



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

Кафедра русского языка и литературы

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

На тему «Особенности коммуникативного поведения в социальных сетях»

Исполнитель Исмаилов Рамил Зайыр Оглы

(фамилия, имя, отчество)

Руководитель кандидат филологических наук

(ученая степень, ученое звание)

Хельмянова Юлия Сергеевна

(фамилия, имя, отчество)

«К защите допускаю»

Заведующий кафедрой


(подпись)

кандидат педагогических наук,

доцент

(ученая степень, ученое звание)

Кипнес Людмила Владимировна

(фамилия, имя, отчество)

« 2 » июня 2017 г.

САНКТ-ПЕТЕРБУРГ

2017



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

Кафедра русского языка и литературы

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

На тему «Особенности коммуникативного поведения в социальных сетях»

Исполнитель Исмаилов Рамил Зайыр Оглы

(фамилия, имя, отчество)

Руководитель кандидат филологических наук

(ученая степень, ученое звание)

Хельмянова Юлия Сергеевна

(фамилия, имя, отчество)

«К защите допускаю»

Заведующий кафедрой

(подпись)

кандидат педагогических наук,

ДОЦЕНТ _____ (ученая степень, ученое звание)

Кипнес Людмила Владимировна

(фамилия, имя, отчество)

« ___ » _____ 2017 г.

САНКТ-ПЕТЕРБУРГ

2017

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
ГЛАВА I.....	5
1.1 Коммуникативное поведение как предмет лингвистического исследования.....	5
1.2 Интернет как коммуникативный феномен.....	12
1.3 . Понятие «социальная сеть».....	17
ГЛАВА II. ОБЩЕНИЕ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ: ЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ.....	27
2.1. Графические особенности интернет-коммуникации	27
2.2. Лексические особенности.....	32
2.3. Особенности грамматики.....	40
2.4. Смайлы и мемы.....	45
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	56
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ	55
Приложение 1	67
Приложение 2.....	68

ВВЕДЕНИЕ

Жизнь современного человека наполнена различными устройствами коммуникации – гаджетами, или девайсами, как принято их называть. И, действительно, практически у каждого человека сейчас под рукой мобильный телефон, ноутбук и прочие устройства, поддерживающие интернет-соединение и служащие средствами коммуникации.

Интернет – одно из наиболее значимых достижений человечества в процессе технологического процесса. Интернет-сеть предоставила людям моментальный доступ к любой интересующей информации, открыла мир безграничного общения: люди на разных концах света могут не только говорить друг с другом, но и видеть собеседника в режиме реального времени «здесь и сейчас». Уже несколько десятилетий интернет является объектом научного исследования с различных позиций, прежде всего, с точки зрения философии и психологии. Кроме того, совершенно особый язык, постепенно сформировавшийся в интернете (и формирующийся по сей день), привлекает исследовательское внимание современных лингвистов.

Замечание Деяна Айданича, одного из авторов «Русского журнала», в статье «Новые славянские слова и метафоры в Интернете», что «интернет – это очень интересный источник для языковых исследований и с точки зрения его лексики, и с точки зрения его языка, который рождается при создании виртуальных миров» [www.russ.ru; март 1999] и сегодня актуально. Известный лингвист М. Кронгауз также подчеркивает, что «язык интернета – уникальный эксперимент над Языком и языками, который надо описывать немедленно и всерьез, потому что это как раз и есть передний край лингвистической науки, где объект исследования приходится все время догонять» [Словарь языка интернета.ru 2016: 3].

Необходимо отметить, что изначально исследовался особый «компьютерный язык» – компьютерно-сетевой профессиональный жаргон. Однако, по справедливому замечанию доктора филологических наук, профессора Г. Н. Трофимовой, не первый год занимающейся исследованием русского языка в интернете, проблема, связанная с особенностями языка интернет-коммуникации «выходит далеко за рамки простого описания компьютерно-сетевых терминов» [Трофимова 2011: 42]. В лингвистических работах последних лет исследуется языковая среда интернета и особенности функционирования в ней русского языка на разных уровнях его системы [Атабекова 2003; Буторина 1999; Иванов 2000; Капанадзе 2001; Трофимова 2011; Хребтова 2002 и др.].

Показательно, что совсем недавно, в конце 2016 года, под руководством М. Кронгаузавышел в свет «Словарь языка интернета.ru», в котором была проведена попытка зафиксировать особенности интернет-коммуникации за последние двадцать лет. Данный словарь, включающий три раздела («Слова и выражения», «Термины» и «Субкультуры»), посвящен лексическим особенностям языка интернета и описывает слова, речевые клише и подписи к рисункам, часто используемые в интернет-коммуникации. Важно, что помимо толкования отдельных слов и выражений, авторы словаря приводят сведения орфографического, грамматического и этимологического толка, а также функциональные особенности употребления слов и языковые связи. Для нас важны не только описанные в словаре лексико-грамматические особенности интернет-коммуникации, но прежде всего то, что свое исследование авторы проводили на материале социальной сети «ВКонтакте».

«ВКонтакте» vk.com является наиболее популярной социальной сетью российского интернета (Рунета). По статистике, представленной на сайте, в этой сети зарегистрировано более 380 миллионов пользователей. При этом

более 80 000 000 посетителей заходят на сайт ежедневно и вступают в коммуникацию друг с другом [\[https://vk.com/page-47200925_44240810\]](https://vk.com/page-47200925_44240810). Эти количественные показатели свидетельствуют о важности социальных сетей в жизни современного человека.

Данное исследование направлено на изучение особенностей коммуникации пользователей социальных сетей на примере сети «ВКонтакте». **Актуальность** темы исследования обусловливается несколькими факторами: во-первых, антропоцентрической научной парадигмой; во-вторых, современной ситуацией, характеризующейся взаимодействием и взаимовлиянием современного общества и компьютерных технологий; в-третьих, обращением к изучению специфического языка интернета с его различными особенностями (графическими, пунктуационными, лексическими, грамматическими); в-четвертых, недостаточным количеством исследований, направленных на изучение особенностей функционирования русского языка в социальной сети «ВКонтакте» (частично этот вопрос был затронут в [\[Марченко 2013\]](#)).

Объектом исследования данной работы является интернет как коммуникативный феномен.

Предмет исследования – особенности коммуникативного поведения пользователей социальных сетей на примере «ВКонтакте».

Цель выпускной квалификационной работы заключается в выявлении особенностей коммуникативного поведения интернет-пользователей «ВКонтакте»:

В соответствии с целью исследования были определены следующие **задачи**:

- рассмотреть социальные сети как составляющую интернета и определить их специфику;

- выявить графические, пунктуационные, лексические и грамматические особенности коммуникации в социальных сетях;
- рассмотреть такие специфические средства интернет-общения, как мемы и смайлы.

Материалом исследования послужила открытая переписка пользователей ВКонтакте. **Путем сплошной выборки нами была составлена картотека, включающая ...** примеров и наглядно иллюстрирующая графические, пунктуационные, лексические и грамматические особенности интернет-коммуникации.

Теоретическая и практическая значимость. Данные, полученные при исследовании, могут быть использованы в курсе преподавания лексикологии, стилистики, а также русского языка как иностранного.

Для достижения поставленной цели нами были использованы описательный и лексикографический **методы исследования.**

Структура работы. Бакалаврская работа состоит из введения, двух глав, заключения и списка использованной литературы.

ГЛАВА I.

1.1. Коммуникативное поведение как предмет лингвистического описания

Термин «коммуникативное поведение» был введен в научный оборот И. А. Стерниным в статье «О понятии коммуникативного поведения» в 1989 году [Стернин 1989: 279–282]. Под коммуникативным поведением понимается «совокупность норм и традиций общения народа, социальной, возрастной, гендерной, профессиональной и т.д. групп, а также отдельной личности» [Стернин 2000: 3].

