

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова

На правах рукописи

МИШИЕВА ЕЛЕНА МИХАЙЛОВНА

**ДИСКУРСИВНЫЕ МАРКЕРЫ В МОЛОДЕЖНОЙ
ОНЛАЙН-КОММУНИКАЦИИ
(на материале английского языка)**

10.02.04 – германские языки

ДИССЕРТАЦИЯ

на соискание ученой степени кандидата филологических наук

Научный руководитель:
доктор филологических наук, профессор
С.Г. Тер-Минасова

2015

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	6
ГЛАВА 1. ДИСКУРС, АНАЛИЗ ДИСКУРСА, ИССЛЕДОВАНИЕ ДИСКУРСИВНЫХ МАРКЕРОВ	14
1.1. Понятие дискурса	14
1.2. Развитие анализа дискурса как самостоятельной отрасли лингвистики.....	22
1.2.1. Традиционное представление о тексте как статической структуре	22
1.2.2. Направления, повлиявшие на становление анализа дискурса	24
1.2.2.1. Американская тагмемика	24
1.2.2.2. Функциональный структурализм: пражская и британская школы.	25
1.2.2.3. Социолингвистика.....	27
1.2.2.4. Этнометодология.....	28
1.2.3. Анализ дискурса как самостоятельная междисциплинарная отрасль лингвистики	30
1.3. Исследование дискурсивных маркеров	38
1.3.1. Определение понятия <i>дискурсивного маркера</i> и его характеристики... ..	39
1.3.2. Подходы к исследованию дискурсивных маркеров	43
1.3.2.1. Подход М.А.К. Халлидея и Р. Хасан	43
1.3.2.2. Подход Д. Шиффрин	46
1.3.2.3. Подход Б. Фрейзера	50
1.3.2.4. Сопоставление подходов к изучению дискурсивных маркеров Д. Шиффрин и Б. Фрейзера.....	56
1.3.2.5. Подход Д. Блэкмор.....	58
1.4. Выводы	62

ГЛАВА 2. МОЛОДЕЖНАЯ ОНЛАЙН-КОММУНИКАЦИЯ: ПОНЯТИЕ, ХАРАКТЕРИСТИКИ, ОТЛИЧИТЕЛЬНЫЕ ЧЕРТЫ..... 67

2.1. Определение основных понятий.....	70
2.1.1. Понятие <i>интернета</i>	70
2.1.2. Понятие <i>коммуникации</i>	74
2.1.3. Понятие <i>онлайн-коммуникации</i> и его соотношение с понятием <i>дискурса</i>	76
2.2. Общие характеристики онлайн-коммуникации.....	83
2.3. Характеристики молодежной онлайн-коммуникации	95
2.3.1. Сближение устной и письменной речи.....	98
2.3.2. Экономия.....	101
2.3.3. Эмоциональность	107
2.4. Тема-рематические отношения в молодежной онлайн-коммуникации	112
2.5. Разновидности интернет-ресурсов, используемых в молодежной-онлайн коммуникации.....	119
2.5.1. Форум	120
2.5.2. Чат.....	122
2.5.3. Блог	124
2.5.4. Социальная сеть	129
2.6. Выводы	131

ГЛАВА 3. ДИСКУРСИВНЫЕ МАРКЕРЫ МОЛОДЕЖНОЙ ОНЛАЙН-КОММУНИКАЦИИ 135

3.1. Методы, используемые при исследовании дискурсивных маркеров молодежной онлайн-коммуникации	135
---	-----

3.2. Классификация дискурсивных маркеров молодежной онлайн-коммуникации	136
3.2.1. Комментирующие маркеры	138
3.2.1.1. Маркеры оценки	139
3.2.1.2. Маркеры манеры речи	142
3.2.1.3. Маркеры уверенности/неуверенности	146
3.2.1.4. Маркеры последующего эффекта.....	151
3.2.1.5. Маркеры источника информации.....	153
3.2.1.6. Маркеры смягчения	156
3.2.1.7. Маркеры эмфазы	159
3.2.2. Параллельные маркеры	161
3.2.2.1. Обращения	162
3.2.2.2. Маркеры недовольства	167
3.2.2.3. Маркеры солидарности или ее отсутствия.....	170
3.2.2.4. Маркеры удивления	171
3.2.2.5. Маркеры согласия/несогласия	172
3.2.3. Организационные маркеры	174
3.2.3.1. Маркеры смены темы	175
3.2.3.2. Маркеры противопоставления.....	179
3.2.3.3. Маркеры детализации/уточнения.....	181
3.2.3.4. Маркеры причинно-следственной связи	186
3.3. Дискурсивный маркер <i>like</i>	188
3.3.1. Различные употребления <i>like</i> в английском языке	188
3.3.2. Функции дискурсивного маркера <i>like</i>	194

3.4. Дискурсивный маркер <i>dude</i>	199
3.4.1. Различные употребления <i>dude</i> в английском языке	199
3.4.2. Функции дискурсивного маркера <i>dude</i>	202
3.5. Выводы	204
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	210
БИБЛИОГРАФИЯ	219

Введение

Компьютерные, мобильные и интернет-технологии, возникшие и получившие небывалое развитие в двадцатом веке и непрерывно совершенствующиеся в двадцать первом, получили широкое распространение и массу новых способов применения, в особенности в сфере коммуникации. В эпоху глобализации и информатизации, развитию которых способствует интернет, онлайн-коммуникация играет одну из важнейших ролей в социальной жизни общества, позволяя людям общаться, невзирая на разделенность в пространстве и/или во времени.

Интернет стал поистине глобальным, он соединяет людей из разных стран, с разными культурами, разных возрастов, полов, социальных статусов в едином виртуальном пространстве, позволяя им общаться на любые темы.

В таких условиях развивается новый вид человеческого общения, исследуемый в рамках этой диссертационной работы, – *онлайн-коммуникация*, определяемая нами как любое взаимодействие индивидов, осуществляемое посредством информационно-коммуникационных интернет-ресурсов.

Онлайн-коммуникация открыла новые горизонты для международного, межнационального и межкультурного общения и приобрела большой потенциал для лингвистических, прагматических, социально-философских, экономических, политических и многих других исследований.

Эта работа лежит в области *анализа дискурса* и посвящена исследованию функционирования *дискурсивных маркеров* – «слов или словосочетаний, регулирующих дискурсивный процесс между говорящим и адресатом», которые «не несут пропозициональной информации», а их функции «находятся в сфере

организации и регулирования дискурсивного потока»¹ – в молодежной онлайн-коммуникации. Интерес представляет, например, определение функции дискурсивного маркера *like* в следующем высказывании: *He was like, OMG! Look upstairs!*², *dude* в *Dude!!!! You've missed a lot. How could you?* и т.д.

Объектом исследования является англоязычная молодежная онлайн-коммуникация, осуществляемая исключительно носителями языка в возрасте 16 – 25 лет. В ходе нашего исследования мы выделили отличительные особенности молодежной онлайн-коммуникации.

Предметом исследования являются дискурсивные маркеры, употребляемые в молодежной онлайн-коммуникации носителями английского языка в возрасте 16 – 25 лет.

Актуальность исследования определяется растущим интересом лингвистов к анализу онлайн-коммуникации, ее характеристик и отличительных черт. Актуальным является обращение к конкретной особенности – дискурсивным маркерам – определенного типа онлайн-коммуникации – молодежной онлайн-коммуникации. Несмотря на большое количество работ, рассматривающих в разных ракурсах дискурсивные маркеры английского языка, до сих пор нельзя говорить о наличии достаточного количества специальных исследований, посвященных дискурсивным маркерам молодежной онлайн-коммуникации и учитывающих достижения современной науки. С точки зрения современной лингвистики, выявление особенностей функционирования дискурсивных маркеров в молодежной онлайн-коммуникации представляется особенно перспективным и актуальным, так как позволяет глубже проникнуть в акт речепроизводства и интерпретации высказываний.

¹ Кибрик А.А., Подлеская В.И. Дискурсивные маркеры в структуре устного рассказа: опыт корпусного исследования. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.dialog-21.ru/digests/dialog2009/materials/pdf/60.pdf> Дата обращения: 05.04.2014

²В работе сохранена исходная орфография, пунктуация и грамматика всех высказываний.

В ходе исследования выдвигается **гипотеза** о возможности выработки классификации дискурсивных маркеров молодежной онлайн-коммуникации на основании их функционирования в исследуемом виде коммуникации.

Цель данного исследования заключается в изучении особенностей функционирования дискурсивных маркеров посредством анализа их употребления в молодежной онлайн-коммуникации. Цель данной работы определяет постановку и решение следующих **задач**:

- дать аналитический обзор современных представлений о дискурсе;
- дать общую характеристику анализа дискурса как самостоятельной отрасли лингвистики и описать процесс его развития;
- уточнить в свете поставленной цели
 - понятие дискурсивного маркера и его характеристики;
 - понятия интернета, коммуникации, онлайн-коммуникации, онлайн-дискурса;
 - общие характеристики онлайн-коммуникации;
 - особенности интернет-ресурсов, используемых в качестве источников материала исследования;
- описать различные подходы к изучению дискурсивных маркеров, методы и параметры их исследования;
- выделить и описать частные характеристики молодежной онлайн-коммуникации;
- выработать классификацию дискурсивных маркеров молодежной онлайн-коммуникации;
- провести более глубокий анализ функционирования дискурсивных маркеров *like* и *dude* в молодежной онлайн-коммуникации.

Задачи исследования обусловили использование соответствующих **методов**: описательный метод (состоящий из следующих этапов: сбора материала, иллюстрирующего употребление дискурсивных маркеров в коммуникативных

интернет-ресурсах, наблюдения и выявления различных особенностей, проявляемых дискурсивными маркерами в собранном материале, классификации дискурсивных маркеров соответственно выполняемым ими функциям, обобщения по изученному материалу, выводов, представленных в виде таблиц); метод интерпретации словарных дефиниций; метод математического анализа; метод компонентного анализа для более точного установления функций дискурсивных маркеров в молодежной онлайн-коммуникации; метод контекстуально-прагматической интерпретации при рассмотрении ситуации употребления дискурсивных маркеров, связанной с местом, временем, тематикой и участниками общения; метод контекстуального анализа, раскрывающий особенности функционирования дискурсивных маркеров в молодежной онлайн-коммуникации.

Материалом исследования являются высказывания носителей английского языка определенного возраста, найденные на таких коммуникационных интернет-ресурсах, как аутентичные форумы, чаты, блоги, микроблоги и социальные сети, содержащие дискурсивные маркеры. В ходе исследования было в общей сложности проанализировано около четырех тысяч высказываний, содержащих дискурсивные маркеры. Выделенные дискурсивные маркеры были впоследствии разделены на три основных класса: *комментирующие, параллельные и организационные*, делящиеся в свою очередь на подклассы. В работе приведено 142 примера употребления комментирующих маркеров, 57 примеров параллельных и 79 примеров организационных маркеров. Для описания функционирования маркеров *like* и *dude* приведено 28 и 14 примеров их употребления соответственно.

Методологическую базу настоящего исследования составили стали труды отечественных и зарубежных ученых, посвященные таким вопросам, как:

1. понятие дискурса (О.В. Александрова, Н.Д. Арутюнова, В.В. Богданов, В.А. Звегинцев, В.И. Карасик, А.А. Кибрик, Е.С. Кубрякова, М.Л. Макаров, П. Б. Паршин, В.И. Подлесская, Л.О. Чернейко, G. Brown, T. van Dijk, Z. Harris, M. Hoey, K.L. Pike, D. Schiffrin, G.Yule);

2. развитие анализа дискурса как самостоятельной отрасли лингвистики (Н.Д. Арутюнова, О.С. Ахманова, В.И. Карасик, А.А. Кибрик, О.А. Ксензенко, М.Л. Макаров, Дж. Л. Остин, Е.В. Падучева, Дж.Р. Серль, И.П. Сусов, Т.А. Сытникова, С.Г. Тер-Минасова, J.S.Carroll, E. Charnaik, N. Chomsky, R.M. Coulthard, R.O. Freedle, H. Garfinkel, H.P. Grice, M.A.K. Halliday, G. Jefferson, W. Labov, P.H. Lindsay, D.A. Norman, E. Pike, K.L. Pike, J. McN. Sinclair, H. Sacks, E. Schegloff);
3. исследование дискурсивных маркеров (М.М. Бахтин, А.А. Кибрик, А.Е. Котов, И.П. Массалина, Д. Пайар, В.И. Подлесская, С.В. Полякова, D. Blakemore, A. D'Arcy, B. Fraser, H.P. Grice, M.A.K. Halliday, R. Hasan, S.F. Kiesling, D. Schiffrin, L. Schourup, A. Zwicky);
4. определение онлайн-коммуникации и описание ее особенностей (О.В. Александрова, О.С. Ахманова, Н.А. Ахренова, Ю.А. Бельчиков, М.Б. Бергельсон, М. Визель, Е.А. Вишнякова, Е.Н. Галичкина, О.А. Головач, Е.И. Грошко, О.В. Дедова, Т.Г. Добросклонская, Л.Г. Ковальская, Т.Н. Колокольцева, В.Г. Костомаров, П.Е. Кондрашов, М.Л. Макаров, А. Мартине, М.В. Масалова, И.Н. Розина, Т.И. Рязанцева, А.И. Смирницкий, А.В. Соколов, Т.А. Сытникова, С.Г. Тер-Минасова, С.В. Титова, Г.Н. Трофимова, Л.Ю. Щипицина, D. Crystal).

Научная новизна исследования заключается в следующем:

- в свете поставленной цели уточнены понятия онлайн-коммуникации и онлайн-дискурса, проведено их сопоставление со схожими понятиями;
- уточнены общие характеристики онлайн-коммуникации;
- выделены и описаны частные характеристики молодежной онлайн-коммуникации: сближение устной и письменной речи, экономия и эмоциональность;
- описаны тема-рематические отношения в молодежной онлайн-коммуникации;

- выработана классификация дискурсивных маркеров молодежной онлайн-коммуникации;
- проведен анализ функционирования дискурсивных маркеров *like* и *dude* в молодежной онлайн-коммуникации.

