культуры данного общества” [17, 101]. Лингвокультурологическая и концептологическая типология речевых жанров основана на разделении жанров и жанровых образований, используемых в коммуникативном пространстве в рамках определенной речевой культуры, на поддерживаемые этой культурой и не поддерживаемые ею.

1.2. Фатические речевые жанры (*smalltalk* и *gossip*)

Фатическая коммуникация происходит от английского слова “*phatic*”, которое, в свою очередь, происходит от древнегреческого слова “*φατός*”, что переводится как “сказанный”. Данная коммуникация является видом речевого акта, при котором высказывания направлены на установление контакта с собеседником и обычно не представляют собой большой смысловой нагрузки. Исследованиями фатической коммуникации занимались многие профессора и ученые, например, английский антрополог Бронислав Малиновский. Впервые термин “фатический” был упомянут именно им в 1923 году, в своей работе антрополог ввел такое понятие, как “фатическое общение”. “Фатическое общение – это общение, нацеленное на установление и поддержание контакта,

но при этом во время него не происходит обмена важной информацией, а все высказывания, использующиеся в нем, используются для выполнения социальных функций” [10, 172]. Бронислав Малиновский считает, что язык во время фатической коммуникации не функционирует как средство передачи мысли, а высказывания не столько являются результатом интеллектуального труда, сколько выполняют свою социальную функцию.

В дальнейшем исследованиями фатической коммуникации занялись также Р. О. Якобсон, Т. Г. Винокур и многие другие. В работе Р. О. Якобсона можно выделить две основные функции фатического общения:

1. Общение ради общения.

Данная цель подразумевает обмен определенными мыслями и идеями, который способствует поддержанию контакта между участниками речевого общения и иных целей не преследует. К коммуникативным актам, в большей или меньшей степени благотворно влияющим на отношения между участниками беседы, можно отнести светские беседы, комплименты, шутки и прочее. Среди примеров конфликтного общения, негативно влияющего на межличностные отношения, выделяются скандалы, насмешки, обвинения, ссоры и так далее.

2. Установление, продление или прерывание контакта.

Фатическое общение инициируется для проверки канала связи, а также для привлечения внимания собеседника, удержания его внимания в случае необходимости.

В. В. Дементьев в своих работах выделял следующие фатические речевые жанры:

- Праздноречивые жанры, например, smalltalk.
- Фатические речевые жанры, ухудшающие межличностные отношения: ссоры, прямые обвинения.
- Фатические речевые жанры, улучшающие межличностные отношения: разговоры по душам, комплименты.

- Фатические речевые жанры, ухудшающие межличностные отношения в косвенной или скрытой формах: ирония, издевка, сарказм.
- Фатические речевые жанры, улучшающие межличностные отношения в косвенной форме: шутка, флирт.

При рассмотрении фатической речевой коммуникации мы опираемся на подход, согласно которому жанры фатической коммуникации представляют собой систему, в которой центральное место по степени межличностных отношений и степени опосредованности занимают **праздно-речевые жанры**. Праздно-речевые жанры - это коммуникация, основанная на поддержании лично-нейтральных отношений. Праздно-речевые жанры - это конвенциональный лингвистический термин, заменяющий названия речевых жанров **smalltalk, gossip** и других.

1.2.1. Жанр “Small talk”

Речевой жанр **smalltalk** используется и оказывается востребованным в различных ситуациях социального взаимодействия, в основном с малознакомыми людьми. Например, когда вы случайно сталкиваетесь в общественных местах, таких как магазин, подъезд, медицинское или учебное учреждение, а также при деловых встречах и общении с коллегами в неформальных условиях вне рабочее время - на вечеринке, во время совместного обеда и т.д., во всех этих ситуациях молчание может быть рассмотрено и воспринято как неловкость, невоспитанность или недоброжелательность.

Этот речевой жанр является низко информативным, он не имеет конкретной адресности. Однако, как отмечает профессор Т. Бикмор, “жанр светской беседы остается значимым и мотивированным, потому что с его помощью люди устанавливают дружеские или приятельские отношения, проявляют уважение и желание вступить в контакт, а также поддерживают

расстояние на межличностной дистанции в различных коммуникативных ситуациях” [1].

Таким образом можно сказать, что светская беседа является самым значительным компонентом фатической коммуникации и используется при общении как близких и хороших знакомых, коллег, друзей, так и при общении незнакомых и малознакомых людей в официальных, полу-официальных и неофициальных ситуациях. Также smalltalk помогает поддерживать дружеские отношения между людьми, выражать доброжелательные намерения и уважение к другим. Жанр smalltalk в интернет коммуникации проявляется через такие платформы, как видеоконференции, официальные рабочие чаты в различных мессенджерах, общение с другими людьми в социальных сетях.

1.2.2. Жанр “Gossip”

Речевой жанр "gossip" (слухи, сплетни) относится к разговорным формам речи, в которых основное внимание уделяется обсуждению личных или частных дел других людей. Этот жанр обычно характеризуется неформальным стилем и часто включает в себя неподтвержденную информацию или разговоры на основе слухов.

Главной целью речевого жанра "gossip" является обмен информацией о жизни других людей, особенно в контексте их личных отношений, событий и слухов. Часто "gossip" может включать различные элементы интриги, сенсаций и драмы.

Ванглоязычных словарях, таких как Cambridge Dictionary и Oxford Dictionary, подсплетней - или **gossip** - понимают в основном conversation or reports about other people's private lives, usually unkind, typically involving details which are not confirmed.

Э. Р. Сайфуллина в своей работе определяет суть фатического жанра gossip как “многократную и неконтролируемую передачу информации” [27, 13]. Сам жанр сплетни же направлен на распространение той информации, для

которой типично искажение действительности. В основу сплетен ложится достоверная информация, которая в дальнейшем подвергается множественным изменениям и дополняется различными преувеличениями в процессе своего распространения.

Средой существования данного жанра является разговорный стиль общения, в частности - обиходно-бытовой подстиль. В интернет-коммуникации жанр gossip стал особенно популярен среди подростков в различных социальных сетях.

Два данных понятия - «слух» и «сплетня» - образуют синонимический ряд. Оба этих понятия, как мы уже выяснили, представляют собой, как правило, устное сообщение, передаваемое от одних людей к другим и заключающее в себе недостоверную информацию о каком-то объекте или актуальном событии. Целью данных сообщений является оказание воздействия на состояние общества, а также – установление более близких социальных связей между участниками коммуникации.

Российский ученый лингвист Г. Е. Крейдлин выделял несколько отличий среди упомянутых понятий. Сначала он различал **характеристику участников** данной коммуникации:

- Субъект - источник;
- Субъект - распространитель.

В случае со **слухами**, субъектом-источником может выступать как отдельная личность, так и люди в целом. Субъектом-источником, передающим **сплетни**, всегда является один отдельный человек.

Следующим фактором отличия послужило **наличие и тип адресата**.

- Адресатом **слухов** является некое множество лиц или целое общество, несмотря на то, что сообщение может достигать одну отдельную личность.

- Адресатом **сплетни** же всегда является одно определенное лицо или группа людей. Сплетня всегда передается одному или нескольким конкретным лицам.

Также, Г. Е. Крейдлин различал и **характеристику содержания:**

- **Слух** включает в себе как ложную, так и истинную, но нуждающуюся в подтверждении информацию. Содержание слуха - это социальная или частная жизнь индивидуума или его окружения. Информация, содержащаяся в слухе, занимает нейтральное положение, не содержит в себе субъективных индивидуальных подробностей. Слух может характеризоваться как отрицательной, так и положительной или нейтральной оценкой.