В настоящее время коммуникативное поведение становится предметом исследования различных лингвистических направлений. Им занимается антропоцентрическая лингвистика, теория речевых жанров, контрастивная и этническая культурология, прагмалингвистика и др. Анализируются особенности коммуникации не только между этническими группами, но и отдельных социальных, возрастных, гендерных групп и индивидов.

В связи со стремительным развитием компьютерных технологий, распространением сети интернет и созданием так называемых социальных сетей одним из предметов исследования становится коммуникативное поведение интернет-пользователей [Атабекова 2003; Буторина 1999; Иванов 2000; Капанадзе 2001; Трофимова 2011; Хребтова 2002 и др.]. В зависимости от размеров социальной группы, целесообразно рассматривать коммуникативное поведение лингвокультурной общности в целом, или коммуникативное поведение более мелкой группы, в которой коммуниканты объединяются по какому-либо признаку, например, по сфере

общения. Интернет – это особая виртуальная коммуникативная среда, особая сфера реализации языка.

Интернет является одним из коммуникативных каналов передачи информации. Его развитие обусловило появление особого виртуального пространства со своими коммуникативными законами и правилами.

Глобальная сеть включает в себя многочисленные сетевые сообщества, коммуникативным средством в которых служит совершенно особый «сетевой» язык.

Следует отметить, что коммуникативное поведение в интернете зависит не только от прагматических целей пользователей, но и от предоставляемых технических возможностей (интерактивное общение в любое время суток, упрощённый процесс заведения знакомств, наличие различных невербальных средств коммуникации и т.д.). Коммуникативное поведение пользователей социальных сетей, их стратегии и тактики также во многом зависят от технических возможностей сайта.

Отметим, что обращение к сети интернет – это не только потребность в коммуникации, но и средство рекламы, способ развлечения, поиска информации и др.

С точки зрения лингвистов, интернет представляет собой такую информационно-коммуникативную среду, в которой успешно сосуществуют различные стили речи с разнообразной жанрово-стилистической направленностью. Язык интернета включает в себя всю палитру стилей: от сниженного разговорного, сленга и жаргона до возвышенного книжного. Это представляет собой особенность языка интернета и обуславливает сложность описания коммуникативного поведения его пользователей. Более того, в настоящее время можно констатировать, что компьютерно-опосредованный дискурс посредством определённых лингвостилистических

средств оказывает большое влияние на современный русский язык в других сферах общения.

1.2. Интернет как коммуникативный феномен

В последнее время всё большее количество коммуникативных практик переходит в сеть интернет: усиливается интенсивность использования языка в сети, где возникает особая коммуникативная среда, особое коммуникативное пространство.

Интернет (от англ. Internet) представляет собой всемирную систему объединённых компьютерных сетей с целью хранения и передачи информации. Интернет используется в разных областях: СМИ, бизнес, мультимедиа, средство связи, общения.

Основываясь на таких функциях интернета, как хранение и передача информации, средство социализации и самореализации личности и социальной группы, А. В. Соколов определяет интернет как глобальную социально-коммуникационную компьютерную сеть, предназначенную «для удовлетворения личностных и групповых коммуникационных потребностей за счёт использования телекоммуникационных технологий» [Соколов 2002: 208–209].

И. Н. Казанская выделяет следующие функции интернета: информационную, коммуникационную, репрезентативную, конструктивистскую, или преобразующую, и реабилитационную. Анализируя эти функции, исследовательница отмечает, что из средства глобальной коммуникации интернет начинает трансформироваться в средство интеграции, влекущее за собой интенсивную социализацию людей и возникновение новых социальных групп (виртуальных сообществ) [Казанская 2007: 145–147].

Интернет является универсальным коммуникативным пространством и способствует запуску механизмов виртуализации социальности. Таким

образом, интернет является социальным феноменом, виртуальной средой с широкодоступными сетевыми связями.

Значимость интернета в жизни современного человека и бурное развитие интернет-технологий находят свое отражение в словарях. В современном русском языке насчитывается множество производных от слова интернет.

В «Толковом словаре современного русского языка. Языковые изменения конца XX столетия» под редакцией Г. Н. Складневской обозначены следующие лексемы: интернет, интернет-бизнес, интернет-зависимость, интернетизация, интернет-издание, интернет-кафе, интернет-конференция, интернет-магазин, интернет-страничка, интернет-технологии и т.д. [Толковый словарь современного русского языка. Языковые изменения конца XX столетия 2001].

В «Толковом словаре современного русского языка начала XXI века. Актуальная лексика» под редакцией Г. Н. Складневской отмечены следующие лексемы: интернет-агентство, интернет-браузер, интернет-доступ, интернет-зависимый, интернетомания, интернет-сообщество, интернет-страхование, интернет-торговля, интернет-услуга, интернетчик и т.д. [Толковый словарь современного русского языка начала XXI века. Актуальная лексика 2007].

«Самый новейший толковый словарь русского языка XXI века» фиксирует лексемы инет, интернет-арт, интернет-мессенджер, интренет-пейджер, интернет-селлер, интернет-трейдинг и др. [Самый новейший толковый словарь русского языка XXI века 2011]. Динамика увеличения количества лексем, связанных с интернетом, отмечена и в работе Л. В. Калининой «Образ человека рубежа XX–XXI веков в зеркале языковых и социальных процессов» [Калинина 2013: 128].

Исследователи, изучающие интернет, отмечают, что такой сложный предмет требует междисциплинарного подхода, так как не может быть

адекватно описан в рамках отдельной дисциплины или частного подхода [Войскунский 2003].

В своем исследовании А. Е. Войскунский подчеркивает разноплановость интернета как предмета научного исследования, представляющего собой: 1) комплекс технических объектов (что позволяет ставить вопросы о его географии или экономике), 2) корпус гипертекстов (исследуемых с позиций лингвистики, информатики и т.д.), 3) объединение пользователей, что является объектом социологического, психологического, политического или педагогического анализа, 4) комплексная система, требующая философского осмысления, 5) своеобразная попытка реализации технических и социальных договоренностей в глобальном смысле (предмет анализа с правовых и исторических точек зрения глобалистики) и др. [Войскунский 2003].

Гуманитарные исследования, посвященные интернету, фокусируются на его культурных, языковых и психологических особенностях; закономерностях образования и взаимодействия виртуальных групп и сообществ; принципах самовыражения личности и изменении виртуальной идентичности и др. Безусловно, это разнообразие в осуществлении социальных функций невозможно без функционирования особого языка, являющегося системообразующей характеристикой интернета как глобального социального явления [Горошко 2012].

Э. Кролл, написавший известный учебник по интернету, справедливо заметил, что, если предпринять попытку дать определение интернета одним словом, то этим словом будет «общение»: «общение между отдельными людьми и целыми народами без вмешательства правительства» [Кролл 1995: 5].

Сегодня интернет-коммуникация реализуется на всевозможных интернет-форумах, в блогах и социальных сетях (о последних

речь пойдет в следующем параграфе), где пользователи получают возможность не просто вести коммуникацию, но и творить, делаясь плодами своего творчества с многочисленной аудиторией социальной сети.

Как указывает О. В. Александрова, «явление Интернета – это не просто технологический факт, это факт социальный, и его главным орудием является язык» [Александрова 2008: 345]. Наиболее популярным языком в интернете является английский. Русский язык занимает второе место по употреблению.

Представляется, что наиболее удачно сформулировала определение интернет-коммуникации И. Н. Розина: это использование людьми электронных сообщений (чаще мультимедийных) для формирования знаний и взаимопонимания в различных средах, контекстах, культурах [Розина 2005: 32]. В нем учитывается цель коммуникации, характер средства связи, форма представления информации, человеческая составляющая процесса, а также охват различных форм социальной коммуникации [Горошко 2012: 26].