Научная новизна настоящего исследования определяет его **теоретическую значимость**, заключающуюся в многостороннем описании и подробной характеристике молодежной онлайн-коммуникации с позиции анализа дискурса. В ходе нашего исследования было показано, что молодежная онлайн-коммуникация представляет собой особый вид коммуникации, заключающий в себе признаки как письменной, так и устной речи, что позволяет выделять ее особенности, представляющие большой интерес для анализа дискурса в целом и для исследования молодежной коммуникации в частности. Проведенный в рамках исследования анализ дискурсивных маркеров, включающий описание ситуаций их употребления и их функций, способствует расширению существующих научных знаний в сфере исследования дискурсивных маркеров.

Практическая ценность работы состоит в том, что результаты комплексного анализа молодежной онлайн-коммуникации, дискурсивных маркеров и выработанная в рамках исследования классификация дискурсивных маркеров могут быть использованы в теоретических курсах по анализу дискурса, лексикологии, лексикографии, стилистике английского языка, теории английского языка, межкультурной коммуникации, а также в практике преподавания иностранных языков для развития навыков владения устной и письменной речью.

На защиту выносятся следующие **положения**:

1. Преимущество использования термина *онлайн-коммуникация*, определяемого нами как любое взаимодействие индивидов, осуществляемое посредством информационно-коммуникационных интернет-ресурсов, перед другими терминами, описывающими данное явление.
2. Выделение следующих характеристик молодежной онлайн-коммуникации: сближение устной и письменной речи, экономия и эмоциональность.

3. Особенности тема-рематических отношений в молодежной онлайн-коммуникации: способы ввода темы и ремы в динамическом синтаксисе онлайн-дискурса; парцелляция и членение речевого потока в условиях онлайн-общения; соотношение глобальной темы дискурса и локальной темы говорящего; развитие темы: ее ввод, отбрасывание или интерсубъективация.
4. Выделение трех основных классов дискурсивных маркеров молодежной онлайн-коммуникации, делящихся в свою очередь на подклассы:
 - а) комментирующие маркеры: маркеры оценки, манеры речи, уверенности/неуверенности, последующего эффекта, источника информации, смягчения, эмфазы;
 - б) параллельные маркеры: обращения (стандартные названия, обобщения, местоимения), недовольства, солидарности или ее отсутствия, удивления, согласия/несогласия;
 - в) организационные маркеры: смены темы, противопоставления, детализации/уточнения, причинно-следственной связи.
5. Подтверждение предположения о полифункциональности дискурсивных маркеров на примере дискурсивных маркеров молодежной онлайн-коммуникации *like* и *dude*.

Молодежная онлайн-коммуникация является поистине неиссякаемым источником живого, аутентичного материала для исследований. В ходе нашего исследования мы фиксировали естественное общение молодых людей, не осознающих свою роль информантов. Именно этим обусловлена **достоверность результатов нашего исследования**, которая также определяется анализом конкретного фактического языкового материала, который учитывает теоретические данные, накопленные в разных отраслях современного языковедения, лингвистики, анализа дискурса и др.

Апробация работы. Основные положения и результаты исследования обсуждались на заседании кафедры теории преподавания иностранных языков МГУ имени М.В. Ломоносова в сентябре 2014 гг. Они также освещались в рамках

публикаций по теме диссертации и докладов, представленных на Международном молодежном научном форуме «Ломоносов-2012» (МГУ имени М.В. Ломоносова, Москва, 2012), Международном молодежном научном форуме «Ломоносов-2013» (МГУ имени М.В. Ломоносова, Москва, 2013), XI Международной конференции НОПриЛ «Языки и культуры в современном мире» (Париж, 2014), III Научно-практической конференции «Традиции и инновации в лингвистике и лингвообразовании» (Арзамасский филиал ННГУ им. Н. И. Лобачевского, Арзамас, 2014). Содержание работы отражено в 5 публикациях.

Глава 1. Дискурс, анализ дискурса, исследование дискурсивных маркеров

Во второй половине XX века распространение в мировой лингвистической науке получила новая отрасль: анализ дискурса как совокупность различных течений в его исследовании. Развитие анализа дискурса привело к тому, что данная отрасль лингвистики применяется не только в сугубо прагматических исследованиях, но и в функциональной стилистике, методике преподавания иностранных языков, в социолингвистике (например, исследованиях гендерных различий в дискурсе) и многих других.

Наше исследование лежит в рамках анализа дискурса и посвящено исследованию дискурсивных маркеров молодежной онлайн-коммуникации. Для более полного понимания проблем, рассматриваемых в контексте этой работы следует осветить следующие теоретические аспекты: 1) понятие дискурса и его употребления; 2) лингвистические течения, оказавшие влияние на становление анализа дискурса как самостоятельной отрасли лингвистики; 3) основные понятия внутри данной отрасли; 4) понятие дискурсивных маркеров и его употребление; 5) подходы к исследованию дискурсивных маркеров; 6) выработка классификации и ее обоснование. Этим вопросам будет посвящена первая глава.

1.1. Понятие дискурса

Для более подробного описания анализа дискурса как отрасли современной лингвистической науки следует определить само понятие дискурса. Термин *дискурс* является одним из самых употребляемых слов в современной лингвистике, не только допускающим варианты произношения (одни исследователи ставят ударение на первом слоге, другие – на втором), но и обладающим при этом многообразием определений, трактовок и употреблений.

К сожалению, четкого определения дискурса, признанного большинством лингвистов, не существует, и, возможно, именно это также способствовало популярности, которую приобрел этот термин в последнее время.

Представляется возможным выделить более широкое, социально-философское, и более узкое лингвистическое употребление термина *дискурс*, разграничить которые иногда оказывается сложно, так как эти употребления находятся в постоянном взаимодействии.

Первый класс употреблений термина *дискурс*, который вышел за рамки собственного лингвистики и широко используется в других гуманитарных науках и публицистике, восходит корнями к структурализму и постструктурализму.

В статье А. Кибрика и П. Паршина «Дискурс» в онлайн-энциклопедии «Кругосвет» можно найти следующее описание этого класса употреблений термина: «За этим употреблением просматривается стремление к уточнению традиционных понятий стиля (в том самом максимально широком значении, которое имеют в виду, говоря «стиль – это человек») и индивидуального языка (ср. традиционные выражения стиль Достоевского, язык Пушкина или язык большевизма с такими более современно звучащими выражениями, как современный русский политический дискурс или дискурс Рональда Рейгана). Понимаемый таким образом термин «дискурс» (а также производный и часто заменяющий его термин «дискурсивные практики», также использовавшийся Фуко) описывает способ говорения и обязательно имеет определение – КАКОЙ или ЧЕЙ дискурс, ибо исследователей интересует не дискурс вообще, а его конкретные разновидности, задаваемые широким набором параметров...»³.

Таким образом, в такого рода употреблениях *дискурс* здесь описывает то, как говорят, в центре внимания исследователя стоит конкретная разновидность

³ Кибрик, А., Паршин, П. Дискурс. [Электронный ресурс] // Энциклопедия Кругосвет. – Режим доступа: http://www.krugosvet.ru/enc/gumanitarnye_nauki/lingvistika/DISKURS.html Дата обращения: 14.08.2014.

дискурса, поэтому этот термин всегда сопровождается определением – какой или чей дискурс. В рамках таких исследований для описания дискурса выделяют определенные параметры: отличительные языковые единицы, особый стиль, тематика, способы выражения коммуникативного намерения и т.д. Таким образом, в рамках этого подхода дискурс видится как нечто социально обусловленное, характерное для определенного человека (конкретный дискурс – дискурс Шекспира), социальной группы (молодежный дискурс), принадлежащий к определенной сфере деятельности (бизнес дискурс, политический дискурс) и т.д.

Этот класс употребления тесно связан с лингвистическим пониманием термина и применим в рамках прагматического исследования языка, характерного для определенной социальной группы, как в нашем исследовании.

Собственно в лингвистике впервые термин *дискурс* был употреблен Зеллигом Харрисом в названии его статьи 1952 года «Discourse Analysis»⁴, в которой он представляет метод исследования связного устного или письменного высказывания. Здесь Харрис утверждает, что язык существует не в форме отдельных слов или предложений, а в форме связного текста, состоящего из высказываний. То есть автор ввел новое понятие, стоящее над единицами языка в отдельности и текстом как их взаимосвязи. Термин *дискурс* был впоследствии заимствован многими лингвистами, поэтому и в лингвистике употребления этого термина разнообразны. Дискурс может рассматриваться как: а) связная речь (З.З. Харрис); б) два или несколько предложений, находящихся в смысловой связи⁵ (В.А. Звегинцев); в) актуализованный текст в отличие от текста как формальной грамматической структуры⁶ (Т. ван Дейк); г) текст, сконструированный говорящим для слушателя⁷ (Дж. Браун, Дж. Юль); д) результат процесса взаимодействия в

⁴ Harris, Z. Discourse Analysis. Language. 1952. Vol. 28. №1. P. 1–30.

⁵ Звегинцев, В.А. О цельнооформленности единиц текста. Известия Академии наук СССР. Серия литературы и языка. 1980. Т. 39 (№ 1). С. 21.

⁶ van Dijk, T. Ideology: a Multidisciplinary Approach. London: Sage, 1998. 365 p.

⁷ Brown, G., Yule, G. Discourse Analysis. Cambridge: University Press, 1983. 288 p.

социокультурном контексте⁸ (К.Л. Пайк); е) текст, погруженный в ситуацию общения⁹ (В.И. Карасик).

В своей книге «Approaches to Discourse»¹⁰ Дебора Шиффрин выделяет три подхода к трактовке этого понятия с лингвистической точки зрения. Первый и наиболее простой подход определяет дискурс как язык, располагающийся над уровнем предложения или его части (предикативной группы) – «language above the sentence or above the clause»¹¹. Второй подход рассматривает дискурс как всякое употребление языка (language in use), что дает основание обуславливать функции дискурса функциями языка. И, наконец, третий подход трактуящий дискурс как высказывания (language as utterances). «Это определение подразумевает, что дискурс является не примитивным набором изолированных единиц языковой структуры «больше предложения», а целостной совокупностью функционально организованных, контекстуализованных единиц употребления языка»¹².

Очевидно, что в современной лингвистике понятие дискурса было введено с целью уточнения разработанных на тот момент категорий речи, текста, диалога.

В лингвистической литературе можно встретить дихотомию *письменный текст* – *устный дискурс* (В.Г. Борботько, И.Р. Гальперин, О.И. Москальская, Т.М. Дридзе, R.M. Coulthard, M. Hovey), утверждающую, что текст существует только в письменной форме, а дискурс в устной. Данное противопоставление по форме представляется нам наиболее узким и формальным, исключаящим письменный дискурс как таковой, что противоречит нашей гипотезе о существовании

⁸ Pike, K. L. The Mystery of Culture Contacts, Historical Reconstruction, and Text Analysis: an Emic Approach. The Importance of Purposive Behavior in Text Analysis. Edited by Kurt R. Jankowsky. Washington: Georgetown University Press, 1996. P. 65–86.

⁹ Карасик, В.И. О типах дискурса. Языковая личность: институциональный и персональный дискурс: сборник научных трудов. – Волгоград: Перемена, 2000. С. 5.

¹⁰ Schiffrin, D. Approaches to Discourse. Oxford: Basil Blackwell, 1994. P. 20 – 43.

¹¹ Там же. С. 23.

¹² Макаров, М.Л. Основы теории дискурса. М.: ИТДГК «Гнозис», 2003. С. 86.

молодежного онлайн-дискурса, выраженного в письменной форме. В рамках такого подхода может встать проблема трактовки устной речи, зафиксированной на письме: должен ли исследователь рассматривать это как текст или как дискурс. Один из приверженцев данного подхода М. Хоуи сам констатирует, что разграничение письменного текста и устного дискурса может иногда не замечать сходств в организации устной и письменной речи¹³.

Также существует представление о тексте и речи как аспектах дискурса, сформулированное и обоснованное В.В. Богдановым в своих работах: «Речевое общение: прагматические и семантические аспекты»¹⁴ и «Текст и текстовое общение»¹⁵. В рамках данной концепции дискурс видится наиболее широко как все, «что говорится или пишется, при этом текст – это языковой материал, фиксированный на том или ином материальном носителе с помощью начертательного письма. Таким образом, термины *речь* и *текст* будут видовыми по отношению к объединяющему их родовому термину *дискурс*»¹⁶. К достижению данного подхода можно отнести устранение разграничения монолог – диалог и устный – письменный.

С семидесятых годов прошлого столетия в лингвистике укоренилось представление о том, что исследуя дискурс, необходимо обращать внимание на более продолжительные отрезки речи и контекст социальной ситуации. Невозможно не согласиться со ставшим уже афористическим высказыванием Н.Д. Арутюновой, что «дискурс – это речь, погруженная в жизнь», это «связный текст в совокупности с экстралингвистическими, прагматическими,

¹³ Hoey, M. The Place of Clause Relational Analysis in Linguistic Description. English Language Research Journal. – 1983/4. – Vol. 4. – P. 32.

¹⁴ Богданов, В.В. Речевое общение: прагматические и семантические аспекты. Ленинград: Издательство Ленинградского государственного университета, 1990. – 88 с.

¹⁵ Богданов, В. В. Текст и текстовое общение: учебное пособие. СПб.: Санкт-Петербургский государственный университет, 1993. – 67 с.

¹⁶ Там же. С. 5–6.

социокультурными, психологическими и другими факторами»¹⁷. Согласно Е.С. Кубряковой и О.В. Александровой дискурс представляет собой когнитивный процесс, связанный с речепроизводством, созданием речевого произведения, а текст в свою очередь видится как конечный результат процесса речевой деятельности, имеющий определенную законченную (и зафиксированную) форму¹⁸.

Необходимо отметить, что иногда дискурс трактуется как интерактивный способ речевого взаимодействия, при этом подчеркивается его диалогичность, тогда как тексту приписывают монологический характер. Это вводит в проблему определения дискурса вопрос о дихотомии диалога (дискурс) – монолога (текст). Однако следует подчеркнуть, что мы придерживаемся позиции многих ученых (М.М. Бахтин, Л.С. Выготский, Л.П. Якубинский, G. Myerson и т.д.), говорящих о диалогичности речи и о том, что даже монолог, зафиксированный на письме, может быть рассмотрен как диалог автора и читателя.