- **Сплетня** гораздо чаще содержит далекую от истины и целенаправленно искаженную, неверную информацию. Сплетни представляют собой сообщения о событиях из частной жизни третьих лиц, известных обоим собеседникам. Информация, как правило, концентрируется вокруг людей ближайшего круга. В связи с содержащейся в ней информацией, сплетня считается наиболее субъективным и интимным типом коммуникации. Сплетни всегда содержат отрицательную оценку предмета обсуждения.

Ученый лингвист также рассматривает **характеристику структуры используемых речевых актов:**

- Субъект-источник и субъект-распространитель **сплетен** преднамеренно допускают распространение вымышленной, ложной и отрицательно окрашенной информации, целью такого распространения является искажение правды. Сплетни преследуют следующие цели: скомпрометировать определенное лицо, отрицательно повлиять на отношения между людьми, ввести в заблуждение и множество других негативных действий. Для сплетен характерно распространение в малой, ограниченной области, они, как правило, передаются в разговоре тет-а-тет или в персональной онлайн-переписке.

- Субъект-источник и субъект-распространитель **слухов** допускают распространение вымышленной или ложной информации, но не всегда преследуют цель отрицательного или негативного воздействия и искажения правды. Мотивы, порождающие слухи, могут носить как отрицательный, положительный, так и нейтральный характер. Слух может существовать как в обширной, так и в узкой сфере распространения.

Несмотря на все различия, приведенные ранее, главной целью этих двух понятий является множественная и неконтролируемая передача каких-либо сведений. Данные речевые жанры ориентированы на распространение ложной, недостоверной или неподтвержденной информации, вовсе или не до конца соответствующей действительному положению вещей. Все это позволяет нам интерпретировать данные понятия как смежные.

Т. В. Шмелева представляет наиболее оптимальную модель для характеристики жанра *gossip*, в которой зафиксированы основополагающие жанрообразующие признаки - “паспорт речевого жанра”:

1. Коммуникативная цель жанра.

Распространение сплетен представляет собой коммуникативный процесс. Его главной целью является формирование коллективного, необязательно единого, мнения о чём-либо или о ком-либо. Цели передачи информации, содержащейся в сплетнях, как правило, отрицательные и негативные, такие как дискредитация третьего лица, ввод в заблуждение адресанта, создание конфликта между кем-либо. Однако главной целью подобной коммуникации в любом случае является установление контакта с собеседником – социализация.

2. Образ автора.

При использовании сплетен, их инициатор обычно строит близкие отношения с одними людьми, при этом разрушая или создавая негативные отношения с другими.

3. Образ адресата.

Адресату сплетен присуще любопытство и эмоциональность, также как и автору. Сплетни привлекают адресатов тем, что они ориентированы на эмоционально образное восприятие, так как содержат в себе интересную, хоть и ложную информацию о ком или о чем либо, вызывая этим различные эмоции.

4. Фактор прошлого или информация о предшествующих эпизодах коммуникации.

Обычно для участников речевой коммуникации могут быть характерно продолжительное общение, или наоборот, его отсутствие. Образ прошлого проявляется в первичном обращении адресата, обычно в виде вопроса или высказывания, за которым следуют дальнейшие расспросы.

5. Фактор будущего или информация о последующих эпизодах коммуникации.

Образ будущего - это все последующие за исходным обращением высказывания, которые представляют собой острые комментарии, ответы на вопросы, восклицания, порицания и прочее. Подобные реплики служат как ответы на предыдущие вопросы и высказывания, так и инициаторами последующих.

6. Событийное содержание.

Событийным содержанием жанра gossip являются подробности личной жизни индивидуумов, третьих лиц, не участвующих в коммуникации. Почти всегда данные сведения являются компрометирующими. Тематически сплетни фокусируются на повседневных событиях, новостях и сообщениях. Чаще всего сплетни воплощаются в виде порицаний, осуждений, домыслов и прочих отрицательно окрашенных способов коммуникации.

7. Языковое воплощение: спектр лексических и грамматических ресурсов жанра.

Языковое воплощение формирует “портрет” речевого жанра, определяет его отличия от других жанров, поэтому является одним из наиболее важных жанрообразующих положений. Языковое оформление жанра gossip напрямую

связано с первичным высказыванием адресата, точнее с целью этого высказывания, уровнем грамотности, этическими и эстетическими принципами инициатора. Для данного жанра характерны как краткие, так и развернутые высказывания; в основе коммуникативной ситуации лежит информативность, а не индивидуальность. Вербальные особенности речевого жанра gossip включают в себя различные синтаксические и лексико-семантические средства выражения. Синтаксические средства языкового воплощения этого жанра разнообразны, но чаще всего это вопрос, обращенный к адресату. Также следует заметить частое использование разговорных выражений, эмоционально окрашенных слов, с помощью которых сокращается дистанция между участниками коммуникации.

Лексико-семантические особенности речевого жанра gossip включают в себя использование стандартных конструкций в первичном обращении адресанта к адресату, наличие определенных маркеров, которые можно найти в любой сплетне или слухе. Кроме разговорных конструкций и молодежного сленга можно заметить множество восклицаний и междометий. Наиболее часто используются сатира и ирония, так как иронично высмеивая объект сплетни, участники коммуникации дополняют эмоциональными оттенками и подтекстами основную линию разговора.

1.3. Интернет-пространство и его разновидности

“Интернет - это информационно-коммуникационная сеть и всемирная система объединённых компьютерных сетей для хранения и передачи информации” [15, 243].

Благодаря интернету, человечеству открываются различные как информационные, так и коммуникационные возможности. К примеру, **информационные услуги** - это услуги, которые дают людям доступ к информации. Обычно они представляют собой доступ к информационным ресурсам сети (получение информации, которая имеется на серверах -

документы, фотографии, видео), а также размещение собственной информации в интернете. В современном мире существует множество серверов, которые позволяют пользователям размещать на них различную информацию. Также стоит отметить, что если информация была размещена на открытой публичной платформе, то доступ к ней автоматически получают все пользователи сети.

Коммуникационные услуги - это услуги обмена информацией, в частности через общение и прямую коммуникацию. Коммуникационные услуги в интернете предоставляются через две сферы, это:

1. Обмен информацией в длительном времени, или отсроченном режиме: этот вид обмена информации особенно часто мы можем наблюдать через коммуникацию по электронной почте. Таким образом, адресант отправляет письмо в электронный почтовый ящик адресата, который, в свою очередь, посмотрит его в удобное для себя время.

2. Обмен информацией в настоящем времени: например, это чаты и диалоговые окна в различных мессенджерах, чатах и сайтах, которые это позволяют. Таким образом, пользователи отправляют сообщения на разговорный сервер, делая их доступными для всех участников этого сервера в ту же секунду. В большинстве случаев, ответ приходит незамедлительно, или же через очень короткий отрезок времени.

Основное свое внимание мы обратим именно на коммуникационные услуги, так как именно на их примере лучше всего можно исследовать различные речевые жанры. “Коммуникация - это социально обусловленный процесс передачи и восприятия информации, как в межличностном, так и в массовом общении по разным каналам при помощи различных вербальных и невербальных коммуникативных средств” [22, 9]. Стремительное развитие интернета и интернет-коммуникации приводит к большому количеству изменений в различных сферах жизни людей. В общественной жизни это может привести к изменению способов взаимодействия людей, расширению возможностей доступа к информации и улучшению способов коммуникации.

