

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

**«БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ  
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

( Н И У « Б е л Г У » )

ИНСТИТУТ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ И  
МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ

КАФЕДРА АНГЛИЙСКОЙ ФИЛОЛОГИИ И МЕЖКУЛЬТУРНОЙ  
КОММУНИКАЦИИ

**ГРАММАТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ АНГЛОЯЗЫЧНОЙ  
ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ**

Выпускная квалификационная работа

обучающегося по направлению подготовки

45.03.03 Фундаментальная и прикладная лингвистика

очной формы обучения,

группы 04001323

Нестеренко Руслана Александровича

Научный руководитель

к.ф.н., доцент Дрыгина Ю.А.

БЕЛГОРОД 2017

## ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
Глава I. Теоретические основания исследования интернет-дискурса .....	6
1.1 Характеристика языка интернета и особенности пользователей .....	6
1.2 Особенности интернета как канала коммуникации .....	10
1.3 Понятие интернет-форума .....	14
1.4 Социальные сети.....	16
Выводы по I главе .....	20
Глава II. Анализ некоторых грамматических особенностей англоязычной интернет-коммуникации .....	22
2.1 Язык интернет пользователей как функциональная разновидность английского языка .....	22
2.2 Анализ социальных сетей согласно классификации С. Херринг .....	25
2.3 Грамматические особенности социальных сетей и форумов .....	32
Выводы по II главе .....	37
Заключение .....	40
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ.....	41

## ВВЕДЕНИЕ

С каждым днем сеть интернет все больше входит в повседневный обиход, становится все доступнее. Сложно представить современного человека, не использующего интернет. Это происходит, потому что сеть уже давно перестала быть наиболее полным и оперативным источником информации, но и, за счёт своей доступности, предоставляет широкие возможности для коммуникации.

На данный момент сетью интернет в мире пользуются – 3,5 миллиарда человек. Столь большая цифра позволяют нам с уверенностью сказать, что интернет – крупнейшее средство массовой коммуникации.

В любой момент мы можем связаться с компьютером из другой точки земного шара, при этом связь произойдет через считанные мгновения. Это гораздо удобнее традиционных способов коммуникации на расстоянии.

Интернет объединяет все мировые информационные ресурсы в единую систему, делает удобным общение глобальное, не ограниченное географическими рамками и перешагивающее национальные границы.

Мы все чаще пишем электронные письма, вместо писем традиционных, все чаще заходим в интернет-мессенджеры, вместо того, чтоб писать смс.

В свою очередь, процесс развития интернета накладывает свои коррективы на особенности коммуникации. Интернет коммуникация – это уже свой, обособленный тип общения, имеющий свои нормы и требования.

Выпускная квалификационная работа посвящена изучению грамматических особенностей англоязычной интернет-коммуникации на материале англоязычных интернет-форумов и постов в социальных сетях.

**Актуальность** данной темы обусловлена слабой изученностью интернет – коммуникации, низким уровнем разработанности данной темы, хоть интернет все интенсивнее прогрессирует до основного средства

общения, окончательно устоявшись как основное средство работы или учебы. Особенности влияния интернет – мира изучаются в недостаточной степени, несоразмерно с динамикой его развития, однако уже можно выделить проблемы, связанные с соотношением «реальной» и «виртуальной» личности, интернет – зависимости, особенности интернет – коммуникации и др.

**Объектом** работы являются – сообщения интернет-пользователей на форумах и социальных сетях, **предметом** – их грамматические особенности.

**Целью** работы является комплексное изучение грамматических особенностей сообщений интернет-пользователей как разновидности интернет-коммуникации.

Для достижения поставленной цели в работе решаются следующие **задачи**:

- 1) Дать определение форума, социальной сети;
- 2) Рассмотреть историю интернет-форума, социальной сети, выявить их жанровую специфику
- 3) Проследить историю научного лингвистического изучения социальных сетей;
- 4) Выявить языковую специфику виртуальной коммуникации на материалах содержания сообщений интернет-форумов и социальных сетей

Среди **методов** исследования, использованных при написании работы, можно выделить общенаучные методы. Говоря об общенаучных методах, можно назвать анализ, синтез, сравнение, использованных для обработки информации, содержащейся в различных источниках. В целях достижения основных поставленных задач было изучено значительное количество литературы по теме. Среди источников можно выделить литературу печатного типа и на электронных носителях. Литература печатного типа - это в основном современные журнальные публикации и книги отечественных и

зарубежных авторов. Значительная часть источников по форумам и социальным сетям содержится на различных интернет – ресурсах.

**Материалом** исследования послужили англоязычные тексты сообщений интернет-пользователей на площадках различной тематики и направленности.

**Практическая ценность** работы состоит в возможности использования полученных результатов в практике преподавания английского языка, на курсах грамматики, а также могут служить базой для дальнейшего исследования.

**Структура работы** обоснована поставленными задачами и представляет собой рассмотрение обозначенных проблем в двух главах. Во введении к работе обосновываются цели и задачи исследования. В параграфах первой главы рассматриваются основные теоретические вопросы, связанные с понятиями «язык интернета», «форум», «социальная сеть», обозначена роль интернет – коммуникаций в современном мире. В параграфах второй главы на языковом материале рассматриваются особенности сообщений интернет- пользователей англоязычных форумов и социальных сетей. В заключении приведены общие выводы, сделанные в ходе работы.

## Глава I. Теоретические основания исследования интернет-дискурса

### 1.1: Характеристика языка интернета и особенности пользователей

"Сначала ничего не было, потом было слово, после появилась письменность, затем изобрели книгопечатание, и сейчас наступает кульминационный способ общения - Сеть" (Бард, 2004: 20).

По сути, интернет – это «окно» в мир. Он объединяет миллионы компьютеров, портативных гаджетов по всему миру в одну единую сеть. Интернет – это колоссальное хранилище знаний, средство обмена личным опытом и еще свободное средство массовой информации, где каждый может высказать свое мнение (Азбука интернета, 2014).

Интернет предоставляет пользователям всевозможные информационные и коммуникационные услуги.

- 1) Информационные услуги представляют собой услуги доступа к информации:
  1. доступ к информационным ресурсам сети, то есть можно получить необходимую информацию, имеющуюся на серверах сети, например, документы, файлы, информацию из различных баз данных и т.п.;
  2. размещение собственной информации в сети. Существует множество серверов, предоставляющих возможность бесплатно разместить на них информацию. Если информация размещается в целях публикации, то любые пользователи Интернет могут получить доступ к этой информации и просматривать ее в любое время.
- 2) Коммуникационные услуги - услуги обмена информацией, общения:

1. обмен информацией в отсроченном режиме. Так работает, например, электронная почта. Отправитель направляет письмо в почтовый ящик получателя, который просмотрит это письмо в удобное для него время.
2. обмен в режиме реального времени. Например, разговоры в сети. Люди набирают свои реплики с клавиатуры и посылают их на разговорный сервер, и эти реплики видят все участники разговора одновременно. (Батищев, 2004)

В данном исследовании мы рассматриваем коммуникационные услуги. Бурное развитие интернета открыло доступ к нему практически любому желающему, позволил людям из любой точки мира связаться с другой точкой сию минуту. Особенности интернет-коммуникации позволили пользователям надеть на себя маску, облегчающую процесс коммуникации, снять психологические барьеры, высвободить творческие «я».

Огромные возможности для самовыражения предоставляют такие кибер – формы общения, как различные форумы, чаты, блоги, мессенджеры и др. Их сиюминутность также облегчает коммуникацию, снимая груз ответственности за долгосрочность последствий (Самойленко, 2005).