Очевидно, что анализ дискурса сопряжен с исследованием регуляции потока информации или взаимодействий в рамках коммуникативной ситуации, осуществляемых через поочередный обмен репликами. Таким образом, описывается структура взаимодействия и подчеркивается динамичность дискурса. Это делается для разграничения понятия дискурса и традиционного представления о тексте как некой статической структуре. Таким образом, в привычную классическую дихотомию языка и речи Фердинанда де Соссюра привносится некоторая третья составляющая, стоящая и над речью, и над языком. По мнению Л.О. Чернейко, «термином «дискурс» в антропоцентрической парадигме языка

¹⁷ Арутюнова, Н.Д. Дискурс [Электронный ресурс] // Лингвистический энциклопедический словарь. – Режим доступа: <http://www.tapemark.narod.ru/les/136g.html>. Дата обращения: 12.05.2014.

¹⁸ Кубрякова, Е.С., Александрова, О.В. О контурах новой парадигмы знания в лингвистике. Структура и семантика художественного текста: доклады VII международной конференции. – М., 1999. – С. 186–197.

обозначается вербализованный идеологический посредник между индивидуальной речью (идиолектом) и языком-кодом. «Дискурс» – это вербализованное мировоззрение, говорящее бессознательное, это речь, направляемая субъективными представлениями о мире, в которых обнаруживаются инварианты картины мира (обыденная, научная, философская, религиозная, поэтическая)»¹⁹.

В дискурсе предполагается наличие двух взаимосвязанных ролей – говорящего и адресата. При этом их роли могут поочередно перераспределяться, тогда речь идет о диалоге. Однако если на всем протяжении дискурса роль говорящего зафиксирована, и обмен репликами не производится, то такой дискурс называют монологом, хотя роль адресата монологической речи также важна, так как именно она задает определенные параметры дискурса, такие как, например, степень эмоциональности, информативности, формальности и так далее. По мнению Л.О. Чернейко главным фактором в ситуации, задающей определенные параметры дискурса, является «адресат, а точнее, представление говорящего об адресате, или образ адресата...: это конкретный собеседник, а также реальная и потенциальная аудитория, представление о которой говорящий имеет и реакцию которой может спрогнозировать»²⁰.

Таким образом, дискурс мыслится нами как текст в совокупности с ситуацией его порождения, а собственно текст рассматривается в отрыве от ситуации, как нечто, имеющее законченную форму. В нашем представлении дискурс представляет собой категорию с отчетливо выраженным социальным содержанием.

В рамках исследования дискурса большую роль играют процессы речепроизводства и понимания/интерпретации высказывания. Это диссертационная работа может быть отнесена к группе дискурсивных

¹⁹ Чернейко, Л.О. Термин «дискурс»: поиски означаемого // Вестник МГУ. Серия 10. Журналистика. 2006. № 2. С. 41.

²⁰ Там же. С. 39–40.

исследований, которые рассматривают построение дискурса (например, выбор лексического средства для достижения определенной коммуникативной цели), так как оно направлено на выявление причин употребления тех или иных лексических единиц, называемых дискурсивными маркерами, определенной группой говорящих, функций и других параметров данных единиц, речь о которых пойдет дальше.

В данной работе, как отмечалось выше, мы не придерживаемся дихотомии устный дискурс – письменный текст. Для нас существует дискурс в двух формах: письменной и устной. Данное разграничение непосредственно связано с фактическим каналом передачи информации: акустическим или визуальным. В статье «Дискурс» энциклопедии «Кругосвет», составленной А. Кибриком и П. Паршиным, приводятся следующие отличительные особенности письменного и устного дискурса: «Во-первых, в устном дискурсе порождение и понимание происходят синхронизированно, а в письменном – нет <...> При устном дискурсе имеет место явление фрагментации: речь порождается толчками, квантами – так называемыми интонационными единицами, которые отделены друг от друга паузами, имеют относительно завершённый интонационный контур и обычно совпадают с простыми предикациями, или клаузами. При письменном же дискурсе происходит интеграция предикаций в сложные предложения и прочие синтаксические конструкции и объединения. Второе принципиальное различие, связанное с разницей в канале передачи информации, – наличие контакта между говорящим и адресатом во времени и пространстве: при письменном дискурсе такого контакта в норме нет. В результате при устном дискурсе имеет место вовлечение говорящего и адресата в ситуацию, что отражается в употреблении местоимений первого и второго лица, указаний на мыслительные процессы и эмоции говорящего и адресата, использование жестов и других невербальных средств и т.д. При письменном же дискурсе, напротив, происходит отстранение

говорящего и адресата от описываемой в дискурсе информации, что, в частности, выражается в более частом употреблении пассивного залога»²¹.

Необходимо оговориться, что в рамках нашего исследования такой новой формы человеческого общения, как онлайн-коммуникация, мы наблюдали совершенно особое соединение, сближение аспектов письменного и устного дискурса. Более подробное описание этого вопроса представлено в Главе 2.

Таким образом, дискурс, его многочисленные характеристики, динамика, построение и мотивы говорящих, – все это представляет большой потенциал для исследований в рамках современной лингвистической науки и анализа дискурса как ее частной отрасли. Следует отметить, что анализ дискурса является относительно молодой языковедческой дисциплиной, получившей большое распространение в последние десятилетия XX века. Особый интерес представляет процесс формирования анализа дискурса как самостоятельной дисциплины и выявление направлений лингвистической науки, оказавших влияние на этот процесс, замедлив или ускорив его. Рассмотрению этих процессов будет посвящен следующий параграф.

1.2. Развитие анализа дискурса как самостоятельной отрасли лингвистики

1.2.1. Традиционное представление о тексте как статической структуре

Двадцатый век стал свидетелем грандиозного развития междисциплинарных отраслей науки, однако, лингвистика довольно долго оставалась вдали от этих тенденций и продолжала изучать изолированный язык, сводимый к компетенции

²¹ Кибрик, А., Паршин, П. Дискурс. [Электронный ресурс] Энциклопедия «Кругосвет». – Режим доступа: http://www.krugosvet.ru/enc/gumanitarnye_nauki/lingvistika/DISKURS.html Дата обращения: 02.07.2014.

идеального слушающего-говорящего в совершенно однородной коммуникативной среде²².

В рамках такого подхода язык рассматривался как почти идеальная система, структуру которой можно изложить в виде грамматических и синтаксических правил, объясняя их на искусственно созданных самими исследователями примерах. Таким образом, язык был разделен на фонетический, морфологический, лексический и синтаксический уровни. Была также разработана методологическая база исследования единиц данных уровней, состоящая из правил, которыми должен был руководствоваться каждый лингвист того времени: например, заниматься исследованием единиц только одного уровня или описывать эти единицы только с теоретической точки зрения, классифицируя их. При этом роль идеального слушающего-говорящего играл сам исследователь, руководствовавшийся своей интуицией и рефлексией.

В то же время лингвистика ставила вопрос о том, осознают ли сами говорящие правила, по которым они строят речь, и могут ли они их в принципе осознать. Не менее важным был вопрос, насколько интуитивные догадки исследователей отражают реальность и способны ли они отражать ее вообще. Избегая отрицательного ответа на эти вопросы, лингвисты отводили себе уникальную роль, ставя себя над среднестатистическими слушающими-говорящими и наделяя себя способностью открывать то, что скрыто от обычных людей. Однако, «... с изменением окружающего нас мира – как в более быстро изменяющихся политическом и экономическом планах, в постепенно, но ощутимо изменяющихся планах социальном и культурном – неизбежно должно происходить изменение парадигмы научного знания»²³ и уже скоро стало очевидно, что язык не

²² Chomsky, N. Aspects of the Theory of Syntax. Cambridge: M.I.T. Press, 1965. – 261 p.

²³ Ксензенко, О.А. Гносеологические и методологические проблемы современного лингвистического рекламоведения. // Вестник Московского университета. Серия 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2012. №1. С. 43.

способен существовать изолированно, и, следовательно, возникла необходимость разработать новые методы исследования. Так, лингвисты начали отходить от искусственных примеров, на которых производились исследования, и постепенно перешли к сбору аутентичного языкового материала, в точности записывая то, что говорят носители языка.

1.2.2. Направления, повлиявшие на становление анализа дискурса

Стоит, однако, оговориться, что уже в то время в лингвистике существовали направления, которые никогда не стремились к разделению языка и дискурса. К таким направлениям можно отнести американскую тагмемику, пражскую лингвистическую школу, британскую системно-функциональную лингвистику и этнометодологию, которые внесли значительный вклад в формирование анализа дискурса как отдельной дисциплины. Остановимся более подробно на том влиянии, которое каждое из этих направлений оказало на развитие анализа дискурса.

1.2.2.1. Американская тагмемика

Получившая свое развитие в шестидесятые годы XX века американская тагмемика занималась исследованием языков, которые не были изучены и не вызывали интерес у большинства лингвистов, исследовавших преимущественно европейские языки. Вместо изучения изолированного языка приверженцы тагмемики, такие как Кеннет Ли Пайк²⁴ и Эвелин Пайк, проводили так называемые полевые исследования (fieldwork) и анализировали дискурс естественного человеческого общения. Преимущество такого исследования заключалось в том,

²⁴ Pike, K.L. Language in Relation to a Unified Theory of the Structure of Human Behavior. Janua Linguarum, Series Maior, 24. The Hague: Mouton. 762 p.

что лингвист попадал в незнакомый, чужой мир, где говорили и действовали не так, как принято в стране и культуре самого исследователя.

В рамках данного направления проводились исследования языков Африки, Азии, Океании и Южной Америки, которые, в отличие от английского языка как языка письменной культуры, представляют собой преимущественно языки устной культуры. Эти языки лишены влияния так называемой школьной грамматики, пропагандирующей употребление литературного языка в устной речи. В исследуемых тагмемикой языках между письменной и устной речью зачастую нет различий, и особенно ценится умение хорошо рассказывать истории, что является традиционным видом передачи информации от поколения к поколению. В ходе исследований было установлено, что в 40 языках восточной и западной Африки разработана целая система дискурсивных знаков, с помощью которых выстраивается повествование, независимо от сюжета и действующих лиц. Так, в рассказах были выявлены специальные слова, сигнализирующие о смене места действия, о расстановке акцентов, о личном мнении рассказчика и т.д.

Наблюдения данного рода получили свое развитие в анализе дискурса, однако, только в середине семидесятых годов XX века тагмемика признала целесообразным выделение анализа дискурса как самостоятельного направления в лингвистике.

1.2.2.2. Функциональный структурализм: пражская и британская лингвистические школы

Следующий немаловажный вклад в формирование анализа дискурса внесла в конце шестидесятых начале семидесятых годов прошлого столетия функциональная лингвистика, а именно Пражская лингвистическая школа, основанная Вилемом Матезиусом. В рамках этого течения исследовались славянские языки, порядок слов в которых не настолько фиксирован, как, например, в английском или китайском языках. Пражская лингвистическая школа

выдвинула принципы структурного описания языка, рассматривая его как систему средств выражения, как функциональную систему, обладающую целевой направленностью. Лингвистами этой школы были сформулированы принципы функционального описания языка и разработана система оппозиций на следующих уровнях языка: фонетическом, морфологическом, грамматическом и синтаксическом.

В рамках этого направления была разработана теория актуального членения (в англоязычной лингвистике – *functional sentence perspective*), опирающаяся на понятия *темы* и *ремы*. *Тема* в предложении представляет собой изначально данную, исходную составляющую, то есть то, что считается уже известным или может быть без труда понято. *Рема* же – это новая, утверждаемая говорящим составляющая, то есть, то, что сообщается о теме высказывания. Также в предложении выявляются элементы перехода от темы к реме. Таким образом, Пражской лингвистической школой было установлено, что на строение предложения в значительной степени оказывают влияние текст и контекст. В дальнейшем результаты исследований были перенесены со славянских языков на языки западной Европы.

Британская школа функционального структурализма, представленная такими учеными, как М. Халадэй²⁵, Дж. Синклер²⁶, также никогда не рассматривала язык изолированно, в отрыве от ситуации общения, а уделяла внимание тому, что на самом деле говорится. Джон Синклер и группа ученых проложили дорогу анализу дискурса своим исследованием в рамках школьного урока, где учитель и ученики были участниками общения. В ходе этого исследования были выделены следующие аспекты структуры дискурса в рамках школьного урока: вопрос, вызов ученика, реакция, ответ ученика, – у учителя; запрос разрешения на ответ и сам

²⁵ Halliday, M.A.K. Categories of the Theory of Grammar. World. №17. 1961. P. 241–292.

²⁶ Sinclair, J. McH., Coulthard, R.M. Towards an Analysis of Discourse. The English Used by Teachers and Pupils. London: Oxford University Press. 1975. 163 p.

ответ, – у ученика. Таким образом, обрисовывался некий фрейм (рамка), в который можно вместить большую часть общения на уроке независимо от тематики изучаемого предмета. Идея фрейминга была также в дальнейшем развита в рамках анализа дискурса.

1.2.2.3. Социолингвистика

Еще одним направлением, способствовавшим развитию анализа дискурса, стала социолингвистика. Социолингвистика, представленная такими известными западными исследователями, как У. Лабов²⁷ и Б. Бернштайн²⁸, проводит тесные связи между языковыми различиями и различиями в социальном, региональном и экономическом статусе участников общения. Различия заключаются не только в произносительных, но и в дискурсивных моделях, при этом они зависят еще и от того, представителями какой культуры являются участники общения: более письменной или более устной.

Из социологической теории Э. Гоффмана анализ дискурса заимствует понятие обмена/взаимообмена (exchange/interchange) для речевого общения с активными говорящим и адресатом, реплики которых поочередно сменяются. Здесь также подчёркивается мотивированность коммуникативных действий участников взаимодействия, их направленность на поддержание имиджа, при этом выделяются ограничения, некие рамки, которые предопределяют необходимый для создания имиджа взаимообмен ходами, поддерживая или корректируя его.

²⁷ Labov, W. Sociolinguistic Patterns. Philadelphia: University of Pennsylvania Press. 1972. 344 p.

²⁸ Bernstein, B. Class, Codes and Control: Theoretical Studies Towards a Sociology of Language. London: Routledge & Kegan Paul. 1971. 266 p.