Однако это также может привести к увеличению расстояния между людьми, ухудшению качества межличностных отношений, увеличению зависимости от технологий и так далее. Многие исследователи подчеркивают значимость интернет-коммуникаций в настоящее время, их влияние на социальные связи и поведение людей в онлайн-среде, а также возможные риски и негативные последствия такой коммуникации:

“Огромные возможности для самовыражения предоставляют такие кибер–формы общения, как различные форумы, чаты, блоги, мессенджеры и другие. Их сиюминутность также облегчает коммуникацию, снимая груз ответственности за долгосрочность последствий” [11, 26].

В настоящее время очень малый процент людей пользуется такими традиционными средствами коммуникации, как факс, проводной телефон, бумажное письмо, телеграмма и так далее. Процесс замещения таких средств современными технологиями можно назвать естественным, так как с их приходом появляются и более удобные способы общения: мгновенная передача сообщений, электронная почта, интернет-конференции, мессенджеры и прочее. Информация может передаваться в различной форме - через голосовые сообщения, видео конференции, документы, текстовые мгновенные сообщения и файлы.

Исследователь М. Моррис считает, что интернет являет собой многостороннее СМИ, благодаря которому создается множество новых различных форм коммуникации. Их можно разделить на четыре основные категории:

1. Асинхронная коммуникация “один на один” - тип коммуникации в форме диалога (электронные письма).

2. Асинхронная коммуникация “многих со многими” - тип коммуникации, который чаще всего можно встретить в различных сайтах, требующих согласие на рассылки; подписки на различные информационные каналы, рассылающие различные сообщения сразу нескольким людям.

3. Синхронная коммуникация “один на один”, “один и несколько”, “один с несколькими” - такой вид коммуникации обычно строится вокруг какой-либо конкретной темы в чатах, мессенджерах, комментариях и прочее.

Современное поколение для совершения различных актов общения больше всего полагается на социальные сети. Сам термин “социальная сеть” появился относительно недавно, в 1954 году, впервые он был введен английским социологом Джеймсом Барнсом. Социальная сеть - это онлайн-платформа, которая позволяет пользователям создавать профили, делиться информацией, общаться и устанавливать контакты с другими пользователями, которые также зарегистрированы на этой платформе. Такие платформы обычно предоставляют инструменты для создания профиля, добавления друзей, обмена сообщениями и контентом, поиска и просмотра профилей других пользователей, создания сообществ и групп с общими интересами, а также для участия в различных мероприятиях и акциях. Некоторые известные социальные сети включают в себя Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn и многие другие.

Первой социальной сетью в истории интернета считается "Six Degrees". Она была создана в 1997 году Джеффом Вайнером и названа в честь теории "шесть рукопожатий", согласно которой любые два человека на Земле могут связаться между собой через цепочку не более чем из шести посредников.

"Six Degrees" предоставляла пользователям возможность создавать свои профили, добавлять друзей и общаться друг с другом. Она была популярна в США и привлекла более миллиона пользователей. Однако, через несколько лет после запуска, "Six Degrees" была закрыта, так как не смогла найти инвесторов для дальнейшего развития и конкурировать с другими социальными сетями, которые появились позже, такими как Friendster и MySpace. Но она стала важным прорывом в истории социальных сетей и открыла дорогу для многих последующих популярных платформ.

Classmates.com была одной из первых и наиболее популярных социальных сетей, запущенных в 1995 году в США. Она предоставляла своим пользователям возможность создавать профили, добавлять фотографии и контакты, искать старых одноклассников и общаться с ними.

Classmates.com была особенно популярна в 90-х годах, когда социальные сети только начинали свое развитие и представляли собой новый и увлекательный способ общения с людьми со всего мира. Однако, в последние годы популярность Classmates.com значительно упала, так как появилось множество других социальных сетей, которые предлагают более современные и удобные функции. В настоящее время, Classmates.com сосредоточена на предоставлении услуг по поиску старых одноклассников и реюнионов, т.е. встреч старых друзей и знакомых.

На сегодняшний день существует множество социальных сетей, которые пользуются огромной популярностью во всем мире. Некоторые из них:

1. **Facebook** - это самая популярная социальная сеть, которая насчитывает более 2,8 миллиарда пользователей по всему миру. Facebook предоставляет множество функций, таких как создание профиля, обмен сообщениями и публикация контента.

2. **Instagram** - это социальная сеть, основанная на обмене фотографиями и видео. Она насчитывает более 1 миллиарда пользователей и предлагает функции, такие как создание профиля, публикация контента, использование хэштегов и обмен сообщениями.

3. **Twitter** - это социальная сеть, основанная на коротких сообщениях до 280 символов. Twitter позволяет пользователям подписываться на других пользователей, создавать списки и обмениваться сообщениями.

4. **LinkedIn** - это социальная сеть, ориентированная на профессиональную сферу. LinkedIn предлагает пользователям создание профиля, добавление опыта работы и образования, а также позволяет найти вакансии и установить контакты с другими профессионалами.

5. **TikTok** - это социальная сеть, основанная на создании и просмотре коротких видеороликов. Она насчитывает более 1 миллиарда пользователей по всему миру и позволяет пользователям создавать свои собственные видео, просматривать видео других пользователей и обмениваться сообщениями.

6. **YouTube** - это платформа для загрузки и просмотра видео. YouTube насчитывает более 2 миллиардов пользователей по всему миру и предоставляет возможность создавать каналы, загружать видео, просматривать видео других пользователей и обмениваться сообщениями.

7. **Snapchat**- это социальная сеть, основанная на обмене мгновенными сообщениями, фотографиями и видео. Snapchat насчитывает более 200 миллионов пользователей по всему миру и предлагает множество функций, таких как создание профиля, добавление друзей и обмен сообщениями.

Социальные сети представляют собой интересный объект исследования для лингвистики, поскольку они позволяют людям общаться и взаимодействовать друг с другом через текстовые сообщения, комментарии, фотографии и другие типы контента. Некоторые из главных особенностей социальных сетей, которые могут быть изучены с лингвистической точки зрения, включают в себя:

1. **Особенности языка сообщений:** социальные сети могут использоваться как для формального общения, так и для неформального общения, что может отразиться на выборе лексики, стиля и тонового оттенка сообщений.

2. **Различные формы коммуникации:** социальные сети поддерживают множество различных форм коммуникации, таких как текстовые сообщения, комментарии, эмодзи, стикеры, GIF-анимации и другие, каждая из которых имеет свои лингвистические особенности.

3. **Публичность сообщений:** сообщения, размещаемые в социальных сетях, могут быть направлены как конкретному человеку, так и всей аудитории.

Это может влиять на то, как пользователи формулируют свои сообщения и какие слова они используют.

4. **Использование сокращений и аббревиатур:** из-за ограничения длины сообщений в некоторых социальных сетях, пользователи могут использовать сокращения и аббревиатуры для экономии места и времени.

5. **Создание новых лексических единиц:** социальные сети могут стимулировать создание новых слов и выражений, которые могут быстро распространяться через сеть и стать частью общего языкового опыта.

6. **Использование мультимодальности:** мультимодальность включает в себя не только текст, но и звук, изображения и другие формы контента, которые могут использоваться для передачи сообщений в социальных сетях.

7. **Использование диалектов и языковых вариантов:** социальные сети объединяют людей со всего мира, что может привести к использованию различных диалектов и языковых вариантов.

В работе Сазанова В.М. дается классификация социальных сетей с позиций коммуникативности и доминирования:

1. Социальные сети с высокой доминантностью и высокой коммуникативностью;

2. Социальные сети с высокой связанностью и низкой доминантностью;

3. Социальные сети с низкой коммуникативностью и низкой доминантностью;

4. Социальные сети с низкой коммуникативностью и высокой доминантностью.

Выводы к Главе 1.

В результате исследования и анализа полученного материала, можно сделать следующие выводы:

Создаваемые речевые жанры являются связанными с определенными ситуациями в жизни людей, поэтому существуют “шаблонные” жанры, такие как жанр “Знакомство” или “Прощание”.