Мир, созданный интернетом, стиль жизни интернет-пользователей требует новых или трансформации традиционных средств коммуникации:

1. Сленг, выработанный и активно используемый интернет-сообществом, переходит в общеупотребительную лексику,
2. Возрождается эпистолярный жанр за счет электронных переписок, при этом имеет свою специфику
3. Процесс коммуникации приближается к игре, чему способствуют игровые условия кибер – пространства, что проявляется в желании авторов использовать разговорную речь даже на самых серьезных сайтах (Горошко, 2006).

В интернет-сообществе образ равен тексту, особенно наглядно это проявляется в различных чатах и мессенджерах, которые способствуют инстинктивному желанию человека самовыразиться (Горошко, 2006).

Кроме того, обитатели чатов практически полностью лишены вспомогательных средств: акцентирования части высказывания, эмоциональной окраски, тембра голоса, его силы, дикции, жестов и мимики.

Отсюда надежность речевого общения становится крайне низкой, ведь, по мнению психологов, при обычной коммуникации в акте общения невербальная коммуникация определяет до 55% результата.

Такая нехватка паралингвистических особенностей должна была быть компенсирована, поэтому коммуникация в интернете не обходится без вспомогательных средств.

Первое, на что стоит обратить внимание – «смайлики» (от англ. smile – улыбка), определенная последовательность символов, обозначающее эмоциональное отношение автора к написанному, передающие направленность и степень эмоций получившие колоссально широкое распространение (Зайцева, 2006). Например:

:-) – нейтральная улыбка;

;-) – улыбка с подмигиванием;

:-( - хмурая физиономия;

:-\* - смайл, обозначающий поцелуй и т.д.

Помимо «смайлов» для компенсации тембра и акцентирования части высказывания в интернет – общении используется так называемый «капс» (от англ «Caps Lock» - блокировка верхнего регистра клавиатуры; т.е. написание заглавными буквами), который повсеместно в сети трактуется как повышение голоса (Горошко, 2007).

Однако, стоит отметить, использование «капса» с каждым днем сводится к минимуму, за чрезмерное использование которого администратор



или модератор того или иного ресурса могут дать «бан». «Капс» считается признаком дурного тона, замедляет и затрудняет процесс понимания текста.

Невозможность и недостаточность передачи в интернете цвета, звука, движение заменяется вербальными и знаковыми аналогами – большим количеством восклицательных знаков, прикреплением к своим сообщениям различные картинки, звуки.

Порожденное внешней реальностью, интернет - пространство может существовать только при условии активной человеческой деятельности по его созданию и развитию. Оно само по себе является ничем иным, как реальным, живым, человеческим мышлением, воплощенным в виде текста в его новом обличье, совмещающем в себе не только словесное высказывание, но и цвет, звук, графику и анимацию.

В лингвистическом аспекте речь идет о новом явлении в текстологии - гипертексте, по принципу которого организовано все языковое пространство интернета. Гипертекст, по сути, - это новый способ мышления в языковом отражении (Горошко, 2007).

- термин, введенный Тедом Нельсоном в 1965 году для обозначения "текста ветвящегося или выполняющего действия по запросу". Обычно гипертекст представляется набором текстов, содержащих узлы перехода между ними, которые позволяют избирать читаемые сведения или последовательность чтения. Общеизвестным и ярко выраженным примером гипертекста служат веб-страницы - документы HTML (язык разметки гипертекста), размещенные в Сети. В более широком понимании термина, гипертекстом является любая повесть, словарь или энциклопедия, где встречаются отсылки к другим частям данного текста, имеющие отношения к данному термину. В компьютерной терминологии, гипертекст - текст, сформированный с помощью языка разметки, потенциально содержащий в себе гиперссылки (Википедия).

Гипертекст способен к многочисленной трансформации, передвижке, к интерпретации его содержания многими способами. Гиперссылки обеспечивают возможность структурировать информацию "ломтями", связанными и в то же время относительно независимыми друг от друга.

Вариантность развития сюжета позволяет привлекать к активному созданию и развитию текста всех участников коммуникации.

Интернет активизирует внимание пользователей к тем языковым средствам, которыми он пользуется. Кроме того, виртуальные личности становятся творцами новых вербальных и невербальных средств высказывания и общения, творят не только само виртуальное пространство, но и язык, на котором этот социум общается (Горошко, 2007).

## **1.2 Особенности интернета как канала коммуникации**

Коммуникация - это социально обусловленный процесс передачи и восприятия информации, как в межличностном, так и в массовом общении по разным каналам при помощи различных вербальных и невербальных коммуникативных средств (Конецкая, 1997).

Процесс замещения традиционных средств коммуникации, таких как факс, проводной телефон или письмо современными технологиями невероятно динамичен. Мгновенные сообщения, электронная почта, интернет-конференции, мессенджеры приходят на замену своим традиционным аналогам. В настоящее время уже существует ряд продуктов, каждый из которых обеспечивает работу того или иного механизма коммуникаций, с минимальным вторжением в соседнюю область (Самойленко, 2005).

Общение с использованием интернет - технологий получило название интернет - коммуникации (Полат, 2001).

Интернет - коммуникации - это такие методы общения, при которых передача информации происходит по каналам интернет с использованием стандартных протоколов обмена и представления информации. Информация может передаваться в различной форме - голос, видео, документы, мгновенные сообщения, файлы (Полат, 2001).

Самойленко Л.В. выделяет следующие основные виды общения в Сети:

- 1) Общение в режиме реального времени (так называемый чат):
    - с одним собеседником (выбирается определенный канал для такой коммуникации);
    - с большим количеством людей одновременно;
  - 2) Общение, при котором сообщения к адресату приходят с отсрочкой:
    - с одним собеседником (электронная почта);
    - со многими людьми - участниками телеконференции (нюсгруппы)
- (Самойленко, 2005).

В настоящее время не возникает споров, по поводу того, что за цифровыми технологиями в сочетании с интернетом, а, возможно, и следующим поколением информационных сетей, стоит будущее.

Достаточно зайти в интернет, можно обратить внимание, что он, в отличии от традиционных СМИ, предоставляет своим пользователям гораздо большую степень свободы выбора и контроля со стороны своих пользователей. Под понятием «традиционные средства массовой информации» имеются ввиду радио, бумажная публицистика, телевидение и прочее, под новыми средствами – интернет.

Однако, как и любая другая коммуникативная среда, интернет трансформирует и размывает личность автора. Интернет-пользователь становится относительно анонимным.

Массовая интернет-коммуникация устроена таким образом, что на одной стороне действует производитель информации, а на другом остается массовой субъект, заранее неопределенное количество анонимных

пользователей. К анонимности тяготеет даже сторона производства информации, такова сила ее природы в кибер-пространстве. Именно поэтому происхождение большинства сведений в интернете не установлено.

Интернет – технология убирает географический аспект коммуникации, общение больше не привязано к местоположению общающихся. На основе этого, интернет выполняет социально – креативную функцию, формирует новые общности с единой информационной базой и ценностным фундаментом.

Вектор развития средств распространения информации состоит в установлении горизонтального порядка на месте вертикального. Двусторонняя модель коммуникации заменяет одностороннюю.

В сетевой интерактивности выделяют три аспекта:

- 1) "люди и документы" - возможность для пользователя формировать и реализовывать запрос на информацию;
- 2) "люди и технология" - приспособленность, удобство информационной технологии для пользователей;
- 3) "люди и люди" - речь идет о приспособленности данной коммуникации к двустороннему общению, о социальных технологиях общения, которые помогают достижению позитивных социальных целей; о том, как реализуется возможность коммуникации между журналистами, обществом, властью и бизнесом - основными субъектами, выделяемыми в анализе функционирования современного общества.