Подводя итог вышесказанному, подчеркнем еще раз, что интернет это феномен развития информационно-коммуникативного общества, особая информационная среда, социальное коммуникативное пространство, предстающее в качестве сферы реализации особого языка, не существовавшего в прошлом.

1.3. Понятие «социальная сеть»

Термин «социальная сеть» появился задолго до изобретения интернета. Он был введен в оборот американским социологом Джеймсом Барнсом в 1954 году. Под социальной сетью Дж. Барнс подразумевал

«разветвлённые взаимосвязи отдельного человека с другими людьми» [Barnes 1954: 45].

Эта метафора, описывающая систему человеческих взаимоотношений, стремительно набрала популярность, и во второй половине XX века стала использоваться для обозначения любых отношений («партнерские сети», «сеть знакомств» и др.).

Социальные сети, возникшие в конце XX века, приобрели особое значение в современном коммуникационном ландшафте. По статистике, в настоящий момент около 70% людей в возрасте от 15 до 34 лет являются активными пользователями социальных сетей. Первой социальной сетью является Classmates.com, созданная в 1995 году в США. В настоящее время существует множество социальных сетей, к наиболее популярным можно отнести Facebook, созданную в 2003 году, Twitter и Instagram. В России наиболее популярными сетями являются ВКонтакте, Одноклассники и Мир Mail.ru.

Термин «социальная сеть» возник в русском языке как калька с английского выражения «socialnetwork» (социальная сеть, или сообщество). В настоящее время не существует его точного определения. Представляется, что наиболее четко дал его толкование Л. А. **Битков**: «Социальная сеть – это автоматизированный, интерактивный, многопользовательский сервис, созданный для взаимодействия людей в группе или группах, в основе которого лежат система «друзей» и «сообществ», содержание сервиса наполняется пользователями данной сети» [Битков 2011]. Исследователь также подчеркнул, что социальные сети – это фундаментальный сдвиг в способах взаимодействия людей друг с другом.

Согласно толковому словарю С. И. Ожегова и Н. Ю. Шведовой, слово «сеть» имеет следующие значения:

1. Приспособление, изделие из закреплённых на равных промежутках, перекрещивающихся нитей, верёвок, проволоки (ср. рыболовная сеть, сеть для ловли птиц; плести сети (также перен.: заниматься интригами); расставлять сети (также перен.: хитрыми уловками стремиться поставить кого-н. в трудное, опасное положение).

2. ед. ч., *перен.* О множестве переплетённых, скрещённых черт, линий (ср. сеть дождя).

3. Система коммуникаций, расположенных на каком-нибудь пространстве (ср. железнодорожная сеть, телефонная сеть, виртуальная сеть).

4. Совокупность расположенных где-нибудь однородных учреждений, организаций (торговая сеть, курортная сеть) [Толковый словарь русского языка 2006].

В «Толковом словаре русского языка» под редакцией Д. Н. Ушакова помимо перечисленных значений также приводится переносное, характерное только для формы множественного числа. Ср.: Сети – то, что лишает свободы, сковывает волю (книж. поэт.) [Толковый словарь русского языка 1935–1940]. Это значение метафорично отражает современную ситуацию, при которой социальные сети поглощают молодое поколение, пагубно влияя на его психику и стереотипизируя и упрощая мышление.

Приведём примеры других определений, обнаруженных нами на просторах интернета и в специальной литературе. «Социальная сеть – это интернет-площадка, сайт, который позволяет зарегистрированным на нём пользователям размещать информацию о себе и коммуницировать между собой, устанавливая социальные связи. Контент на этой площадке создаётся непосредственно самими пользователями» [Социальная сеть URL].

В работе «Влияние через социальные сети» под редакцией Е. Г. Алексеевой социальная сеть определяется как «интерактивный

многопользовательский сайт, содержание которого наполняется посетителями, с возможностью указания какой-либо информации об отдельном человеке, по которой аккаунт (страницу) смогли бы найти другие участники сети» [Влияние через социальные сети 2010:29].

Таким образом, термин «социальная сеть» в некоторой мере оправдывает прямое значение лексемы «сеть» (ср.: «изделие из перекрещивающихся нитей»): это социальная структура, которая состоит из узлов – социальных групп и отдельных индивидуумов, взаимодействующих и пересекающихся «друзей», «пабликов» и «групп». Влияние социальных сетей на так называемую реальную жизнь отражается в языке. Ср.: *постоянно сидеть в соцсетях; ночами зависает в соцсетях; тратить время на соцсети; отвлекаться на соцсети вовремя работы, учёбы других дел; пренебрегать реальным общением ради общения в соцсетях; вся моя жизнь в соцсетях* и др. [Матусевич 2016: 46].

Отталкиваясь от концепции социальных сетей, существующих в реальности, определим их особенности в киберпространстве:

1. создание индивидуальных профилей, включающих в себя информацию о пользователе (имя, семейное положение, интересы и проч.);
2. возможность взаимодействия пользователей;
3. достижение совместных целей путём кооперации (например, осуществление поиска новых знакомств);
4. обмен информационными ресурсами;
5. удовлетворение собственных интеллектуальных и эмоциональных потребностей.

На сегодняшний день наиболее популярными российскими социальными сетями являются «ВКонтакте» (vk.com), «Одноклассники» (odnoklassniki.ru) и «Фейсбук» (facebook.com).

«ВКонтакте» – лидер среди российских пользователей. Эта сеть насчитывает более 380 миллионов зарегистрированных пользователей, при этом 80 миллионов из них общаются в социальной сети ежедневно (данные за июнь 2017 года).

Первоначально проект «ВКонтакте», запущенный 10 октября 2006 года, был копией широко известной иностранной социальной сети «Facebook», однако со временем стал самостоятельным ресурсом. Эта социальная сеть используется не только в целях коммуникации, она отличается большим количеством различных аудио- и видеоматериалов, игр и др.

Отметим, что популярность сайта «ВКонтакте» привела к возникновению некой «лингвистической моды». Подобная модель (слитное написание предлога и существительного в предложном падеже) используется в названии различных интернет-ресурсов: *Втеме* (поиск скидок на различные услуги и специальных предложений), *Времонта* (магазин товаров для стройки и ремонта), *ВСпорте* (новости спорта), видеопортал *ВКадре*, порталы *vshkolei vunivere* (учебные материалы и решебники), сайт *Вработе* и др. [Матусевич 2016: 49].

Итак, можно констатировать, что социальные сети вовлекли в себя огромное количество людей и являются неотъемлемой частью жизни современного человека. Социальные сети, способствующие удобной и непринуждённой коммуникации в любое время, в любом месте и практически с любым человеком (вплоть до известных артистов и политиков), стирают возрастные, территориальные и социальные различия участников общения. Социальные сети являются и своеобразным интерфейсом взаимодействия людей, и совершенно новой коммуникативной средой, привносящей новые тенденции в общение.

Общение в социальных сетях имеет ряд особенностей по сравнению с реальным общением, традиционным письменным общением и другими формами интернет-коммуникации. В следующей главе настоящего исследования рассматриваются лингвистические особенности коммуникации в социальной сети «ВКонтакте».

ГЛАВА II. ОБЩЕНИЕ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ: ЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

Общение в социальных сетях, как было отмечено ранее, имеет свою специфику и осуществляется с помощью особых единиц различных языковых уровней (графического, фонетического, словообразовательного, лексического, грамматического). В данной главе, анализируя открытую переписку пользователей «ВКонтакте», мы попытаемся выявить эти «особые единицы» и описать их специфику.