1.2.2.4. Этнометодология

Наиболее детально дискурс был описан этнометодологией, отделившейся от социологии и разработавшей свои собственные принципы анализа языкового материала, не заимствуя их у лингвистики. В 1967 этнометодология была выдвинута социологом Х. Гарфинкелом²⁹ как теория способов и практических приемов организации членами некой социокультурной общности своей повседневной деятельности. Она была направлена на эмпирический анализ разговоров. Эта теория была разработана такими учеными, как Х. Закс, Э. Щеглов, Г. Джефферсон³⁰. Этот метод изучает реальный языковой материал, при этом в центре исследования находятся участники общения из устной культуры европейских языков. Исследователи установили, что разговор в подавляющем большинстве случаев очень динамичен и прерывается достаточно редко, а ценность и смысл заключается в самом процессе его построения, в его развитии, а не в значении отдельных слов или фраз.

Цель данного направления заключается в исследовании правил конверсационных умозаключений (conversational inferences). Эти умозаключения представляют собой процессы интерпретации, тесно связанные с контекстом самого общения. При этом контекст видится не как нечто данное, а как нечто, конструируемое участниками в ходе их вербального общения. Он представляет собой множество процедур, которые предполагают использование контекстуальных намёков как своего рода указаний на определенные фоновые знания, необходимые для данного общения. В рамках этнометодологии выделяются средства для выражения неуверенности, предчувствия, заминки,

²⁹ Garfinkel, H. The Origins of the Term 'Ethnomethodology'. Ethnomethodology edited by E.M. Turner. Harmondsworth: Penguin, 1974. P. 15–18.

³⁰ Sacks, H., Schegloff, E., Jefferson, G. A Simplest Systematic of Turntaking for Conversation. // Language. №50. 1974. P. 696–735.

переспроса и т.д., устанавливается определенная зависимость особенностей речевых ходов от культурных, социальных и возрастных факторов.

Важным для этнометодологии является обоснование выбора говорящим средств – как языковых, так и неязыковых – с учётом имеющихся у слушающего фоновых знаний и предварительных ожиданий. Именно эти достижения этнометодологии были взяты на вооружение и развиты анализом дискурса.

Для анализа дискурса важным оказалось то, что этнометодология разработала 1) теорию последовательности речевых ходов, 2) теорию маркированности — немаркированности хода и 3) теорию преимущественного права на определённый речевой ход.

Нужно отметить, что лингвистическая школа филологического факультета Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова, под руководством профессора Ольги Сергеевны Ахмановой в конце шестидесятых – начале семидесятых годов прошлого столетия, одной из первых в нашей стране, ввела в научное исследование требование принимать во внимание экстралингвистические факторы. В коллективной монографии «Word-combination: Theory and Method»³¹ 1974 года С.Г. Тер-Минасова отмечает: очевидным стало, что для должного исследования лингвистических явлений, независимо от их природы, существенным является принимать во внимание все различные экстралингвистические факторы, определяющие эти явления. Уже тогда для лингвистов Московского университета была ясна взаимосвязь языка и социальной жизни, оказывающей серьезное влияние на процесс речепроизводства. Однако, в то время западные и советские лингвистические школы не могли пользоваться достижениями друг друга по идеологическим и политическим причинам.

³¹ Word-Combination: Theory and Method / S.Ter-Minasova, N. Gvishiani, E. Jakovleva, A. Mikojan, L. Minaeva, A. P. Abramov, S. Ter-Mkrtchan: ed. by O. Akhmanova. Moscow: MGU, 1974. P. 22.

Таким образом, проанализировав направления лингвистической науки, повлиявшие на становление анализа дискурса, можно сделать следующие выводы. Во-первых, изначально интерес к исследованию дискурса как системы был в большей степени описательным и структуралистским и находился на границе лингвистики, антропологии и социологии. Во-вторых, ученые исследовали преимущественно неевропейские языки, уделяя внимание таким популярным среди аборигенов жанрам, как народные сказки, рассказы, истории, мифы и общение в ходе ритуалов. В-третьих, исследования американской тагмемики, пражской лингвистической школы, британской системно-функциональной лингвистики и этнометодологии, описанных выше, были направлены на преодоление исследования языка как статической культуры и описания его с помощью ряда четких грамматических правил. Таким образом, изложенные выше направления лингвистики начала XX века внесли существенный вклад в последующее развитие лингвистической науки в целом и анализа дискурса в частности.

1.2.3. Анализ дискурса как самостоятельная междисциплинарная отрасль лингвистики

С.Г. Тер-Минасова в своей книге «Language, Linguistics and Life: A View from Russia» пишет, что лингвистические исследования XX века характеризуются отходом от традиционного исследования языка как того, чем говорящий владеет, к исследованию процесса речепроизводства: того, как говорящий использует язык в процессе коммуникации³². Основными целями анализа дискурса являются как раз исследования процессов речепроизводства и интерпретации высказываний.

С середины семидесятых годов прошлого столетия анализ дискурса укореняет свои позиции в лингвистике, становясь междисциплинарной областью

³² Ter-Minasova, S. Language, linguistics and life: a view from Russia. M.: Humanitarian Knowledge, TEIS, 1996. P. 21.

исследований, которая использует достижения таких наук, как антропология, этнометодология, социалингвистика, психоллингвистика, когнитивная наука, теория речевых актов, социология языка, риторика, стилистика и лингвистика текста. Именно в этот период стали появляться исследования, монографии, статьи, посвященные непосредственно анализу дискурса. Так, например, У. Лабов³³ исследует в своей работе рассказы о личном опыте тинейджеров – детей выходцев из Африки. В этой работе внимание уделялось не только социальному контексту общения, но и особенностям живого разговорного языка, что было противопоставлено структурному анализу языка.

Продолжая идею социалингвистики, которая связывала вариативность языка непосредственно с социальным контекстом, в ранних исследованиях Дж.Л. Остина³⁴, Г.П. Грайса³⁵ и Дж.Р. Серла³⁶ высказывание рассматривается не просто как предложение, а как особый вид социального действия, как речевой акт.

В рамках их исследований было установлено, что к высказыванию, используемому в определенном контексте, присоединяются дополнительные значения или функции, преимущественно иллокуционные, т.е. те, которые можно вывести из интенций, знаний, оценок слушающего или из отношений между говорящими. Таким образом, стало возможным установить и объяснить связь между высказываниями как отдельными лингвистическими единицами и высказываниями как особым видом социального действия.

В начале семидесятых годов преобладающему в то время бихейвиоризму была противопоставлена парадигма когнитивной обработки информации,

³³ Labov, W. *Language in the Inner City*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 1972. 404 p.

³⁴ Остин, Дж.Л. Слово как действие. Новое в зарубежной лингвистике. Вып. 17. М. 1986. С. 22–129.

³⁵ Grice, H.P. *Logic and Conversation. Syntax and Semantics*: edited by P. Cole, J. Morgan. Vol. 3. New York: Academic Press, 1975. P. 41–58.

³⁶ Серль, Дж.Р. Что такое речевой акт. Новое в зарубежной лингвистике. Вып. 17. 1986. С. 151–169.

разработанная в разное время Хомским и Миллером, к тому же возрос интерес к исследованию процессов семантизации в памяти и процессов воспроизведения имеющихся знаний, чем занимались Кэрол и Фридл³⁷, Линдси и Норманн³⁸. Так в анализ дискурса были привнесены методы психологического анализа с целью описания процесса воспроизведения знаний в памяти при общении. Например, Е. Чарняк³⁹ в своей диссертации, посвященной детским рассказам, показал, что для понимания даже самых простых и незатейливых детских рассказов необходимы большие когнитивные усилия, привлекающие к процессу понимания этих рассказов глубокие фоновые знания о мире в целом. Для того, что более подробно изучить и описать такие когнитивные процессы, лингвисты стали прибегать к помощи компьютеров и, таким образом, анализ дискурса стал актуальным и для исследований в области искусственного интеллекта, что совпало с небывалым развитием компьютерных технологий.

В рамках упомянутой выше этнометодологии был разработан метод конверсационного анализа, который в дальнейшем полностью перешел в методологию анализа дискурса, где был развит и стал одним из основополагающих методов этой области лингвистики. В «Истории языкознания» И. П. Сусова принципы и проблематика, рассматриваемые в рамках конверсационного анализа, представлены следующим образом: «В конверсационном анализе исследуются процессы практического умозаключения (inference) и приёмов, посредством которых участники речевого взаимодействия осуществляют внутреннее структурирование социальных событий и «устанавливают порядок» ведения разговора, указывая попеременно друг другу на предстоящие речевые ходы.

³⁷ Carroll, J.S., Freedle, R.O. Language Comprehension and the Acquisition of Knowledge. Washington, D.C.: Winston. 1972. 54 p.

³⁸ Lindsay, P.H., Norman, D. A. Human Information Processing. New York: Academic Press. 1972. 800 p.

³⁹ Charnaik, E. Towards a Model of Children's Story Comprehension. [Электронный ресурс] <ftp://publications.ai.mit.edu/ai-publications/pdf/AITR-266.pdf> Дата обращения: 02.07.2014.

<...> учёные обращаются к исследованию упорядоченности социальных событий, воздействующих <...> на организацию разговоров. В качестве наиболее сильного и эффективного средства организации разговора рассматривается переход (turn) от одной смены коммуникативных ролей к другой (turn taking), характеризующей границы отдельного речевого вклада (move, хода) каждого и затрагивающего интересы всех сторон. Коммуникативные ходы квалифицируются как средства манифестации говорящими своего понимания направления, в котором развиваются совершаемые действия (т.е. их интерпретации предшествующего хода, соответствующих ожиданий партнёров и своих собственных ожиданий в отношении следующего хода). Границы речевых ходов (как и в анализе дискурса) устанавливаются на основе: а) формальных критериев (паузы, синтаксические конструкции, сигнализирующие возможность очередной смены ролей); б) функциональных критериев (совершение по крайней мере одного коммуникативного хода)»⁴⁰.

Таким образом, конверсационный анализ отличается от теории речевых актов и традиционной лингвистики тем, что характеризует разговор как результат конкретных актов деятельности, обращает внимание на организацию речевых ходов и их последовательность.

Также в начале семидесятых годов XX века в анализе дискурса сформировалось функционально-лингвистическое течение, представленное Дресслером, Шмидтом, ван Дейком и другими. В рамках этого направления уделяется внимание динамике дискурса, смене реплик между участниками общения, дискурс рассматривается как процесс конструирования сообщения говорящим или пишущим и процессов интерпретации этого сообщения слушающим или читающим. Немаловажными для исследователей остаются прагматические факторы и контекст дискурса, контекст ситуации, роль темы,

⁴⁰ Сусов, И.П. История языкознания. Электронный учебник. [Электронный ресурс] Режим доступа: http://homepages.tversu.ru/~ips/History_of_linguistics.htm Дата обращения: 20.03.2013.

информационная структура (тема-рема), фоновые знание о мире, ситуации (фрейм, скрипт, сценарий).

В статье «Гносеологические и методологические проблемы современного лингвистического рекламоведения» О.А. Ксензенко говорит о том, что рассмотрение современной лингвистикой таких давно исследуемых вопросов, как: «1) особенности функционирования определенного типа дискурса; 2) специфика коммуникативного поведения в определенных ситуациях; 3) значимость культурного фона того или иного коммуникативного пространства; 4) условия не только использования, но функционирования языковых единиц и экспрессивных стилистических приемов в определенном коммуникативном пространстве и факторы, влияющие на эффективность их функционирования»⁴¹ стимулирует «развитие новых направлений, которые позволили бы более глубоко проникнуть в суть этих вопросов. С другой стороны, развитие новых направлений, в том числе когнитивной лингвистики и дискурсивного анализа, позволяет по-новому взглянуть как на сами вопросы, так и на применяемые методы и принципы их изучения»⁴².

А.А. Кибрик выделяет три круга проблем, исследуемых в рамках анализа дискурса в статье «Обосновано ли понятие “Дискурс СМИ”»: «Во-первых, это проблематика структуры дискурса. Широко распространено мнение о том, что элементарная дискурсивная единица в норме стремится к клаузе. Существует представление о локальной и глобальной структуре <...> Известно также противопоставление линейной и иерархической структуры.

Второй круг проблем – это влияние дискурсивных факторов на более «мелкие» языковые уровни. Это влияние наблюдается на разных уровнях – от

⁴¹ Ксензенко, О.А. Гносеологические и методологические проблемы современного лингвистического рекламоведения. // Вестник Московского университета. Серия 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2012. №1. С. 43–44.

⁴² Там же. С. 44.

фонетики до синтаксиса. К числу хорошо известных языковых явлений, определяемых дискурсивными факторами, являются, например, тональные акценты, референциальный выбор, финитность, порядок слов, использование дискурсивных маркеров и т.д. <...>

Наконец, третий основной круг проблем дискурсивного анализа – это таксономия дискурса. Дискурсы классифицируются по нескольким независимым друг от друга основаниям. Во-первых, это различие по модусу: устный/письменный <...> Во-вторых, это различие по жанру <....> Жанры идентифицируются разными способами, но один из наиболее известных – по наличию определенной жанровой схемы, то есть последовательности смысловых компонентов, обязательных для дискурса данного жанра. В-третьих, дискурсы различаются по функциональному стилю (ф-стилю). Ф-стили обычно определяются в соответствии со сферами человеческой жизни: бытовой, научный, официальный, публицистический, художественный. Каждый ф-стиль обладает комплексом особенностей – фонетических, лексических, грамматических». ⁴³

К ключевым понятиям этого течения также следует отнести следующие:

пропозиция – «это семантический инвариант, общий для всех членов модальной и коммуникативной парадигм предложений и производных от предложения конструкций (номинализаций). <...> Коррелятом пропозиции является понятие пропозиционального отношения, или установки (propositional attitude). В высказываниях «Я утверждаю (сомневаюсь, полагаю, знаю, думаю, отрицаю), что в городе начались беспорядки», «Я боюсь, как бы в городе не начались беспорядки», «Я спрашиваю, не начались ли в городе беспорядки» и т.п. установка говорящего выражена пропозициональными предикатами «утверждать», «сомневаться», «полагать» и т. д. С этим переменным компонентом высказываний

⁴³ Кибрик, А.А. Обосновано ли понятие «дискурс СМИ»? Жанры и типы текста в научном и медийном дискурсе / под ред. А.Г. Пастухов. Орел: ОгИИК, ООО ПФ «Оперативная полиграфия», 2008. С. 6-7.

