Санкт-Петербургский государственный университет

**Сафроненко Александра Олеговна**

**Выпускная квалификационная работа**

**Английский язык в цифровой коммуникации**

**(на примере социальных сетей)**

Уровень образования: магистратура

Направление 45.04.02 «Лингвистика»

Основная образовательная программа ВМ.5769. «Иностранные языки в сфере международных отношений»

Научный руководитель:

старший преподаватель, Кафедра иностранных

языков в сфере международных

отношений,

Ниязова Галина Юрьевна

Рецензент:

доцент, ФГОУ ВО

«Петербургский университет

Путей сообщения императора

Александра I,

Афанасьева Елена Александровна

Санкт-Петербург

2021

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ3

ГЛАВА 1. ЦИФРОВАЯ КОММУНИКАЦИЯ7

1.1. Общая информация и развитие цифровой коммуникации….7

1.2. Создание социальных сетей; положительные и отрицательные стороны10

1.3. Особенности общения в социальных сетях и теория дискурса14

1.4. Характеристика интернет-лингвистики24

1.5. Главные особенности английского языка (на примере социальных сетей)27

ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 130

ГЛАВА 232

2.1. Языковая картина в мире социальных сетей32

2.2. Морфологические особенности английского языка в цифровой коммуникации40

2.3. Лексические особенности английского языка в цифровой коммуникации49

2.4. Синтаксические особенности английского языка в цифровой коммуникации57

ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 263

ЗАКЛЮЧЕНИЕ65

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК68

ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСЫ72

**ВВЕДЕНИЕ**

Каждый живой язык постоянно находится в стадии изменения. Вторая половина 20 века стала рассветом для новых технологий, привнесших впоследствии в жизнь общества множество изменений, которые коснулись и такой повседневной сферы жизни, как язык. Новое на тот момент интернет-пространство стало фундаментом цифровой коммуникации, которая имеет общие особенности как с письменной, так и разговорной речью, но в то же время отличается от них, имея свои особенности.

Из-за стремительного развития технологий, сложился интернет-дискурс, отражающий самые последние изменения в языке. В наши дни он играет большую роль в пополнения лексического состава английского языка, что обусловлено укреплением языковых контактов в различных сферах жизни и процессами экономической и культурной глобализации, которой во многом способствуют стремительный прогресс в сфере телекоммуникаций и всё увеличивающаяся доступность интернет-сети. Благодаря интернету коммуникация разрослась до огромных масштабов, позволив общаться людям и обмениваться информацией вне зависимости от местонахождения.

Можно сказать, что интернет-пространство служит «мощным орудием распространения лексического или грамматического неологизма» [Ахапкина 2014: 183]. Интернет представляет собой совсем новую семиотическую среду, приводит к появлению не существовавших ранее форм коммуникации, которые рассматриваются и изучаются многими современными лингвистами. Благодаря интернету есть возможность рассмотреть и зафиксировать происходимые с языком изменения с самого начала, что, допустим, труднее сделать в реалиях устной речи.

**Предметом** настоящего исследования является английский язык в цифровой коммуникации. Несмотря на то, что цифровая коммуникация активно изучается, ежедневно появляется что-то новое, отличное от предыдущего. Интернет-дискурс является главной темой многих лингвистических работ как отечественных лингвистов (Е.Н. Галичкин, В.Ю. Нестеров, А.А. Баркович и др.), так и зарубежных (З. Харрис, М. Фуко и др.). В данной работе мы рассматривает происходящие изменения в английском языке на лексическом, морфологическом и семантическом уровнях, основываясь на текстах (комментариях) в социальных сетях.

**Актуальность** исследования в данной области объясняется целым рядом причин. Поскольку цифровая коммуникация в Интернете не теряет своей популярности, а наоборот, становится чуть ли ни наравне с устной речью, возникают новые формы общения, которые не всегда успевают зафиксировать в научных работах. Английский язык представляет особый интерес из-за того, что он является глобальным языком, с помощью которого обмениваются информацией миллионы и миллиарды коммуникантов. Язык видоизменяется изо дня в день под давлением множества факторов, среди которых можно выделить: разные культуры, статусы общества, образование и другое.

Стоит отметить, что благодаря Интернету, английский язык в цифровой коммуникации позволяет отследить все происходимые изменения, которые, впоследствии, уходят в забытье или приходят в устную повседневную речь. Таким образом, Интернет дает возможность отследить все происходящие изменения в языке на всех уровнях.

Цифровое общение является одной из самых широко обсуждаемых тем в лингвистике, привлекая к себе внимание множества ученых, потому что объединяет в себе таки функции, которые еще в 19 веке представить было невозможно.

В качестве **материала** для настоящего исследования были использованы комментарии пользователей в социальных сетях Facebook, Instagram, YouTube и Twitter. Несмотря на то, что основной целью всех социальных сетей является общение, каждая из них имеет свои особенности, которые будут рассмотрены в следующих главах. Были взяты комментарии как под новостными постами, например, официальный аккаунт The New York Times[[1]](#footnote-2), так и развлекательными – Wizarding World[[2]](#footnote-3).

**Новизна** работы продиктована стремительными изменениями, которые происходят в английском языке, и их анализом на лексическом, семантическом и морфологическом уровнях более пристально, чем это могло бы освещаться в других работах.

**Цель** данной работы заключается в описании, анализе и структурировании особенной английского языка в цифровой коммуникации на основе социальных сетей, а именно комментариях пользователей. Для достижения поставленной цели представляется необходимым решить следующие частные **задачи**:

1. описать особенности цифровой коммуникации и языковой картины мира;

2. рассмотреть теорию интернет-дискурса, к которому относится цифровая коммуникация;

3. выделить основные черты общения в сети-интернет;

4. собрать и проанализировать языковой материал;

5. описать и структурировать главные особенности английского языка на основе интернет-комментариев.

**Объектом** исследования является английский язык в цифровой коммуникации.

**Предметом** исследования информационное поле социальных сетей.

Основными **методами исследования** были выбраны методы лингвистического и квантитативного анализа, а также сравнительный, описательный, метод контролируемого отбора, метод теоретического анализа литературы, метод контекстуального анализа, обработки и классификации полученных данных.

Работа состоит из введения, теоретической главы, в которой рассматриваются исследования и теоретические лингвистические работы в данной области, практической главы, посвященной особенностям английского языка в цифровой коммуникации на лексическом, морфологическом и семантическом уровнях, заключения и библиографического списка.

**Глава 1. Цифровая коммуникация**

**1.1. Общая информация и развитие цифровой коммуникации**

Компьютерные технологии с каждым годом все в большей степени определяют жизнь современного человека. Сегодня компьютер − это не только рабочий инструмент, но и решение различных коммуникационных задач. Развитие информационных технологий и телекоммуникационных систем открывает более широкие возможности для общения. В 21 веке виртуальное общение стало самым конкурентным видом коммуникации, который бросает вызов традиционному, потому что все больше и больше людей предпочитают его. С развитием цифровых технологий стали появляться социальные сети, созданные с целью объединения или знакомства людей с общими интересами, обмена информацией (включая текст, фото, видео- и аудиосообщения), добавления в друзья, группы, чаты и т. д. Джон А. Барнс, как известно, первым использовал концепцию социальных сетей в научном контексте. Это было в 1954 году в статье «Класс и комитеты в норвежском островном приходе», имея в виду разветвленные отношения человека с другими людьми.

Несомненно, развитие социальных сетей можно рассматривать как одну из основных тенденций развития современного общества и цифровых технологий. Социальные сети становятся новыми социальными сообществами, в которых люди общаются друг с другом. Они расширяют возможности общения, устраняя физические границы между людьми. Диалог ведется независимо от расстояния, и, более того, коммуниканты могут общаться с совершенно незнакомыми людьми с помощью своих цифровых устройств и современных информационных технологий. Появление социальных сетей привело к экспоненциальному росту новых типов письменной речи, используемых в Facebook, Twitter, Instagram и других социальных сетях. С развитием интернет-общения начал появляться интернет-дискурс, в котором реализуются как общие, так и индивидуальные свойства, характерные именно для данного типа дискурса.

Рассмотрим глубже тему создания и развития цифровых коммуникаций. Стоит отметить, что устройства и методы цифровой коммуникации существуют уже давно. Популяризация компьютеров и рождение Интернета в 1980-е годы стали, в какой-то степени, квантовым скачком в области коммуникации, а также большим шагом в области эволюции для человеческого общества. Цифровая революция ознаменовала заключительную фазу информационного века, люди в далеких частях мира имеют доступ к любой информации человечества. Цифровая коммуникация привела к созданию социальных сетей с помощью трех важных видов связи, которые представляют собой: Интернет (WWW), мобильную связь и спутниковую связь [Carton 2009].

**WorldWideWeb** (Всемирная паутина) − система, предоставляющая доступ к связанным между собой документам, которые расположены на различных компьютерах, подключённых к сети Интернет. В сети Интернет можно встретить людей, работающих в различных сферах бизнеса и индустрии, разделяющих широкий спектр образовательных, деловых и личных интересов. С помощью Интернета многие пользователи учат иностранные языки, а также получают образование, не выходя из дома. Однако не стоит рассматривать Интернет как сеть предназначенную только для академических, деловых и профессиональных интересов.

**Мобильные сети** предоставляют возможность передачи голоса и данных, что позволило в свое время улучшить и упростить жизнь миллиардов людей. С их помощью стимулируется местная экономика, предоставляются важные социальные услуги, такие как здравоохранение и образование. Мобильные сети дешевле и проще в использовании, они не нуждаются в постоянном источнике питания и могут использоваться людьми, не имеющими опыта работы с технологиями [Zaki 2012].

**Спутниковая связь** позволяет соединять телекоммуникационные сети одной страны с другой. Ее также можно использовать для подключения к трансокеанским точкам, географически удаленным районам или бедным странам, которые имеют слабую инфраструктуру связи. Спутниковая связь используется для мобильных приложений, а также для ведения связи с кораблями, транспортными средствами, самолетами, терминалами, теле- и радиовещания [Hart 2000].

Развитие цифровой коммуникации началось в первой половине XVIII века – с появлением **телеграфа**, создателем которого считается Самюэль Морзе. В 1844 году всего лишь с помощью нескольких слов, переданных по электрическому телеграфу между Вашингтоном и Балтимором, было положено начало революционным средствам междугородной связи в реальном времени. Азбука Морзе (телеграфный код) представляет собой код переменной длины, в котором используется алфавит из четырех символов: точка, тире, пробел между буквами и пробел между словами [Viterbi, Omura 2013].

Появление электрического телеграфа и его успешное применение в течение первой половины XIX века послужило толчком к созданию телефона в 1875 году Александром Грэхом Беллом. С помощью телефона путем кодирования электрического сигнала происходила передача речи и воспроизводилась в реальном времени. Однако первоначальная версия телефона была слишком слабой и позволяла коммуникантам разговаривать только на короткие расстояния.

В 1928 году Гарри Найквист опубликовал свои результаты по теории передачи сигналов в телеграфии в статье «Определённые проблемы теории телеграфной передачи». Найквист установил параметры точного приема телеграфных сигналов, передаваемых по дисперсионным каналам. Большая часть ранних работ Найквиста позже была использована для передачи цифровых данных по дисперсионным каналам [Gorman 1999: 185].

В 1937 году Алекс Ривз разрабатывает метод дискретизации голосового сигнала − **импульсно-кодовая модуляция** (ИКМ). Метод ИКМ означает цифровое кодирование речевых сигналов, данный метод впоследствии применяется в телефонных сетях на территории США. Однако технология ИКМ претерпела глубокие изменения с появлением нового транзистора и разработкой крупномасштабной интеграции схем для его коммерческого использования.

В 1948 году Клод Э. Шеннон опубликовал статью «Математическая теория связи», в которой обобщил прошлые идеи. Само понятие «информация» он не разъясняет, только упоминает, что сообщения могут иметь некое «значение», то есть относиться к системе, имеющей свою физическую или умозрительную сущность. Также он рассматривает непрерывные множества сообщений, а не только конечные. Его работа позволила решить основные задачи теории информации: кодирование, передачу сообщений и устранение избыточности [Shannon 2001: 3-55]. В наши дни статья по-прежнему сохраняет актуальность, являясь основополагающей для многих работ.