Чтобы выстроить коммуникацию успешно, важно учитывать время произведения общения, место его существования, длительность, а также как оно происходит.

Все вышеперечисленные жанрообразующие признаки отмечаются многими лингвистами. Речевые жанры в англоязычной коммуникации варьируются от той ситуации, в которой они создаются.

Теорией речевых жанров называют лингвистическую дисциплину, которая изучает различные формы и проявления речевой деятельности человека, собирает их в определенные системы жанров речи со своими собственными стандартами и особенностями. Во время характеристики речевых жанров рассматривают как и изучения речевых ситуаций, так и особенности структуры высказываний, их речевое оформление.

Речевой акт – это действие, процесс порождения речи; речевой жанр – совокупность нескольких речевых актов, которые связывает единая цель. Речевые акты представляют собой структурные компоненты речевого жанра, зачастую они могут быть включены в состав разных речевых жанров.

Источником сплетен всегда является конкретная личность, стремящаяся опорочить честь другого лица, адресатом сплетен также является определённая личность или круг лиц. Информация, содержащаяся в сплетнях, всегда касается частной жизни третьих лиц, а также, как правило, является недостоверной.

Коммуникация представляет собой процесс передачи и восприятия информации между людьми в рамках межличностного и массового общения. Она осуществляется через различные коммуникативные средства, включая как вербальные, так и невербальные формы. В контексте интернет-коммуникации наиболее популярными формами являются форумы и социальные сети. Социальная сеть, в свою очередь, представляет собой интернет-сообщество

пользователей, объединенных на одном сайте, который и является самой социальной сетью.

Глава 2. Функционально-стилистические аспекты использования речевых жанров

2.1. Стилистические особенности использования речевых жанров в мессенджерах

“Мессенджер (от англ. messenger — курьер) — это специальная клиентская программа, необходимая для осуществления коммуникации в системе мгновенного обмена сообщениями (англ. Instant messaging, IM), которая также включает службу мгновенных сообщений (Instant Messaging Service, IMS). Мессенджер, или программа-клиент (Instant Messenger, IM), как составная часть данной системы используется для обмена сообщениями в реальном времени через Интернет” [29, 101].

Мессенджеры используются для обмена текстовыми, голосовыми и видео сообщениями между людьми через Интернет в режиме реального времени. Они позволяют пользователям быстро и удобно общаться, отправлять фотографии и документы, создавать групповые чаты и проводить голосовые и видеозвонки. Многие мессенджеры также предоставляют возможность шифрования сообщений и конфиденциальной коммуникации. В целом, мессенджеры являются одним из наиболее популярных средств связи в современном мире.

Существует множество мессенджеров, которые различаются по своим функциям, возможностям и популярности. Некоторые из самых популярных мессенджеров и их функции:

1. WhatsApp - один из самых распространенных мессенджеров, который позволяет обмениваться текстовыми, голосовыми и видео сообщениями, а также звонить и проводить видеозвонки. Он также позволяет создавать групповые чаты, делиться фотографиями и документами, и имеет функцию шифрования сообщений.

2. Facebook Messenger - мессенджер, который интегрирован в социальную сеть Facebook и позволяет обмениваться текстовыми, голосовыми и видеосообщениями, создавать групповые чаты, проводить голосовые и видеозвонки, и делиться фотографиями и документами. Он также имеет функцию шифрования сообщений.

3. Telegram - мессенджер, который позволяет обмениваться текстовыми, голосовыми и видеосообщениями, создавать групповые чаты, проводить голосовые и видеозвонки, и делиться фотографиями и документами. Telegram также предлагает шифрование сообщений, возможность создания секретных чатов и функцию "самоуничтожающихся" сообщений.

4. Viber - мессенджер, который позволяет обмениваться текстовыми, голосовыми и видеосообщениями, создавать групповые чаты, проводить голосовые и видеозвонки, и делиться фотографиями и документами. Viber также имеет функцию шифрования сообщений и возможность создания "секретных чатов".

“Общение через мессенджер не только служит для межличностного взаимодействия, но и обеспечивает мобильность сотрудников в работе, дает возможность получить экстренную помощь. Оно даже заменило нам “разговоры по душам» с друзьями и родными” [29, 104].

Общемировое лингвокультурное сообщество признало формирование особого типа высказываний для мгновенных электронных разговоров, иначе - речевой жанр. В данный момент оно не имеет определенного названия, но многие ученые в своих работах называют его “chattingtext”, “facebookconversation”, или просто “разговор в мессенджере”.

“Разговор в мессенджере — это индивидуальный разговор в форме диалога с небольшими по объёму репликами, который осуществляется в режиме реального времени через службу мгновенного обмена сообщениями и служит для поддержания отношений между коммуникантами” [28, 113]. Этот речевой жанр образовался как результат трансформации и

взаимопроникновения таких речевых жанров как “разговор” и “письмо”. Стилистически этот речевой жанр представляет собой диалог - повседневное общение, но в данном случае оно происходит в письменной форме. Из-за этого появляются различные стилистические особенности разговора в мессенджере. Например, данный разговор может отличаться как моноадресностью (личный чат), так и полиадресностью (групповой чат), и включает в себя множество индивидуальных особенностей адресанта. Помимо этого, разговор в мессенджере различается своей нехудожественностью - в большинстве случаев общение именно неформальное, поэтому данный речевой жанр наполнен разговорной речью, сленгом, жаргонизмами и другими вариантами нелитературного языка. Стоит также добавить, что в данном разговорном жанре есть место неклишированности и производности, что, в свою очередь, можно назвать гипержанром - он включает в себя другие речевые жанры, такие как просьба, спор, smalltalk и так далее. В мессенджерах также широко распространены эмодзи и другие символы, которые используются для передачи эмоций и выражения отношения к сообщению. Это является одной из стилистических особенностей мессенджеров.

Важно обратить внимание и на то, что с развитием мессенджеров, помимо текстовых сообщений, появилась возможность отправлять аудио- и видео- сообщения. Это также послужило толчком к тому, что данный жанр начал включать в себя особенности как письменной речи - опосредованность и возможность вернуться к написанному, так и устной речи, такие как эмоциональность, спонтанность, специальное или случайное отступление от различных кодифицированных норм.

Изучаемый речевой жанр можно назвать уникальным, так как он единственный стремится добиться от общения с помощью онлайн коммуникации, то есть письма и графики (эмодзи, gif, фотографии, стикеры) к живому разговор.

В основу описания речевого жанра «разговор в мессенджере» положена концепция модели речевого жанра, предложенная Т. В. Шмелевой, которую мы описывали в главе I. В ходе изучения этого жанра, мы сравнили его с данной классификацией.

По мнению Т. В. Шмелевой, главным жанрообразующим признаком является именно коммуникативная цель, главная цель после нее - информативная. Большинство разговоров в мессенджерах ведется именно с этими двумя целями, коммуникативная выражается в том, что большинство разговоров в мессенджере рождаются из желания поддержать дружеские отношения людей друг с другом; информация же довольно часто в фатическом общении является не основной целью, а служит как повод продолжить общение (см. Приложение 1).

Исходя из этого небольшого исследования, можно сделать вывод, что разговор в мессенджере относится к информационно-фатическим жанрам.