соотносится стабильное семантическое ядро «в-городе-начинаться-беспорядки», обозначающее действительное или возможное положение дел. К этому семантическому ядру и применяется термин «пропозиция», которая, таким образом, соответствует номинативному, или собственно семантическому, аспекту предложения. В состав пропозиции входят термы, способные к референции, и предикат, способный приобретать модальные и временные характеристики»⁴⁴.

референция – «отнесенность актуализованных (включенных в речь) имен, именных выражений (именных групп) или их эквивалентов к объектам действительности (референтам, денотатам)»⁴⁵;

пресуппозиция – «термин лингвистической семантики, обозначающий компонент смысла предложения, который должен быть истинным для того, чтобы предложение не воспринималось как семантически аномальное или неуместное в данном контексте. Предложение (1) «Филипп знает, что Нью-Йорк — столица США» семантически аномально, поскольку в его смысл входит в качестве пресуппозиции ложное суждение ‘Нью-Йорк — столица США’»⁴⁶;

инференция – «это широкий класс когнитивных операций, в ходе которых и слушающим, и нам, интерпретаторам дискурса, лишенным непосредственно доступа к процессам порождения речи в голове или «душе» говорящего, приходится «додумывать за него»»⁴⁷.

импликатура – скрытые, неявные, небуквальные значения и смыслы, которые не определяются непосредственно структурой языковых выражений.

⁴⁴ Арутюнова, Н.Д. Пропозиция. [Электронный ресурс] Лингвистический энциклопедический словарь. Режим доступа: <http://www.tapemark.narod.ru/les/401b.html> Дата обращения: 01.06.2014

⁴⁵ Арутюнова, Н.Д. Референция. [Электронный ресурс] Лингвистический энциклопедический словарь. Режим доступа: <http://www.tapemark.narod.ru/les/411a.html> Дата обращения: 01.06.2014.

⁴⁶ Падучева, Е.В. Пресуппозиция. [Электронный ресурс] Лингвистический энциклопедический словарь. Режим доступа: <http://www.tapemark.narod.ru/les/396a.html> Дата обращения: 01.06.2014.

⁴⁷ Макаров, М.Л. Основы теории дискурса. М.: ИТДГК «Гнозис», 2003. С. 124.

Таким образом, анализ дискурса сейчас в самом широком смысле – это «интегральная сфера изучения языкового общения с точки зрения его формы, функций и ситуативной и социально-культурной обусловленности»⁴⁸.

В настоящее время анализ дискурса широко применяется в таких областях, как семиотика, поэтика, клиническая и социальная психология, юриспруденция, политология, в исследованиях текстов СМИ и PR.

Анализ дискурса предполагает изучение следующих параметров:

- «участников общения (людей в их ситуативно-коммуникативных и/или статусно-ролевых отношениях);
- условия и обстоятельства общения (время, место, коммуникативная среда);
- цели общения;
- способы общения;
- тематику и жанры коммуникации»⁴⁹.

В таблице 1 представлены данные параметры в соотношении с нашим исследованием.

Таблица 1

Параметры	Отражение в данном диссертационном исследовании
Участники общения	Молодые люди в возрасте 16 – 25 лет, носители английского языка и культуры, обладающие единым статусом.
Условия и обстоятельства общения	Онлайн-коммуникация с ее характеристиками, накладывающими определенные ограничения на характер общения (описанию этих характеристик посвящены параграфы 2.2. и 2.3.)

⁴⁸ Макаров, М.Л. Основы теории дискурса. М.: ИТДГК «Гнозис», 2003. С. 99.

⁴⁹ Сытникова, Т.А. Сущность и специфика компьютерного дискурса как объекта лингвистического исследования. // Вестник ИГЛУ. Сер. Филология. 2008. № 3. С. 144.

Цели общения	Цели в значительной степени обусловлены ситуацией и участниками онлайн-коммуникации. В нашем случае исследуется бытовое общение, направленное на передачу личной информации от одного пользователя к другому.
Способы общения	Письменный обмен высказываниями внутри онлайн-дискурса (определение понятий <i>онлайн-коммуникации</i> , <i>онлайн-дискурса</i> и их разграничение представлено в параграфе 2.1.3.).
Тематика и жанры коммуникации	Тематика общения молодежи разнообразна и всегда зависит от ситуации общения. В каждом конкретном случае тематика будет различаться. Жанры онлайн-коммуникации – это различного рода информационно-коммуникационные интернет-ресурсы, дающие пользователям возможность общения: чаты, форумы, блоги, микроблоги, социальные сети, электронные письма и т.д. (описанию исследуемых нами интернет-ресурсов посвящен параграф 2.4.)

1.3. Исследование дискурсивных маркеров

Анализ дискурса исследует основные процессы речепроизводства: способы связи говорящего/пишущего и слушающего/читающего, структурное построение говорящими дискурса. Особым направлением в рамках этого лингвистического течения является исследование дискурсивных маркеров, которому посвящены работы Халладея и Хасан, Фрайзера, Шиффрин, Блэкмор и многих других. Это специальная область анализа дискурса, исследующая функции, контексты и способы употребления и варьирования таких слов и словосочетаний, как *in fact*, *well*, *I mean*, *OMG*, – в английском языке, и *как бы*, *так сказать*, *вот*, *блин* и многих

других, – в русском языке. Результаты этих исследований составили методологическую базу изучения дискурсивных маркеров.

В этой области выделяют следующие проблемы: функциональное определение дискурсивных маркеров, выявление их признаков и установление функций, которые эти маркеры выполняют в дискурсе. Целью параграфа 1.3. является рассмотрение определений понятия *дискурсивного маркера*, подходов к изучению дискурсивных маркеров, выявление их особенностей, а также их сопоставление.

1.3.1. Определение понятия *дискурсивного маркера* и его характеристики

В литературе можно найти различные названия, относящиеся к рассматриваемой единице дискурса: *дискурсивные частицы, дискурсивные маркеры, дискурсивные коннекторы, дискурсивные слова, прагматические маркеры, прагматические частицы* и другие. Многие работы ученых, занимающихся анализом и классификацией дискурсивных маркеров, начинаются с попыток определения самого понятия *дискурсивного маркера*.

Так, Фрейзер пишет, что дискурсивные маркеры или, как он их называет, *прагматические маркеры* – это функциональный класс лексических выражений, существующий в любом языке. Эти выражения появляются в сегменте дискурса, но не являются частью пропозиционального содержания высказывания, они не приносят никакого значения в пропозициональное содержание высказывания как такового. Однако они сигнализируют, помечают, маркируют аспекты сообщения, которые хочет передать говорящий⁵⁰. Это определение отражает прагматический подход к изучению маркеров в частности и дискурса в целом.

Котов Е.А. определяет дискурсивные маркеры как «элементы речи, лишённые лексического значения и не приносящие дополнительной информации

⁵⁰ Fraser, B. An Approach to Discourse Markers. // Journal of Pragmatics. 1990. Vol. 14. P. 386.

тексту, задача которых – разделительная и различительная функции в речевых актах»⁵¹. Данное определение представляется не совсем корректным по той причине, что не все дискурсивные маркеры лишены семантического значения (*you know, whatever, I mean, на самом деле*), и их функции не сводятся лишь к разделению и различению.

В своей работе Шиффрин определяет дискурсивные маркеры как зависящие от последовательности смыслов (тем или происходящего) единицы, разбивающие речь на части⁵².

Еще одно определение данного класса единиц сформулировано известным российским специалистом в области анализа дискурса А.А. Кибриком и звучит так: дискурсивные маркеры – «незнаменательные слова или словосочетания, регулирующие дискурсивный процесс между говорящим и адресатом»⁵³. Здесь также утверждается, что дискурсивные маркеры «не несут пропозициональной информации», и их функции «находятся в сфере организации и регулирования дискурсивного потока»⁵⁴.

Преимущество данного определения – указание на собственное функциональное значение дискурсивных маркеров и на то, что это значение отличается от содержания самого высказывания, но не влияет на пропозициональное содержание, а привносит добавочное значение и помогает организовывать и регулировать дискурс как таковой.

⁵¹ Котов, А.Е. Социокоммуникативные особенности функционирования дискурсивных маркеров [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.ncstu.ru> Дата обращения: 29.06.2013

⁵² Schiffrin, D. Discourse Markers. Cambridge: Cambridge University Press, 1987. P.57.

⁵³ Кибрик, А.А., Подлесская, В.И. Дискурсивные маркеры в структуре устного рассказа: опыт корпусного исследования. [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.dialog-21.ru/digests/dialog2009/materials/pdf/60.pdf> Дата обращения: 15.05.2014.

⁵⁴ Там же.

А. Звики в своей работе «Clitics and particles»⁵⁵ выделяет следующие отличительные особенности дискурсивных маркеров: они должны отличаться от других функциональных единиц, быть просодически независимы, они должны отделяться знаками препинания на письме и паузами в речи, должны синтаксически отделяться от предложения, в котором они появляются, и должны обладать прагматической функцией отнесения настоящего высказывания к большему дискурсу.

К.Л. Киселева и Д. Пайар выделяют в своей работе следующие особенности дискурсивных маркеров различных языков:

«1. Дискурсивные маркеры не образуют «естественный» класс единиц. Этот класс, во-первых, не имеет четких границ, и, во-вторых, объединяет единицы, которые традиционные классификации относят к различным частям речи (частицам, наречиям и др.). Принадлежность слова к классу дискурсивных маркеров определяется главным образом на основании функциональных критериев.

2. Своеобразие плана содержания дискурсивных маркеров часто интерпретируется как отсутствие у этих единиц собственного лексического значения или как десемантизация слова в его дискурсивных употреблениях. Ср. характерные словарные комментарии: употребляется для усиления/выделения/подчеркивания и так далее.

3. У многих слов такого типа существуют, наряду с дискурсивным, и другие, недискурсивные употребления. При этом между дискурсивным и другим употреблением некоторого слова часто не существует непосредственной семантической связи <...>

4. Многозначность дискурсивных маркеров по своим проявлениям отличается от полисемии имен и глаголов. Значения дискурсивных маркеров – категория более субъективная, чем значения полнзначных слов.

⁵⁵ Zwicky, A. Clitics and Particles. // Language. 1985. Vol. 61. №2. P. 283–305.

5. Проведение границы между значением дискурсивного маркера и значением контекста также оказывается значительно более сложной процедурой, чем в случае конкретной лексики. Многие дискурсивные маркеры, в особенности частицы, могут полностью «сливаться» с контекстом, дублируя семантику его отдельных фрагментов...

6. Описание дискурсивных маркеров обычно требует рассмотрения значительно более «длинных» контекстов, чем в случае других единиц или недискурсивных употреблений соответствующих единиц.

7. Кроме того, в этих последовательностях в центре внимания оказываются некоторые специфические параметры, связанные с отношениями между «действующими лицами» дискурса»⁵⁶.

Мы в полной мере соглашаемся с авторами и считаем выделение данных особенностей дискурсивных маркеров наиболее логичным и полным и будем опираться на результаты их исследования в рамках этой работы.

Однако в настоящем исследовании мы уделяем значительное внимание функционированию дискурсивных маркеров в дискурсе с точки зрения прагматики, поэтому нам представляется целесообразным сближение понятий «значение дискурсивных маркеров» и «функция дискурсивных маркеров». Мы считаем, что именно термин «функция» наиболее полно характеризует дискурсивные маркеры и подчеркивает тот факт, что они призваны организовывать и регулировать дискурсивный процесс, не привнося в его пропозицию дополнительного значения. Таким образом, можно утверждать, что термин «дискурсивный маркер» «соотносится с особым классом слов, принципиально важным свойством которых является их непосредственная связь с функционированием дискурса»⁵⁷.

⁵⁶ Дискурсивные слова русского языка: опыт контекстно-семантического описания: коллективная монография / под ред. К. Киселевой и Д. Пайара. М.: Метатекст, 1998. С. 9–10.

⁵⁷ Массалина, И.П. Дискурсивные маркеры. // Известия КГТУ. 2009. № 15. С. 212.

1.3.2. Подходы к исследованию дискурсивных маркеров

В связи с тем, что дискурсивные маркеры связаны непосредственно с функционированием дискурса, возникла потребность их классифицировать, определить их функцию и даже способность воздействовать на адресата. Исследованием этого вопроса занимались многие западные ученые, но наибольший интерес представляют исследования Фрейзера, Шиффрин, Халлидея и Хасан, которые представляют подход, уделяющий большое внимание линейным связям в дискурсе. Наряду с ним существует и подход, представленный в нашем исследовании Блэкмор, рассматривающий дискурс с точки зрения пропозиций и мыслей, то есть когнитивного развития дискурса, а не текстуального. Рассмотрим более подробно оба направления и подходы исследователей внутри каждого.

1.3.2.1. Подход М.А.К. Халлидея и Р. Хасан

Майкл Халлидей и его жена Рукайя Хасан занимались вопросом связей в тексте (преимущественно письменном), которые делают его единым целым. Они уделяют в своей работе большое внимание понятию когезии, которая, по их мнению возникает, когда интерпретация одного элемента дискурса зависит от другого элемента того же дискурса⁵⁸. Таким образом, когезия представляется им формальной структурной связностью текста и отделяется от содержательной связности, т.е. когерентности. Необходимо уточнить, что именно подразумевается под каждым из этих понятий. Когезия рассматривается как внутренняя линейная организация текста посредством связующих средств языка. В нее входят формально-грамматические связи высказываний внутри текста. Когерентность в свою очередь представляет собой логико-семантическую цельность текста. Следовательно, можно предположить, что когерентность – это свойство всего текста, а когезия – это свойство элементов текста.

⁵⁸ Halliday, M. A. K., Hasan R. Cohesion in English. London: Longman, 1976. P. 4.

В своей работе «Cohesion in English» Халлидей и Хасан говорят о том, что именно когезия, реализуемая различными способами, позволяет утверждать, является ли какая-либо последовательность предложений текстом или нет. Если в последовательных предложениях сохраняется семантическая связь при помощи использования элементов когезии, такие предложения составляют текст.