Понятие «интерактивность» шире понятия «обратная связь». Обратная связь – это реакция пользователя на то или иное информационное воздействие. Именно для этого чаще всего используется такая функция интернета, как «форум». В роли обратной связи так же могут быть использованы показатели посещаемости, которые дают понять заинтересовал ли сайт и информация, на нем размещенная, свою целевую аудиторию. Интерактивность предлагает интернет – пользователям гораздо более

широкие возможности, такие как: авторство, обмен мнениями, контроль потребителя над содержанием (запрос, оценка) и другие. Да, некоторые из этих возможностей так же используются и в традиционных СМИ, но потребители традиционных средств информации не имеют возможности общаться друг с другом по горизонтали, между собой.

Коммуникации, в которых у субъектов, представляющих два полюса коммуникации, есть возможность и отправлять, и получать сообщения, а значит, есть взаимообратимость их ролей. В СМИ взаимообратимость никогда не может быть полной.

Г. Лассуэлл выделяет три уровня интерактивности:

1) двухсторонняя, но не интерактивная коммуникация (например, наличие некоторого количества звонков или писем);

2) реактивная, или квазиинтерактивная коммуникация, где один полюс получает сообщения о реакции другого (то есть, имеет место обратная связь);

3) полностью интерактивная коммуникация, где все субъекты коммуникации могут участвовать в обмене информацией «на равных». Наследуя обретенные традиционными СМИ формы обратной связи и общую свою способность к интерактивности, интернет-СМИ могут развивать их до уровня истинной двусторонности, действительной интерактивности - то есть до сочетания синхронной (одновременной) и асинхронной (неодновременной) обратной связи, с одной стороны, и возможности обмена информацией между пользователями, то есть истинной двусторонности, - с другой. Все это происходит в одной и той же медийной сетевой среде, что, облегчает для пользователя овладение всеми предоставляемыми возможностями (Lasswell, 1960).

Интернет является многосторонним СМИ, который создает множество различных форм коммуникации. М. Моррис предложил делить их на 4 категории:

1) асинхронная коммуникация "один на один" (электронные письма);

- 2) асинхронная коммуникация "многих с многими" (например, сеть Юзернет: сводки, листы рассылок, где требуется согласие на рассылки или пароль, для входа в программу, в которой сообщения касаются определенных тем);
- 3) синхронная коммуникация "один на один", "один и несколько", "один с несколькими" строятся вокруг какой-либо конкретной темы, например, ролевые игры, чаты;
- 4) асинхронная коммуникация, где обычно пользователь пытается разыскать сайт для получения определенной информации и здесь можно встретить коммуникацию "многие и один", "один на один", "один и многие" (веб-сайты, блоги, гороскопы) (Morris, Ogan, 1996).

### 1.3 Понятие интернет-форума

Веб-форум – класс веб-приложений для организации общения посетителей веб-сайта. Тематическое сообщество, схожее с традиционным клубом интересов. Термин близок к исходному понятию «форум» (У римлян: место управы или площадь, куда собирались для суда, где бывали ярмарки и где народ совещался о своих делах.), но вносит в него современные коррективы.

Форум предлагает набор разделов для обсуждения. Форум позволяет пользователям создавать темы в разделах и, впоследствии, вести обсуждения внутри этих тем. Отдельная тема, по сути, является тематической гостевой книгой. Основная иерархия веб-форума: Разделы → темы → сообщения. Обычно сообщения несут информацию «автор — тема — содержание — дата/время». Сообщение и все ответы на него образует «ветку» или «тему» (часто употребляются кальки «тред» от англ. thread, «топик» от англ «topic»).

Отклонение от начальной темы обсуждения (т.н. оффтоп) или нагромождение однородной информации (т.н. флуд) запрещено правилами форума, которые принимает пользователь при регистрации. За соблюдением их следят модераторы или администраторы – участники, имеющие возможность редактировать, удалять и перемещать чужие сообщения, блокировать пользователей, управлять приватностью темы и др. За неоднократное несоблюдение правил участникам выдается блокировка (т.н. бан).

Форум имеет чрезвычайно гибкое разграничение доступа к сообщениям. Например, на одних форумах пользователям доступно чтение и создание сообщений всем случайным посетителям (гостям), на иных необходима предварительная регистрация (наиболее распространенный вариант). Применяется и смешанный тип – когда некоторые темы доступны всем пользователям, а некоторые только прошедшим предварительную регистрацию. Оба этих варианта форумов называются открытыми. Существуют так же и закрытые форумы, доступ к которому каждому участнику персонально определяет администратор форума.

Участники форума при регистрации создают свой профиль, в котором могут указать сведения о себе. В своем профиле пользователь может сообщить персональную информацию, изменить свой аватар (изображение, которое прикрепляется к каждому сообщению пользователя), добавить подпись, автоматически добавляемую к каждому его сообщению.

Форумы имеют систему личных сообщений, которая позволяет зарегистрированным пользователям общаться индивидуально, как с помощью электронной почты.

У каждого форума имеется своя тематика, в рамках которой идет общение. Для общения на темы отвлеченные темы, создаются специальные темы, чтобы избавить основную часть от «флуда» и «оффтопа». По методу формирования тем форумы бывают как с динамическим списком тем, так и

со списком статическим. В форумах с динамическим списком, участники имеют возможность создать новую тему в рамках тематики форума. Подавляющее большинство форумов имеет возможность поиска по своей базе сообщений.

Форум отличается от чата разграничением обсуждаемых тем и возможностью общаться не в режиме реального времени, что располагает к более серьезным обсуждениям, так как участники имеют неограниченное количество времени для формулирования ответа.

## **1.4 Социальные сети**

Социальная сеть – интернет-сообщество пользователей, объединенных на базе одного сайта, который в этом случае и называется социальной сетью. Социальная сеть в кибер – пространстве строится по такому же принципу, как и сообщества в реальном мире, отличаясь в том, что географическое положение ее участников не играет роли в функционировании сети. Главным фактором объединения пользователя в социальную сеть является общность определенных факторов – интересов, финансового положения, принадлежность к определенной профессии. Однако, стоит признать, в последнее десятилетие, социальные сети, общностью членов которых является лишь использования сети Интернет превалируют.

Первая социальная сеть, имеющая современный вид, появилась в США 1995. Это был проект Classmates.com (позже именно с этого сайта был скопирован российский аналог «одноклассники»), в котором поиск участников производился по школам.

Толчок к развитию социальным сетям произошел после создания в 2002 году Джонатаном Абрамсом принципиально нового сайта знакомств Friendster. Эта сеть позволяла осуществлять поиск друзей по различным



критериям и показывала связь между ними, в отличие от других сетей, которые могли сводить только двух незнакомых людей. Через три месяца работы на Friendster было зарегистрировано 3 миллиона пользователей, а к 2012 году уже 115 миллионов человек со всего мира.

В современной интернет-среде сеть приобрела особое значение. Теперь это не просто группа связанных между собой пользователей, а «онлайн-сервис или сайт, позволяющий создавать социальные связи, строить взаимоотношения, распространять информацию и т.д.»

Главные особенности современных социальных сетей:

1. Практически неограниченные возможности для обмена различной информацией (текстовой, мультимедиа, возможность указывать место, отмечать фотографии и т.д.)

2. Индивидуальные профили с любым количеством персональной информации (ФИО, место учебы, работы, фото, интересы и т.д.)

3. «добавление в друзья» происходит в первую очередь по принципу реальной связи (родственники, коллеги, одноклассники и т.д.) и во вторую – по принципу схожести интересов (сообщества, группы и т.д.)

Обязательные качества социальных сетей (Патаркин, 2013):

1) Содержание (контент) сайта создается исключительно или преимущественно его пользователями;

2) Сайт должен быть автоматизированной средой, в пределах которой участники имеют возможность создавать связи с другими пользователями или социальные объекты;

3) Пользователи имеют возможность получать информацию о других пользователях, находящихся в этой среде;

4) Пользователям доступны функции коммуникации с другими пользователями и объектами в пределах среды.