Разговоры в мессенджерах являются диалогическими, взаимосвязанными и комплексными единицами текста, которые обычно начинаются с приветствия, состоят из небольших реплик и заканчиваются, когда тема разговора исчерпывается. Согласно М. М. Бахтину, “всякое высказывание имеет абсолютное начало и абсолютный конец” [16, 173]. Этот речевой жанр схож с разговором, где люди обмениваются информацией, мнениями и беседуют друг с другом. Однако разговор в мессенджерах происходит в письменной форме, опосредованной компьютером. Любой человек, умеющий пользоваться компьютером и имеющий программное обеспечение для мгновенного обмена сообщениями, может быть автором текста в мессенджере. Обычно коммуниканты в разговоре ограничиваются двумя людьми, но технически возможен полилог в режиме конференции. Автор текста определяет тему, форму и содержание в зависимости от коммуникативной ситуации и социальной роли адресата. Чем ближе отношения между коммуникантами, тем более неформальным является общение, и наоборот, чем дальше отношения,

тем более формально и соблюдая правила употребления языка может выражаться автор.

В мессенджерах интернет-собеседники обычно не обращаются друг к другу по имени, кроме как в исключительных случаях: официальная и деловая переписка или для обращения специального внимания. В основном это обусловлено тем, что во время общения у адресата и адресанта обоих есть представление друг о друге, образ собеседника уже сформирован. Помимо этого, во многих диалоговых окнах уже указывается имя собеседника (см. приложение 2).

Рассматривая основные признаки речевого жанра, исходя из типологии Т. В. Шмелевой, нужно также основываться на такие базовые признаки, как **образ прошлого** и **образ будущего**. Образ прошлого различает речевые жанры как “инициальные”, то есть те, которые начинают диалог, и “реактивные”, те, которые появляются в последствие других жанров. Разговор в мессенджере часто включает в себя оба этих жанра (см. приложение 3).

Чаще всего, разговор в мессенджере связан с определенным моментом речи и раскрывает только ближайшее будущее или ближайшее прошлое, иногда в нем прослеживаются оба варианта. Люди, участвующие в коммуникации, говорят о событиях, которые происходили за небольшое количество времени **до** разговора, или тех, которые **будут** происходить совсем через короткий отрезок времени. Таким образом не создается никаких прогнозов на дальнейшую жизнь, а передаваемая информация отражает ситуацию в момент реального времени. (см. приложение 4). Это также помогает определить данный жанр как фатический.

Исходя из проведенных исследований, мы можем сделать вывод, что основными факторами жанра "разговор в мессенджере" являются его диалогический характер, актуальность и зависимость от ситуации общения, фатическая цель, информационно-фатический характер, приватность, а также отбор языковых средств.

2.2. Стилистические особенности использования речевых жанров в социальных сетях

Социальные сети - это веб-сайты и приложения, которые позволяют пользователям создавать и обмениваться информацией и контентом, а также устанавливать контакты с другими пользователями.

Одна из определений социальных сетей можно найти в Merriam-WebsterDictionary: “**социальная сеть** - это сеть взаимосвязанных личностей, компаний или других социальных групп, основанная на общности интересов, деятельности или родственных отношений”.

Значение социальных сетей в мире заключается в том, что они изменили способ, которым люди общаются и взаимодействуют друг с другом. Социальные сети предоставляют множество возможностей для людей и компаний, таких как создание профиля, обмен сообщениями, публикация фотографий и видео, а также продвижение товаров и услуг. Кроме того, социальные сети также являются источником информации и развлечения для многих людей.

Использование сокращений и аббревиатур в социальных сетях англоязычного сегмента интернета стало распространенной практикой. Это позволяет экономить время на наборе сообщений и упрощает коммуникацию. Некоторые из наиболее распространенных сокращений и аббревиатур включают:

1. “hbu” (howaboutyou - а как насчет тебя)
2. “wyd” (whatyoudoing - что ты делаешь)
3. “fr” (forreal - на самом деле)
4. “yall” (you all - вы все)

Кроме того, в социальных сетях также популярно использование эмодзи и смайликов, которые могут выражать эмоции и чувства. Некоторые из наиболее распространенных эмодзи и смайликов включают:

1. ☹ - Face with Tears of Joy (лицосослезамирадости)

Пример: "That joke was so funny, I can't stop laughing ☹"

2. 😊 - Smiling Face with Heart-Eyes

(улыбающеесялицоссердечкамивглазах)

Пример: "I just saw a picture of a puppy and I'm in love 😊"

3. 🤔 - Thinking Face (лицо, размышляет)

Пример: "HBU, do you want to go out tonight? 🤔"

4. 🙄 - Upside-Down Face (лицо, перевернутое вверх ногами)

Пример: "I can't believe it's Monday again 🙄"

5. 🔥 - Fire (огонь, что-то горячее и интересное)

Пример: "Have you heard the new album yet? It's 🔥"

Стилистика постов в социальных сетях зависит как от цели, которую автор хочет достичь, так и от самой социальной сети, ведь на каждом сайте существуют свои собственные правила пользования. Например, социальная сеть **Facebook**. Если пост создается для поддержания связи с друзьями и знакомыми, то автор может использовать неформальный стиль, сокращения и эмодзи, чтобы выразить свои эмоции и чувства (см. приложение 5). **Разговорный стиль** - этот стиль характеризуется неофициальностью и близкостью, что позволяет автору выражать свою истинную личность и отношение к своим друзьям и знакомым. Автор может использовать повседневную лексику, фразы и выражения, включая сленг, чтобы создать более неформальную и дружественную атмосферу ("heyfam", "y'all", "hitmeup"). В посте могут использоваться сокращения, аббревиатуры и эмодзи для экономии времени и выражения эмоций и настроения.

С другой стороны, если пост создается для деловых целей, стиль может быть более формальным и профессиональным. Например, если компания публикует пост на своей странице в Facebook, то она может использовать профессиональный тон и избегать сокращений и эмодзи (см. приложение 6).

Деловой стиль - если компания публикует пост на своей странице в Facebook, то она использует профессиональный тон, избегает различных аббревиатур и сокращений, избегает ярко выраженную эмоциональную окраску за счет отсутствия эмодзи. Мы также можем наблюдать уважительное обращение к коллегам, клиентам и партнерам. Оно соответствует нормам и этическим стандартам профессионального поведения.

Некоторые из типичных особенностей стилистики постов в социальных сетях, таких как Facebook, включают:

- Использование коротких предложений и абзацев, чтобы сделать пост более доступным и легко читаемым для пользователей.
- Использование сокращений и аббревиатур, чтобы экономить время на наборе сообщений и выражать свои эмоции.
- Использование эмодзи и смайликов, чтобы выразить свои эмоции и чувства.
- Включение ссылок на веб-страницы, чтобы дать пользователям больше информации о теме поста.
- Использование мультимедиа-контента, такого как фотографии и видео, чтобы привлечь внимание пользователей и сделать пост более интересным.
- Включение хэштегов, чтобы помочь пользователям найти посты, связанные с конкретной темой.

Некоторые известные личности и компании используют также уникальный стиль, чтобы привлечь внимание к своим постам и создать узнаваемый бренд. Например, поп-звезды могут использовать шуточный и неформальный стиль (см. приложение 7). **Публицистический стиль** - в посте от селебрити данный стиль отражает индивидуальность и авторитет звезды. Это может проявляться в использовании личных мнений, уникального голоса и присутствии собственной маркировки или стилистики (например, “heymybeautifulfans”). Публицистический стиль может содержать

эмоциональные элементы, такие как эмоционально окрашенные высказывания, восклицания или использование эмодзи для усиления эффекта поста (“I’msoexcited”, “I can’twaittoseeyourbeautifulfaces” и т.д.). Звезда может использовать оригинальные и запоминающиеся выражения, метафоры, игру слов или уникальные фразы, чтобы привлечь внимание и сделать пост запоминающимся (“No pain, nogain”).