Исследователями были выделены следующие виды когезии:

- *Референция* (reference): две языковые единицы связаны тем, на что они указывают. Например: *John studies at the University. He goes there everyday.* Здесь слова *John* и *he* указывают на одного человека, а *University* и *there* указывают на одно место. В этом и заключена референциальная когезия.
- *Замещение* (substitution): языковая единица не повторяется, а замещается. Например: *Mary likes yogurt. She has one every day.* Здесь *yogurt* замещается на слово *one*.
- *Эллипсис* (ellipsis): когда одна и та же языковая единица опускается. Например: *We all had an ice-cream today. Eva chose strawberry. Arthur had orange.* В двух последних предложениях опускается слово *ice-cream*, так как понятно, о чем именно идет речь.
- *Союз* (conjunction): семантическая связь четко маркируется. Например: *She did it, as she wanted to.* Здесь, по мнению Халлидей и Хасан, когезия достигается использованием союзов, указывающих на семантическую связь.
- *Лексическая когезия* (lexical cohesion): две единицы а) образуют коллокацию (устойчивое словосочетание) или б) разделяют общее семантическое поле. Например:
 - а) He stared at the *blue sky*.
 - б) It was really *hot*. He was lining up for an *ice-cream*.

В примере а) слова *blue* и *sky* образуют устойчивое словосочетание, а в примере б) слова *hot* и *ice-cream* входят в одно семантическое поле «лето».

При более детальном рассмотрении примеров встает вопрос о целесообразности разделения референциального и замещающего типов когезии. И в том, и в другом случае происходит замещение одной языковой единицы на другую, при этом в результате замещения обе языковые единицы имеют одну и ту же референцию. На наш взгляд, эти типы взаимосвязаны и не могут быть отделены друг от друга. Таким образом, нам представляется возможным объединить их в один тип: референциально-замещающий.

Не говоря напрямую о дискурсивных маркерах, Халлидей и Хасан исследовали слова *and*, *but*, *by the way*, *I mean* и обозначили их функции. Очевидно, что все эти слова исследователи отнесли к союзному типу когезии. Эти слова, по мнению исследователей, помогают создать текст, указывая на организационные связи в нем.

Халлидей и Хасан выделили четыре значения таких «соединительных единиц»: добавочное, противительное, причинно-следственное и временное⁵⁹. Однако внутри эти на первый взгляд простые значения подразделялись на более конкретные. Например, причинно-следственное значение включало в себя общее причинно-следственное значение (простые и эмфатические единицы) и определенное причинно-следственное значение (единицы, обозначающие причину, результат и намерение). Важно заметить, что сами исследователи признавали, что не только одно значение (функция) может передаваться различными соединительными единицами, но и эти единицы могут в то же время выполнять разные функции. Например, значение *and* может быть как добавочным, так и противительным в зависимости от контекста.

Такая классификация представляется наиболее простой, но в то же время и оторванной от устного дискурса, что оправдано исследованием «соединительных единиц» только в письменных текстах. Однако она дает общее представление о

⁵⁹ Halliday, M. A. K., Hasan R. Cohesion in English. London: Longman, 1976. P. 5.

возможных функциях дискурсивных маркеров, что облегчает задачу исследователю проблемы.

1.3.2.2. Подход Д. Шиффрин

Другой подход к классификации дискурсивных маркеров представляет Дебора Шиффрин, которая уделяет большое внимание тесной взаимосвязи дискурса и маркеров. Она рассматривает дискурс не только как единицу языка, но и как процесс общения, и ее работы посвящены устному дискурсу.

В своей работе Шиффрин определяет дискурсивные маркеры как зависящие от последовательности смыслов (тем или происходящего) единицы, разбивающие речь на части⁶⁰. Там же она утверждает, что дискурсивные маркеры способствуют связности дискурса в целом, формируя связь между отдельными отрезками речи. Она соглашается с Халлидеем и Хасан в том, что дискурсивные маркеры идентифицируют связь между двумя следующими друг за другом высказываниями и что интерпретация одного зависит от полученной информации из предыдущего высказывания. В концепции Шиффрин данная связь получила название локальной когерентности (*local coherence*), так как рассматривается связь двух следующих друг за другом высказываний, от интерпретации которых зависит интерпретация всего дискурса в целом.

В своей книге «Discourse markers» 1987 года Дебора Шиффрин подробно рассматривает следующие дискурсивные маркеры английского языка: *and, but, or, so, well, then, now, because, oh, y'know, I mean*. Материалом ее исследования послужили аудиозаписи и последующая транскрипция бытовых разговоров с обычными людьми. Шиффрин делит дискурсивные маркеры на следующие типы:

- 1) соединительные (*and, but, or, so, because*);
- 2) восклицательные (*oh, well*);
- 3) наречные (*now, then*);

⁶⁰ Schiffrin, D. Discourse Markers. Cambridge: Cambridge University Press, 1987. P.57.

4) лексические фразы (*y'know, I mean*).

Шиффрин формулирует несколько отличительных параметров, по которым можно идентифицировать дискурсивные маркеры:

- синтаксическая отстраненность от структуры предложения;
- начальная позиция в предложении;
- особый просодический контур;
- функционирование на локальном и глобальном уровнях дискурса;
- функционирование на различных планах⁶¹.

Рассмотрим каждую из указанных характеристик.

Важным для понимания подхода Шиффрин является тот факт, что дискурсивные маркеры и структура предложения независимы друг от друга. Другими словами, если убрать дискурсивный маркер из предложения, его структура не изменится. Однако существенно то, что в анализе дискурса не препарируются отдельно взятые, вырванные из контекста и дискурса предложения. Следовательно, с нашей точки зрения, отсутствие дискурсивного маркера в потоке речи оказывает влияние на развертывание высказывания и его интерпретацию.

Принятие того, что дискурсивные маркеры могут занимать только начальную позицию в предложении значительно облегчило бы не только подбор примеров, но и работу исследователя в целом. Следует отметить, что под начальной позицией Шиффрин подразумевает не начало всего высказывания, а начало предложения со своей предикативной группой, то есть клаузы (от англ. *clause*), к которым могут относиться части сложносочиненных и сложноподчиненных предложений и т.д. Данное утверждение было опровергнуто Брюсом Фрейзером в его концепции прагматических маркеров, речь о которой пойдет в следующем параграфе.

Логичным и целесообразным нам представляется выделение особого просодического контура как характеристики дискурсивных маркеров, так как Шиффрин исследовала устный дискурс. В рамках нашего же исследования данный

⁶¹ Schiffrin, D. *Discourse Markers*. Cambridge: Cambridge University Press, 1987. P. 328.

параметр будет во многих случаях заменен знаками препинания, так как мы исследуем письменный онлайн-дискурс.

Следует отметить, что в концепции Шиффрин локальная когерентность дискурса определяется связью двух смежных реплик или предложений внутри высказывания. Например, *I went there once and there was awesome*. Глобальная же когерентность дискурса просматривается, когда дискурсивные маркеры соединяют несмежные, не следующие друг за другом реплики. Например, *I saw him yesterday. It was in the park. And that was totally unexpected*. Здесь *and* относится не ко второму предложению, которое имеет добавочный характер, уточняя, где именно произошла встреча, а к первому, на что указывает и местоимение *that*, относящееся к факту встречи в третьего лица. Такое деление на локальную и глобальную когерентность представляется нам логичным и оправданным.

Шиффрин также представила дискурсивную модель планов, включающую пять составляющих:

- *структура чередования (exchange structure)* отражает механизм поочередной смены реплик между участниками дискурса и показывает, каким образом реплики соотносятся;
- *структура действий (action structure)* отражает последовательность речевых актов, которая возникает в ходе дискурса;
- *идейная структура (ideational structure)* отражает определенные отношения между идеями, смыслами внутри дискурса, включая когезию, соотношение тем;
- *структура участников (participation framework)* отражает взаимодействие участников дискурса;
- *информационное состояние (information state)* отражает процесс организации знаний и метазнаний внутри высказываний и то, как они развиваются в ходе дискурса.

В работе неоднократно подчеркивается способность дискурсивных маркеров функционировать одновременно на нескольких планах дискурса. В работе

Шиффрин доказано, что дискурсивные маркеры могут действовать на разных уровнях дискурса, соединяя высказывания либо на одном плане, либо на различных планах одновременно. Например, маркер *because* может соединять как действия, так и смыслы.

(a) Yeh, let's get back, *because* she'll never get home.

(b) And they holler Henry!!! *Cause* they really don't know!⁶²

В примере (a) маркер *because* соединяет просьбу и «оправдание» этой просьбы, в примере (b) он соединяет две идеи. Дальнейшее исследование Шиффрин показало, что дискурсивные маркеры также действуют на локальном (между смежными репликами) уровне дискурса.

В рамках нашего исследования мы адаптируем концепцию Шиффрин относительно планов дискурса и основываемся на том, что дискурс разделяется на организационную (смена реплик и речевых актов) и информационную (связь между идеями, смыслами, информацией) структуры. Шиффрин пишет, что слушающий и говорящий связаны друг с другом и со своими высказываниями в одной информационной структуре, внутри которой организуются и управляются их знания и метазнания о том, чему посвящен дискурс⁶³. Таким образом, мы утверждаем, что **дискурсивные маркеры фиксируют результат взаимодействия участников дискурса на организационном уровне (обмен репликами, смена высказываний внутри реплик) и на информационном уровне (организация и регуляция потока информации, смыслов, идей) в смежных и несмежных репликах.**

Шиффрин также уделяет внимание степени собственного значения дискурсивного маркера. В данном случае важно, привносит ли маркер свое значение в дискурс или только усиливает уже семантически понятное значение.

⁶² Schifffrin, D. Discourse Markers. Language Meaning and Context. The Handbook of Discourse Analysis. Edited by D. Schifffrin, D. Tannen, H. E. Hamilton. Oxford: Blackwell publishers, 2001. P. 57.

⁶³ Там же. P. 29.

Например, маркер *oh* указывает на новизну и неожиданность информации, а маркер *but* отражает понятное из контекста противопоставление.

Таким образом, дискурсивные маркеры не вносят изменения в пропозицию высказывания, а только регулируют поток информации или взаимодействие участников дискурса, облегчая процесс речепроизводства и интерпретации. Важно подчеркнуть, что дискурсивные маркеры **не составляют отдельный грамматический или лексический класс языковых единиц, а представляют собой группу функционально схожих слов, относящихся к разным частям речи или представляющих собой устойчивое словосочетание.**

Следует отметить, что именно возможность действия на организационном и информационном уровнях одновременно обеспечивает многофункциональность дискурсивных маркеров, которая в свою очередь обуславливает связи внутри дискурса.

1.3.2.3. Подход Б. Фрейзера

Следующая концепция предложена Брюсом Фрейзером. В ней дискурс рассматривается с точки зрения прагматики. Фрейзер уделяет большое внимание значению предложения и тому, как определенный тип прагматических маркеров связывает смысл одного высказывания с другим, с дискурсом в целом и с участниками общения.

В своих исследованиях Фрейзер предпринимает попытки определения прагматических маркеров и выделения отличительных черт этого класса единиц. Так, Фрейзер определяет прагматические маркеры как класс лексических единиц, состоящих преимущественно из союзов, наречий и предложных групп. За несколькими исключениями, они сигнализируют отношение между интерпретацией сегмента высказывания S2, которые они вводят, и предыдущего сегмента S1, являющегося базовым сообщением относительно S2. У них есть значение (*core meaning*), которое является процессуальным, не концептуальным, и

их более конкретная интерпретация зависит от контекста, и лингвистического, и концептуального⁶⁴. Слова, выделенные курсивом в следующих примерах, являются прагматическими маркерами, согласно Фрейзеру.

a. A: I like him. B: So, you think you'll ask him out then.

b. John can't go. *And* Mary can't go either.

Таким образом, Фрейзер соглашается с Шиффрин в том, что прагматические маркеры **не составляют отдельный класс единиц**, а являются группой единиц, **принадлежащих к другим классам, но связанным функционально**. Он так же соглашается, что дискурсивные маркеры, являясь видом прагматических маркеров, **связывают одно высказывание с предыдущим** и что **их интерпретация зависит от контекста** употребления. **Фрейзер также не исключает способности дискурсивных маркеров выполнять несколько функций**.

С синтаксической точки зрения все прагматические маркеры функционируют отдельно от структуры предложения, в котором появляются. то есть при искусственном изъятии этих маркеров из предложения, их структура останется неизменной.

Кроме того, в своем исследовании Фрейзер доказал, что прагматические маркеры не всегда соединяют смежные реплики, они могут соединять данное высказывание с любым другим предыдущим высказыванием. В концепции Шиффрин это глобальная когерентность. При этом Фрейзер утверждает, что прагматический маркер может не только занимать начальную позицию в клаузе, на что указывает Шиффрин, а может быть употреблен как в середине, так и в конце высказывания. Приведем примеры из его работы:

It is freezing outside. I will, *in spite of this*, not wear a coat.

We don't have to go, I will go, *nevertheless*⁶⁵.

⁶⁴ Fraser, B. What Are Discourse Markers? // Journal of Pragmatics. 1999. Vol. 31. P. 931

⁶⁵ Там же. P. 938

С данным утверждением сложно не согласиться, так как существует огромное количество примеров, подтверждающих гипотезу Фрейзера относительно позиции маркеров в предложении.

Базовая идея работы Фрейзера заключается в установлении различия между пропозициональным, содержательным и прагматическим значениями. «Пропозиция – это семантический инвариант, общий для всех членов модальной и коммуникативной парадигм предложений и производных от предложения конструкций (номинализаций)»⁶⁶.

Рассмотрим примеры:

She thinks the book is not interesting.

The book is regarded as not interesting by her.

The book strikes her as being not interesting.

Пропозициональное значение этих трех предложений одно: местоимение женского рода (она), первое лицо (считает, относится), книга, определение (интересная). Понимать пропозициональное значение предложения – знать, о чем оно, кто, когда, где и как именно упоминается в этом предложении.

Содержательное значение сообщения – это его референциальное значение, то есть более или менее понятное представление о мире, которое говорящий хочет передать адресату.