Именно эти работы можно считать одними из основополагающих в теории развития цифровой коммуникации.

**1.2 Создание социальных сетей; положительные и отрицательные стороны**

Люди всегда пытались построить общение друг с другом, которое было бы не ограничено временными и географическими рамками. «На протяжении большей части истории человечества мы разрабатывали технологии, которые облегчают нам общение друг с другом» [Диган 2000: 12].

В 1960-е годы общественность увидела появление электронной почты, и лишь в 1991 году появился открытый доступ к сети Интернет. Изначально электронная почта позволяла обмениваться сообщениями с одного компьютера на другой, но только в том случае, если они оба были подключены к сети. Сегодня почтовые серверы дают пользователям доступ к электронной почте и ее содержимому в любое время. Стоит отметить, что именно с появлением электронной почты началось создание различных социальных сетей.

Под понятием социальная сеть подразумевается онлайн-платформа, которая используется пользователями для общения, знакомств, поддержки связи, создания социальных отношений, а также для развлечения и работы.

Существуют также социальные каталоги, которые ориентированы на использование в академической сфере, позволяя пользователям работать с базами данных цитат из научных статей (Academic Search Premier, LexisNexis). Социальные библиотеки представляют собой приложения, с помощью которых есть возможность оставлять ссылки на коллекции, книги, аудиозаписи пользователей (IMDb.com). Для совместного хранения медиафайлов используются социальные медиахранилища. Существуют также профессиональные социальные сети (для общения на профессиональные темы, обмена опытом и информацией, такие как LinkedIn) и корпоративные социальные сети.

Существуют геосоциальные сети, которые позволяют налаживать социальные связи на основании географического положения пользователя (работает на базе геолокаций пользователей).

Изначально целью всех коммуникационных инструментов было не столько общение, сколько решение бизнес-задач и рабочих задач. Но социальная и развлекательная функция Интернета в кратчайшие сроки стала одной из главных ролей. В 1995 году Рэнди Конрад создал первую социальную сеть **Classmates**. Целью этой социальной сети было помочь зарегистрированным пользователям находить, а также поддерживать связь с 30 друзьями и знакомыми, с которыми пользователь познакомился на разных этапах своей жизни: в школе, университете, на работе или во время службы. К 2008 году сеть Classmates насчитывала более 40 миллионов активных пользователей на территории США и Канады. Почти сразу после появления Classmates были запущены такие социальные сети, как MySpace, LinkedIn и, наконец, **Facebook** - последнее вызвало массовое увлечение социальными сетями.

На сегодняшний день самыми популярными считаются: Facebook, Instagram, Tumblr, Twitter и Pinterest. Социальная сеть Facebook была основана в 2004 году Марком Цукербергом и его соседями по комнате во время учебы в Гарвардском университете. Первоначально веб-сайт назывался Thefacebook и был доступен только студентам Гарвардского университета, затем была открыта регистрация для других университетов Бостона, а затем для студентов из любого учебного заведения США с адресом электронной почты в домене edu. С сентября 2006 года сайт доступен для всех пользователей Интернета в возрасте от 16 лет и старше, имеющих адрес электронной почты. Интерфейс социальной сети доступен на 90 языках.

Социальная сеть **YouTube** в большинстве стран известна как крупнейший сервис видеохостинга, предоставляющий пользователям различные возможности для загрузки видеоматериалов и доступа к ним. Компания была основана в феврале 2005 года в США. Этот проект со временем сформировал собственное сообщество. Простота и удобство YouTube сделали его вторым по посещаемости сайтом в мире. На портале представлены фильмы, музыкальные клипы, новости, трейлеры и обучающие программы, а также любительские видеоролики. Пользователь может просматривать, добавлять, комментировать и удалять видео. Таким образом, реализуется одна из **главных особенностей** любой социальной сети – **общение**.

Однако стоит отметить, что существуют как положительные, так и отрицательные стороны использования социальных сетей.

**Положительные стороны** использования социальных сетей [Futureofworking 2015]:

1. возможность поддерживания связи с семьей, друзьями и знакомыми независимо от местонахождения и времени суток;
2. социальные сети – способ найти людей с общими интересами, создать свою группу с определенной тематикой общения;
3. социальные сети как средство продвижения. С их помощью можно расширить аудиторию у различных организаций, музыкантов и артистов. Все крупные производители сейчас имеют аккаунты в социальных сетях и поддерживают общение с клиентами;
4. благодаря сети Интернет пользователи в кратчайшие сроки получают доступ к последним новостям и другой важной информации;
5. социальные сети используются органами правопорядка, что позволяет им знавать месторасположение преступников или преступные организаций, а также предотвращать преступные акты.

Основные **негативные стороны**, которыми чаще всего оперируют исследователи: [Teacher & Hur 2009]:

1. через социальные сети в течение нескольких часов или дней может распространиться ложная и ненадежная информация. Такая информация зачастую вызывает страх и дезинформацию в обществе.
2. социальные сети могут привести к проблемам в отношениях и общении между людьми в реальности;
3. интернет-травля или кибербуллинг могут иметь разрушительные последствия в жизни людей;
4. одной из основных проблем увлечения социальными сетями считается зависимость: люди становятся все более и более зависимыми от их использования;
5. из-за киберпреступлений конфиденциальность информации пользователей всегда находится под угрозой. Удалить что-либо из Интернета навсегда практически невозможно.

**1.3. Особенности общения в социальных сетях и теория дискурса**

Общение в социальных сетях носит весьма специфический характер и отличается от «реального» каждодневного общения. Можно выделить несколько **основных особенностей общений в социальных сетях** [Boyd 2007: 9-12]:

1. асинхронное общение, которое продлевает срок существования любого речевого акта;
2. возможность использование поиска, с помощью которого люди могут находить единомышленников;
3. из-за частого копирования и пересказывания текстов невозможно отличить «оригинал» от «копии;
4. невидимая аудитория (нельзя сказать, сколько человек прочитало чье-либо высказывание или услышало обращение, если это не приватный чат, а, например, комментарии под видео или какой-либо новостью);
5. социальные сети – это место, где пользователи активно участвуют и обмениваются информацией, делятся опытом, высказывают свое мнение и создают обзоры, основанные именно на их понимании чего-либо, а также на их опыте;
6. одной из важных особенностей является то, что информация в социальных сетях распространяется по множеству каналов и содержит несколько инструментов, которые включают в себя аудио, видео, текст и т. д.;
7. еще одна важная особенность сети социальных сетей – это динамичная, гибкая среда, которая постоянно меняется с точки зрения содержания, а также подлежит постоянному развитию.

Горошко Е.И. в своей работе «Современная интернет-коммуникация: структура и основные параметры» выделяет следующие особенности»:

1. в настоящее время преобладает массовое и опосредованное общение, чего нельзя было сказать еще несколько столетий назад;
2. произошло увеличение количества вынужденных контактов между людьми. Особенно это заметно в крупных городах, где образ жизни определяет неизбежность контактов совершенно незнакомых людей друг с другом. Отличительной особенностью таких контактов является то, что они многочисленны и поверхностны, количество в данном случае стоит на порядок выше качества;
3. противоречие между формой, средствами общения и его содержанием. С одной стороны, в данный момент не составит особого труда установить контакт с любыми субъектами, независимо от их месторасположения. С другой стороны, многообразие средств связи не компенсирует глубину общения, что стало основополагающим принципом для возникновения феномена, названного как «одиночество в толпе»;
4. активный рост квазиобщения в повседневной жизни человека, что характеризуется как общение мнимое и воображаемое.

Например, работа многих средств массовой информации основана на **квазиобщении**, иллюзия коммуникации создается при систематических просмотрах передач, блогов и постов пользователей. Формируется ощущение знакомства, хотя на самом деле зритель имеет лишь некоторое представление об их образе жизни и деятельности. В таком случае, можно сделать вывод, что данные несут поверхностный характер, и, в какой-то степени, принудительные контакты между людьми при их многообразии и массовости снижают качество общения. Согласно Виноградовой, качество общения определяется: уровнем взаимодействия; количеством потребностей, которые удовлетворяются в процессе коммуникации, а также возможностями самореализации и развития. [Виноградова 2009].

Общение между коммуникантами происходит на разных уровнях, которые формируются на основе общей культурной составляющей коммуникантов, вступающих в диалог, а так же их особенностей характеров, обстоятельств и факторов при которых происходит взаимодействие. В своих работах Вахрамова Е.Н. и Кузнецова Н.В. разбивают общение на три уровня:

1. первым уровнем выделяется фатический, на котором происходит обычный обмен фразами и репликами с целью поддержания диалога. Чаще всего причиной фатического уровня общения являются вынужденные обстоятельства, при которых коммуниканты должны поддерживать диалог между собой, но в беседе не заинтересованы. Поскольку речь коммуникантов не имеет глубинного смысла и подтекста, получение новых знаний также не происходит, такой вид общения можно охарактеризовать как ограниченное или примитивное. Общение на фатическом уровне происходит в рамках этикета и норм социального слоя, к которому относятся коммуниканты;
2. второй уровень носит название информационного, на этом уровне происходит обмен интересной и новой информацией между коммуникантами. Активное участие в процессе общения и заинтересованность в нем является главной особенностью информационного уровня, который чаще всего возникает на почве совместных интересов или деятельности;
3. личностный уровень занимает третьей место и образуется только в том случае, если каждый из коммуникантов готов и способен к раскрытию себя, пониманию собеседника и взаимному общению, в какой-то степени, доверию и желанию привнести в общение нечто новое и более значимое. [Вахрамова 2009: 271].

На достижение третьего уровня общения между коммуникантами влияет множество факторов, именно поэтому достичь его не так просто. Можно сказать, что процесс коммуникации в социальных сетях находится выше первого уровня, но не может достичь третьего. Поэтому, можно предположить, что по своим характеристикам коммуникация в социальных сетях, с большей вероятностью, относится ко второму уровню, чем к другим.

Цифровая коммуникация дала начало новой форме языкового взаимодействия – письменной разговорной речи. Язык существует в Интернете в основном в письменном варианте, но в условиях интерактивной сетевой коммуникации тип речи приближен к устной её разновидности. Поэтому с развитием общения в сети Интернет ученые-лингвисты начали выделять **Интернет-дискурс**.

Традиционно в лингвистике дискурс соотносят с такими понятиями, как высказывание, речевая деятельность, текст, речь, коммуникативная ситуация, монолог и диалог.

Определение термина «**дискурс**» стало популярным со временем в целом ряде дисциплин, таких как психология, лингвистика, философия, антропология, литературоведение, социология, социолингвистика, этнография, когнитивная психология и т.д. Такая распространенность термина «дискурс» объяснялась тем, что его четкого и общепризнанного определения не существовало. Интерес к изучению текста объясняется желанием более глубоко рассмотреть язык как цельное средство коммуникации, изучить связи языка с различными аспектами человеческой деятельности, которые могут реализоваться через текст.

Это привело к полисемичности термина «дискурс», который описывается в «Кратком словаре терминов лингвистики текста» Т.М. Николаевой: «Дискурс – многозначный термин лингвистики текста, употребляемый рядом авторов в значениях, почти омонимичных. Важнейшие из них: 1) связный текст; 2) устно-разговорная форма текста; 3) диалог; 4) группа высказываний, связанных между собой по смыслу; 5) речевое произведение как данность – письменная или устная» [Николаева 1978: 480].

**Теория дискурса** никогда не утрачивала связи с лингвистикой текста, поскольку была тесно связана с ней с самого начала, но постепенно исследования шли к разграничению понятий «текст» и «дискурс» [Хурматуллин 2009: 31-32].