Исследуя прагматические и семантические аспекты речевого общения, В. В. Богданов отмечает, что оно основывается на двух видах компетенции – энциклопедической и лингвистической. Первый включает в себя предметы, ситуации, события и факты, которые могут стать содержанием общения. Второй связан с овладением информацией об устройстве языка, т.е. лингвистическая компетенция необходима для того, чтобы «иметь возможность доводить до сведения друг друга энциклопедическую информацию». Однако, по мнению автора, для речевого общения недостаточно наличия у индивида только энциклопедической и лингвистической компетенций. Чтобы успешно обмениваться информацией при помощи языковых средств, коммуникантам необходимо обладать неким набором знаний о том, как это должно делаться [Богданов 1990].

С середины 90-х гг. XX в. исследования интернет-коммуникации находятся в стадии активных разработок в различных научных сферах: философии, социологии, психологии, лингвистики и др. Популярность исследования интернет-коммуникации объясняется растущим интересом к глобальной сети и, собственно, социальным сетям, особенно среди молодого поколения.

Общение в интернете привело к формированию особого языка интернета, который к тому же влияет на естественные национальные языки, на которых общаются пользователи. Например, даже в Великобритании, где ситуация заимствования интернет-терминологии из чужого языка отсутствует, лингвисты приходят к необходимости выделения и изучения интернет сленга – «Веблиша» (от англ. «Web» и «English»), быстро распространяемого среди интернет-пользователей. Безусловно, здесь речь идет прежде всего о компьютерно-сетевом профессиональном жаргоне, необходимом для работы с компьютером, многие слова и выражения из которого переходят в живую разговорную речь.

Исследуя язык глобальной сети, Г. Н. Трофимова отмечает, что в России нередко изучение функционирования русского языка в интернете сводится к узкопрофессиональному компьютерно-сетевому жаргону, который, по аналогии с английским языком, называют «Руглиш». Однако, по мнению исследовательницы, «это слово отнюдь не отражает все многообразие и глубину данной проблемы, суть и значение которой выходит далеко за рамки простого описания компьютерно-сетевых терминов» [Трофимова 2011: 42].

Виртуальная коммуникация производится посредством письменных текстов, которые создаются в реальном времени и подвергаются влиянию спонтанной устной разговорной речи. Это приводит к тому, что создаваемый текст и его автор в виртуальной реальности становятся равнозначными. Соответственно, значение как бы письменно «произносимого» текста сильно возрастает. Научное осмысление данного лингвистического факта привело к возникновению нового, еще не устоявшегося термина: «письменное произношение». Функцию интонационных конструкций при этом на себя принимают смайлы,

помогающиевыражать коммуникантам экспрессивно-эмоциональную окраску высказываний [Голобородская 2009: 240].

Общение в интернете основано на таких видах речевой деятельности, как письмо и чтение. Однако, в последнее время появляются дополнительные функции, позволяющие отправлять и получать аудио- и видео- сообщения, а также общаться в режиме онлайн, видя и слыша собеседника.

Что касается виртуальной языковой личности, она сохраняет традиционные структурные уровни: вербально-семантический, т. е. владение языком; когнитивный, формирующий картину мира; и прагматический, отражающий мотивы, интересы и оценки. Все эти уровни приобретают в интернете иной смысл, который зависит от психологических особенностей пользователей интернет-сообщества.

В интернете личность раскрепощается, ликвидируются психологические барьеры, происходит не просто чтение («потребление») текстов, а творческий процесс их созидания, что вызывает волну языкового творчества, нового отношения к русскому языку, не только как к средству производства, но и как к форме выражения собственных творческих способностей [Трофимова 2011: 43-44].

Необходимо отметить, что интернет-аудитория Рунета очень неоднородна в социально-культурном плане. Л. Ю. Иванов разделяет ее на две основные части: «группу авторитетных носителей языка» и «люмпен-пролетариата» [Иванов 2000]. К первой он относит так называемую интеллектуально-творческую элиту, владеющую нормами литературного языка и придерживающуюся законов языка. Вторую группу пользователей Л. Ю. Иванов определяет как тех, кто научился входить в сеть, но не научился себя там правильно вести» [Иванов 2000].

По метафорическому выражению Г. Н. Трофимовой «интернет оказался в России той лакмусовой бумажкой, которая вскрыла истинную ситуацию с языковой грамотностью массовой аудитории» [Трофимова 2011: 45]. При этом перемещение общества в виртуальное пространство и в компьютерно-сетевое измерение привело к серьезным изменениям в русском языке [Там же: 78].

В виртуальной коммуникации сохраняет свою активность так называемый «закон речевой экономии», в целом характерный для современного русского языка. Это проявляется на разных языковых уровнях: лексическом, словообразовательном, морфологическом и синтаксическом. Наибольший резерв в этом плане имеет синтаксис: словосочетания служат основой для образования новых лексем, сложные предложения сворачиваются в простые, образуя слова-темы и ключевые слова-запросы [Трофимова 2011: 78].

Интернет приводит к обострению наметившихся в речи тенденций смешения устной (разговорной) и письменной (книжной) речи. Это способствует разрушению традиционного соотношения книжности, основанной на письменной речи, и разговорности, которая базируется на устной речи. Следовательно, границы форм речи размываются, в результате чего в интернете образуется особый тип речи, суть которого Г. Н. Трофимова выразила в понятии «письменно-устной» речи [Там же: 83].

2.1. Графические особенности интернет-коммуникации

При исследовании особенностей интернет-коммуникации, многие лингвисты констатируют креативность виртуальной языковой личности при выборе и использовании средств общения. Это можно объяснить возрастом основной массы пользователей – это молодые люди от 15 до 35 лет,


стремящиеся иронично взглянуть на хорошо знакомые вещи, представив обыденное в юмористическом плане.

Исследователями отмечается склонность многих пользователей социальных сетей прибегать к фонетическому принципу при написании слов («пишу так, как произношу»), что, безусловно, влечет за собой массу орфографических ошибок. Однако, необходимо отметить, что многие ошибки возникают и из-за высокого темпа печати реплик, из-за их спонтанности, кроме того, из-за каких-либо технических неполадок, опечаток и т.п.

Широко распространено отражение на письме особенностей разговорной фонетики коммуникантов (*чѐ, токо, щас, ваще*), довольно частотны попытки отражения интонационной окраски фразы (*ну-у-у-у, не зна-а-аю я!*), а также попытки описательно отразить особенности дискурса, условия коммуникации (например, реплика в диалоге: «*(Тайлер задумался, качает ногой) - хм-м-м*»).

Одной из важнейших графических особенностей является использование знаков препинания для выражения эмоций, подчеркивания интонации говорения и высоты тона. Самыми частоупотребительными знаками являются восклицательный, вопросительный и многоточие. Также к графическим особенностям можно отнести следующие:

- одновременное использование латиницы и кириллицы, (*online-общение, Камитoff*);

- использование специальных символов (значков), обозначающих эмоции ( и др.);

- использование смайлов, передаваемых печатными знаками (:); :-) :/ и др.);

- изменение правил орфографии (ср. так называемый албанский язык, или «жаргон падонков»: *превед, узбагойся, убейся апстену*);

- использование пунктуации для передачи интонации и эмоций;
- лексические и графические аббревиации (*ОМГ – от англ. Oh my God!*
нзч – не за что; спс – спасибо);
- использование лишних букв, а также увеличенного шрифта (прописных букв) для выражения интонации, эмоций (*она красивая и песни суперrrr; Какая она страааааишая, ДА ТЫ ЧООО ВАЩЩЩЕЕЕЕ ЧТО ЛИ??!!!!*).

2.2. Лексические особенности

В социальных сетях возникает совершенно новая лексика, в основном имеющая англоязычное происхождение. Она активно осваивается русскими пользователями, развиваясь в вариантах ее написания, словообразовательные отношения, сочетаемость (*лайк – поставить лайк, репост – сделать репост, репостнуть, селфи – сделать селфи, дакфейс* и т.п.). Например, образуются новые глагольные лексемы, широко используемые молодыми людьми не только в виртуальном, но и в реальном общении: *Instagram – заинстаграмиться, selfie – заселфиться, screenshot – скриншотнуть* и т.п.