Прагматическое значение – это значение, связанное с коммуникативным намерением (то есть с тем, зачем говорящий произносит то или иное высказывание, каковы его интенции, чего он хочет достичь), то есть коммуникативная функция данного высказывания.

Фрейзер говорит о том, что у прагматических маркеров есть значение (core meaning), которое имеет процессуальный, а не концептуальный характер. Здесь

⁶⁶ Арутюнова, Н.Д. Пропозиция. [Электронный ресурс] Лингвистический энциклопедический словарь. – Режим доступа: <http://www.tapemark.narod.ru/les/401b.html> Дата обращения: 01.06.2014.

подразумевается, что дискурсивные маркеры несут в себе функциональное прагматическое значение, не оказывая влияние на пропозициональное или референциальное значения высказывания. Они лишь являются соединителями высказываний внутри дискурса.

Как и Шиффрин, Фрейзер говорит, что при искусственном изъятии прагматического маркера из высказывания, его структура не изменится. Рассмотрим примеры из его работы:

I want to go to the movies tonight. *After all*, it's my birthday.

John will try to come on time. *All the same*, he is going to be reprimanded.

A: Harry is quite tall. B: *In contrast*, George is quite short⁶⁷.

В своей работе Фрейзер классифицирует прагматические маркеры следующим образом:

1) **базовые маркеры** (basic markers), указывающие на характер основного, базового сообщения:

а) структурные базовые маркеры (structural basic markers): это наклонение предложения: повествовательное, повелительное, вопросительное;

б) лексические базовые маркеры (lexical basic markers):

- перформативы: *I promise* that I will be there on time.
- «прагматические идиомы»: *Can you please* help me? *Perhaps*, take an aspirin. *By all means*, try it.

с) гибридные базовые маркеры (hybrid basic markers):

- повествовательные (declarative-based): John saw Marry, *did he*?
- вопросительные (interrogative-based): *Can you* do that? Do that, *can you*?
- императивные (imperative-based). *Talk*, or I'll shoot. *Eat up*, or you'll be hungry.

⁶⁷ Fraser, B. What Are Discourse Markers? // Journal of Pragmatics. 1999. Vol. 31. P. 944

2) **комментирующие маркеры** (commentary markers), призванные комментировать базовое сообщение:

- a) оценка (assessment markers): *amazingly, fortunately, sadly* и т.д.;
- b) манера речи (manner-of-speaking markers): *bluntly, briefly, confidentially, fairly, frankly* и т.д.;
- c) маркеры уверенности/неуверенности (evidential markers): *assuredly, clearly, definitely, evidently* и т.д.;
- d) маркеры последующего эффекта (consequent effect markers): *to add, to clarify, to comment, to illustrate, up to this point* и т.д.;
- e) маркеры источника информации (hearsay markers): *allegedly, it appears, it has been claimed, it is reported, one hears* и т.д.;
- f) маркеры смягчения (mitigation markers): *I don't mean to pressure you, I see your point but, That may be true but* и т.д.;
- g) маркеры эмпазы (emphasis markers): *by no means, I cannot too often point out that, I insist that, indeed, really, to say the least, without exaggeration* и т.д.

3) **параллельные маркеры** (parallel markers)

- a) обращения (vocative markers):
 - стандартные названия (standard titles): *John, Mr. President, Mom, Your Honor*;
 - названия профессий (occupation names): *waiter, doctor, nurse, driver*;
 - обобщения (general nouns): *brother, boys, ladies and gentlemen, young lady, madam*;
 - местоимения (pronominal forms): *you, somebody, everyone, anyone*.
- b) маркеры недовольства (speaker displeasure markers): *damned, for the love of God, for the last time, how many times have I told you, the hell* и т.д.;
- c) маркеры солидарности или ее отсутствия (solidarity markers): *my friend, as one guy to another, look, birdbrain, as your superior* и т.д.

4) **дискурсивные маркеры** (discourse markers), указывающие на то, как данной сообщение связано с предыдущим дискурсом.

- a) маркеры смены темы (topic change markers): *back to my original point, before I forget, that reminds me* и т.д.;
- b) маркеры противопоставления (contrastive markers): *anyway, but, despite, even so, however, in comparison, in contrast, still, thought, yet* и т.д.;
- c) маркеры детализации/уточнения (elaborative markers): *above all, also, and, besides, better, in addition, more importantly, more precisely, that is, on top of it all, what is more* и т.д.;
- d) маркеры причинно-следственной связи (inferential markers): *after all, all things considered, as a result, consequently, hence, it stands no reason that, of course, so, therefore, thus* и т.д.⁶⁸

Как видно из приведенной выше классификации, в терминологии Фрейзера дискурсивные маркеры — это один вид прагматических маркеров, непосредственная задача которых заключается в том, чтобы показать, как одно высказывание связано с другим.

Данная классификация представляется нам наиболее полной. Мы заимствуем некоторые положения этой классификации в своей работе, заменяя, однако, термин *прагматические маркеры* на *дискурсивные маркеры*, и термин *дискурсивные маркеры* на *организационные маркеры*. С нашей точки зрения, термин *дискурсивный маркер* подчеркивает функционирование данных слов и выражений на уровне дискурса, а маркеры, вынесенные в классификации Фрейзера в категорию дискурсивных, в большей степени призваны регулировать организацию потока информации, поэтому нам представляется возможным назвать их *организационными*.

Однако мы не включаем в нашу классификацию дискурсивных маркеров базовые маркеры Фрейзера, исходя из того основания, что дискурсивные маркеры

⁶⁸ Fraser, B. Pragmatic Markers // Pragmatics. 1996. №6. P. 167 –190

не приносят дополнительного значения в пропозицию высказывая, и если их искусственно убрать из высказывания, его структура не изменится. С базовыми маркерами Фрейзера операцию данного рода невозможно провести без изменений в смысле высказывания. Кроме того, нами принимается утверждение о том, что дискурсивные маркеры синтаксически не входят в состав главных членов предложения и их групп (того предложения, в котором заключена пропозиция), что также не соответствует концепции Фрейзера. Также базовые маркеры не выделяются интонационно в устном дискурсе и пунктуационно в письменном.

Стоит также отметить, что данная концепция недооценивает роль многофункциональности маркеров, признанной большинством ученых.

1.3.2.4. Сопоставление подходов к изучению дискурсивных маркеров

Д. Шиффрин и Б. Фрейзера

Ученые, подходы которых были изложены выше, соглашаются во многом. Например, они сходятся в том, что дискурсивные маркеры связывают высказывания в единый дискурс. Они также признают, что дискурсивные маркеры не составляют отдельный грамматический класс, а являются лишь лексическими единицами, относящимися к разным частям речи. Однако в подходах Шиффрин и Фрейзера существует несколько главных расхождений, на которых следует заострить внимание.

Во-первых, Шиффрин и Фрейзер оперируют различной терминологией, говоря об одном и том же явлении. Так, центральным понятием работ Шиффрин являются *дискурсивные маркеры*, а у Фрейзера – *прагматические маркеры*. С нашей точки зрения, термин *дискурсивный маркер*, будучи более широко используемым исследователями разных языков, является наиболее подходящим.

Во-вторых, Шиффрин утверждает, что дискурсивные маркеры преимущественно соединяют смежные реплики, то есть обеспечивают связь на локальном уровне, и только немногие из них способны соединять несмежные

реплики. Фрейзер, в свою очередь, подчеркивает, что прагматическим маркерам совсем не обязательно соединять только последовательно следующие друг за другом реплики, они также могут соединять высказывания с любым другим предыдущим высказыванием, то есть обеспечивать связи дискурса на глобальном уровне. Возьмем пример из работы Фрейзера:

He drove the truck through the parking lot and into the street. Then he almost cut me off. After that, he ran a red light. *However*, these weren't his worst offenses.⁶⁹

Прагматический маркер *however* связывает информацию не только из второго предложения, но и из первого с информацией третьего и, соответственно, четвертого предложений.

В-третьих, Фрейзер говорит о том, что дискурсивный маркер может занимать не только начальную, как утверждает Шиффрин, но и среднюю, и конечную позицию в высказывании, с чем мы в большей степени соглашаемся.

В-четвертых, в отличие от Шиффрин, которая исследует определенный набор дискурсивных маркеров и отталкивается от самих маркеров, Фрейзер вырабатывает классификацию маркеров по их функциям в высказывании. Эта классификация представляется нам наиболее полной и возможной для применения в собственном исследовании.

Таким образом, оба подхода имеют глубокую теоретическую базу и представляют хорошо разработанные результаты исследований. Нам представляется возможным объединить упомянутые подходы и использовать результаты исследований Д. Шиффрин и Б. Фрейзера в собственном исследовании, построив на их основании собственную классификацию, представленную в параграфе 3.5.

⁶⁹ Fraser, B. What Are Discourse Markers? // Journal of Pragmatics. – 1999. – Vol. 31. – P. 931–952.

1.3.2.5. Подход Д. Блэкмор

Как было упомянуто выше, Дайан Блэкмор представляет подход к исследованию дискурсивных маркеров, который образом отличается от подходов, изложенных выше. В ее исследования большое значение уделяется не когерентности и когезии в дискурсе, а релевантности (relevance) в процессе интерпретации высказываний. Попытаемся рассмотреть данный подход подробнее и объяснить, почему мы считаем его не в полной мере применимым в контексте нашего исследования.

В своем исследовании Блэкмор отталкивается от принципа кооперации, разработанного Гербертом Полом Грайсом в работе «Logic and Conversation»⁷⁰. Грайс выдвинул идею о том, что в процессе общения люди пытаются кооперировать друг с другом, чтобы создать имеющий значение и смысл разговор. В ходе обычного общения участники опираются на принцип кооперации: говорящие обмениваются репликами для того, чтобы слушающие их поняли. Это предположение объясняет две вещи:

1. почему языковые ошибки игнорируются (часто остаются незамеченными) в речи. Так происходит, только если смысл, который говорящий пытается донести, ясен. Слушающий в свою очередь прощает говорящему ошибки, фокусируясь на смысле.
2. почему мы можем понять смысл высказываний, которые могут показаться нелепыми, не относящимися к делу, несущими в себе ложную информацию (метафоры, сарказм, преувеличения и т.д.). По принципу кооперации мы не воспринимаем собеседника как лжеца, умалишенного или говорящего нелепые вещи. Мы, наоборот,

⁷⁰ Grice, H. P. *Logic and Conversation. Syntax and Semantics*: edited by P. Cole, J. Morgan. Vol. 3. New York: Academic Press, 1975. P. 41–58.

предполагаем, что говорящий пытается донести до нас какой-то определенный смысл, и пытаемся в свою очередь понять его.

Анализируя кооперацию во время общения, Грайс выводит четыре максимы, присущие любой успешной коммуникации (той, в которой говорящий изложил свои мысли таким образом, что был понят слушающим). К этим максимам (ожидаемым нормам коммуникации) относятся:

- *информативность (quantity)*: говорящий дает ровно столько информации, сколько нужно слушающему;
- *истинность (quality)*: говорящий честен и искренен, говорит правду или нечто, подтвержденное фактами;
- *релевантность (relevance)*: все сказанное имеет непосредственное отношение к теме разговора, не выходит за его рамки;
- *ясность (manner)*: говорящий пытается избегать неопределенности, двусмысленности или абстрактности.

Интересным является то, что в ходе реального общения люди зачастую намеренно нарушают принцип кооперации и его максимы. Например, когда говорящий пытается обмануть слушающего преднамеренно, нарушая максиму информативности. Говорящие могут сами сигнализировать о том, что нарушают какую-либо максиму. Рассмотрим следующие примеры:

1. Нарушения максимы информативности:
It's between us two. I can't tell you, sorry.
2. Нарушение максимы истинности:
It's just a rumor. I don't know if it's true or not.
3. Нарушение максимы релевантности:
Actually, I'm not sure this is relevant, but ...
4. Нарушение максимы ясности:
It's hard to find the right words to tell you what happened.

Развивая свою концепцию Грайс вводит понятие конвенциональной имплицатуры (под имплицатурой Грайс понимает то, что говорящий

подразумевает, но не говорит прямо). Для понимания этого понятия следует рассмотреть известный пример, приведенный Грайсом в своей работе и иллюстрирующий его точку зрения.

*He is English; he is, therefore, brave*⁷¹.

В данном примере конвенциональной имплицатурой, принятой обоими участниками общения, будет являться то, что *храбрость этого человека следует из того, что он англичанин*. Эта имплицатура заключена в слове *therefore*, которое сигнализирует причинно-следственные связи.

Опираясь на эту концепцию, в своей книге «Semantic Constraints on Relevance»⁷² Блэкмор утверждает, что дискурсивные маркеры играют важную роль в процессе интерпретации высказывания, помогая слушающему/читающему в поиске **оптимальной референции**. То есть дискурсивные маркеры помогают определить, как данное высказывание соотносится с предыдущим высказыванием, в какой степени оно **релевантно** тому, что было сказано ранее.

Блэкмор, как и Фрейзер, признает процессуальный характер дискурсивных маркеров, говоря о том, что они не вносят дополнительного значения в пропозицию высказывания, в котором появляются. Использование таких единиц помогает говорящему/читающему понять имплицитную информацию, заложенную в высказывании.

В своей работе Блэкмор исследует дискурсивные маркеры *therefore, so, after all, but* и утверждает, что значение, закодированное этими маркерами, контролирует выбор контекста, в котором высказывания, содержащие эти маркеры, релевантны. Рассмотрим следующие примеры:

1. He did not practice well. So, he didn't win the competition.

⁷¹ Grice, H. P. Logic and Conversation. Syntax and Semantics: edited by P. Cole, J. Morgan. Vol. 3. New York: Academic Press, 1975. P. 41–58

⁷² Blackmore, D. Semantic Constraints on Relevance. Oxford, UK; New York, NY, USA: Blackwell, 1987. 168 p.