В социальных сетях существует множество различных сообществ, которые рассказывают про науку, научные открытия, отдельные ветви - например, биологию, астрономию, химию и т.д.. В данных сообществах преобладает **научный стиль**. Стилистические особенности научного речевого жанра - это формальность и нейтральность, точность и ясность в использовании терминологии, а также специальные конструкции, такие как пассивный залог, условные предложения, отрицания и др., которые служат для точного выражения идей и выводов. Научный текст часто содержит ссылки на авторитетные источники и цитирования для подтверждения и поддержки своих утверждений. Это помогает установить научную обоснованность и достоверность текста. (см. приложение 9).

Комментарии в социальных сетях имеют свою собственную стилистику, которая отличается от других речевых жанров. Она зависит от целевой аудитории, контекста и цели комментария.

Обычно комментарии в социальных сетях написаны в неформальном стиле, используя сокращения, аббревиатуры и эмодзи. Они также могут содержать сленговые слова, которые зависят от возраста и интересов аудитории.

Комментарии часто начинаются с личного обращения, чтобы привлечь внимание других пользователей. Они также могут содержать позитивную эмоциональную окраску, такую как восхищение, удивление, радость или поддержку, чтобы создать атмосферу взаимопонимания и дружелюбия.

Однако, стиль комментария может также зависеть от цели и темы. Например, комментарии в ответ на новости или политические темы могут быть более формальными и содержать аргументацию и логические выводы.

Некоторые примеры комментариев в социальных сетях могут выглядеть так:

- "Great job! Keep up the good work! ☐☐"
- "I totally agree with you, this is a really important issue that needs to be addressed. #support"
- "LOL, that's hilarious! ☐ Can't stop laughing. #funny #goodtimes"
- "I'm sorry to hear that, hope everything gets better soon. ☐ #support #positivity"

Комментарии в жанре **gossip** под постами звезд в социальной сети Instagram имеют свои собственные стилистические особенности, которые помогают создать атмосферу общения в данном жанре.

Основные стилистические особенности комментариев в жанре gossip:

1. Использование сленга. Комментарии в жанре gossip часто содержат использование сленга, что делает их менее формальными и более непосредственными.
2. Использование сокращений и аббревиатур. Для экономии времени и места комментарии в жанре gossip могут содержать множество сокращений и аббревиатур, таких как OMG (Oh My God).
3. Использование эмодзи и смайликов. Комментарии в жанре gossip могут содержать множество эмодзи и смайликов, чтобы выразить эмоции и чувства в отношении поста звезды.
4. Содержание неформальных выражений. Комментарии в жанре gossip могут содержать неформальные выражения, такие как "Isshefr?" или "Gimmesomeofthat".

5. Гиперболизация и ирония. Комментарии в жанре gossip могут содержать гиперболизацию и иронию, чтобы добавить юмор и подчеркнуть сарказм в отношении поста звезды.

В большинстве случаев данный тип комментария имеет негативную окраску (см. приложение 8).

Адаптация стилистических особенностей речевых жанров англоязычной интернет-коммуникации к социальным сетям играет важную роль в эффективной коммуникации в сети. Каждый речевой жанр имеет свои уникальные черты и функции, и адаптация их к социальным сетям позволяет достичь определенных целей в общении. Таким образом, данная адаптация является важным инструментом для эффективной коммуникации в интернете. Она позволяет более точно найти подход к аудитории и достигать конкретных целей в общении, увеличивая уровень вовлеченности и создавая более доверительную и привлекательную атмосферу.

Выводы к Главе 2.

Использование английских речевых жанров в мессенджерах и социальных сетях имеет свои стилистические особенности, связанные с особенностями коммуникации в электронном формате. Например, используются сокращения, аббревиатуры, эмодзи и сленг, чтобы сократить длину сообщений и передать эмоциональную окраску. Также, в целях экономии времени и удобства пользователи часто отклоняются от стандартных правил пунктуации и использования заглавных букв. Стоит также отметить быстроту и краткость в выражении мыслей.

Мессенджеры являются средством обмена текстовыми, голосовыми и видео сообщениями между людьми через Интернет в режиме реального времени. Они предоставляют возможность быстрого и удобного общения, отправки фотографий и документов, создания групповых чатов, проведения голосовых и видеозвонков и конфиденциальной коммуникации.

“Разговор в мессенджере — это индивидуальный разговор в форме диалога с небольшими по объёму репликами, который осуществляется в режиме реального времени через службу мгновенного обмена сообщениями и служит для поддержания отношений между коммуникантами” [28, 113]. Главная цель - фатическая, то есть установление и поддержание контакта между коммуникантами. Отбор языковых средств обусловлен целью и темой общения, особенностями коммуникантов и дистантным характером разговора в мессенджере.

Заключение

В ходе данного исследования, удалось провести анализ источников по теме “Стилистические особенности речевых жанров в англоязычной интернет-коммуникации”. Главными источниками стали работы таких ученых, как Т. В. Шмелевой, М. М. Бахтина, В. В. Фениной. Исходя из проведенной работы, можно сделать вывод, что речевые жанры в англоязычной интернет-коммуникации являются в основном фатическими. Стилистически речевые жанры в англоязычной коммуникации варьируются от той ситуации, в которой они создаются.

Интернет-коммуникация - это процесс обмена информацией, идеями, мнениями и другими коммуникативными элементами через сеть Интернет. Она позволяет людям со всего мира связываться, общаться и сотрудничать между собой в режиме реального времени или с задержкой. Интернет-коммуникация включает в себя различные формы общения, такие как электронная почта, мессенджеры, социальные сети, форумы, блоги, видеоконференции и другие средства общения, доступные через Интернет. Это значительно расширяет возможности коммуникации, позволяя людям общаться на большие расстояния и взаимодействовать с широкой аудиторией, преодолевая пространственные и временные ограничения.

Речевые жанры английского языка могут быть классифицированы по множеству параметров, таких как цель коммуникации, тип аудитории, контекст использования, форма и стиль языка, уровень формальности и так далее.

Основные параметры классификации речевых жанров английского языка могут включать следующие:

1. Функциональная направленность: Речевые жанры могут быть классифицированы на основе их основной цели или функции, например, информативные, убеждающие, развлекательные и т.д.

2. Коммуникативная ситуация: Жанры могут различаться в зависимости от контекста и ситуации, в которой они используются, например, академическая речь, деловая переписка, общение в социальных сетях и т.д.

3. Лингвистические характеристики: Речевые жанры могут отличаться по своим стилистическим, грамматическим и лексическим особенностям, например, научные тексты, художественная литература, юмористические рассказы и т.д.

4. Структура и организация: Жанры могут иметь определенные структурные элементы и организацию, такие как заголовки, введение, основная часть, заключение и т.д.

5. Аудитория и адресат: Жанры могут быть нацелены на определенную аудиторию или адресата, например, детская литература, профессиональные обращения, общение с друзьями и т.д.

Разговорный английский язык, используемый в сети Интернет, обладает рядом особенностей, связанных с контекстом использования, возможностями сетевой коммуникации и наличием ограничений в виде ограниченного пространства и времени. В основном, в мессенджерах и социальных сетях можно найти такие фатические речевые жанры как *gossip* и *smalltalk*. Одной из основных стилистических особенностей разговорного английского языка в Интернете является использование сокращений и аббревиатур, а также использование эмодзи, интернет-сленга и жаргонизмов.

Список использованной литературы.