На лексическом уровне обращает на себя внимание разговорная направленность речи, выражаемая в разнородности лексем: от использования разговорных и просторечных до несущих эмоционально-экспрессивную оценку, сленговых и жаргонных слов, различных междометий и звукоподражаний (*я итоль виноват, что этот фильм везде спойлерят; Да хвааатит уже; дай ссыль; он же старенький; мне кажется, он тупо гасится; батязаселфился* и др.).

Перейдем к описанию некоторых важных для социальных сетей понятий, к которым можно отнести «лайк», «репост», «селфи» и др.

В социальных сетях человек, лишенный поддержки близких людей, не имеющий «реальных» друзей, может найти сочувствие. Это определяет для многих привлекательность социальных сетей: здесь могут оценить, понять, дать совет, прислушаться к твоему мнению, оценке, дать совет. Это ощущение во многом создаётся с помощью «лайков» (от англ. like – нравиться) и «репостов» (от англ. repost – сообщать, объявлять о чём-то).

Слово «лайк» может использоваться в качестве призыва: часто задаются условия для получения лайка. Ср.: *С тебя лайк; С мужика по лайку; Лайк, если влюблен; Лайк, если любишь печеньки* и т.п.

Отсутствие или небольшое количество лайков некоторых пользователей приводит к огорчению. Ср.: *Хочу больше лайков! Поставьте лайк! Почему так мало лайков? Нет лайков - нет новых постов*²⁹.

Репосты же облегчают обмен и распространение информации. Они способствуют проведению некоего «моста дружбы» между пользователями социальных сетей и являются инструментом рекламы и развития бизнеса. Также с помощью репоста можно сообщить о чем-то крайне важном (трагедия в семье, просьба оказать помощь и т.п.).

Слово «селфи» (от англ. self – «сам, себя»), появившееся в начале 2000-х годов, в 2013 году получило мировую славу и распространение, было включено в Оксфордский словарь и получило статус «слово года». Это автофотопортрет, сделанный на фронтальную камеру мобильного телефона. Селфи – самые популярные фотографии в социальных сетях. Их задача – привлечение внимания с целью получения положительной оценки (выражаемой в общем количестве лайков): *Классное селфи; Неудачное селфи; Мое первое селфи* и т.п.

Лук (от англ. look – «вид, внешность, наружность, выражение лица») – фотография или вид человека в полный рост, а также образ, стиль в одежде. Слово лук подразумевает что-то модное, актуальное, чаще всего имеет положительный оттенок: *суперский лук; лук что надо; Обожаю их луки; луки очень хорошо подобраны; Спортивный лук* и т.п.

Одна из разновидностей лука – лифтолук, представляющий собой фотографию, сделанную в зеркало лифта. Лифтолук – одно из наиболее популярных селфи. С его помощью молодые люди обычно стремятся продемонстрировать свой неповторимый стиль в одежде, свою

оригинальность: *Деньрожденченскийлифтолук; сегодняшний лифтолук; ночной лифтолук* и т.п.

Перечисленные выше лексемы, пришедшие в русский язык из английского, трансформировались, приобретя ряд адаптационных особенностей. Это в том числе проявляется в орфографической вариативности и родовых колебанияхпредставленных заимствований. Ср. написание *селфи* vs. *селфи*; *моя селфи* vs. *моё селфи* и т. д.

Итак, на наш взгляд, к лексическим особенностям интернет-коммуникации можно отнести:

- употребление экспрессивно окрашенной лексики, т. е. слов, содержащих отрицательную или положительную коннотацию, выражающихэмоциональную оценку предмета речи. В интернет-среде чаще всего в таких случаях используется молодёжный или компьютерный сленг [Морозова2015; Словарь молодёжного и интернет-сленга 2007]. Например, для положительной характеристики нередко используются слова *кайфовый, понтовый, клёвый, чумовой, обалдеть, кульно, мощно, офигенно* и т.п.; при отрицательной оценке: *печалька, отстойный, хрень, не айс, лажа, фигня, фигово, стрём*, и др.

- усечение слов: *лан, прост, прив / прива, оч* и др.

- аббревиация: от русского языка – *спс (спасибо), нзч (не за что), УГ (унылое г**но)* и др. и от английского языка – *лол – lol (laughingoutloud), омг –omg (ohmygod), имхо – ИМНО (intyhumbleopinion)* и т.п.

Однако, использование акронимов в интернет-коммуникации не только экономит время, оно влияет на родную речь пользователей, упрощая и обедняя ее. Характерна негативная реакция на частое использование акронимов: *Ее общение со мной сводится к «прив», «споки», «оки».*

Соответственно, можно заключить, что внастоящее время особенности общения в сети определяются технический прогрессом, влекущим за собой

возникновение всё новых слов и понятий. При этом важно подчеркнуть, что каждое такое понятие рождает определённые стереотипы мышления в интернет-языке, приводит к развитию особой культуры употребления данной лексики, создает целый сетевой мир с особыми правилами. Комплексное изучение актуальной лексики в интернет-дискурсе позволяет лучше понимать устройство виртуального мира и активные процессы, происходящие в языке.

2.3. Особенности грамматики

Появление новых слов в интернет-языке имеет лавинообразный характер. Наряду с заимствованием важным источником пополнения словарного запаса является словообразование.

Большой пласт лексики, употребляемой для общения в социальных сетях, представляет собой заимствования или кальки с английского языка. Эти англицизмы хорошо усваиваются пользователями Рунета и далее употребляются в речи, приобретая новые родственные лексемы путем использования традиционных словообразовательных моделей.

Продуктивными словообразовательными способами являются словосложение, суффиксация и префиксация (*селфи, селфипалка, заселфить, заселфиться; лук, лучок, луки; клик, кликнуть, хакнуть, ангрейд, ангрейднуться, бан, банить, забанить, коннект, коннектиться, законектиться* т.п.).

В некоторых словообразовательных моделях активнее используются исконные корневые морфемы. Например, универбация с суффиксом -к-: «листалка» – «программа для перелистывания страниц», «звонилка» – «программа для совершения телефонных звонков».

В качестве исходных элементов словообразовательных гнезд довольно часто используются синонимы самого понятия «интернет», как заимствованные, так и исконные: Интернет, веб и сеть. Например, *интернет-коммуникация, интернет-переписка, интернет-технология, интернет-кафе; веб-страница, веб-дизайн, веб-узел, веб-сайт, вебка; сетевик, сетянин, сетеголовый, сетеголик* и т.п.

Важно отметить, что сама лексема интернет до сих пор не имеет устоявшейся парадигмы склонения. Несмотря на то что средний носитель русского языка причисляет его к словам мужского рода, некоторые компьютерные специалисты и интернет-пользователи, ориентируясь на англоязычные нормы, воспринимают интернет как несклоняемое существительное женского рода.

Что касается прочих явлений морфологического плана, можно констатировать частое употребление форм императива первого лица единственного числа вместо вежливой формы императива первого лица множественного числа: *Жми сюда! Зайди на «Кулички»!* [Трофимова 2011: 97].

Для синтаксиса интернет-коммуникации характерно использование разговорных конструкций, а также аналитизм как ведущая тенденция в современной грамматике. Синтаксические конструкции становятся более свободными, при этом повышается роль контекста и порядка слов. В основном пользователи соцсетей употребляют небольшие по длине предложения-высказывания, используя свободные синтаксические связи типа примыкания. Активизируются экспрессивные синтаксические конструкции.

Устойчивой тенденцией является расчленение, или сегментирование синтаксических построений, что способствует динамичности высказываний, сопоставимой с живой разговорной речью. «В стремлении письменной речи

можно отнести изображения частей тела и жестов (глаза, губы, ухо, нос, палец вверх и т.д.).