К примеру, по определению В.Г. Борботько, дискурс есть текст, но именно тот, который состоит из коммуникативных единиц языка, то есть предложений и их объединений в более крупные единства, находящиеся в непрерывной смысловой связи, что позволяет воспринимать его как цельное образование [Борботько 1981: 8]. Борботько подчеркивает тот факт, что текст, как языковой материал, не всегда представляет собой связную речь, то есть дискурс. Текст – более общее понятие, чем дискурс. Дискурс всегда является текстом, но обратное будет неверным. Также не всякий текст является дискурсом. Дискурс – это частный случай текста [Хурматуллин 2009: 32].

Зелиг Харрис – американский языковед и социолог был первым, кто ввел термин discourse analysis в лингвистику. В его представлении дискурс представляет собой «связанную речь и письмо» [Harris Zellig S. 1952: 474-494].

В отличие от З. Харриса французский учёный Э. Бенвенист говорит о дискурсе как о «речи, присваиваемой говорящим»: «дискурс не является простой суммой фраз, при его рождении происходит разрыв с грамматическим строем языка. Дискурс – это такой эмпирический объект, с которым сталкивается лингвист, когда он открывает следы субъекта акта высказывания, формальные элементы, указывающие на присвоение языка говорящим». По его мнению, одной из главных черт дискурса является соотнесение дискурса с конкретными участниками акта коммуникации, то есть говорящим и слушающим, а также с коммуникативным намерением говорящего каким-либо образом воздействовать на слушателя [Хурматуллин 2009: 33-34].

Лингво-коммуникативный аспект дискурса прослеживается в определении Г.А. Орлова, в котором дискурс характеризуется параметрами завершенности, цельности, связности и другими (то есть всеми свойствами текста), оно рассматривается одновременно и как процесс (с учетом воздействия социокультурных, экстралингвистических и коммуникативно-ситуативных факторов), и как результат в виде фиксированного текста [Хурматуллин 2009: 34].

В.З. Демьянков, который основывался на работах по зарубежному языкознанию, дал определение дискурса, которое отражает функциональную природу дискурса и в значительной степени углубляет предыдущие дефиниции: «Discours – дискурс, произвольный фрагмент текста, состоящий более чем из одного предложения или независимой части предложения. Часто, но не всегда, концентрируется вокруг некоторого опорного концепта; создаёт общий контекст, описывающий действующие лица, объекты, обстоятельства, времена, поступки и т. п., определяясь не столько последовательностью предложений, сколько тем общим для создающего дискурс и его интерпретатора миром, который «строится» по ходу развёртывания дискурса. Исходная структура для дискурса имеет вид последовательности элементарных пропозиций, связанных между собой логическими отношениями конъюнкции, дизъюнкции и т. п. Элементы дискурса: излагаемые события, их участники, перформативная информация и «не-события», то есть а) обстоятельства, сопровождающие события; б) фон, поясняющий события; в) оценка участников события; г) информация, соотносящая дискурс с событиями» [Демьянков 1995: 239-320].

Французская лингвистическая школа в лице языковеда и историка Мишеля Фуко представляет собой «множество высказываний, принадлежащих одной формации» [Фуко 1977: 125]. Для французской школы дискурс – это прежде всего определённый тип высказывания, который присущ определённой социально-политической группе или эпохе.

В современной лингвистике дискурс рассматривается неоднозначно. Можно выделить несколько подходов к определению дискурса:

1. коммуникативный (функциональный) подход: дискурс рассматривается как вербальное общение (речь, употребление, функционирование языка), диалог, беседа;
2. структурно-синтаксический подход: дискурс рассматривается как фрагмент текста, то есть образование выше уровня предложения (сложное синтаксическое целое, абзац);
3. структурно-стилистический подход: дискурс рассматривается как нетекстовая организация разговорной речи, характеризующаяся спонтанностью, ситуативность, стилистической спецификой и другим;
4. социально-прагматический подход: дискурс рассматривается как текст, погружённый в ситуацию общения, но представленный виде особой социальной данности, имеющей свои тексты [Хурматуллин 2009: 33].

Дискурс как коммуникативное явление можно рассматривать как **промежуточное звено** между речью − вербальным общением − или деятельностью, с одной стороны, и определённым текстом, зафиксированным в процессе общения, с другой [Хурматуллин 2009: 33].

В сети Интернет сформировались и продолжают развиваться уникальные коммуникативные жанры, основной языковой особенностью которых является синтез письменной и устной речи. С одной стороны, можно выделить текст, набранный на клавиатуре, который независим от времени и местонахождения коммуникантов [Ушаков 2010: 1]. С другой стороны, можно выделить интонацию устной речи. Как отмечает Н. Б. Мечковская: в истории письменности еще не существовало такого массового потока естественной речи, записанного и представленного для широких общественных масс. Общение в сети Интернет привело к нейтрализации самого глубокого противостояния типов речи – устного и письменного, что привело, таким образом, к созданию особого типа речи − речь интернет-дискурса [Мечковская 2009: 441].

В интернет-общении в рамках интернет-дискурса присутствует стремление участника коммуникации сделать письменную речь похожей на устную. В результате используются разнообразные и специфические приемы речевой выразительности для поддержания контактоподдерживающей функции.

Н.А. Ахренова определяет интернет-дискурс как особый вид дискурса и утверждает, что его специфика, обусловленная в первую очередь его своеобразной сферой появления и распространения, проявляется во всех областях: то есть имеются графические и орфографические особенности, а также лексические и грамматические. Таким образом, появляется новый тип дискурса − устно-письменный дискурс [Ахренова 2009: 36].

В зарубежной лингвистике изучение особенностей интернет-коммуникации началось в восьмидесятых годах XX века и связано с именами Сьюзан Барнс, Найоми Барон и Сьюзан Херринг.

Как отмечает Е.И. Горошко, данное направление достаточно быстро получило терминологическое оформление [Горошко 2009: 444]. В настоящее время для определения данного явления существует ряд понятий, дифференцированные объектом исследования и сферой употребления. Можно выделить наиболее распространённые из них: «компьютерный дискурс», «электронный дискурс», «виртуальный дискурс», «интернет-дискурс» и «сетевой дискурс» [Горошко 2009: 445].

Среди отечественных исследователей, которые занимаются проблемами изучения интернет-дискурса, следует отметить работы Е.Н. Галичкиной, Д.В. Галкина, Л.Ю. Ивановой, В.Ю. Нестерова и др. [Байчибаев 2015: 41-47].

Интернет-дискурс можно считать новой средой общения, в которой коммуниканты не общаются лицом к лицу, но коммуникативное воздействие, несмотря на это, происходит. Именно поэтому интернет-дискурс приобретает уникальные особенности, не утрачивая при этом свойства, характерные для дискурса в целом [Ушаков 2010: 2-4].

Н.А. Ахренова в своей работе пишет, что интернет-дискурс представляет собой процесс создания текста в совокупности с прагматическими, социокультурными, психологическими факторами [Ахренова 2009: 36].

В своей работе Е.Н. Галичкина утверждает, что виртуальный дискурс, «представляя собой многожанровую функциональную разновидность публичной монологической и диалогической речи, характеризуется целым рядом специфических коммуникативных средств. Своеобразие речевого общения участников компьютерной коммуникации заключается не только в использовании профессионализмов, но и в комбинации лексических единиц, относящихся к разным стилям и регистрам, образованным в соответствии с прагматическими установками и целями общения в компьютерной сети» [Галичкина 2001: 36].

Для виртуального дискурса является характерным отсутствие видимой социальной, гендерной и возрастной градации, что считается значимой отличительной чертой от других дискурсов. Также интернет-дискурс ограничен рамками технических возможностей (например, наличие у коммуниканта компьютера или доступа в интернет) и человеческим фактором (например, нахождение собеседника в данный момент в сети и на определённом ресурсе). Но интернет-дискурс условен и не имеет временных и пространственных границ, так как является искусственно созданной коммуникативной средой: с его помощью можно взаимодействовать друг с другом вне зависимости от географического положения и временной зоны [Байчибаев 2016: 41-47].

В интернет-дискурсе функционируют собственные жанры, содержащие в себе как общие, так и индивидуальные свойства, характерные исключительно для этого типа дискурса.

Рассматривая русскоязычный интернет-дискурс, можно отметить ряд лингвистических особенностей, которыми отличается виртуальное общение:

1. активным вторжением (инкрустацией) терминов;
2. использованием транслитерации и транскрипции;
3. использованием словообразовательных и семантических калек;
4. обыгрыванием английских слов с использованием русских;
5. придумыванием слов на чужой основе [Горбунова 2010: 13].

**1.4. Характеристика Интернет-лингвистики**

Интернет-лингвистика является одним из подразделов лингвистики, который был сформулирован Дэвидом Кристаллом. Этот подраздел лингвистики занимается изучением новых форм употребления и использования языка, которые возникли под влиянием активного развития интернет-пространства и иных «новых» средств передачи информации, таких как текстовые сообщения [Aitchison, Lewis 2003]. Изучение развивающегося языка в сети Интернет позволяет обеспечить дальнейшее развитие онлайн-коммуникации и может помочь не только лингвистам, но и самим пользователям [Beard 2004]. Дэвид Кристалл в своей книге “Language and the Internet” выделил четыре основные концепции интернет-лингвистики: социолингвистическую, образовательную, стилистическую и практическую. С развитием Интернет-коммуникации появились новые области изучения данной науки, например, корпусная лингвистика. Все вышеперечисленные концепции взаимосвязаны и имеют влияние друг на друга. Рассмотрим их подробнее.

Социолингвистическая концепция связана с изучением того, как оценивается влияние Интернета на изменение и развитие языков обществом [Crystal 2004]. С появлением Интернета появились новые платформы для коммуникации, которые, несомненно, привнесли изменения в общество. Дэвид Кристалл также делит компьютерное общение на личный и профессиональный уровни.

Например, на личном уровне компьютерное общение осуществляется посредством текстовых сообщений или мобильных электронных писем, что привело к значительному расширению возможностей мгновенного общения. Стоит отметить, что сейчас во многих учебных заведениях и преподавателям, и студентам предоставляются личные адреса электронной почты и аккаунты в специально созданных для учебных целей социальных сетях для ускорения обмена материалами, данными, а также для более быстрого доступа ко всей необходимой информации [Baron 2000].

На профессиональном уровне социолингвистическая концепция проявляется в том, что практически все компании предоставляют своим сотрудникам доступ в Интернет, а также дают возможность использовать все корпоративные ресурсы и электронную почту. Подобная практика упрощает как внутреннее взаимодействие сотрудников компании, так и внешнее (с другими компаниями) [Crystal 2005].

С точки зрения образовательной концепции интернет-лингвистика занимается изучением влияния интернета на использование формального языка, в особенности на академический английский. Быстрое развитие Интернета повлекло за собой появление новых языковых особенностей, характерных только для Интернет-пространства. Они включают в себя частое использования неформального письменного языка, противоречивость в стиле написания и стилистике, а также использование новых аббревиатур в интернет-чатах и текстовых сообщениях, которое началось из-за ограниченного количество символов при вводе сообщения. Несмотря на то, что общение в сети Интернет повлекло за собой использование недопустимых стилистических форм и увеличение количества ошибок, Интернет-общение может помочь в процессе изучения иностранного языка, так как Интернет улучшает взаимодействие между коммуникантами [Xie Tim 2008].

Стилистическая концепция изучает то, как Интернет и связанные с ним технологии способствовали развитию новых языковых форм, в особенности в литературе[Crystal 2005]. Стилистическая концепция рассматривает Интернет как средство, через которое возникли новые языковые феномены. Новая модель языка представляет интерес для изучения, так как являет собой смесь устной и письменной речи.