1. Архипенко, А.Ю. Выражение совета в английской и русской коммуникативных культурах : специальность 10.02.20 Сравнительно-историческое, типологическое и сопоставительное языкознание : диссертация на соискание Кандидат филологических наук / Архипенко Анастасия Юрьевна. – Москва, 2006. – 193 с.
2. Батищев, П.С. Основы Интернет / П.С. Батищев // Помощь образованию. – 2004. – № 13. – С. 5-16.
3. Бахтин, М.М. Проблема речевых жанров. В 5 т. Т. 5 / М.М. Бахтин. – Москва : Русские словари, 1996. – 238 с.
4. Вежбицкая, А. Речевые жанры / А. Вежбицкая // Саратов: Колледж. – 1997. – № 1. – С. 99-111.
5. Гловинская, М.Я. Русские речевые акты и вид глагола. Логический анализ языка. Модели действий. / М.Я. Гловинская. – Москва : Наука, 1992. – 140 с.
6. Дементьев, В.В. Когнитивная генристика: внутрикультурные речевые жанровые ценности / В.В. Дементьев, В.В. Фенина // Жанры речи . – Саратов : ГУНЦ "Колледж", 2005. – С. 5-34.
7. Егорова, М.А. Контрастивно-прагматический анализ способов реализации просьбы: сопоставление британской американской и русской традиции : специальность 10.02.20 Сравнительно-историческое, типологическое и сопоставительное языкознание : автореферат диссертации на соискание Кандидат филологических наук / Егорова Мария Александровна. – Воронеж, 1995. – 56 с.
8. Касьянова, К.О. О русском национальном характере / К.О. Касьянова. – Москва : Академический проект, 2003. – 208 с.
9. Кожнина, М.Н. 21. Стилистический энциклопедический словарь русского языка / М.Н. Кожнина. – Москва : Флинта, Наука, 2006. – 378 с.

10. Конецкая, В.П. Социология коммуникации / В.П. Конецкая. – Москва : Наука, 1997. – 167 с.
11. Ларина, Т.В. Англичане и русские: Язык, культура, коммуникация / Т.В. Ларина. – Москва : Языки славянских культур, 2013. – 134 с.
12. Ларина, Т.В. Категория вежливости в аспекте межкультурной коммуникации: На материале английской и русской коммуникативных культур : специальность 10.02.20 Сравнительно-историческое, типологическое и сопоставительное языкознание : диссертация на соискание Кандидат филологических наук / Ларина Татьяна Викторовна. – Москва, 2003. – 102 с.
13. Миронова, А.А. Формирование характера объявления в истории английского языка / А.А. Миронова // Научная библиотека : электронный журнал. – URL: www.lib.csu.ru/vch/127/018.pdf (дата обращения: 10.02.2023).
14. Осипов, Ю.С. Большая российская энциклопедия. В 35 т. Т. 27 / Ю.С. Осипов. – Москва : Большая российская энциклопедия, 2014. – 346 с.
15. Сазанов, В.М. Социальные сети как новая общественная сфера / В.М. Сазанов. – Москва : Лаборатория СВМ, 2010. – 282 с.
16. Сайфуллина, Э.Р. Сплетня, ссора, лесть и др. как негативно оцениваемые речевые жанры (на примере пословиц о речевом поведении) / Э.Р. Сайфуллина // Вестник Башкирского Университета. – 2008. – Т. 13, № 4. – С. 54-67.
17. Самойленко, Л.В. Языковые аспекты виртуальной коммуникации Internet RelayChat / Л.В. Самойленко. – Волгоград : Русская словесность, 2005. – 155 с.
18. Серебрякова, Р.В. Национальная специфика речевых актов комплимента и похвалы в русской и английской коммуникативных культурах : специальность 10.02.19 Теория языка : автореферат диссертации на

- соискание Кандидат филологических наук / Серебрякова Руслана Вячеславовна. – Воронеж, 2002. – 202 с.
- 19.Слышкин, Г.Г. Типы абсурда / Г.Г. Слышкин, В.И. Карасик // Аксиологическая лингвистика: игровое и комическое в общении . – Волгоград : Перемена, 2003. – С. 112-126.
- 20.Фенина, В.В. Категория плавности речи в светской беседе / В.В. Фенина // Единицы языка и их функционирование . – Саратов : Научная книга, 2004. – С. 189-196.
- 21.Фенина, В.В. Непрямая коммуникация в smalltalk / В.В. Фенина // Прямая и непрякая коммуникация . – Саратов : ГУНЦ "Колледж", 2003. – С. 273-277.
- 22.Фенина, В.В. Светское общение в представлении носителей русского языка / В.В. Фенина. – Саратов : Научная книга, 2004. – 133-139 с.
- 23.Фенина, В.В. Типы наглядности в английской спонтанной речи на заданную тему / В.В. Фенина // Романо-германская филология . – Саратов :Сарат. ун-т, 2003. – С. 94-100.
- 24.Фирсова, Н.М. Избранные труды. Актуальные проблемы грамматической стилистики и разговорной речи испанского языка. В 3 т. Т. 1 / Н.М. Фирсова. – Москва : РУДН, 2009. – 223 с.
- 25.Шмелева, Т.В. Типология Речевых Жанров / Т.В. Шмелева. – Саратов : Наука, 1997. – 158 с.
- 26.Якобсон, Р.О. Лингвистика и поэтика: Структурализм – «за» и «против» / Р.О. Якобсон. – Москва : Прогресс, 1975. – 230 с.
- 27.Ярцева, В.Н. Лингвистический энциклопедический словарь / В.Н. Ярцева. – Москва : Научное изд-во «Большая Российская Энциклопедия», 2002. – 507 с.
- 28.Bickmore, T.A. Computational Model of Small Talk / T.A. Bickmore // MIT Media Lab :электронныйжурнал. – URL: <http://web.media.mit.edu/~bickmore/Mas962b..> – Датапубликации: 1999.

29. Bogin, T.A. . Speech genre as a means of individuation - Genres of speech / T.A. Bogin. – Saratov : ASK, 1997. – 248 p.
30. Brown, P. Politeness: Some Universals in Language Usage / P. Brown, S.D. Levinson // Cambridge: Cambridge University Press. – 1987. – № 12. – P. 15-23.
31. Cicero, M.T. Speeches / M.T. Cicero. – Moscow :Nauka, 1993. – 380 p.
32. Crowston, K. Reproduced and Emergent Genres of Communication on the World Wide Web / K. Crowston, M. Williams // The Information Society. – 2011. – № 16. – P. 20-35.
33. Dillon, A. Genres and the web: Is the personal home page the first uniquely digital genre? / A. Dillon, B.A. Grushrowski // Journal of the American Society for Information Science. – 2000. – V. 51, № 2. – P. 202-205.
34. Eiger, G.V. To the construction of texts - Linguistics of the text / G.V. Eiger, V.L. Yukht. – Moscow :Nauka, 1974. – 220 p.
35. Jasinski, J. Genre: Sourcebook on Rhetoric. / J. Jasinski. – CA : Sage Publications, 2001. – 203 p.
36. Kress, G. Literacy in the New Media Age / G. Kress. – London : Routledge, 2003. – 194 p.
37. Malinowski, B. The dilemma of contemporary linguistics / B. Malinowski // Nature. – 1987. – № 31. – P. 172-173.
38. Morris, M. The Internet as Mass Medium / M. Morris, C. Ogan // ÉJournal of Communication. – 1996. – V. 46, № 1. – P. 123-130.
39. Spinuzzi, C. Tracing genres through organizations: A sociocultural approach to information design / C. Spinuzzi // Cambridge: Cambridge MIT Press. – 2003. – № 23. – P. 29-40.

Приложение 1

Информация как способ продолжить общение

Hey, wassup?

Not much, just chillin. U?