3) Природа. Это изображения домашних и диких животных (собака, корова, тигр и т.д.), птиц (цыплёнок, голубь, пингвин), водных обитателей (дельфин, кит), а также насекомых, растений, цветов, атмосферных и природных явлений.

4) Пища. Изображения продуктов питания: блюд различной кухни, фруктов, овощей, мяса, рабы, напитков, десертов.

5) Транспорт. Изображение средств передвижения: автомобиль, велосипед, поезд, самолёт, трактор и др.

6) Личные вещи и предметы быта. К данной группе можно отнести одежду, обувь, аксессуары, предметы быта и прочее.

7) Предметы и символы (хобби, спорт, офисные принадлежности и др.).

8) Страны и национальности.

Смайлы имеют следующие характерные черты:

1. Они узнаваемы и понятны.

2. Они единичны. Как правило, смайл представлен в виде одного предмета (за исключением изображения парных предметов, пар людей, иллюстрирующие какие-либо отношения между ними).

Интересно, что женщины, по мнению исследователей, используют смайлы в два раза чаще, чем мужчины. К такому выводу приходит Алиша Вульф в своей работе «Экспрессия онлайн: гендерные различия и использование эмотиконов» [AreEmoticons a Woman Thing? URL]. Также было обнаружено, что в 35% женщины чаще используют смайлики, передающие юмор, в то время как мужчины, как правило, используют смайлики для выражения сарказма (31%).

Ещё к одному интересному выводу А. Вульф пришла в работе «Киберпсихология и поведение». В результате наблюдения за общением онлайн между мужчинами и женщинами было установлено, что женщины при общении с мужчиной чаще используют саркастичные смайлики, в то время как мужчины при общении с женщинами используют немного больше смайлов, чем при общении с другими мужчинами. Таким образом, и те, и другие коммуниканты меняют свои лингвистические привычки, чтобы соответствовать манере общения своего собеседника [AreEmoticons a Woman Thing?].

Мысль о том, что женщины используют смайлы чаще мужчин, а иногда вообще ограничиваются только эмоджонами, ярко подтверждается в следующих примерах:

– *Хороший сегодня фильм посмотрели.*

–)

- *Кстати, ты сегодня отлично выглядишь.*

– ;))

– *Увидимся!*

–)))

Ср. также: *Спрашиваю у нее: «Как настроение?» А в ответ приходит смайлик сноубордиста. Что она хотела мне сказать? Она спортсмен? Ей плохо? Она спит с доской?*

Помимо смайлов в социальной сети «ВКонтакте» существуют так называемые стикеры. Стикер (от англ. sticker, to stick – «наклеивать») изначально означает ярлык, или этикетку, наклеиваемые на товар. Ср. *бренд, лейбл* [Крысин 2008]. В социальных сетях это некий набор картинок более крупного, чем смайлы, размера, с помощью которых пользователь может выразить свои эмоции (см. примеры в Приложении).

Главная особенность стикеров заключается в наличии общего героя для нескольких стикеров (*Подушка: Лучшая подружка – это подушка. Даже если она мальчик. Или девочка; Кактус Коля: Вечнозеленый парень, полный энергии и настоящих чувств и др.*) или общей темы (*Офисный бардак: Набор для архиважных переговоров и содержательных бесед; Гении минувших лет: Легендарные исторические личности*).

Смайлы и стикеры изображают распространённые жесты и мимические выражения, используемые в реальном общении. Эти невербальные коммуникативные единицы уже становились предметом исследований таких зарубежных и российских ученых, как Аллан Пиз, Джеймс Борг, Г. Е. Крейдлин, Пол Экман и др. [Борг 2013; Крейдлин 2004; Ниренберг 2012; Пиз А., Пиз Б. 2013; Экман, Фризен 2010].

В общении в соцсетях смайлы и стикеры функционируют как соответствующие этикетные жесты приветствия, прощания, просьбы и т.п. и эмоции (радость, обида, угроза, удивление и др.) Нередко смайлы и стикеры «ВКонтакте» используются в качестве дополнения к соответствующим словам или же вместо них.

Распространённым способом, выражающим отношение говорящего к чему-либо является использование фразеологизмов – устойчивых, лексически неделимых словосочетаний, которые придают речи яркость и образность. На наш взгляд, мемы в интернет-коммуникации также можно рассматривать в качестве фразеологизмов, поскольку они являются разновидностью прецедентных феноменов, которые известны большинству интернет-пользователей.

В зависимости от степени распространения в интернет-пространстве мемы отличаются разной степенью локальности. Для остальных носителей языка, не являющихся активными пользователями соцсетей, они, безусловно, будут требовать необходимых комментариев.

Итак, мем (от англ. meme) обозначает единицу культурной информации. Мемом может быть любой актуальный символ, слово, фраза, изображение и т.п. Чаще всего мемы имеют текстовую или графическую форму (примеры мемов см. в Приложении) и передаются пользователями друг другу в сети. Обычно целью при этом является развлечение, создание комического эффекта.

Впервые это понятие ввел британский популяризатор науки Ричард Докинз в книге «Эгоистичный ген», описывающей новый подход к эволюции живых организмов. Р. Докинз ввел это понятие как единицу передачи социокультурного наследия или единицу имитации (от греч. μίμημα, «мимем») [Докинз 1993]. Следовательно, мем – это информация, передающаяся одним носителем другому.

В настоящее время мемом принято называть распространившуюся в широких массах в рекордно короткие сроки некоторую информационную единицу (текст, изображение или видео), которая очень часто не имеет фактического смысла, и принимает разные значения в каждом конкретном контексте.

Н. Г. Марченко, особо подчеркивая значимость текстовых мемов для общения в социальных сетях, подробно классифицирует их, выделяя фразовые мемы (когда мем составляет целую фразу, предложение), мемы-словосочетания, а также мемы-слова, распределенные по частям речи [Марченко 2013: 142].

Считается, что пользователь, склонный к употреблению мемов, демонстрирует свою вовлечённость в информационную среду, поскольку многие мемы возникают как реакция на актуальные события социальной, политической и культурной сфер современной действительности. Незнакомый с исходным контекстом пользователь часто испытывает затруднения в истолковании некоторых интернет-мемов.

Итак, смайлики, стикеры и мемы являются неотъемлемой частью общения в социальной сети и во многом способствуют замене вербальных и невербальных единиц непосредственного, так называемого «реального» общения.

Проведенный анализ особенностей семантики и функционирования языковых единиц в условиях общения в сети «ВКонтакте» показал, что язык интернет-общения имеет ряд особенностей, проявляющихся в постоянном появлении новых лексем и понятий, изменении их семантики, сочетаемости ряда лексем в условиях коммуникации в социальной сети.

Полученные данные подтверждают, что лексика соцсети «ВКонтакте» непосредственно отражает меняющуюся объективную реальность (в частности особенности технического прогресса) и что новые значения появляются не изолированно в отрыве от лексико-семантической системы данного конкретного языка, а в неразрывной связи с ней, как её составной элемент, нередко под влиянием такого активного процесса в русском языке, как заимствование и освоение иноязычной лексики.

При этом в условиях активной сетевой коммуникации не только расширяется сочетаемость слов, но и меняется тем или иным образом их семантика, в результате чего в речи пользователей (а стало быть, большинства носителей языка) появляются и закрепляются новые значения и/или стилистические оттенки слов.

Можно констатировать, что постепенно у пользователя социальной сети формируется своя особая, «сетевая» картина мира, свой этикет, свой круг прецедентных феноменов, свой виртуальный образ, который может «накладываться» на образ реальный.

В финальной части второй главы мы рассмотрели формирование специфических особенностей коммуникативного поведения, а также актуальную лексику социальных сетей.