Практическая концепция рассматривает Интернет с точки зрения его коммуникационных возможностей. Интернет представляет собой платформу, на которой пользователи могут ощутить существование «мультиязыка» (multilingualism). Несмотря на то, что английский по-прежнему является доминирующим языком в Интернете, количество пользователей с другими языками постепенно возрастает [Thurlow 2001: 287-289]. Статистика глобального использования интернета содержит данные о национальности, языковой принадлежности и географическом расположении пользователей интернета. Количество используемых в интернете языков возрастает пропорционально тому, как все больше членов языковых общностей становятся пользователями сети. [Thurlow 2001: 287-289]

**1.5. Главные особенности английского языка (на примере социальных сетей)**

Язык в сети Интернета активно взаимодействует с разговорным языком, чем оказывает огромное влияние на письменную речь. Для описания языка, используемого в Интернете, Д. Кристалл использует понятие «Netspeak». В какой-то степени, это соединение «речи + письма + компьютерно-опосредованных свойств». Текст в цифровой коммуникации отличается от других видов текстов, это нечто большее, чем просто смесь речи и письма; он превосходит традиционные ограничения распространения текста [Crystal 2001: 212]. Можно выделить несколько особенностей, присущие Интернет-коммуникации как вида речи:

1. особенности графического оформления письменного языка (дизайн страницы, интервалы, использование иллюстраций, цвет и т.д.);
2. орфографические особенности (алфавит, заглавные буквы, орфография, пунктуация и шрифты);
3. грамматические особенности как многочисленные возможности синтаксиса и морфологии (структура предложения, порядок слов и словоизменения);
4. лексические особенности − словарный объем языка (набор слов и идиом, используемых в различных формах);
5. особенности дискурса как структурная организация текста (последовательность, актуальность, структура абзацев и логическое развитие идей) [Crystal 2001: 212].

В наши дни общение в социальных сетях при помощи устной речи стало обычным явлением, например, голосовые сообщения и голосовые чаты. Таким образом, помимо перечисленных выше пяти характеристик, можно выделить еще две:

1. фонетические характеристики (голоса, речевой регистр и модальность голоса);
2. фонологические особенности − звуковая система конкретного языка (характерное использование гласных, согласных, интонации, ударения и паузы) [Crystal 2001: 212].

Социальные сети позволили пользователям играть с морфемами и морфологическими словообразованиями, придумывать и изобретать новые комбинации, чтобы упростить выражение своих мыслей и чувств. Например, один из наиболее распространенных способов изменения − удлинение слова путем повторения буквы в корне или аффиксов. Этот прием используется для того, чтобы подчеркнуть время или передать эмоции. Также одним из самых популярных и используемых способов общения в социальных сетях − аббревиатуры, которые могу играть роль целых фраз («pls», «LOL»).

Стоит упомянуть об использовании междометий при общении в социальных сетях. У них не меньшая роль, чем в реальном общении. С их помощью пользователи могут выразить свое отношение к теме разговора или эмоциям без лишних слов и предложений («blah-blah»). Иногда для большего выражения своих эмоции коммуниканты используют функцию кнопки CapsLock, то есть набирают слово заглавными буквами («LMAO», «NOOOOO»)

Лексические особенности хорошо прослеживаются в сети Twitter, где необходимо вкратце излагать свои мысли, поскольку «твит» ограничен 140 символами. Люди сокращают слова по-разному или даже придумывают новые слова.

Основное изменение синтаксиса − это игнорирование пользователями жестких рамок при написании предложения, использование свободного стиля написания при общении в социальных сетях.

Таким образом, правила использования английского языка в социальных сетях присутствуют лишь частично. Пользователи используют различные виды сокращений слов, объединяют слова в новые, придают им новые значения и используют заглавные буквы в середине предложения для выражения своих эмоций.

**ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 1**

Развитие информационных технологий и телекоммуникационных систем дало человечеству больше возможностей для общения, которое не уступает традиционному, потому что для современного ритма жизни оно такое же удобное, а также экономично выгодное с точки зрения времени. С развитием цифровых технологий началось создание социальных сетей, целью которых является обмен информацией между коммуникантами посредством текста, видео, графических символов и аудиосообщений.

Вместе с созданием социальных сетей появился новый вид дискурса. Теория дискурса волновала умы лингвистов ещё во второй половине девятнадцатого века и даже сейчас число работ по этой сфере с каждым годом растёт. Термин «дискурс» используется в целом ряде дисциплин из-за того, что его чёткого и общепризнанного определения не существовало. Существует множество определений данного понятия, также не все лингвисты поддерживает одну точку зрения.

Интерес к его изучению можно объяснить желанием более глубоко рассмотреть язык, как цельное средство коммуникации, и определённые факторы, оказывающие влияние на текст и коммуникацию.

В настоящее время в интернете сложился и продолжает формироваться особый коммуникационный сегмент, который обладает характерными лингвистическими и экстралингвистическими особенностями, определяющими его уникальность.

Интернет-общение отличается независимостью от времени и географического положения коммуникантов, их гендера и возраста, так как зачастую такая информация неизвестна. Также можно выделить сокращение слов и замены их заимствованными для поддержаний коммуникации и передачу эмоций.

Стоит также отметить, что интернет-коммуникация обладает признаками как письменной, так и устной речи. Также меняется сама структура текста: она становится нелинейной, позволяющей читателю перемещаться по разным частям документа или интернет-страниц. В процессе общения создается иллюзия коммуникации, формируется ощущение знакомства, если коммуникант ведет диалог с ранее неизвестным человеком или читает пользовательский блог.

Вместе с интернет-дискурсом начала появляться интернет-лингвистика, сформированная Дэвидом Кристаллом. Этот подраздел занимается изучением новых форм употребления и использования языка, которые в свое время возникли под влиянием стремительного развития интернет-пространства и новых средств передачи информации.

Так как язык в сети Интернет активно взаимодействует с разговорным языком, это оказывает большое влияние на письменную речь. Социальные сети дали возможность пользователям изменять морфы и играть с морфологическими словообразованиями, придумывать и изобретать новые словосочетания и аббревиатуры, чтобы упростить выражение своих мыслей и своих чувств. Многие пользователи в процессе написания комментариев игнорируют жесткие рамки языка, используя более свободный стиль. Таким образом, правила использования языка в цифровой коммуникации присутствует лишь отчасти.

**ГЛАВА 2. ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА В ЦИФРОВОЙ КОММУНИКАЦИИ**

**2.1. Языковая картина в мире социальных сетей**

Языковая картина мира включает в себя представления о действительности, «которые кажутся носителям данного языка само собой разумеющимися. Эти представления, складывающиеся в единую систему взглядов и предписаний, входят в значения языковых единиц в неявном виде, так что носитель языка «принимает их на веру, не задумываясь и сам того не замечая» [Комиссаров 1990: 182].

Гумбольдт был одним из первых лингвистов, кто обратил внимание на национальное содержание языка и мышления, отмечая, что «различные языки являются для нации органами их оригинального мышления и восприятия». У каждого человека есть субъективный образ некоего предмета, который не может полностью совпадать с образом того же предмета у другого человека. Таким образом, слово несёт на себе груз субъективных представлений, различия которых находятся в определённых рамках, так как их носители являются членами одного и того же языкового коллектива, а также обладают определённым национальным характером и сознанием [Смирницкий 2011: 200].

Теория фон Гумбольдта опирается на идею, что мышление зависит не сколько от самого языка, но от каждого конкретного языка, поэтому попытки заменить слова различных языков универсальными знаками могут быть ограничены лишь небольшим количеством мыслительных содержаний, также эти представления тесно переплетаются с современным учением о языковых универсалиях [Вежбицкая 1997].

Можно выделить три основных положения теории Вильгельма фон Гумбольдта:

* + 1. культура материальная и духовная воплощается в языке;
    2. любая культура национальна, её характер выражен в языке посредством особого видения мира, также каждому языку присуща специфическая для каждого народа «внутренняя форма»;
    3. под внутренней формой языка подразумевается выражение «народного духа», его культуры [Маслова 2004: 65].

Такие лингвисты, как Н. А. Беседина, Т. Г. Бочина, М. В. Завьялова считают, что языковая картина мира представляет собой зафиксированную в языке и специфическую для данного языкового коллектива схему восприятия действительности; в то время как С. Ю. Аншакова, Т. И.Воронцова, Л. А.Климкова понимают под тем же понятием субъективный образ объективного мира как средство репрезентации концептуальной картины мира, полностью, однако, не охватывающее её, как результат языковой, речемыслительной деятельности коллектива на протяжении ряда эпох [Петрова 2011]. Можно сказать, что языковая картина мира – это действительность, отраженная в языке, которая передается при помощи языковых единиц разных уровней.

Начиная рассматривать языковую картину мира социальных сетей, следует упомянуть раздел актуальных новостей, который расположен на главной странице практически всех социальных платформ. В течение последних лет пользователю, чтобы найти необходимую информацию по той или иной теме, необходимо использовать знак решетки – хештэг, с помощью которого можно найти упоминания интересующей пользователя темы во всех сообществах, постах и комментариях.

Впервые хештэг был использован в Twitter, затем это стало доступно в Instagram и других социальных сетях.



**Рисунок 1.1 – Использование хештэгов в посте официального аккаунта Twitter**

Хэштег – это слово или фраза, которым предшествует символ #, он используются для обозначения ключевых слов и тем.

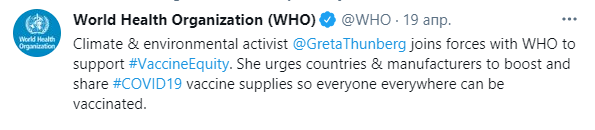


Рисунок 1.2. - Использование заглавной буквы для разделения слов

Чаще всего хэштег не следует грамматическим, орфографическим и другим правилам английского языка, среди особенностей построения хэштега можно выделить сокращение словоформы до максимально короткого, использование заглавных букв для отделения слов друг от друга и другие.

Хэштеги стали неотъемлемой частью языковой картины социальных сетей: с их помощью нахождение актуальной для пользователя информации занимает считанные секунды, а создание собственного хэштега помогает авторам блогов выделять свои посты среди остальных.

Так как пользователи, выражая своё отношение к содержанию и адресату речи, прибегают к экспрессивности, а именно к «совокупности определённых лексико-стилистических средств» [Гридин 1990: 591], поэтому языковая картина современной цифровой коммуникации является эмоционально насыщенной. Преследуя определённые цели в общении, пользователи стремятся сделать свою речь более яркой и выразительной, для чего прибегают к использованию фонетических, лексических, морфологических и синтаксических единиц языка. Особое место здесь занимает языковая игра или словотворчество, которое является показателем творчества как отдельных пользователей, так и целых сообществ.

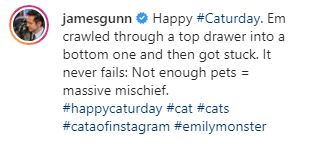


Рисунок 1.3. – #Caturday = cat + “(sat)urday” как пример языковой игры

Социальные сети влияют на все языковые сферы, но максимальное влияние оказывают, в первую очередь, на лексику. В прошлой главе мы затрагивали тему лексических особенности английского языка в социальных сетях, более полно мы рассмотрим ее в следующем параграфе, сейчас же остановимся на неологизмах, которые активно создаются пользователями, а также популяризируются, пополняя словари английского языка из года в год, а также дополняя языковую картину цифровой коммуникации.

Например, в Oxford English Dictionary можно выделить "googling", произошедшее от названия поисковика Google; на русский язык глагол переводится как "гуглить", то есть "искать информацию". "Googling" используется не только в сети Интернет, но также при межличностном общении.

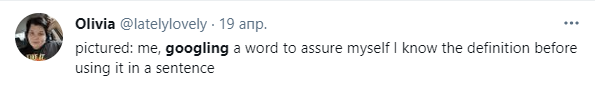


Рисунок 1.4. – пример использования неологизма “googling”

Актуальная лексика, берущая начало из социальных сетей, отражает новые возможности, появляющиеся у пользователей благодаря развитию цифровой коммуникации. Добавление и использование неологизмов на страницах социальных сетей и в словарях подтверждает значимость интернет коммуникации для развития английского языка. Мы повседневно употребляем в речи слова, которые постоянно видим при использовании приложений для общения. Стоит отметить, чем чаще лексические единицы употребляются в устной речи, тем популярнее они становятся и, следовательно, регистрируются в словарях современного английского языка. Рассмотрим еще несколько примеров неологизмов из сети Twitter и Facebook.