Среди функций социальной сети можно выделить такие функции как:

1) Коммуникационная. Являясь пользователем социальной сети, человек устанавливает контакты, обмениваются сообщениями, «новостями», мультимедиа ресурсами, комментариями и др., кооперируются для достижения общих целей.

2) Информационная. Поток информации имеет горизонтальную направленность, так как пользователь одновременно может выступать как в роли создателя, так и в роли потребителя.

3) Социализирующая (саморазвитие, рефлексия в рамках «групп» и «сообществ»)

4) Самоактуализирующая (самопрезентация)

5) Идентификационная. При создании персональной страницы, пользователь заполняет ее личной информацией, как то имя, дата рождение, место учебы, семейное положение и др.

6) Функция формирования идентичности. Согласно теории Фестингера (1954 г.), человек склонен сравнивать себя с людьми, имеющих наибольшее количество черт, схожих со своими. Кроме того, согласно теории когнитивного диссонанса, похожие люди положительно оценивают друг друга (Социальные медиа в обучении с применением ИКТ). Это основной механизм, которые позволяет человеку четко формулировать свои позиции в отношении других людей и групп.

7) Развлекательная. Социальные сети позволяют обмениваться не только текстовыми сообщениями, но и фото-, видео-, аудиофайлами. Кроме того, следует отметить значение виджетов – мини-программ развлекательного характера, создаваемых сторонними производителями для расширения возможностей пользователя (Садыгова, 2012).

Классификация социальных сетей в Интернет-среде. Примеры популярных социальных сетей.

Существует огромное множество различных социальных сетей. Одни созданы для поиска знакомых людей и общения с ними, другие представляют

собой бизнес сети, третьи созданы для общения людей, объединенных по интересам. Существуют различные условные классификации социальных сетей в Интернет. В работе Нестеренко Г.О. предложен следующий вариант:

1) Социальные сети общей тематики (MySpace, Facebook, Classmates, Вконтакте и др.)

2) Социальные специализированные сети, например: Drive2 – сообщество автомобилистов, Soundcloud – музыкальная социальная сеть. Сюда же относятся узкоспециализированные социальные сети, объединяющие специалистов и ученых, например: e-Learning PRO, Scipeople и др.

3) Деловые социальные сети, способствующие профессиональному развитию. Среди них МойКруг и Plaxo (Нестеренко, 2011).

Е.Д. Патаркин выделяет две категории социальных сетей:

1) сети, в которых основные типы узлов связаны с учатниками и их профайлами (Faceebook, LinkedIn);

2) сети, в которых наибольшее значение имеют узлы, которые представляют собой цифровые объекты (Youtube, Wikipedia и т.д.) (Патаркин, 2013).

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

1) социальные сети с высокой доминантностью и высокой коммуникативностью;

2) социальные сети с высокой связанностью и низкой доминантностью;

3) социальные сети с низкой коммуникативностью и низкой доминантностью;

4) социальные сети с низкой коммуникативностью и высокой доминантностью (Сазанов, 2010).

## Выводы по I главе

Рассмотрев в первой главе особенности интернет - коммуникации, язык интернета, историю форумов и интернет социальных сетей, можно прийти к выводу, что интернет – это самый массовый и доступный в настоящее время источник коммуникации и информации.

Коммуникация - это социально обусловленный процесс передачи и восприятия информации как в межличностном, так и в массовом общении по разным каналам при помощи различных вербальных и невербальных коммуникативных средств.

Среди множества форм интернет – коммуникации можно сделать вывод, что самым популярным в настоящее время являются форум и социальные сети.

Социальная сеть – интернет-сообщество пользователей, объединенных на базе одного сайте, который в этом случае и называется социальной сетью.

Каждый человек, пользующийся социальной сетью, преследует какую-либо конкретную цель. Отсюда вытекает, что социальные сети имеют следующие функции:

- 1) Коммуникационная;
- 2) Информационная;
- 3) Социализирующая;
- 4) Самоактуализирующая;
- 5) Идентификационная;
- 6) Функция формирования идентичности;
- 7) Развлекательная.

В ходе изучения социальной сети и форумов как инструмента современной коммуникации, мы не можем не согласиться с мнениями ученых (Горошко Е.И., Попов А.В. и др.), что блоги удивительным образом

вписались в современное коммуникационное пространство, обеспечив удовлетворение основных потребностей современного пользователя сети интернет. Социальные сети и форумы за счет своих уникальных возможностей (главными из которых являются интерактивность, возможность получения реакции на то или иное сообщение) стали неотъемлемой частью не только социальных коммуникаций, но и PR-технологий, получивших новый импульс в связи с широким внедрением интернет – технологий в жизнь человека.

## **Глава II. Анализ некоторых грамматических особенностей англоязычной интернет-коммуникации**

### **2.1 Язык интернет пользователей как функциональная разновидность английского языка**

Каждый пользователь социальной сети, за счет возможностей оставлять на своей странице заметки, записи, является так или иначе блоггером. Поэтому подход, используемый для изучения блогов можно применить и к социальным сетям.

Блог как языковое явление возникло сравнительно недавно, потому представляет особую ценность для современной лингвистики. Для исследования языка блоггеров нужно учитывать особенности его функционирования в интернете с учетом "сложного взаимодействия некоторого открытого множества факторов при изначальной включенности человека в социально - культурный контекст взаимодействия в Сети (Зайцева, 2006).

Ряд ученых (Волохонский, Голубева, Зайцева) говорит об особой разновидности языка, наряду с устной и письменной – язык блоггеров. Объясняется это следующими причинами:

Во-первых, сфера функционирования этого языка четко отграничена от других средств коммуникации, так как она осуществляется посредством технических электронных и программных средств и является всегда опосредованной ими.

Во-вторых, этот подъязык служит удовлетворению специфических коммуникативных целей (фактической цели - общение ради общения).

В-третьих, языковые средства этой функциональной разновидности языка характеризуются определенным набором уникальных (или практически уникальных) лексических и грамматических характеристик, которые могут быть легко выделены, формализуемы и образуют единый прагматический комплекс.

При этом С. Херринг абсолютно права, считая, что «электронный язык блоггеров» является именно функциональной разновидностью языка, а не функциональным стилем, в силу целого ряда свойств, дифференцирующих понятие «стиль» от понятия «подъязык» или «разновидность языка».

К этим свойствам относится значительное наличие нейтральных средств литературного языка, как на периферии, так и в центре, и ненормативных средств языка, которые в этом аспекте приближают его к языку средств массовой информации. "Эта разновидность языка стилистически незамкнута и не может быть сведена ни к одному из функциональных стилей и других функциональных разновидностей языка. Язык блоггеров нельзя связать ни с одной специальной сферой коммуникации или типом дискурса (научного, религиозного, образовательного и прочее). И эта разновидность языка наряду со специфическими зонами и функциями "обслуживает" и обыденное человеческое общение".

Отсюда следует, что коммуникация в социальных сетях характеризуется следующими чертами.

Во-первых, это общение крайне полифонично, объединяя в себе огромное количество разнообразных типов дискурса и речевых практик.

Во-вторых, гипертекстовые и интерактивные возможности социальных сетей видоизменяют процесс порождения и восприятия текста. Например, возможность гиперссылочного аппарата позволяет читателю не только следовать авторскому развертыванию текста, но и осуществлять собственную навигацию.

В-третьих, существенными факторами, влияющих на коммуникацию в среде социальных сетей, являются анонимность и дистантность. «Эти факторы наряду с физической непредставленностью участников общения, возможностью "присоединиться" или "отсоединиться" в любой момент общения, отсутствием инструментов принуждения способствует усилению девиантного коммуникативного поведения (явления спама, флуда)» (Волохонский, 2006).