Same, just scrolling through insta

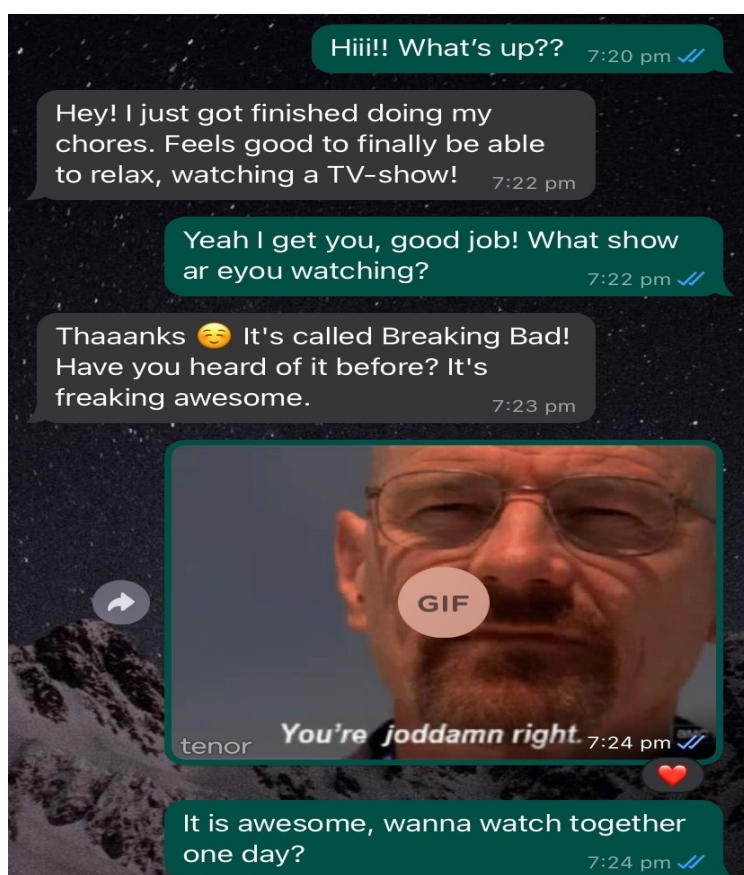
You got plans for the weekend?

Not really, hbu?

Jessica invited us to the party,
should be lit 🔥

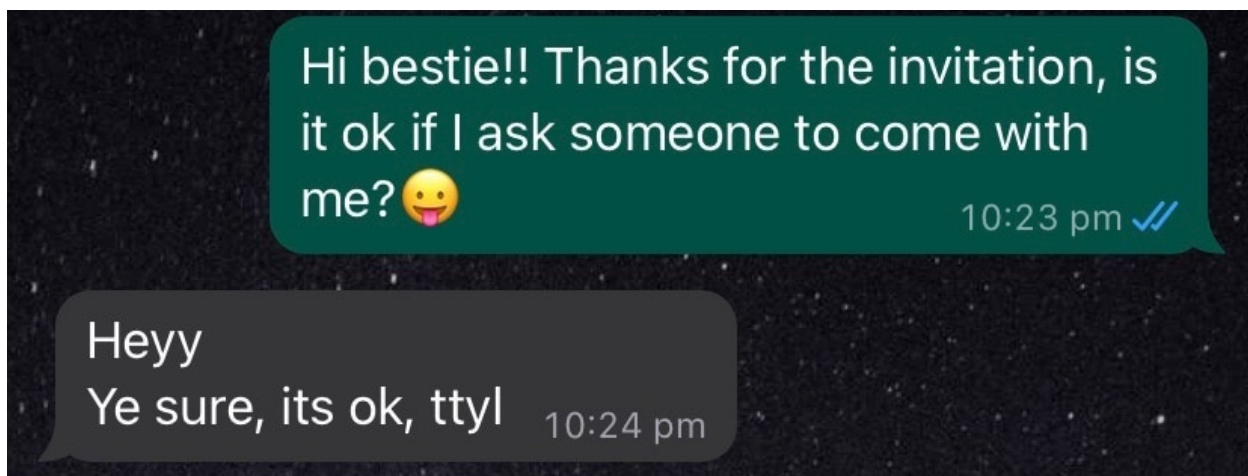
Nicee, lemme know when & where

100



Приложение 3

Разговор в мессенджере, включающий в себя несколько речевых жанров
(«инициальный», «реактивный»)



Приложение 4

Информация отражает ситуацию в момент реального времени



Приложение 5

Пост на Facebook для связи с друзьями и знакомыми



Landon Porter ▶ **John Doe**
Today at 8:57pm · 👥

Hey fam! 🙌 Just wanted to share some big news with y'all! 🎉 I finally quit my 9-5 and decided to pursue my dreams of becoming a freelance writer! 📝 It wasn't an easy decision, but I'm stoked to see where this new journey takes me! 💪 Plus, no more annoying co-workers and office politics. 🙏 #freedom #entrepreneurmindset #livingmybestlife #hustlehard 🙌 Anyway, hope y'all are doing well and living your best life too! Hit me up if you wanna grab a coffee and catch up! ☕👋 #bffs #loveyall

 Like  Comment  Share

   David and 4 others

 Write a comment...    

Приложение 6

Пост на Facebook от официального лица компании

**Skyway Solutions**
Today at 8:57pm · 🌐

Dear valued customers,

We are excited to announce the launch of our new product line. Our team has been working hard to bring you the best quality products that meet your needs and exceed your expectations. We believe that our new product line will be a game changer in the industry and we can't wait for you to experience it.

We want to express our sincere gratitude for your continued support and loyalty to our brand. Your feedback and suggestions have been invaluable in helping us develop our new products.

We invite you to visit our website to learn more about our new product line and explore the options available to you. As always, we are committed to providing you with the highest level of service and support.

Thank you for your business and we look forward to serving you soon.

Sincerely,
Skyway Solutions

 Like  Comment  Share

 Shawn and 48,872 others

 Write a comment...    

Приложение 7
Пост на Facebook от поп-звезды



Britney Spears

Yesterday at 12:42pm · 🌐

Hey my beautiful fans!

I hope you're all having an amazing day! 🎵 I just finished a grueling rehearsal for my upcoming tour and let me tell you, my feet are killing me! 📉😭 But, you know what they say, no pain, no gain! 💪

In all seriousness, I'm so excited to hit the road and share my music with all of you. It's been way too long since we've been able to connect in person, so I can't wait to see your beautiful faces in the crowd! 🥰

Speaking of, have you guys heard the one about the music note who got in trouble with the law? 🎵 He was caught stealing some beats! 😂 I know, I know, I'll stick to singing and leave the comedy to the professionals! 🤡

Anyway, love you all and can't wait to see you soon! ❤️



😬😱👍❤️ Selena and 748,872 others



Write a comment...




Приложение 8
Тип комментария в стиле gossip



Приложение 9
Пост в научном стиле от NASA

< NASA
Posts



♥ 💬 📍 📌

781,169 likes

nasa Star clusters are massive globs of stars that orbit the center of a galaxy. This one is part of the Milky Way and sits over 300,000 light-years from Earth. It's called NGC 2419.

Typical clusters contain stars that were formed at roughly the same time. Astronomers have generally believed that all stars in a cluster contain similar amounts of elements like helium. @NASAHubble's observations challenged this. The cluster here contains two separate populations of red giant stars, with one of them being unusually rich in helium. Similar observations raised questions: did these two groups of red giant stars form together? Or did this globular cluster form another way? Astronomers continue to learn.

Image Description: Many blue, white, and reddish stars are packed close together near the center of this star cluster, and become less dense at the image's edges. They're set against the blackness of space.

Credit: ESA/Hubble & NASA, S. Larsen et al.

#Stars #Stargazing #Astronomy #Hubble #Space #NASA