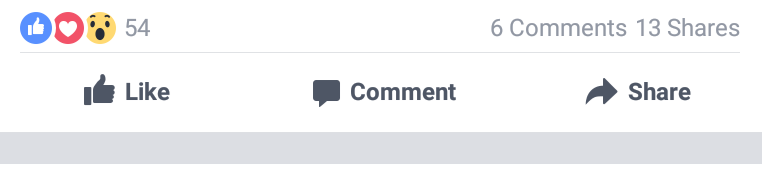


Рисунок 1.5. Отметка «Like» как способ показать автору сообщения,

что его пост интересен другим пользователям

Кнопка "like", с помощью которой можно показать то, что пользователю нравится комментарий или пост, стала основой для создания неологизма "unlike", который теперь имеет значение «отозвать» симпатию или одобрение публикации в социальной сети, ранее понравившейся пользователю.

Популярные акронимы, такие как LOL (laughing out loud) или OMG (oh my God) уже давно вошли не только в англоязычную речь, но и другие языки.

Нельзя не отметить частое использование сокращенных версий слов, особенно на платформе Twitter, поскольку ограниченное число символов вынуждает пользователей выражаться максимально лаконично. Например, в "srsly" были убраны гласные, что, однако, придало некоторый оттенок серьезности слову, но, несмотря на это, "srsly" повсеместно используется не только в Twitter, но и других социальных сетях, а также мессенджерах.



Рисунок 1.6. Пример использования акронима «srsly»

Сокращение привело к использованию акронимов, например, "tl;dr" (Too long; Didn’t read) указывает, что сообщение слишком многословно и не содержит в себе какой-либо полезной пользователя информации.

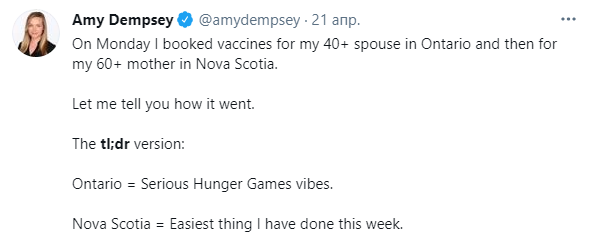


Рисунок 1.7. Пользователь использует "tl;dr", чтобы в конце сообщения поделиться кратким итогом

В формировании специфичной языковой картины цифровых коммуникаций особенную роль играют лексические единицы, которые употребляются в социальных сетях в несвойственных им в обычной речи значениях. Лексические единицы, которые описывают общение в условиях цифровой коммуникации или принятые в общении в интернет пространстве изменяют, а также расширяют свою семантическую структуру и сочетаемость. В первую очередь, изменение семантической структуры слов обуславливается семантикой английского языка, затем на нее оказывает влияние технический фактор социальных сетей, особенности интерфейса пользователя и функциональность.

Для примера можно привести профиль Twitter и пользовательское меню Instagram.



Рисунок 1.8. Официальный профиль Дональда Трампа в Twitter

"Followers" и "following" через призму социальных сетей приобрели значение "подписчики" и "подписки", слово "trends" - "актуальные новости". Также стоит отметить, что из Twitter в английский язык пришло много новых слов и выражений: "a tweet" (рус. твит) – текстовое сообщение в "Twitter timeline" (рус. лента друзей) для "Twitter followers" или, как их называют во время общения, "Tweeple/tweeps" (рус. подписчики); "twoosh" – сообщение, которое точно укладывается в 140 символов. Неологизмы, которые появились благодаря этой социальной сети, становятся предметом многих современных исследований [Крылова 2014: 143].

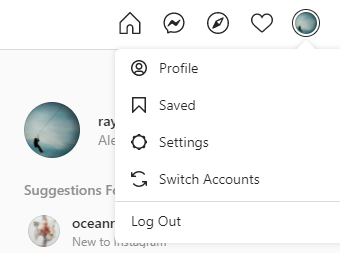


Рисунок 1.9. Интерфейс пользователя в Instagram

Семантическая структура слова "saved" расширилась до значения "мои закладки", а "switch" в пользовательском меню имеет значение «сменить аккаунт». И в Twitter, и в Instagram есть "notification" – так называемые "уведомления", среди которых могут быть комментарии к посту пользователя, ответы или новые "like".

Изменение смысловой стороны слов зависит не только от определенных социальных сетей и названий в интерфейсе пользователя, но также от самого языка пользователя и того, как его осмысливают и используют. По структуре общения в социальных сетях видно, что лексическая составляющая зыка непосредственно отражает быстро меняющуюся действительность, и новые значения слов не носят изолированный характер, наоборот, они входят в состав лексико-семантической системы конкретного языка. Благодаря активной цифровой коммуникации меняется семантика слов и расширяется их сочетаемость, появление новых значений и новых стилистических оттенков прочно закрепляются в речи пользователей, а затем и в языке большинства носителей.

Обухова О.В. в своей работе отмечала, что у пользователя социальной сети формируется своя особая, «сетевая» картина мира [Обухова 2011: 147]. Таким образом, люди, которые не пользуются социальными сетями, вырваны из языковой картины цифровых коммуникаций, не знакомы с новыми значениями слов, лингвостилистическими особенностями языка в Интернете, из-за чего могут испытывать трудности в общении с активными пользователями, не с первого раза понимая истинного значения того или иного слова или нового сокращения.

Можно отметить, что активные пользователи социальных сетей и люди, не пользующиеся таким типом коммуникации, являются разными типами коммуникантов, несмотря на то, что они могут принадлежать одному поколению или социальному слою. В наши дни влияние социальных сетей на английский язык крайне велико, по этой причине открываются новые перспективы изучения данной области, одним из наиболее важных направлений можно выделить изучение развития и причин семантического варьирования слов.

**2.2. Морфологические особенности английского языка в цифровой коммуникации (Twitter, Instagram, YouTube) на примере интернет-комментариев**

Для более глубокого изучения морфологических, лексических и синтаксических особенностей английского языка в социальных сетях предметом исследования были выбраны интернет-комментарии, поскольку они имеют много общего с комментариями, свойственным реальному общению, а также могут быть отнесены к персональному интернет-дискурсу и медиадискурсу. Также через них намного легче отследить происходящие изменения в языке. Для начала рассмотрим понятие "комментарий" более полно.

Прежде всего, автор пишет интернет-комментарий, чтобы реализовать свою потребность в выражении мнения и собственной личностной оценки. Немаловажную роль также занимает потребность в общении и поиск единомышленников среди участников общей группы интересов, и, конечно, самопрезентация. Через комментарии происходит вступление в общение под понравившимся или непонравившимся постом, через текст пользователь может высказать свою точку зрения, что отвечает человеческим потребностям в общении (поскольку интернет-коммуникация не уступает реальному общению для пользователя, сохраняя в себе почти все факторы межличностного общения), а также с помощью комментария можно приобрести новые знакомства. Самопрезентация особенно актуальна для отправителя сообщения, который может выстраивать свое коммуникативное взаимодействие с другими личностями в условиях полной анонимности и свободы выражения.

Рассматривая интернет-комментарии с точки зрения лингвистики, можно выделить несколько понятий, которых придерживаются исследователи.

Например, Карпоян С.М. определяет интернет-комментарий как "коммуникативную среду, в рамках которой достоверность знаний и фактов обретают свою репрезентацию, интерпретацию, обсуждение и оценивание" [Карпоян 2014: 25].

Мельник М.В. выделял следующие типы комментариев:

1. традиционный комментарий, который используется в цифровой коммуникации без каких-либо изменений;
2. трансформированный комментарий, который получил дополнительные возможности в сфере цифровой коммуникации и расширил сферу своего существования;
3. комментарий, который сформировался в процессе цифровой коммуникации [Мельник 2014].

Структура интернет-комментария включает в себя имя или ник пользователя, фотографию его профиля и сам текст комментария, иногда возможна подпись под текстом комментария, если пользователь установил ее себе в настройках. Текст комментария может включать гиперссылку или же состоять только из неё, также может состоять из картинки или смайла/стикера (графического изображения эмоций).

В зависимости от особенностей социальной сети, комментарии могут располагаться один за другим, или же представляя собой древовидную структуру, то есть могут относиться не к самой опубликованной информации, а являться ответом на чей-то уже написанный ранее комментарий [Мельник 2014]. Например, подобная древовидная система используется в Instagram, YouTube и Facebook.

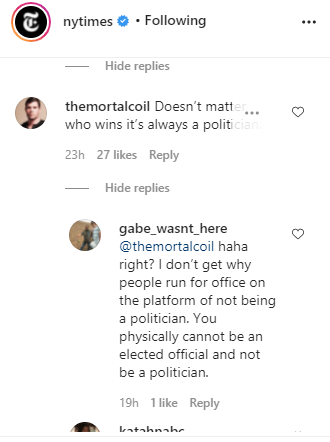


Рисунок 2.1. Пример древовидной структуры комментирования в Instagram

Так как передача эмоционального компонента через комментарий усложняется, Е.А. Бирюкова выделяет особенности компенсации невербальных компонентов общения [Бирюкова 2014: 78]:

1. своеобразное использование пунктуации для передачи интонации

Поскольку эмоции при общении в реальности передаются через интонацию, в цифровой коммуникации эту роль на себя берет пунктуация, через которую читатели способны понимать настроении автора комментария.

2. использование графических знаков и анимации для передачи жестов и мимики

Изначально для добавления эмоционального окраса использовались смайлы (графическая анимация), сейчас на многих социальных платформах есть возможность добавления в комментарии фотографии или видеоматериалов, а также музыкальной композиции.

3. использование заглавных букв в качестве передачи голоса



Рисунок 2.2. Использование заглавных букв в комментариях для эмоционального окраса

Е.А. Бирюкова отмечает, что для передачи высоты голоса или наиболее значимой для адресата информации используются заглавные буквы, которые могут идти сплошным текстом (автор комментария словно повышает голос и кричит информацию, которую хочет передать) или же наоборот, используется полное отсутствие заглавных букв, что делает текст более плавным, не отрывистым. [Бирюкова 2014: 78].

В целом, приведенные выше понятия и особенности интернет-комментариев характерны практически для всей цифровой коммуникации, однако для каждой социальной сети имеются свои определенные устойчивые типы и формы высказываний. Обладая различной функциональной направленностью и будучи связанными с различными сферами коммуникаций, общение в социальных сетях предполагает различия в организации интернет-коммуникации. Так, общение в корпоративных сетях будет отличным от общения на YouTube или Twitter.

В конечном счете, среди особенностей интернет-комментариев можно выделить три основных критерия. В обсуждении актуальных новостей (трендов) комментарии носят характер темпоральной недолговечности, поскольку дискуссии, как правило, живут относительно краткое время. Активное обсуждение темы заканчивается в течение двух-трех дней, несмотря на то, что отдельные комментарии могут появляться и позже, в целом, дискуссии носит недолговременный характер даже в тех случаях, когда речь идет о событиях, традиционно собирающих большое количество откликов [Вежновец 2019]:

1. "мозаичность" обсуждений

Общение в социальных сетях носит более прерванный характер, чем на форумах, где они, как правило, жестче модерируются с точки зрения тематической скомпанованности. В комментариях можно часто заметить, как тема меняется от пользователя к пользователю, и к концу начальная тема дискуссия утеряна. Если брать на рассмотрение новостные аккаунты The Guardian и The New York Times в Instagram, то можно заметить, что посты публикуются раз в несколько часов, таким образом, не вся опубликованная информация попадается на глаза читателю, какие-то обсуждения проходят мимо него, создавая тем самым "отдельное ситуативное микросообщество", существующее только для конкретного новостного поста [Вежновец 2019].

1. "жанровое закрепощение"

При активном обсуждении интернет-комментарии требуют от пользователя быстрой реакции, тем самым приближаясь к особенностям устной речи, ослабевая свободу к самовыражению и снижая возможность индивида к манипуляции жанра, заставляя пользоваться теми речевыми конструкциями, которыми автор пользуется на постоянной основе [Вежновец 2019].

1. эффект "ускорения" времени

За счет структуры актуальной ленты в социальных сетях срок "актуальности" новостей и постов устаревает быстрее, в течение нескольких дней теряя релевантность для пользователей. В какой-то степени, это можно соотнести с эффектом информационной перенасыщенности, которой последнее время пристально рассматривается исследователями [Вежновец 2019].