Исследуя особенности языка интернет пользователей, было также выяснено, что, из-за особенностей программного обеспечения, при создании комментариев от пользователей требуется максимальная мобилизация языковых средств, имеющихся у них в запасе, для постоянного создания, поддержания и удержания контакта.

Основное требование англоязычной беседы относительно непрерывности коммуникативного контакта (*keep - the - conversation - going*) предполагает использование реплик таким образом, чтобы за ними непременно последовало продолжение разговора. Стратегия поддержания коммуникативного контакта предполагает взаимную ответственность партнеров за создание комфортной атмосферы общения и гладкое течение беседы на основе адекватного реагирования, что достигается при помощи тактики построения ответных реплик.

Необходимость установления и поддержания контакта приводит к коммуникативному новаторству, делая это общение необыденным и оригинальным. Креативность языковой личности активного пользователя интернет ресурсов постоянно растет. Это делает язык интернет пользователей уникальным объектом лингвистического исследования, ведь рост идет по всем языковым уровням. Однако, зачастую, это новаторство выражается в отклонении от графических и грамматических языковых норм.



В-четвертых, замещенный характер общения, когда минимальное количество информации о собеседнике инициирует особенное внимание к метатекстовой информации и ее "достраивание" до необходимых выводов.

В-пятых, это общения достаточно эмоционально. В условиях практически полного отсутствия невербальных средств передачи эмоций, эмоциональная насыщенность такого общения имеет компенсаторный характер. Из средств эмоциональной насыщенности можно выделить графические вербальные средства (смайлы, капс, повторение пунктуационных знаков и прочее) и специальные программные графические средства, прописанные в программном обеспечении.

В-шестых, на общение в интернете не может не сказаться добровольность и желательность контактов. Более того, коммуникативное пространство интернета (в силу перечисленных выше свойств) предоставляет уникальный полигон для построения виртуальной языковой личности: способам ее самопрезентации и творческой самореализации.

## **2.2 Анализ социальных сетей согласно классификации С. Херринг**

Рассмотрим социальные сети как один из жанров коммуникации (наряду с такими уже хорошо известными явлениями как электронная почта, чат и т.д.). Попробуем применить по отношению к выбранным 10 англоязычным страницам предложенную С. Херринг фасетную классификацию для компьютерно-опосредованного дискурса (Herring, 2004)

Классификация состоит из двух наборов параметров (фасетов). 1-й набор параметров характеризует среду, то есть технологические факторы.

Параметры, характеризующие среду:

- 1) Синхронность;
- 2) Передача сообщений

- 3) Постоянство записей
- 4) Размер буфера сообщений
- 5) Каналы коммуникации
- 6) Возможность анонимных сообщений
- 7) Возможность личных сообщений
- 8) Возможность фильтрации коммуникации
- 9) Возможность цитирования
- 10) Формат сообщений

2-й набор параметров характеризует ситуацию, то есть социальные факторы.

Параметры, характеризующие ситуацию:

- 1) Структура участия:
  - 1) один-одному, один-многим, многие-многим;
  - 2) публичное/приватное;
  - 3) степень анонимности/псевдоанонимности;
  - 4) размер группы; число активных участников;
  - 5) количество, баланс и частота участия.
- 2) Характеристики участников:
  - 1) демографические: пол, возраст, профессия и т.д.;
  - 2) уровень знаний в отношении языка/компьютеров/КОК;
  - 3) роль/статус: "в реальной жизни"/виртуального образа;
  - 4) фоновые социокультурные знания и нормы взаимодействия;
  - 5) убеждения, идеологии и мировоззрения.
- 3) цели:
  - 1) группы в целом: профессиональные, социальные, ролевые, эстетические, экспериментальные;
  - 2) конкретного взаимодействия: получить информацию, найти консенсус, выбрать профессиональные/социальные отношения, впечатлить/развлечь других, повеселиться и т.д.

- 4) тема:
  - 1) группы: политика, лингвистика, феминизм, мыльные оперы, научная фантастика, культура средней Азии, бары;
  - 2) обмена: война в Ираке, бюджет проекта, планы на отпуск.
- 5) тональность:
  - 1) серьезная, шутливая;
  - 2) официальная, неформальная;
  - 3) спорящая/дружелюбная;
  - 4) отзывчивая/саркастичная.
- 6) деятельность: дебаты, объявления о вакансии, обмен информацией, фактический обмен, обмен шутками, игра, флирт.
- 7) нормы:
  - 1) организационные;
  - 2) языковые;
  - 3) социальные.
- 8) код:
  - 1) язык, вариант языка;
  - 2) шрифт/система письма (Herring, 2004).

На основе этих параметров рассмотрим конкретные особенности англоязычных социальных сетей.

Первый технологический относится к синхронности участия. В асинхронных системах коммуникации для получения и отправки сообщений участникам нет необходимости находиться обоим в режиме онлайн (быть авторизованным в системе). В качестве примера можно привести форум, электронную почту. Примером синхронного общения можно назвать различные чаты. Традиционная письменная коммуникация, в основном, асинхронна, а устная – синхронна. В связи с этим, параметр синхронности может быть полезен для сравнения различных типов интернет коммуникации

с письменным или устным дискурсом. Социальные сети относятся к асинхронным системам.

Следующий параметр связан с гранулярностью единиц, передаваемых при помощи системы, то есть, общение идет в формате «сообщение за сообщением» или «знак за знаком»; то есть – может ли адресат видеть сообщение адресанта в процессе создания. Это влияет на возможность мгновенной реакции при коммуникации, другими словами – на возможность «перебить» адресанта. Передачу в формате «сообщение за сообщением» называют односторонней. К этому типу относится большинство систем КОК. Двусторонняя передача имеет место в некоторых системах мгновенного обмена сообщениями. В социальных сетях передача односторонняя. На некоторых сайтах есть возможность наблюдать за тем, что адресант создает сообщение, но наблюдать что в этот момент пишет автор возможность отсутствует.

Под постоянством записей подразумевается длительность хранения сообщений. Например, в электронной почте сообщения могут храниться сколь угодно долго, до тех пор, пока пользователь самостоятельно не удалит ненужные сообщения. В большинстве чатов, старые сообщения удаляются, когда на их место приходят новые. Однако постоянство все-таки выше, чем в обычной устной речи. В анонимных чатах функция сохранения истории сообщений попросту отсутствует. Степень постоянства в социальных сетях велика. Более того, некоторые социальные сети предоставляют своим пользователям услуги «облачного» хранения; другими словами – пользователь может загружать свои документы на сервер социальной сети и позже в любое время имеет возможность загрузить эти файлы себе на компьютер.

Размер буфер сообщения – количество знаков, допустимых в одном сообщении или публикации. В системе twitter количество знаков в

публикации строго ограничено 140 символами, в facebook 420, однако количество знаков в личном сообщении не ограничено.

Под каналами коммуникации имеется в виду возможность использования мультимедиа информации, как то видео-, аудио- каналов. Социальные сети обладают невероятно большими возможностями для добавления мультимедиа файлов, пользователь имеет возможность прикрепить к своей публикации любой видео-, аудиофайл, либо любое изображение.

Под возможностью анонимных сообщений, личных сообщений, фильтрации и цитирования сообщений С. Херринг подразумевает технологические возможности системы. Во взятых мною социальных сетях реализована возможность отправлять личные сообщения, фильтровать их, цитировать с помощью программных средств.

Делать записи и пользоваться личными сообщениями в социальных сетях полностью анонимно нельзя. Необходимо создать аккаунт, который в свою очередь необходимо привязать к номеру мобильного телефона. То есть, настоящая анонимность в социальных сетях отсутствует.

Во взятых мною социальных сетях присутствует функция личных сообщений. Пользователь может написать сообщение другому пользователю этой социальной сети и его никто не увидит. Также, пользователи могут комментировать публикации, записи друг друга. В социальных сетях также реализована функция фильтрации сообщений. Пользователь может добавлять других пользователей в так называемый «черный список» - список пользователей, связи с которыми хозяин страницы не желает. Этим пользователям запрещено как комментирование записей и отправка личных сообщений, так и просмотр страницы.