Можно утверждать, что в настоящее время процесс освоения иноязычных заимствований и постоянное развитие технических возможностей во многом определяют особенности сетевого общения и ярко отражаются в речи в виде актуальной лексики.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Подводя итог проведенному исследованию, необходимо согласиться с мнением Г. А. Трофимовой, что общение в интернете «особенно ярко высвечивает пробелы в орфографической, пунктуационной и стилистической грамотности его создателей, участников или пользователей», поскольку филолог, изучающий особенности интернет-коммуникации, сразу видит ее отличия от литературных норм на всех языковых уровнях.

Общение в социальных сетях в настоящее время являются неотъемлемой частью как межличностной, так и деловой коммуникации, а язык сетевого общения обогащает национальный язык новыми словами, выражениями и понятиями.

В настоящем исследовании была представлена комплексная характеристика коммуникативного поведения в социальных сетях на примере социальной сети «ВКонтакте».

В соответствии с целью работы, были выполнены следующие исследовательские задачи:

- рассмотрены социальные сети как составляющая интернета и определена их специфика;
- выявлены графические, пунктуационные, лексические и грамматические особенности коммуникации в социальных сетях;
- рассмотрены такие специфические средства интернет-общения, как мемы и смайлы.

В результате нашего исследования мы пришли к следующим основным выводам.

Интернет всё чаще определяется исследователями как феномен развития информационно-коммуникативного общества, как особая информационная среда, социальное коммуникативное пространство, представляющее как место реализации языка, которого не существовало в прошлом.

Социальные сети ежедневно вовлекают в свое пространство все большее количество людей, отвечая потребностям в удобной и непринуждённой коммуникации, предоставляя возможности для создания групп по интересам и стирая различия участников сети по возрасту, территориальной и социальной принадлежности.

Коммуникация в социальных сетях обладает своей спецификой по сравнению с общением в живую, следует различать формы традиционного письменного общения и формы интернет-коммуникации.

В наше время особенности сетевого общения во многом определяются техническим прогрессом, который способствует внедрению в язык всё новых слов и понятий. При этом важно подчеркнуть, что за каждым таким понятием стоит целый концепт, рождающий различные стереотипы мышления в языке сети. Развивается особая культура употребления данной лексики, создающая целый сетевой мир с особой системой правил. Изучение актуальной лексики интернет-дискурса в комплексе позволит лучше понять устройство виртуального мира и активные процессы, которые происходят в современном русском языке.

Исследование, направленное на выявление частотных лексем, риторических приёмов, тропов и т.д., позволило нам сделать объективные выводы относительно особенностей коммуникативного поведения в социальных сетях.

Отличие от форм традиционного письменного общения интернет-коммуникации в социальных сетях выражается в спонтанности речи,

ориентации на узус («так говорят»), а не на норму. Часто собеседник присутствует онлайн в момент общения, происходит диалог в режиме «здесь и сейчас». Для общения необходимо знать технический функционал конкретного ресурса, владеть сетевым сленгом и знаниями особого сетевого этикета. Кроме того, можно отметить, что темп «речи» в социальных сетях приближен к устному реальному общению. А эмоции и чувства выражаются в активном использовании различных графических средств.

Смайлики, стикеры и мемы - это изображения частотных общеупотребительных жестов и мимических выражений, используемых в непосредственной коммуникации. Составляя неотъемлемую часть коммуникации в социальной сети, они в определённой степени заменяют вербальные и невербальные единицы непосредственного общения.

На лексическом уровне следует отметить снижение и огрубление речи интернет-пользователей (использование сниженной лексики, жаргонизмов и т.п.), большое количество заимствований из английского языка, используемых в британских и американских социальных сетях. Лексические единицы, используемые в общении в социальных сетях или принятые в сетевом общении, активно изменяются, адаптируются в русском языке, расширяя свою семантику и лексическую сочетаемость.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Александрова, О. В. Соотношение устной и письменной речи и язык СМИ // Язык средств массовой информации / Под ред. М. Н. Володиной. – М.: Академический проект; Альма Матер, 2008.
2. Асмус, Н. Г. Лингвистические особенности виртуального коммуникативного пространства[Электронный ресурс]. – Режим доступа:http://www.disszakaz.com/catalog/lingvisticheskie_osobennosti_virtualnogo_kommunikativnogo_prostranstva.html.
3. Бальжирова, Т. Ж. Интернет как средство социальной коммуникации в условиях формирующегося в России информационного общества: дис. ... канд. социол. наук: 22.00.04. – Улан-Удэ, 2003.
4. Белянкина, М.А. Языковая репрезентация личности в социальных сетях Рунета (на материале текстов сайта <http://vk.com>) // Семантика. Функционирование. Текст: межвузовский сборник научных трудов. – Киров: Изд-во ООО «Радуга-ПРЕСС», 2013.
5. Бенвенист, Э. О. субъективности в языке // Бенвенист Э. Общая лингвистика. М.: Прогресс, 1974.
6. Битков, Л. А. Практическое использование социальных сетей журналистами и специалистами по PR // Российские СМИ и журналистика в новой реальности :междунар. науч.- практ. конф., 14–15 апр. 2011 г. – Екатеринбург, 2011.
7. Богданов, В. В. Речевое общение: прагматические и семантические аспекты. – Л. : ЛГУ, 1990.
8. Буров, А. А. Формирование современной русской языковой картины мира (способы речевой номинации): Филологические этюды. Монография. – Пятигорск: Изд-во ПГЛУ, 2008.

9. Влияние через социальные сети / Под общей редакцией Е. Г. Алексеевой. – М.: Фонд «ФОКУС-МЕДИА», 2010.
10. Галичкина, Е.Н. Специфика компьютерного дискурса на английском и русском языках (на материале жанра компьютерных конференций) :автореф. дис. ... канд. филол. наук. –Волгоград, 2001.
11. Голобородская, И. С. Роль современного развития Рунета в формировании информационной культуры молодежи // Ученые записки РГСУ. – 2009. – №9 (72). – С. 235-243.
12. Горошко, Е. И. Интернет-жанр и функционирование языка в Интернете: попытка рефлексии // Жанры речи. Саратов: Наука, 2009. – Вып. 6. «Жанр и язык». – С. 11–27.
13. Горошко, Е. И. Лингвистика Интернета: формирование дисциплинарной парадигмы, 2007 // Жанры и типы текста в научном и медийном дискурсе. Орел: Картуш, 2007. – Вып. 5. – С. 223–237.
14. Горошко, Е. И. Современная Интернет-коммуникация: структура и основные параметры // Интернет-коммуникация как новая речевая формация: коллективная монография / науч. ред. Т. Н.Колокольцева, О. В. Лутовинова – М.: Флинта: Наука, 2012.
15. Гулакова, И. И. Коммуникативные стратегии и тактики речевого поведения в конфликтной ситуации общения :автореф.дис. ... канд. филол. наук. – Орел, 2004.
16. Дедова, О. В. О языке Интернета // Вестник Московского университета. Сер. 9. Филология. – 2010. – № 3. – С. 25–38.
17. Докинз, Р. Эгостичный ген. – М., 1993.
18. Долгова, Т. В. К вопросу об англоязычных заимствованиях в современном русском языке // В мире науки и искусства: вопросы филологии, искусствоведения и культурологии. Издательство: НП «СибАК» (Новосибирск). 2015. – № 44. – С. 86–91.