Разобрав особенности жанра интернет-комментариев можно переходить к морфологическим особенностям английского языка в цифровой коммуникации.

Основной задачей морфологии является определение слова как особого языкового объекта и описание его внутренней структуры, составляющих элементов и выполняемых ими функций, а так же порядке и правилах построения слов. Компонентами изучения английской морфологии являются корень слова, аффиксы и основы.

Социальные сети позволили пользователям «играть» с морфемами и морфологическим словообразованием, придумывая и изобретая новые способы комбинации для простоты написания и выражения своих мыслей и чувств [Муравьев 2014]. Анализировать изменения мы будем на основе комментариев пользователей таких социальных сетей как Twitter, Instagram и YouTube.

1. **Ошибочное образование множественного числа существительных.**

В интернет-коммуникации нередко встречается неверное образование множественного числа существительных пользователями. Иногда это связано с тем, что английский язык для комментатора неродной или с его низкой грамотностью, но иногда данный прием используется для передачи шуточного контекста. Однако ошибочное использование формы не мешает донести нужный смысл до адресата.

Ниже представлен пример, как пользователь добавил суффикс –s к множественному числу существительного "people".

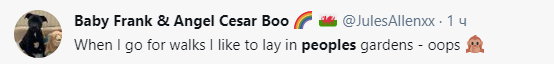


Рисунок 2.3. Ошибочная форма существительного множественного числа

1. **Удлинение слова для передачи длительности времени.**

Одним из распространенных способов морфологического изменения английского языка в цифровой-коммуникации является удлинение слова с помощью повторения буквы в корне или аффиксах. Использование такого приема чаще всего ставится целью для акцентирования внимания читателя на времени или передаче определенных эмоций.

Например, в комментарии ниже приведена цитата из фильма, которую актер говорил протянутым голосом с высокой интонацией - пользователь попытался передать эмоциональный окрас удлинением гласной и согласной букв в существительном.

C:\Users\Alex\Desktop\дисер\удлинение.png

Рисунок 2.4. Удлинение слова для придания эмоционального окраса

1. **Опущение апострофа**

Одной из самых часто встречающихся морфологических особенностей является опущение апострофа при написании комментария. Возможно, это связано с увеличением скорости общения между собеседниками в процессе коммуникации, а также из-за того факта, что наличие или отсутствие апострофа не мешает коммуникантам принимать друг от друга верную по смыслу информацию.

C:\Users\Alex\Desktop\дисер\апостроф.png

Рисунок 2.5. Опущение апострофа (its = it's)

1. **Неверное употребление формы слова**

Не редкой особенностью морфологических изменений является нарушение правил образования формы слова, однако подобного рода ошибки не мешают процессу общения и понимания собеседниками друг друга. Чаще всего пользователи неверно составляют форму глаголов, что показано на примере 2.6.

C:\Users\Alex\Desktop\дисер\ошибка в форме глагола инг.png

Рисунок 2.6. Неверное составление формы глагола to die => dying

1. **Отсутствие согласования времен**

Правильное согласование времен необходимо для более полного понимания смысла речи коммуниканта, однако в разговорной речи из-за скорости общения подобная черта часто опускается из виду, то же самое происходит и в цифровой коммуникации. Упрощение языка на примере опущения видовременных форм глагола является одной из морфологических особенностей интернет-коммуникации.

Ниже на рисунке 2.7 представлено неверное использование глагола "can", поскольку после условного предложения "I wish" форма сказуемого должна быть выражено формой прошедшего времени.

C:\Users\Alex\Desktop\дисер\i wish.png

Рисунок 2.7. Ошибочное использование согласования времен в комментарии

1. **Использование сокращений**

Одной из ярко-выраженных морфологических особенностей является сокращение слов пользователями. Поскольку общение в сети не уступает скорости общения в реальной жизни, пользователи прибегают к всевозможным сокращениям, сберегая свое личное время или пытаясь уложиться в размеры твита в 140 символов. Также сокращения уже перешли в разряд часто используемых, поэтому они не всегда связанны со спешкой написания текста.

C:\Users\Alex\Desktop\дисер\u сокращение.png

Рисунок 2.8. Сокращение местоимения "you" до "u"

Также под сокращения попадают не только слова, но и фразы, как на рисунке 2.9.

C:\Users\Alex\Desktop\дисер\ofc.png

Рисунок 2.9. Сокращение фразы "of course" до "ofc"

1. **Употребление междометий**

В интернет-комментариях часто используются междометия, как и в разговорной речи. С их помощью пользователи социальных сетей могут без лишних слов и предложений выразить свое отношение к теме разговора и придать определенные эмоции своим словам.

Междометие “aww” помогает передать пользователям эмоцию умиления, а также теплые чувства по отношению. к тому, из-за чего пишется комментарий.

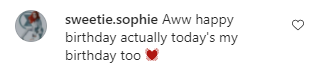


Рисунок 2.10. Использования междометия aww, чтобы придать эмоциональную окраску сообщению

Междометие из примера 2.11 служит в качестве части речи, показывающего высокую слепень удивления и восхищения, придавая комментарию положительную оценку.

C:\Users\Alex\Desktop\дисер\oh.png

Рисунок 2.11. Пример использование междометия oh

Из 1000 комментариев, которые были взяты для сравнительного анализа, составлена диаграмма морфологических особенностей комментариев в цифровой коммуникации. В процентном соотношении мы видим, что самыми часто встречающимися особенностями являются опущение апострофа и использование сокращений, что позволяет пользователям, в первую очередь, снизить время на написание ответа. Данные особенности не влияют на понимание текста и не служат преградой для коммуникации между коммуникантами.

15% и 18% занимают употребление междометий и удлинение слова – и то, и то служит для передачи эмоционального окраса сообщения, давая через текст понять, с каким тоном и с какой целью пишется комментарий.

Самыми наименее распространенными особенностями являются: ошибочное образование множественного числа существительных, неверное употребление формы слова и отсутствие согласование времен. Небольшой процент можно соотнести с тем, что эти особенности являются нарушениями морфологии, и чаще всего совершаются из-за незнания структуры английского языка или по причине невнимательности. Подобного рода ошибки могут мешать восприятию текста в сети-интернет, поэтому большинство пользователей стремятся не допускать их в своих постах.

Рисунок 2.12. Диаграмма морфологических особенностей комментариев

**2.3. Лексические особенности английского языка в цифровой коммуникации (Twitter, Instagram, YouTube) на примере интернет-комментариев**

Лексикология – это один из разделов лингвистики, термин «лексикология» состоит из двух греческих морфем: “lexis”, означающего «слово, фраза», и “logos”, означающего «обучение, раздел знаний». Таким образом, буквальное значение термина «лексикология» будет значить «наука о слове». Стоит отметить, что буквальное значение дает лишь общее представление о целях и предмете этого раздела лингвистики, поскольку лексикология имеет свои собственные цели и методы научного исследования, основной задачей которого является изучение и систематическое описание лексики с точки зрения ее происхождения, развития и текущего использования. Лексикология изучает слова, различные группы слов, фразеологизмы и морфемы, из которых состоят слова, а также произошедшие изменения в словарном составе языка и причины, по которым эти изменения произошли. Чаще всего это зависит от социальных, территориальных и профессиональных аспектов.

Существует четыре способа развития и расширения словарного запаса языка: три из них основаны на использовании внутренних ресурсов языка и включают в себя создание новых слов, формирование новых значений (полисемия и перенос значений), а также образование словосочетаний; четвертый способ привлекает ресурсы других языков и зовется заимствованием (лексические заимствования и кальки) [Леонтьев 2008].

Слово является самой маленькой единицей языковой системы в синтаксическом плане лингвистического анализа и самой большой в морфологическом плане, представляя собой структурную и семантическую сущность в языковой системе. Можно сказать, что словарный запас английского языка, если рассматривать его с этимологической точки зрения, весьма неоднороден. Он состоит из двух уровней - собственного словарного запаса и заимствованного словарного запаса, согласно исследованиям лингвистов, численно заимствованный запас слов значительно больше, чем родной, который составляет от общего объема только 30%. Однако родные слова составляют основную часть наиболее часто используемых слов в речи и письме. Стоит отметить, что у родных слов более широкий диапазон лексической и грамматической валентности, они очень многозначны и продуктивны при формировании устойчивых выражений.

Мы не будем рассматривать заимствованные слова, хотя они и являются неотъемлемой частью лексических особенностей английского языка, поскольку это не является целью нашего исследования, вместо этого мы обратим внимание на самые частые особенности, просматриваемые в комментариях пользователей самых массовых социальных сетей.

Одной из главных особенностей являются **аббревиатуры**, которые повсеместно используются в интернет-коммуникации, для которой характерно пересечение свойств устной и письменной речи. Аббревиатуры общеупотребимы в неформальном общении (чаты, форумы, блоги), однако встречаются они и в газетных статьях, и в объявлениях или публикациях. Аббревиатура - единица письменной или устной речи, состоящая из элементов графической или звуковой оболочки исходной полной формы слова или словосочетания, а так же с которой данная единица находится в определенной лексико-семантической связи.

Можно выделить четыре типа в классификации аббревиатур:

**Инициализмы** – часто используются при написании, однако их используют также в устной речи. Это аббревиатуры, образованные от словосочетаний путем сохранения первых букв или звуков от каждого сокращаемого слова в словосочетании, инициализмы произносятся алфавитно. К самым обиходно используемым примерам можно отнести инициализм: Соединенные Штаты Америки - USA (The United States of America), CV (Curriculum vitae) – резюме и др.

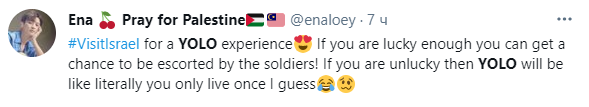


Рисунок 2.13. Использование инициализма пользователем в качестве

побуждения к путешествию в Израиль

YOLO (you only live once) в переводе обозначат «ты живешь один раз», является также инициализмом и приобрело популярность в 2013 году. Носит характер побуждения пользователя к действию, также смысловая нагрузка зависит от контекста, форума и самой ситуации, к которой была применена эта аббревиатура.

Существуют также аббревиатуры в роли **сокращения** названия сериалов, групп или общеупотребительных фраз и предложений. Например, на форумах, посвященных обсуждению фильмов и книг, чаще всего используются сокращенные варианты названий по первым буквам, поскольку написание полного названия отнимает больше времени. К таким можно отнести: LOTR (The Lord of the Rings), HP (Harry Potter), GOT (Game of Thrones), как на рисунке 2.14, данные сокращения используются не только в интернет-коммуникации, но также и в устной речи, они будут понятны большинству коммуникантов. К данному типу сокращений можно также привести известную всем общеупотребительную фразу в интернет-коммуникации: idk (I do not know).

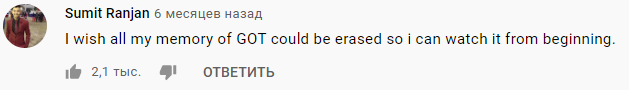


Рисунок 2.14. Сокращение GOT (Game of Thrones) на платформе YouTube

**Акронимы**, в отличие от инициализмов, читаются как полноценные слова и являются сокращениями общеупотребительных фраз. Они создаются из начальных букв каждого слова, также в акронимах могут использоваться другие символы: цифры, скобки и т.д., например, “IMHO” (In My Humble Opinion), F2F (face to face).

Существуют слова, которые смешивают в себе характеристику как акронимов, так и инициализмов. Например, “FAQ” (Frequently Asked Questions) – название гида по часто задаваемым вопросам новичками, ответы на которые находятся в одной теме. Читается двумя разными способами.

Аббревиатуры, образованные при помощи опущения букв или слогов основы сокращаемого называются **усечениями**. В примере, приведенном ниже на рисунке 2.15, можно заметить, что опускается конец слова, например, “esp” (especially).