Цитирование сообщений реализовано так называемым «репостом». Пользователь имеет возможность понравившуюся публикацию другого

пользователя поместить себе на страницу и добавить к ней свой комментарий.

Под форматом сообщений понимается порядок, в котором появляются сообщения, информацию, которая по умолчанию появляется в сообщении, и то, как она представляется визуально. В выбранных социальных сетях записи появляются в обратном хронологическом порядке. В facebook записи состоят из юзернейма, аватара, даты, содержания сообщения и комментариев к этой записи. В твиттере возможность комментирования реализована «репостом».

Теперь рассмотрим второй набор параметров, характеризующий социальные факторы. Первый параметр – структура участия. Социальные сети характеризуются структурой участия – один-многим (в случае публикаций на своей странице) и многие-многим (в случае комментирования записи).

В моей выборке вся коммуникация публичная. Пользователи стремятся идентифицировать себя сразу, в некоторых случаях используя свое настоящее имя, в некоторых никнейм.

Характеристики участников.

Для общения посредством социальных сетей не требуется каких-то специальных знаний и умений: достаточно элементарной компьютерной грамотности и знаний об интернете. По сути, именно с появлением простого в использовании и доступного широкому кругу людей интерфейса и начался стремительный рост социальных сетей. Поэтому, участником коммуникации может быть любой человек, в зависимости от направления, темы общения или особенностей социальной сети.

Из-за разноплановости социальных сетей и огромной вариативности внутри социальной сети, фоновые знания и статус участника коммуникации так же зависят от характера социальной сети. Так, из-за специфики сети Steam Community, средний участник коммуникации – молодой человек до 20-и лет, увлекающийся компьютерными играми, студент или школьник. В то

время, как средний участник обсуждения в политической публичной социальной сети facebook – человек взрослый, интересующийся политикой.

Равно как и цели могут быть абсолютно различны. В зависимости от используемой социальной сети это могут быть: коммуникативная функция, функция самопрезентации, функция развлечения, функция сплочения и удержания социальных связей и т.д.

Темы общения так же разнятся. Темой общения может быть абсолютно любая тема, не запрещенная правилами того или иного ресурса. Так, на портале Steam Community ведущими темами являются компьютерные игры, технические неполадки, связанные с компьютером, играми, помощь в прохождении игр. Или же, домохозяйка, используя систему твиттер, может обмениваться с другими домохозяйками своими рецептами приготовления продуктов. Журналист по профессии может вступать в дискуссию по поводу ситуации на Украине в публичной группе на facebook, посвященной политике и т.д.

Однако, социальная сеть остается социальной сетью, и какой бы не была тема общения, тональность остается неформальной, на уровне устных жанров. В зависимости от личности каждого конкретного участника, степень серьезности, отзывчивости и дружелюбия может варьироваться.

Под кодом С. Херринг подразумевает:

1) Собственно национальный язык как таковой. Пользователи социальных сетей имеют возможность общаться на любых языках, в нашем случае коммуникация происходила на английском языке.

2) Вариант языка: диалект и языковой регистр. Для моей выборки характерно использование английского языка разговорного стиля с сильным влиянием элементов, характерных для интернет-коммуникации в целом.

### 2.3 Грамматические особенности социальных сетей и форумов

» (Twitter, от англ. *to twitter* — «чирикать, щебетать, болтать») — социальная сеть для публичного обмена сообщениями при помощи веб-интерфейса, SMS, средств мгновенного обмена сообщениями или сторонних программ-клиентов для пользователей интернета любого возраста. По сути коммуникация с помощью этой социальной сети реализована публикацией заметок, микроблогов, которые может видеть любой другой пользователь этой социальной сети. Общение посредством этой социальной сети получило название «микроблогинг».

В содержательном плане микроблог – это короткая заметка, реакция человека на определенное событие в реальной, либо виртуальной жизни. В твиттере есть возможность «репостить», помещать публикацию другого пользователя себе на страницу. Существуют страницы, чьи пользователи не публикуют своих записей, а «репостят» публикации других пользователей, создавая свой маленький «культурный рай», публикуют понравившиеся живописные, фотографические, литературные и музыкальные произведения, что можно интерпретировать как создание мозаичного портрета собственного Я – идеала путем аккумуляции в микроблоге тех культурных феноменов, с которыми пользователю хотелось бы выстроить идентификационную связь.

Возможность использование никнейма (псевдонима) и обретение маски в виртуальном пространстве можно назвать началом формирования виртуального Я.

Первая страница, которая была проанализирована - твиттер Джастина Бибера, известного канадского певца. На своей странице он пишет о концертах, выкладывает новые песни, поздравляет своих коллег по цеху, общается с фанатами. Джастин имеет 97 миллионов подписчиков, подписан



на 304 тысячи человек. На его странице, на момент написания работы, 30, 7 тысячи постов. Стоит заметить, что большинство из этих постов – репосты.

В системе твиттер максимальное количество символов в посте строго ограничено 140 знаками. Поэтому, язык активных пользователей стремится к компрессии своего высказывания, твиттер Джастина не исключение. В своем твиттере Джастин использует сленг, укороченные варианты слов:

“Congrats buddy”

“Leafs above all but other than that u give me ANY JERSEY THAT LOOKS COOL ILL THROW IT ON”

Так же, ограничение в 140 знаков оказывает влияние на распространенность предложений, используемых в публикации. В своем твиттере Джастин использует преимущественно простые предложения:

“New music. This Friday. Me and @davidguetta #2U”

Слова, перед которыми стоит символ строчной буквы «a» в незамкнутом круге (собака) – юзернейм пользователей, которым адресовано сообщение. Несмотря на то, что твиттер имеет систему личных сообщений, чтоб показать отнесенность сообщения в публичной коммуникации используется этот знак.

Слова, перед которыми стоит знак решетки – так называемые хештеги. Ключевое слово сообщения, его тема. Множество пользователей присваивает своей публикации хештег, после чего любой другой пользователь может осуществить поиск по хештегу и увидеть все сообщения на эту тему.

Вторая страница – твиттер Остина Смита. Судя по его странице, это человек 50и лет, интересующийся политикой. У Остина, на момент написания работы, 446 постов, 82 читателя и 694 подписки.

В своих постах Остин не допускает грамматических ошибок, не использует сленг, однако, как и Джастин, использует короткие, не распространенные предложения.

«Parts»;

«cheap, stereotyping and sigmatising..and bollocks.”;

“Boycott them all.”

Следующая проанализированная сеть – Steam community. Это сообщество создано на базе электронного магазина компьютерных игр Steam. Сеть объединяет людей по принципу общего увлечения компьютерными играми в целом, либо одной конкретной игрой.

В связи со спецификой этой социальной сети, средний возраст ее участников ниже среднего возраста участников других социальных сетей, равно как и уровень их образованности и подхода к общению. Эти факторы вносят свои коррективы в процесс коммуникации. В общении в большом количестве содержатся ошибки различного рода, как пунктуационные, так и орфографические.

K”KEYBOARD DOING WEIRD THINGS

hello i found this problem only on csgo no other games for example on rainbow six siege  
but when i play csgo it presses random things like opning a map or making a screenshot or just turning my pc into battery save mode anybody knows how to fix this”

На этом примере можно проследить, что автор допускает множество ошибок. Отсутствует членение высказывания на предложения, автор не использует знаки препинания, нарушает порядок построения вопросительных предложений. Отсутствие буквы “e” в слове “opning” можно объяснить не столько безграмотностью автора, сколько отсутствием перепроверки автором сообщения перед публикацией.