19. Иванов, Л. Ю. Язык в электронных средствах коммуникации // Культура русской речи. – М.: Флинта: Наука, 2003.
20. Иванов, Л. Ю. Язык Интернета: заметки лингвиста // Словарь и культура русской речи. – М., 2000.
21. Казанская, И. Н. К научному пониманию феномена Интернета // Актуальные проблемы социогуманитарного знания: сб. науч. трудов МПГУ. – М.: Прометей, 2007. – С. 128–150.
22. Колокольцева, Т. Н. Интернет-коммуникация как зеркало основных тенденций развития и функционирования русского языка // Грани познания. – № 4 (14). – Волгоград, 2011.
23. Кролл Э. Всё об Интернете. – Киев: ВНУ, 1995.
24. Кронгауз, М. А. Мем в русскоязычном Интернете: опыт деконструкции // Русский язык и новые технологии / Под ред. М. В. Ахметовой, В. И. Беликова. – М.: Новое литературное обозрение, 2014. – С. 87–95.
25. Марченко, Н. Г. Социальная сеть «ВКонтакте»: лингвопрагматический контекст: автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Ростов-на-Дону, 2013.
26. Матусевич, А. А. Общение в социальных сетях: прагматический, коммуникативный, лингвостилистический аспекты характеристики :дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01. – Киров, 2016. – 190 с.
27. Мифы и реальность социальных сетей в Интернете [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://site.nic.ru/content/view/358/33>.
28. Морозова, О. Е. Концептосфера молодёжного сленга // Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского. – №2. – Ч. 2. – Н. Новгород: ННГУ им. Н.И. Лобачевского, 2015. – С. 478-482.

29. Морослин, П. В. Лингвокультурологические основы теории функционирования Рунета в пространстве межкультурной коммуникации: автореф. дис. ... докт. филол. наук : 10.02.01. – М., 2010.
30. Орехов, Б. В. Ключевые и эпизодические слова десятилетия в зеркале интернет-СМИ // Русский язык и новые технологии / Под ред. М. В. Ахметовой, В. И. Беликова. – М. : Новое литературное обозрение, 2014. – С. 131–155.
31. 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.
32. Селютин, А. А. Коммуникативная природа социальных сетей: статус как элемент коммуникативной структуры // Знак: проблемное поле медиаобразования. – Т. 2. – № 6. – Челябинск, 2010.
33. Скородумова, О. Б. Социокультурные функции Интернета и особенности их реализации в современной России : дис. докт. социол. наук : 24.00.01. – М., 2004.
34. Славина, Е. С., Нагорный, А. И. Социальные сети Интернет как способ отчуждения молодёжи от реального мира: основные мотивы // Соціальні технології: актуальні проблемні теорії та практики. – 2014. – Вип. 61. – С. 133–139.
35. Трофимова, Г. Н. Языковой вкус интернет-эпохи в России. Функционирование русского языка в Интернете: концептуально-сущностные доминанты: Монография. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : РУДН, 2011. – 436 с.
36. Шилина, М. Г. Интернет-коммуникация: исследовательские концепции XXI века. К вопросу формирования категориально-понятийного

аппарата [Электронный ресурс]. – Режим доступа:
<http://www.mediascope.ru/node/1081>

37. Юдина, Т. В. Универсальные и специфические характеристики Интернета как формы коммуникации // Язык средств массовой информации / Под ред. М. Н. Володиной. – М.: Академический проект; Альма Матер, 2008. – С. 654–658.

38. AreEmoticonsaWomanThing? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL:<http://www.herizons.ca/node/554>

Словари

39. Ефремова, Т. Ф. Новый словарь русского языка. Толково-словообразовательный. – М.: Русский язык, 2000.

40. Крысин, Л. П. Толковый словарь иноязычных слов. – М.: Эксмо, 2008.

41. Ожегов С. И.; Шведова Н. Ю. Толковый словарь русского языка. – М.: ИТИ Технологии, 2006.

42. Самый новейший толковый словарь русского языка XXI века / под ред. Шагаловой Е. Н. – М.: АСТ: Астрель: Полиграфиздат, 2011.

43. Словарь молодёжного и интернет-сленга / Авт.-сост. Н. В. Белов. – Минск: Харвест, 2007.

44. Словарь языка интернета.ru / Под ред. М. А. Кронгауза. – М. : АСТ-ПРЕСС КНИГА, 2016.

45. Толковый словарь русского языка в 4-х т. / Под ред. Д.Н. Ушакова. – М.: Государственный институт «Советская энциклопедия», 1935–1940.

46. Толковый словарь современного русского языка начала XXI века. Актуальная лексика / Под ред. Г. Н. Скляревской. – М.: Эксмо, 2007.

47. Толковый словарь современного русского языка. Языковые изменения конца XX столетия / Под ред. Г. Н. Складневской. – М.: ООО «Издательство Астрель»: ООО «Издательство АСТ», 2001.

ПРИЛОЖЕНИЕ
ПРИМЕРЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СМАЙЛОВ, СТИКЕРОВ И
МЕМОВ В СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ «ВКОНТАКТЕ»





я так по соскучилась...лафффки тебя

че делать будешь?

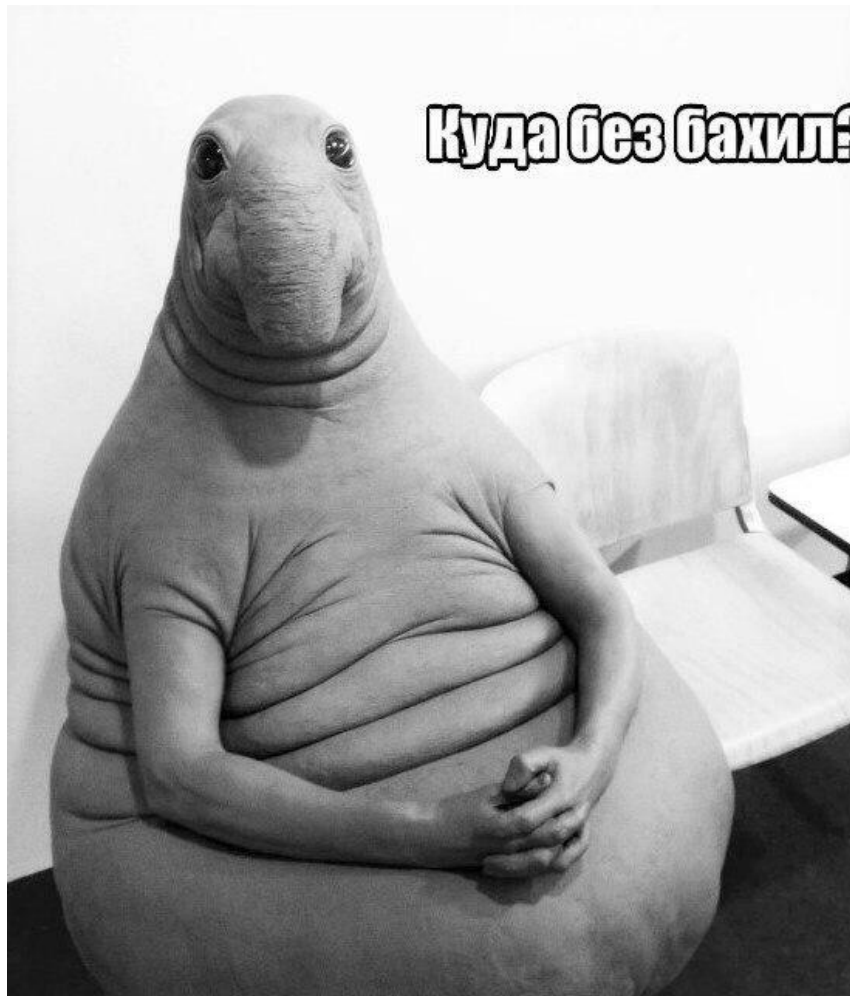
мож прошвырнемся по сейлам?



я так устала 😭😭😭

он 💔, как теперь с этим жить, хочется 🍷🍷🍷

Alinoshka была в сети 15 минут назад 📱









ОТЛИЧНАЯ МОТИВАЦИЯ

Представь,
что твой врач
учится как ты

ROFLBOT

ЭТО Я



ПЕРЕД ЭКЗАМЕНОМ