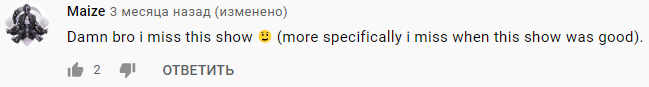


Рисунок 2.15. Усечение слова “brother” до “bro”

Одной из самых главных лексических особенностей английского языка является **аффиксация** – это способ образования новых слов, к которым добавляются новые структурные единицы. Есть два вида аффиксации: prefixation — добавление приставки к слову; suffixation — добавление суффикса. Также изменения могут носить фонологический характер (включая изменение ударения), семантический, орфографический или изменение частей речи. В примере 2.16 к слову добавляется суффикс –er, обозначающий «деятеля».

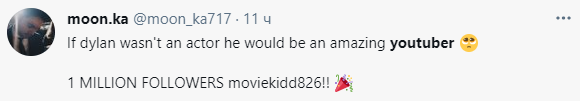


Рисунок 2.16. “youtuber” происходит от платформы YouTube и обозначает человека,

который ведет свой профиль на социальной сети

Не менее значимой группой являются **неологизмы**. Это языковые единицы, на первый взгляд, без которых можно было бы обойтись в речи, возникающие чаще всего в молодежном сленге или в профессиональной лексике, которые впоследствии вошли в современный английский язык определенных социальных и возрастных групп. В своей работе И.Б. Левонтина описывает, что появление неологизмов происходит из-за отсутствия фрагмента языковой картины мира, неописанной языком или описанной не так полно, как того хотели бы коммуниканты. Таким образом, новое слово может служить не только для описания новой реалии, а также для «имплицитного выражения той новой эмоциональной составляющей, которая отсутствует в других близких по смыслу лексемах языка» [Левонтина].

Многие лингвисты отмечают, что решающим фактором в появлении неологизмов считается принцип лингвистической экономии, поскольку ритм жизни общества увеличился, соответственно, это приводит к изменению языка и его словообразовательной модели [Urry 2012].

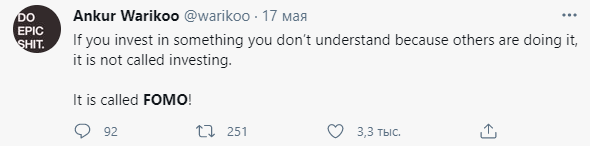


Рисунок 2.17. FOMO как описание ситуация, в которой человек следует за всеми,

поскольку боится не успеть за остальными, хоть и не понимает зачем

В скриншоте 2.17 выше представлен неологизм “FOMO” (fear of missing out) – «боязнь пропустить важные события», в какой-то степени, данный неологизм можно назвать слоганом или девизом нынешнего поколения, которое старается успеть везде и всюду, боясь упустить важные и интересные новости мира или своего круга интересов. Неологизм появился в следствие того, что ранее в английском языке не было подходящего понятия для описания эмоциональной составляющей. FOMO также относится к аббревиатурам, но по своей природе, распределяется в ряд неологизмов.

Последней из лексических особенностей является группа **эрративов**, слов, в которых была специально нарушена норма. В данную категорию можно отнести неправильно написанные с грамматической точки зрения слова, которые, однако, понятны читателю с первого взгляда. Подобное упрощение слова происходит из-за желания сэкономить время, впоследствии чего эрративы повсеместно используются при общении в цифровом пространстве, встречаясь как в комментариях рядовых пользователей, так и в аккаунтах различных организаций, чтобы сделать речь менее «официальной». Иногда эрративы образуются из-за опечаток, иногда это происходит намеренно. Например, как на рисунке 2.18, слово “wut” уже давно используется пользователями вместо “what”.

C:\Users\Alex\Desktop\дисер\wut.png

Рисунок 2.18. Использование эрратива “wut”, сокращение местоимения “you”, аббревиатура “idk”

Из 1000 комментариев, которые были взяты для сравнительного анализа, составлена диаграмма лексических особенностей комментариев в цифровой коммуникации. Благодаря процентам можно заметить, что самой часто встречающейся особенностью являются неологизмы, занимающие практически одну треть всей диаграммы. Частое использование неологизмов обосновывается тем, что ежедневно английский язык пополняется новыми словами из-за международного безграничного общения, что развивает языковую картины миру, а также дает простор для создания новых слов, с помощью которых можно было бы описать эмоциональную составляющую.

Эрративы и сокращения занимают 14% и 17% соответственно, обе группы активно используются для экономии времени, не влияют на понимание текста, и не служат преградой для коммуникации между коммуникантами.

Однако стоит заметить, что вся группа аббревиатур занимает 52% - это более половины лексических особенностей. При собирании данных было замечено, что аббревиатурами повсеместно пользуются во всех социальных сетях, на форумах и блогах. Чаще всего на форумах с определенной тематикой используются одни и те же аббревиатуры, которые могут быть непонятны новым пользователям; аббревиатуры, используемые в общем доступе (стена, посты, личные блоги) расшифровываются читателями без проблем.

Рисунок 2.19. Диаграмма лексических особенностей английского языка

в цифровой коммуникации

**2.4. Синтаксические особенности английского языка в цифровой коммуникации (Twitter, Instagram, YouTube) на примере интернет-комментариев**

Синтаксис – это «раздел грамматики, изучающий процессы порождения речи: сочетаемость и порядок следования слов внутри предложения, а также общие свойства предложения как автономной единицы языка и высказывания как части текста» [Петрова 2011].

Синтаксический строй языка, который составляют существующие типы словосочетаний и предложений, является объектом изучения синтаксиса. Так же, как и в русском языке, предложения делятся на два типа по своей структуре: простые и сложные. В основном, простые предложения состоят из связки «подлежащее + сказуемое», сложные предложения бывают сложносочиненными и сложноподчиненными. Главной особенностью синтаксиса английского языка является то, что порядок слов внутри предложения закреплен и имеет определенную схему, по которой строятся все предложения [Мисуно 2009: 179].

Из предыдущих параграфов стало ясно, что пользователя во время общения в социальных сетях стремятся донести информацию наиболее кратким способом, не занимающим много времени. Из-за чего произошли изменения в морфологической и лексической составляющих английского языка. Самым ярким изменением в синтаксисе можно считать пренебрежение пользователями строгих синтаксических рамок языка.

Так как в английском языке структура предложения строго закреплена, одной из самых главных особенностей, в первую очередь, можно выделить **нарушение порядка слов при построении предложений**.

C:\Users\Alex\Desktop\дисер\вопрос.png

Рисунок 2.21. Пример неправильного построения вопросительного предложения

В примере 2.21 показано несоблюдение порядка слов в предложении после вопросительного слова “what” идет подлежащее и только затем сказуемое, что является полной противоположностью при написании вопросительного предложения. Несмотря на это, подобная ошибка не мешает понять смысл высказывания, донося до адресата необходимую информацию. Однако иногда ошибки при составлении предложений бывают настолько грубы, что коммуникантам становится сложно понять друг друга.

Наибольшие изменения в синтаксисе английского языка в процессе Интернет-коммуникации можно наблюдать в структуре построения вопроса. Для сокращения времени пользователи часто опускают вспомогательный глагол. Так как **опущения вспомогательного глагола** присутствует и в устной речи, оно широко распространено также и в Интернет-коммуникации, как показано на примере ниже.

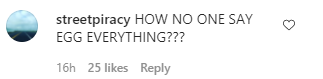
****

Рисунок 2.22. Опущение вспомогательного глагола

В Интернет-коммуникации часто встречаются **неполные предложения**, в которых отсутствует подлежащие, поскольку для адресанта оно не является значимым элементом для понимания написанного. В примере ниже отсутствует подлежащее, предложение начинается сразу же со сказуемого “was”, однако, стоит отметить, это нисколько не мешает пользователям понять, о чем ведет речь комментатор, потому что комментарий находится под видео и является реакцией на него.

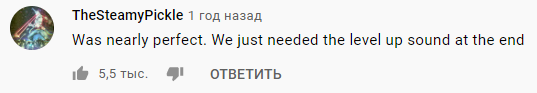
****

Рисунок 2.23 Пример не соблюдения порядка слов в предложении

**Отсутствие сказуемого или части составного сказуемого** можно считать одной из самых часто встречающихся синтаксических особенностей английского языка в цифровой коммуникации. Большинство опущений приходятся на глагол “to be” или модальные глаголы. В какой-то степени, подобная особенность также объясняется попыткой сокращения времени автора на написание комментария, что не мешает пользователям понимать друг друга.

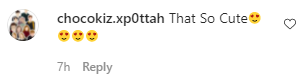
****

Рисунок 2.24. Опущение сказуемого “to be”

Несмотря на то, что **согласование подлежащего и сказуемого** является фундаментом построения предложений, в комментариях не редко можно заметить неправильное использование формы глаголов, которые не согласуются по числу и лицу с подлежащим. И пусть у пользователей есть время на корректирование подобного рода ошибок, многие не обращают на оплошности вроде согласования никакого внимания, оставляя текст так, как есть.

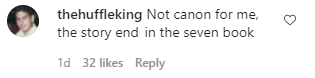
****

Рисунок 2.25. Неверное согласование сказуемого с подлежащим

На примере выше видно, что пользователь неверное использовал согласование сказуемого и подлежащего. После подлежащего “story” должно было идти сказуемое с окончанием –s “ends”, относя текст ко времени Present Simple.

Рисунок 2.26. Диаграмма синтаксических особенностей английского языка

в цифровой коммуникации

Из 1000 комментариев, которые были взяты для сравнительного анализа, составлена диаграмма синтаксических особенностей комментариев в цифровой коммуникации, показывающая частоту встречаемости выделенных синтаксических явлений.

В процентном соотношении мы видим, что самыми часто встречающимися особенностями являются неполные предложения и опущение сказуемого или части составного сказуемого. Неполные предложения нисколько не мешают адресату получить информацию отправителя, поскольку не искажают смысл текста, также происходит и с опущением сказуемого. Эти две особенности самые распространенные в цифровой коммуникации и имеют место быть в устной речи.

Менее ярко выраженной особенностью является опущение вспомогательного глагола – 20%, но это так же не мешает пользователям в общении.

Самыми наименее распространенными особенностями являются: нарушение порядка слов и неправильное согласование подлежащего и сказуемого. Нарушение порядка слов случается из-за невнимательности комментатора, его незнания структуры английского языка или создается специально – для привлечения внимания. Согласование занимает всего 8% от общей цифры, поскольку чаще всего случается из-за невнимательности или нежелания пользователя исправить ошибку. Все-таки большинство коммуникантов стараются не допускать грубые синтаксические ошибки при написании предложений, чтобы быть понятыми и донести смысл текста верно.

**ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 2**

Для более полного и глубокого изучения особенностей английского языка в цифровой коммуникации были изучены изменения, произошедшие в основных разделах лингвистики: морфологии, лексики и синтаксиса. Был проведен анализ 1000 комментариев таких социальных сетей, как: Instagram, Twitter, YouTube и Facebook.

При составлении диаграммы морфологических особенностей, стало видно, что самыми часто встречающимися особенностями являются опущение апострофа и использование сокращений. Оба этих явления служат для экономии времени написания текста, также они не влияют на понимание содержания и не служат преградой для обмена информацией между коммуникантами. Междометия и удлинение слова используются для передачи эмоционального окраса сообщения, с помощью данных особенностей пользователь может вложить свои эмоции, которые при устной речи он бы передал через тон голоса.

Самой часто встречающейся лексической особенностью являются неологизмы, что можно обосновать ежедневным пополнением английского языка новыми словами. Общение, которое не ограничивается временными и географическими рамками, развивает языковую картину мира пользователя, внося в его жизнь новые понятия. Сокращения также являются одной из главных особенностей, их частое использование обусловлено попыткой пользователя сократить время при написании комментария. Нередким явлением будет и создание новых слов, для которых в английском языке не нашлось подходящего значения.

Также одной из самых значимых особенностей являются аббревиатуры, которые используются не только в интернет-коммуникации, но и в реальном общении. Аббревиатуры служат в качестве сокращений слов и выражений, названий.