Очень распространенным явлением в интернет коммуникации стало использование своеобразных математических формул при приведении последовательности действий. Особенно популярен этот феномен на страницах, так или иначе связанных с компьютерами. Так, на той же платформе Steam на странице

<http://steamcommunity.com/app/730/discussions/0/1291817208488340068/>

можно увидеть комментарий пользователя doofy:

«use steamoffer = no scam.... Ez»

Автор комментария употребляет знак равенства, взамен обозначения равенства традиционными речевыми средствами.

Помимо знака равенства в такой же ситуации может использоваться знак следствия:

«Invite to lobby- select what you want to play- press go--> PROFIT!»

На примере этих же страниц можно проследить стремление интернет-пользователей сокращать наиболее употребляемые слова, как например:

Easy – ez;

Thanks – thx;

You – u;

Bb – bye bye и т.д.

Так же, на основе этих примеров можно проследить тенденцию к сокращению многих грамматических форм. Так, из всей системы английских времен, в основном, употребляются только времена группы simple, даже если это грамматически не верно.

Английский – это аналитический язык, поэтому предложение на английском языке обладает строго фиксированным порядком слов. Однако, мы можем наблюдать пренебрежение этими правилами.

В качестве примера форума для анализа был выбран форум [Androidforums.com](http://Androidforums.com). Это форум создан первоначально для пользователей операционной сети андроид, однако доступ к нему имеют все желающие. Общение ведется на абсолютные разные темы. Для анализа был выбран топик, созданный администратором Rob “What car do you have?”, в котором автор спрашивает пользователей какую они имеют машину и какими аксессуарами для смартфона пользуются в ней. На что пользователи отвечают:

«I have 2, a 2016 Chevy Malibu, and a 2016 Chevy Trax, for work purposes. No Android accessories, Mainly Bluetooth and USB port for listening pleasure.»

«Old Ford Focus 2012 . Just bluetooth. Oh... and it has vice control for heater and fan :) :)»

«2004 Mazda 3. Yeah, no nothing in that puppy. I have a plug in Bluetooth thingy so I'm good.»

«2007 Vauxhall Zafira. Not even bluetooth (well there's a bluetooth speaker in the glove box, but I don't think I've even paired it with this phone - unless I've a passenger to handle it calls can go to voicemail and messages can wait).»

«None but I bought a Bluetooth dongle for cigarette lighter just as they stopped making cigarette lighters.»

На основе этих примеров можно четко проследить, что участники этого форума так же, как и пользователи социальных сетей имеют стойкую тенденцию к сокращению грамматических форм и использованию только глаголов группы simple. Также можно заметить большое количество эллиптических предложений.

В целом, можно сделать вывод, что Интернет-пользователи общаются короткими, простыми, нераспространёнными предложениями, часто опуская те или иные члены предложения и не выставляя пунктуационных знаков. Несоблюдение грамматических правил очевидно, но в то же время, это уже стало общеизвестной и повсеместно принятой спецификой Интернет-общения, поэтому подобные ошибки не препятствуют адекватному пониманию собеседников в процессе виртуального общения.

## Выводы по II главе

Подводя итог вышесказанному, хочется еще раз подчеркнуть, что коммуникация в интернет сфере, в частности в сфере форумов и социальных сетей характеризуется следующими чертами:

- 1) Это общение объединяет в себе большое количество различных типов дискурса и речевых практик;
- 2) Возможность гиперссылочного аппарата позволяет читателю не только следовать авторскому развертыванию текста, но и осуществлять собственную навигацию;
- 3) существенными факторами, влияющими на общение в сети, являются анонимность и дистантность.

Исследуя особенности языка пользователей социальных сетей, было так же установлено, что при создании записей, пользоователям требуется максимальная мобилизация языковых средств, имеющихся у них в запасе, для создания и поддержания контакта. Основное требование англоязычной беседы относительно непрерывности коммуникативного контакта (*keep - the - conversation - going*) предполагает использование реплик таким образом, чтобы за ними непременно последовало продолжение разговора. Стратегия поддержания коммуникативного контакта предполагает взаимную ответственность партнеров за создание комфортной атмосферы общения и гладкое течение беседы на основе адекватного реагирования, что достигается при помощи тактики построения ответных реплик.

Общение посредством социальных сетей имеет замещенный характер, когда минимум информации о виртуальном собеседнике инициирует особое внимание к метатекстовой информации и ее достраивание до необходимых **ВЫВОДОВ.**

Это общение достаточно эмоционально. Эмоциональная насыщенность такого общения имеет компенсаторный характер в условиях практически полного отсутствия невебальных средств для передачи эмоций и описания эмоциональных состояний. Заметим, что эмоциональная насыщенность в этой среде достигается как с помощью графических вербальных средств, так и специальных программных графических средств, прошитых в оболочке программного обеспечения.

На общение посредством социальных сетей не может сказаться добровольность и желательность контактов. Более того, коммуникативное пространство интернета предоставляет уникальный полигон для построения виртуальной языковой личности: способам ее самопрезентации и творческой самореализации.

Согласно классификации С. Херринг социальные сети можно охарактеризовать по двум наборам параметров:

Параметры, характеризующие среду:

- 1) синхронность;
- 2) передача сообщений;
- 3) постоянство записей;
- 4) размер буфера сообщений;
- 5) каналы коммуникации;
- 6) возможность анонимных сообщений;
- 7) возможность личных сообщений;
- 8) возможность фильтрации коммуникации;
- 9) возможность цитирования;
- 10) формат сообщений.

2-й набор параметров характеризует ситуацию, то есть социальные факторы.

Параметры, характеризующие ситуацию:

- 1) структура участия;

- 2) характеристики участников;
- 3) цели;
- 4) тема;
- 5) тональность;
- 6) деятельность;
- 7) нормы;
- 8) код.

Анализ социальных сетей и форумов показывает, что имеется стойкая тенденция на сокращение грамматических форм, например из всей системы английских времен используются преимущественно времена группы *simple*. Также можно наблюдать нарушения в построении предложений: неверный порядок слов, отсутствие главных членов предложения.

В целом, можно сделать вывод, что Интернет-пользователи общаются короткими, простыми, нераспространёнными предложениями, часто опуская те или иные члены предложения и не выставляя пунктуационных знаков. Несоблюдение грамматических правил очевидно, но в то же время, это уже стало общеизвестной и повсеместно принятой спецификой Интернет-общения, поэтому подобные ошибки не препятствуют адекватному пониманию собеседников в процессе виртуального общения.

## Заключение

Коммуникация - это социально обусловленный процесс передачи и восприятия информации как в межличностном, так и в массовом общении по разным каналам при помощи различных вербальных и невербальных коммуникативных средств.

Среди различных форм интернет – коммуникации, мы остановились на том, что самой популярной являются социальные сети.

Социальная сеть – интернет-сообщество пользователей, объединенных на базе одного сайта, который в этом случае и называется социальной сетью.

Каждый человек, пользующийся социальной сетью, преследует какую-либо конкретную цель. Отсюда вытекает, что социальные сети имеют следующие функции:

- 1) Коммуникационная;
- 2) Информационная;
- 3) Социализирующая;
- 4) Самоактуализирующая;
- 5) Идентификационная;
- 6) Функция формирования идентичности;
- 7) Развлекательная.

Анализ социальных сетей и форумов показывает, что имеется стойкая тенденция на сокращение грамматических форм, например, из всей системы английских времен используются преимущественно времена группы simple. Также можно наблюдать нарушения в построении предложений: неверный порядок слов, отсутствие главных членов предложения.



## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Азбука Интернета. Учебное пособие для пользователей старшего поколения: работа на компьютере и в сети Интернет [Электронный ресурс]. – М.: 2014. – Режим доступа: <http://www.azbukainterneta.ru/schoolbook/pdf/Azbukainterneta.pdf>
2. Алефиренко, Н.Ф. Современные проблемы науки о языке: учебное пособие. / Н.Ф. Алефиренко. - М.: Флинта: Наука, 2005.
3. Алябьева, Е. О социальных функциях блогов в современной России // Личность и межличностное взаимодействие в сети Internet. Блоги: новая реальность. / Под ред. Волохонского В.Л., Зайцевой Ю.Е., Соколова М.М. - СПб.: Издательство СПбГУ, 2006.
4. Батищев, П.С. Основы Интернет: электронный учебник. [2004] // Региональный КЦ: "Помощь образованию!". Режим доступа: <http://psbatishev.narod.ru/internet/>
5. Бергельсон, М.Б. Языковые аспекты виртуальной коммуникации / М. Б. Бергельсон // Вестник МГУ. Лингвистика и межкультурная коммуникация. - 2002. - №1.
6. Википедия, свободная энциклопедия [электронный ресурс] / Режим доступа: [http://ru.wikipedia.org/wiki/Заглавная страница](http://ru.wikipedia.org/wiki/Заглавная_страница)
7. Виноградова, Т. Ю. Специфика общения в Интернете // Русская и сопоставительная филология: Лингвокультурологический аспект. - Казань, 2004. – С. 63-67. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.philology.ru/linguistics1/vinogradova\\_t-04.htm](http://www.philology.ru/linguistics1/vinogradova_t-04.htm)
8. Волохонский, В.Л. Психологические механизмы и основания классификации блогов // Личность и межличностное взаимодействие в сети Internet. Блоги: новая реальность. / Под ред. Волохонского В.Л., Зайцевой Ю.Е., Соколова М.М. - СПб.: Издательство СПбГУ, 2006.- С.117-131

9. Голубева, И.В., К вопросу о чате как ведущем жанре электронного общения/ И.В. Голубева, О.А. Левоненко // Русская словесность в контексте современных интеграционных процессов. - Волгоград, 2005.

10. Горошко, Е.И. Гендер и блоггика Интернета (психолингвистический анализ) / Е.И. Горошко // Вопросы психолингвистики. - М.: ИЯ РАН, 2007. - Вып.5.

11. Горошко, Е.И. Лингвистика Интернета: формирование дисциплинарной парадигмы / Е.И. Горошко // Жанры и типы текста в научном и медийном дискурсе. - Орел: Картуш, 2007. - Вып.5.

12. Зайцева, Ю. Роль ведения Интернет-дневника в становлении индивидуальности / Юлия Зайцева // Личность и межличностное взаимодействие в сети Internet. Блоги: новая реальность. / Под ред. Волохонского В.Л., Зайцевой Ю.Е., Соколова М.М. - СПб.: Издательство СПбГУ, 2006.

13. Иванов, Л.Ю. Язык интернета: заметки лингвиста / Л.Ю. Иванов // Словарь и культура русской речи / Под ред. Н.Ю.Шведовой, В.Г. Костомарова. – М.: Индрик, 2001.

14. Кастельс М. Галактика Интернет: Размышления об Интернете, бизнесе и обществе. / Мануэль Кастельс.- Екатеринбург: У-Фактория, 2004

15. Курчакова, Н. Формы самопрезентации в блогах / Наталья Курчакова // Личность и межличностное взаимодействие в сети Internet. Блоги: новая реальность. / Под ред. Волохонского В.Л., Зайцевой Ю.Е., Соколова М.М. - СПб.: Издательство СПбГУ, 2006.-С.132-162.

16. Леонтович, О.А. Проблемы виртуального общения / О.А. Леонтович // Полемика. – 2000. - №7.- С. 4.

17. Нестеренко, Г. О. Сучасні соціальні мережі як інструмент неформальної освіти / Г.О. Нестеренко, О.В. Тишкова // Гілея: науковий вісник. – 2011. – Вип. 49. Режим доступа:

[http://archive.nbuv.gov.ua/portal/Soc\\_Gum/Gileya/2011\\_49/Gileya49/F37\\_doc.pdf](http://archive.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Gileya/2011_49/Gileya49/F37_doc.pdf)

18. Патаркин, Е. Д. Педагогический дизайн социальной сети Scratch / Е.Д. Патаркин // Образовательные технологии и общество (Educational Technology & Society). – 2013. – Т.16. – № 2. – С. 505–528.

19. Полат, Е.С. Интернет на уроках иностранного языка / Е.С. Полат // Иностранные языки в школе. - 2001. - № 2. - С.17-28.

20. Попов А.В. Спроси блогосферу. Часть 1. 2007. – URL: <https://unotices.com/book.php?id=36168&page=1>

21. Радзиевская, Т.В. Текстовая коммуникация. Textoобразование / Т.В. Радзиевская // Человеческий фактор в языке: Коммуникация. Модальность. Дейксис, "Наука", Москва, 1992г.

22. Сазанов, В. М. Социальные сети как новая общественная сфера. / В.М. Сазанов // Системный анализ и прогноз. – М.: Лаборатория СВМ, 2010. – 180 с.

23. Самойленко, Л.В. Языковые аспекты виртуальной коммуникации Internet Relay Chat / Л.В. Самойленко // Русская словесность в контексте современных интеграционных процессов. - Волгоград, 2005.

24. Сафронова, Т. Порядок интеракции в сетевых дневниках: альтернативная экономика сообщений / Сафронова Татьяна // Личность и межличностное взаимодействие в сети Internet. Блоги: новая реальность. / Под ред. Волохонского В.Л., Зайцевой Ю.Е., Соколова М.М. - СПб.: Издательство СПбГУ, 2006. С. 55—75

25. Соколов, М. Онлайн-дневник, теории виртуальной идентичности и режимы раскрытия персональной информации / Михаил Соколов // Личность и межличностное взаимодействие в сети Internet. Блоги: новая реальность. / Под ред. Волохонского В.Л., Зайцевой Ю.Е., Соколова М.М. - СПб.: Издательство СПбГУ, 2006. С. 9-39.

26. Социальные медиа в обучении с применением ИКТ: аналит. записка, март 2011 / Институт ЮНЕСКО по информационным технологиям в образовании. – М.: ИИТО, 2011. – 12 с. Режим доступа: <http://iite.unesco.org/pics/publications/ru/files/3214685.pdf>

27. Gorny E. russian LiveJournal: National specifics in the development of a virtual community [интернет ресурс] Режим доступа: [http://www.ruhr-uni-bochum.de/russ-cyb/library/texts/en/gorny\\_rlj.pdf](http://www.ruhr-uni-bochum.de/russ-cyb/library/texts/en/gorny_rlj.pdf), 2004.

28. Herring S. C., Scheidt L. A., Bonus S., Wright E. Bridging the Gap: A Genre Analysis of Weblogs // Proceedings of the 37th Hawaii International Conference on System Sciences, 2004.

29. Lasswell H. Function of Mass Communication in Society // Mass Communications / ed. By W. Schranm. Urbana, 1960.

30. Morris M., Ogan C. The Internet as Mass Medium. Journal of Communication. 1996. Vol. 46. № 1

31. Wictionary [электронный ресурс] / Режим доступа: [http://en.wiktionary.org/wiki/Wiktionary:Main\\_Page](http://en.wiktionary.org/wiki/Wiktionary:Main_Page)

### Список источников фактического материала

1. <https://twitter.com/justinbieber>
2. [https://twitter.com/austin\\_yeah\\_me](https://twitter.com/austin_yeah_me)
3. <http://steamcommunity.com/app/730/discussions/0/1291817208488340068/>
4. <http://steamcommunity.com/app/730/discussions/0/2333276539603703110/>
5. <http://steamcommunity.com/app/730/discussions/0/2333276539604369326/>
6. <https://androidforums.com/threads/what-car-do-you-have.1129352/>