Несмотря на то, что синтаксическая структура английского языка имеет четкие рамки и правила, пользователи нередко опускают их, давая своим комментариям свободу от синтаксических норм. Самыми распространенными особенностями являются неполные предложения и опущение сказуемого или части составного сказуемого. Поскольку это не мешает коммуникантам вести диалог и обмениваться информацией, подобные синтаксические опущения являются нормой для интернет-коммуникации. В цифровой коммуникации можно встретить более грубые нарушения, среди которых есть нарушение порядка слов и неправильное согласование подлежащего и сказуемого. Чаще всего они происходят из-за невнимательности или незнания правил, поэтому составляют наименьший процент синтаксических особенностей.

Следует отметить, что пользователи при общении стараются допускать как можно меньше ошибок, ставя целью донести смысл своего текста до адреса без искажений.

**ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

В рамках данной работы был выполнен лингвистический анализ комментариев социальных сетей Instagram, Twitter, YouTube и Facebook. Особенности комментариев были рассмотрены на основных языковых уровнях: морфологическом, лексическом и синтаксическом, по каждому уровню была составлена диаграмма для более точного анализа. Исследование также показало, что на всех социальных площадках, в основном, содержатся одни и те же особенности.

Для более полного понимания изменений английского языка под влиянием социальных сетей были изучены теоретические фундаментальные знания в области коммуникаций: теория дискурса и интернет-дискурса, языковая картина мира и общие черты интернет-коммуникации.

Вследствие создания цифровой коммуникации образовалась письменная разговорная речь, которая перенимает в себя черты как устной, так и письменной речи. Несмотря на то, что язык в цифровом пространстве приобретает письменный вид, он тесно связан с устной речью, которая привносит в текст свои черты.

Языковая картина социальных сетей отличается экспрессивностью, пользователи, выражая свое отношение к содержанию или адресату, прибегают к определенным лексико-стилистическим средствам. Вследствие чего языковая картина цифровой коммуникации эмоционально насыщена – пользователи используют фонетические, лексические, морфологические и синтаксические единицы языка для достижения своих целей. Неотъемлемой частью цифровой коммуникации является словотворчество, к которому прибегают коммуниканты, чтобы создать новое понятие или добавить определенные черты старым словам.

Социальные сети влияют на все языковые сферы, но максимальное влияние оказывают, в первую очередь, на лексику. Лексика в цифровой коммуникации подвижна, из-за чего состав английского языка сильно меняется под воздействием внешних факторов. Многие слова, которые еще пять лет назад считались неологизмами, в настоящее время активно используются как в устной речи, войдя в обиход обычного носителя языка и став типичными, так и в научных статьях. Многие слова под воздействием социальных сетей кроме основного значения получили дополнительное, которое используются повсеместно в цифровой коммуникации. Стоит отметить, что лексика английского языка в социальных сетях носит неоднородный характер: пользователи нередко употребляют жаргонизмы и ненормативные выражения в комментариях. Самой ярко выраженной особенностью являются аббревиатуры, к которым пользователи прибегают в более половины случаев.

На морфологическом уровне изменения затронули состав слова: пользователи могут удлинять слова с помощью повтора одной буквы для того, чтобы выразить свои эмоции и отношения к адресату или поднятой теме. Сокращения используются ради экономии времени, пользователи стремятся отвечать как можно быстрее, однако, стоит отметить, что подобного рода изменения не нарушают обмен информацией между коммуникантами, иногда, наоборот, помогают более точно понять суть высказывания. Отличной чертой является частое использование междометий пользователями как способ передачи эмоционального окраса.

Эллиптичность, как особенность синтаксического уровня, является общей для многих комментариев. Будучи характерной для интернет-коммункации, она сближает текст комментариев с устной речью, позволяя пользователю использовать более свободные рамки, в отличие от формальных текстов, избегая строгих синтаксических структур языка. Из-за этого интернет-коммуникация строится на неполных предложениях и опущении сказуемого или части составного сказуемого, это не мешает коммуникантам понимать друг друга, поэтому данные особенности самые часто встречающиеся.

Грубые нарушения лексики, морфологии или синтаксиса не являются частыми, являясь скорее нежеланием их исправить или невнимательностью пользователя.

**БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК**

1. Алтухова Т.В. Социальная компьютерная сеть «Вконтакте»: жанровая характеристика. // Вестник Кемеровского государственного университета. – 2012. – № 3. – Т. 4.
2. Ахапкина, Я. Э. О грамматике устно-письменного высказывания // Современный русский язык в интернете / ред. Я. Э. Ахапкина, Е. В. Рахилина. – М.: Языки славянской культуры, 2014. – C. 181-194
3. Ахренова Н.А. Интернет-дискурс как глобальное межкультурное явление и его языковое оформление: афтореф. дис. на соискание степени д-ра филол. наук М., 2009.
4. Байчибаев А.Ф. Интернет-дискурс как особая разновидность дискурса // Молодежный научный форум: Гуманитарные науки: электр. сб. ст. по мат. XXV междунар. студ. науч.-практ. конф. № 6 (24).
5. Бирюкова Е.А. Интернет-коммуникация как средство межкультурного общения: жанровые и языковые особенности // Язык. Словесность. Культура. – 2014. – № 6. – С. 75 – 98.
6. Борботько В.Г. Элементы теории дискурса. М.: Чечено-Ингуш. гос.ун-т, 1981. 113 с.
7. Вахрамова Е.Н., Кузнецова Н.В. К вопросу о лингвистических перспективах неологизмов социальных сетей // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. 2009. No 6. С. 270-275
8. Вежбицкая, А. Язык. Культура. Познание // А. Вежбицкая. М.: Русские словари, 1997
9. Вежновец Е.А., Комментарии в социальных сетях: производство и воспроизводство интернет-дискурса // Современный дикурс анализ, выпуск 15, 2019.
10. Галичкина Е.Н. Специфика компьютерного дискурса на английском и русском языках. М., 2001.
11. Герасименко И. Е., Чжан Ц. Особенности современных неологизмов // Молодой ученый. М., 2016. С. 25-26.
12. Горбунова И.В. Английские лексические новообразования в русскоязычном сегменте сети Интернет // Вестник иркутского государственного лингвистического университета М., 2010.
13. Горошко Е. И. Современная интернет-коммуникация: структура и основные параметры // Интернет-коммуникация как новая речевая формация:коллективная монография / Наука, 2012. 328 с.
14. Гридин В. Н. Экспрессивность // Лингвистический энциклопедический словарь. М.: Советская энциклопедия, 1990. 591-597 c.
15. Демьянков В.З. Доминирующие лингвистические теории в конце XX века // Язык и наука конца XX века. – М.: Ин-т языкознания РАН, 1995. С. 239–320.
16. Карпоян С. М. Instagram как особый жанр виртуальной коммуникации // Филологические науки. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2015. – № 12(54) : в 4-х ч. – C. 84 – 88.
17. Комиссаров В.Н. Теория языковой картины мира/ В.Н. Комиссаров // Лингвистические аспекты. –М.: Наука, 1990. –163 с.
18. Крылова В.С., Будник Е.А. Образование неологизмов английского языка в социальной сети Twitter// Приоритетные научные направления: от теории к практике. 2014. №11. С. 143-148.
19. Леонтьев А.А. Прикладная психолингвистика речевого общения и массовой коммуникации./А.А. Леонтьев //М.: Смысл, 2008
20. Маслова В.А. Лингвокультурология. М., 2004.
21. Мельник М.В Комментарий как жанр интернет-коммуникации // Система і структура східнослов’янських мов. – 2014. – № 7. – С. 113 – 117.
22. Мечковская Н.Б. История языка и история коммуникации: от клинописи до Интернета. М.: Наука, 2009. С. 584.
23. Мисуно Е.А. Перевод с английского языка на русский язык: учеб. пособие / Е.А.Мисуно, И. В. Шаблыгина. –Минск:Аверсэв, 2009. –255 с.
24. Муравьев Н.А., Панченко А.И., Объедков С.А. Неологизмы в социальной сети Фейсбук / Н.А.Муравьев, А.И.Панченко, С.А. Объедков // Диалог -2014: Междунар. конф. по компьютерной лингвистике [Электронный ресурс]. <http://www.dialog21.ru/dialog2014/presentations/Muravyev.pdf>.
25. Николаева Т.М. Краткий словарь терминов лингвистики. М.: Прогресс, 1978. 480 с.
26. Обухова О. В. Тематическая дистрибуция неологизмов в современном английском языке // Молодой учёный. 2011.No1. С. 143-148.
27. Павлов М.А. Своеобразие жанра интернет-комментария в социальных сетях // Наука и образование: новое время. – 2017. – №2. – С.101 – 108.
28. Петрова Е. Очерк сопоставительной типологии английского и русского языков. Грамматическая норма и варианты. LAP Lambert Academic Publishing, 2011. –424
29. Смирницкий А.И. Лекции по истории английского языка. Добросвет,КДУ 2011. —232 с.
30. Ушаков А.А Интернет-дискурс как особый тип речи // Вестник адыгейского государственного университета. М., 2010.
31. Фуко М. Слова и вещи. // Археология гуманитарных наук. (Для научных библиотек). М.: Прогресс, 1977.  
    С. 120-128.
32. Хурматуллин А.К. Понятие дискурса в современной лингвистике // Ученые записки казанского государственного университета. М., 2009. С. 31–37.
33. Aitchison, J., & Lewis, D. M. (Eds.). (2003). New Media Language. London and New York: Routledge.
34. Baron, N. S. (2000). Alphabet to Email: How Written English Evolved and Where It’s Heading. London and New York: Routledge.
35. Beard, A. (2004). Language Change. London and New York: Routledge.
36. Boyd, D. (2007) Why Youth (Heart) Social Network Sites: The Role of Networked Publics in Teenage Social Life. In Youth, Identity, and Digital Media (Buckingham, D. Ed.). Cambridge, pp. 9-12.
37. Carton, S. (2009) Defining social media.
38. Crystal, D. (2001) Language and the Internet. Cambridge, p. 212.
39. Crystal, D. (2004). A Glossary of Netspeak and Textspeak. Edinburgh: Edinburgh University Press.
40. Crystal, David (2005). «The Scope of Internet Linguistics». paper presented at the American Association for the Advancement of Science meeting.
41. Deegan, Marilyn (2000) Introduction. In Condron, Fraser, and Sutherland (eds.), pp. 1–12.
42. Futureofworking. (2015). 10 Advantages and Disadvantages of Social Networking. http://futureofworking.com/10-advantages-and-disadvantages-of-social-networking/. Retrieved October 25, 2015.
43. Gorman, M. E. (1999). Alexander Graham Bell. Encyclopedia of Creativity, Two-Volume Set, 185.
44. Harris Zellig S. Discourse Analysis: A sample text // Language 28:4. 1952. P. 474–494.
45. Hart, D. (2000). Satellite communications.
46. Teacher, H., & Hur, B. What are the advantages and disadvantages of social networking sites?
47. Thurlow, Crispin (2001). «The Internet and Language». In Mesthrie, R.; Asher, R. Concise Encyclopedia of Sociolinguistics. London: Pergamon. pp. 287—289.
48. Urry, J. (2012). Sociology beyond societies: Mobilities for the twenty-first century. Routledge.
49. Xie, Tim (June 2008). «Globalization and Language Education». Presentation.
50. Zaki, Y. (2012). Future mobile communications: LTE optimization and mobile network virtualization. Springer Science & Business Media.

**ЭЛЕКТРОННЫЕ РЕСУРСЫ**

1. https://www.instagram.com/nytimes – официальный аккаунт новостного сайта The New York Times.

2. https://www.instagram.com/wizardingworld – официальный аккаунт развлекательного сайта Wizarding World.

3. https://www.instagram.com/jamesgunn – официальный аккаунт режиссера Джеймса Ганна.

4. https://www.instagram.com/guardian – официальный аккаунт новостного сайта The Guardian.

5. https://www.youtube.com/user/GameofThrones – официальный аккаунт сериала Game of Thrones.

1. https://www.instagram.com/nytimes/ [↑](#footnote-ref-2)
2. https://www.instagram.com/wizardingworld/ [↑](#footnote-ref-3)