исходное допущение $\longrightarrow$ *вывод*

2. He did not practice well. *After all*, he didn't win the competition.

вывод $\longleftarrow$ *исходное допущение*

3. He did not practice well. He didn't win the competition.

вывод, исходное допущение $\longleftrightarrow$ *исходное допущение, вывод*

Блэкмор говорит, что использование *so* и *after all* сужает контекст, в котором эти высказывания релевантны. То есть, в высказывании 1 использование *so* указывает слушающему/читающему, что последующая информация соотносится в предыдущей как вывод, а в примере 2 *after all* указывает на то, что последующая информация выступает как исходная по отношению к предыдущей, которая в свою очередь становится выводом. Однако, если убрать и тот, и другой маркер, то контекст останется открытым, «несуженным», поэтому интерпретация может быть двойственной. В связи с этим, становится очевидным, что в отличие от Шиффрин и Фрейзера, Блэкмор доказывает, что дискурсивные маркеры, **не привнося дополнительного значения в пропозицию высказывания, оказывают большое влияние на процесс интерпретации высказывания**, с чем сложно не согласиться. Таким образом, в дискурсивных маркерах содержится процессуальное значение (*procedural meaning*), которое **помогает слушающему/читающему извлечь имплицитное значение, заложенное в высказывании** (в примерах, приведенных выше, это причинно-следственная связь).

Важно отметить, что в данном исследовании мы опираемся на результаты исследования Дайан Блэкмор исключительно в случаях, когда нам нужно определить степень релевантности сообщения по отношению к предыдущим высказываниям и степень успешности интерпретации высказывания слушающим/читающим. Следует подчеркнуть, что в рамках данной работы нас в большей степени интересует процесс речепроизводства, конструирования высказывания говорящим/пишущим, а не его интерпретация слушающим/читающим. Другими словами, мы исследуем дискурсивные маркеры

с точки зрения их функций, того, зачем говорящий/пишущий их употребил и какого результата хотел достичь. Мы не акцентируем внимание на когнитивной стороне интерпретации высказывания слушающим/читающим в полной мере.

1.4. Выводы

В данной главе мы постарались обосновать теоретическую базу нашего исследования, посвященного дискурсивным маркерам молодежной онлайн-коммуникации.

Нами была предпринята попытка анализа существующих определений дискурса, в ходе которого мы разделили употребление этого термина **на два вида, которые находятся в тесной связи: широкое социально-философское и собственно лингвистическое.**

Первый не собственно лингвистический класс употребления термина «дискурс», широко используемый в других гуманитарных науках и публицистике, где прослеживается попытка уточнить понятия стиля и индивидуального языка. **«Дискурс» здесь описывает способ говорения, в центре внимания исследователя стоит конкретная разновидность дискурса, поэтому этот термин всегда сопровождается определением – какой или чей дискурс.**

Собственно в лингвистике впервые термин дискурс был употреблен Зеллигом Харрисом который утверждал, что язык существует не в форме отдельных слов или предложений, а в форме связного текста, состоящего из высказываний. Так, Харрис ввел новое понятие, стоящее над единицами языка в отдельности и текстом как их взаимосвязи. В работе мы привели определения этого термина таких ученых как: О.В. Александрова, Н.Д. Арутюнова, Дж. Браун, Т. ван Дейк, В.А. Звегинцев, В.И. Карасик, Е.С. Кубрякова К.Л. Пайк, Й. Хабермас, З.З. Харрис, Дж. Юль.

В данной работе мы не придерживаемся дихотомии *устный дискурс – письменный текст*. Для нас существует дискурс в двух формах: письменной и

устной. Дискурс мыслится нами как текст в совокупности с ситуацией его порождения, а собственно текст рассматривается в отрыве от ситуации, как нечто, имеющее законченную форму. В нашем представлении дискурс представляет собой категорию с отчетливо выраженным социальным содержанием.

В первой главе мы также описали историю становления анализа дискурса как самостоятельной отрасли лингвистики и показали, какие направления лингвистической науки оказали влияния на этот процесс. Так, мы описали традиционное представление о тексте как статической структуре, преодоление которой было основной целью анализа дискурса, осветили основные принципы американской тагмемики, функционального структурализма (пражской и британской школ), социолингвистики и этнометодологии, которые получили свое отражение и развитие в рамках анализа дискурса.

Сейчас анализ дискурса в самом широком смысле – это междисциплинарная сфера изучения языкового общения, в рамках которой уделяется внимание динамике дискурса, смене реплик между участниками общения, процессу конструирования сообщения говорящим/пишущим и процессу интерпретации этого сообщения слушающим/читающим. Немаловажными для исследователей остаются прагматические факторы и контекст дискурса, контекст ситуации, роль темы, информационная структура (тема – рема), фоновые знание о мире, ситуации. Мы определили такие ключевые понятия анализа дискурса, как пропозиция, референция, пресуппозиция, инференция, импликатура.

Особое освещение в рамках нашего исследования получило направление анализа дискурса, занимающееся исследованием дискурсивных маркеров. Здесь нами были представлены результаты исследований таких лингвистов, как Д. Блэкмор, А. Звики, А.А. Кибрик, К.Л. Киселева и Д. Пайар, Е.А. Котов, Б. Фрейзер, М.А.К. Халлидей и Р. Хасан, Д. Шиффрин.

Нами были представлены трактовки понятия *дискурсивного маркера*, общим для которых является понимание того, что **дискурсивные маркеры**

соотносятся с особым классом слов, принципиально важным свойством которых является их непосредственная связь с функционированием дискурса.

Нами были рассмотрены четыре подхода к исследованию дискурсивных маркеров: М.А.К. Халлидей и Р. Хасан, Д. Шиффрин, Б. Фрейзер, Д. Блэкмор. Была предпринята попытка сопоставления этих подходов и описания результатов исследований, на которые мы будем опираться в рамках нашей работы. Таким образом, мы выделяем следующие особенности дискурсивных маркеров:

- в устном дискурсе они получают определенный **просодический контур**, а на письме чаще всего **выделяются знаками препинания**;
- синтаксически дискурсивные маркеры **не входят в состав главных членов предложения и их групп**;
- дискурсивные маркеры **не приносят значения в пропозицию высказывания**, и при их искусственном «изъятии» из предложения его значение не изменится;
- в связи с этим нам представляется **целесообразным сближение понятий «значение дискурсивных маркеров» и «функция дискурсивных маркеров»**;
- дискурсивные маркеры фиксируют результаты **взаимодействия участников дискурса а) на организационном уровне** (обмена репликами, смены высказываний внутри реплик) и **б) на информационном уровне** (организация и регуляция потока информации, смыслов, идей) в **смежных и несмежных репликах**;
- дискурсивные маркеры играют важную роль в **процессе интерпретации высказывания**, а именно **соотносят информацию данного высказывания с референциями предыдущих высказываний** и помогают **при определении релевантности высказывания** предыдущему дискурсу;

- **дискурсивные маркеры полифункциональны:** один и тот же маркер способен выполнять разные функции как в разных высказываниях, так и в одном высказывании одновременно.

Как уже было упомянуто ранее, за основу в нашем исследовании мы принимаем классификацию дискурсивных маркеров Брюса Фрейзера, перерабатывая и иллюстрируя ее собранным материалом.

Таким образом, мы попытаемся доказать состоятельность следующей классификации дискурсивных маркеров:

1) **комментирующие маркеры:**

- а) маркеры оценки;
- б) маркеры манеры речи;
- в) маркеры уверенности/неуверенности;
- г) маркеры последующего эффекта;
- д) маркеры источника информации;
- е) маркеры смягчения;
- ж) маркеры эмфазы.

2) **параллельные маркеры:**

- а) обращения:
 - стандартные названия;
 - названия профессий;
 - обобщения;
 - местоимения.
- б) маркеры недовольства;
- в) маркеры солидарности или ее отсутствия.

3) **организационные маркеры:**

- а) маркеры смены темы;
- б) маркеры противопоставления;
- в) маркеры детализации/уточнения;
- г) маркеры причинно-следственной связи.

В рамках исследования дискурса большую роль играют процессы речепроизводства и понимания/интерпретации высказывания. Эта работа может быть отнесена к группе дискурсивных исследований, которые рассматривают построение дискурса (например, выбор лексического средства для достижения определенной коммуникативной цели), так как оно направлено на выявление причин употребления тех или иных лексических единиц, называемых дискурсивными маркерами, определенной группой говорящих, функций и других параметров данных единиц, речь о которых пойдет дальше.

Дискурсивные маркеры являются одной из самых сложных и одновременно интересных для изучения единиц дискурса. Многие исследователи посвятили свои работы анализу функций дискурсивных маркеров, их позиций в предложении, частотности употребления и роли в современном дискурсе. Все это составляет огромный потенциал дискурсивных маркеров, расширяет и углубляет сферу их исследования, ставит новые цели перед учеными-лингвистами и повышает интерес к анализу дискурса в целом.

Многообразие определений и подходов к изучению дискурсивных маркеров обусловлено множеством речевых ситуаций их употребления и рядом таких экстралингвистических факторов, как, например, возраст говорящих, их социальные роли по отношению друг к другу и многие другие. Так как источником нашего исследования является молодежная онлайн-коммуникация, следует определить особенности этого вида общения, чему будет посвящена следующая глава.

Глава 2. Молодежная онлайн-коммуникация: понятие, характеристики, отличительные черты

Компьютерные технологии, получившие небывалое развитие в двадцатом веке и непрерывно совершенствующиеся в двадцать первом, получили широкое распространение, массу новых применений, в особенности в сфере коммуникации. В эпоху глобализации и информатизации, которым способствует интернет, компьютерно-опосредованная коммуникация играет одну из самых важных ролей в социальном развитии общества, позволяя людям общаться, невзирая на разделенность в пространстве и/или во времени.

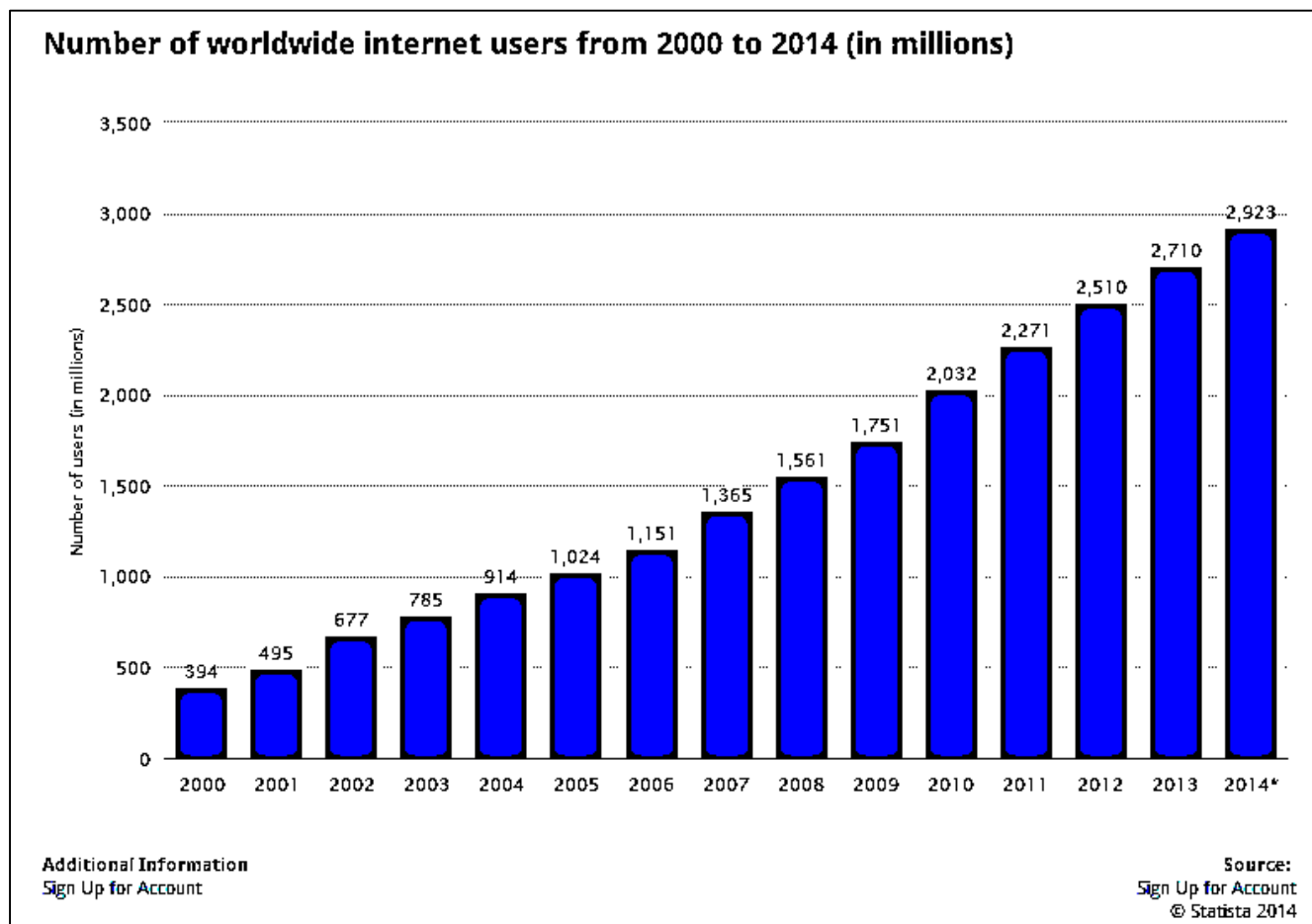
Развитие компьютерных, интернет- и в большей степени мобильных технологий привело к тому, что миллионы людей не представляют свою жизнь без возможности выхода в интернет в любое время (некоторые остаются онлайн всегда), а теряя эту возможность, находясь, например, в удаленных уголках планеты, где беспроводные сети wi-fi или проводные сети – редкость, ощущают изолированность от мира, дискомфорт или даже впадают в депрессию. Возможность оставаться в сети круглосуточно, знать, что происходит в сети, позволяет человеку чувствовать свою сопричастность, оставаться в курсе всех интересующих, а иногда и не интересующих его событий.

Интернет стал поистине глобальным, он соединяет людей из разных стран, с разными культурами, разных возрастов, полов, социальных статусов в едином виртуальном пространстве, позволяя им общаться на любые темы.

По данным статистического сайта Statista в настоящее время почти три миллиарда людей пользуются интернетом, это наглядно иллюстрирует диаграмма, представленная на рисунке 1⁷³.

⁷³ Statista.com [Электронный ресурс] <http://www.statista.com/statistics/273018/number-of-internet-users-worldwide/> Дата обращения: 10.07.2014.

Рисунок 1

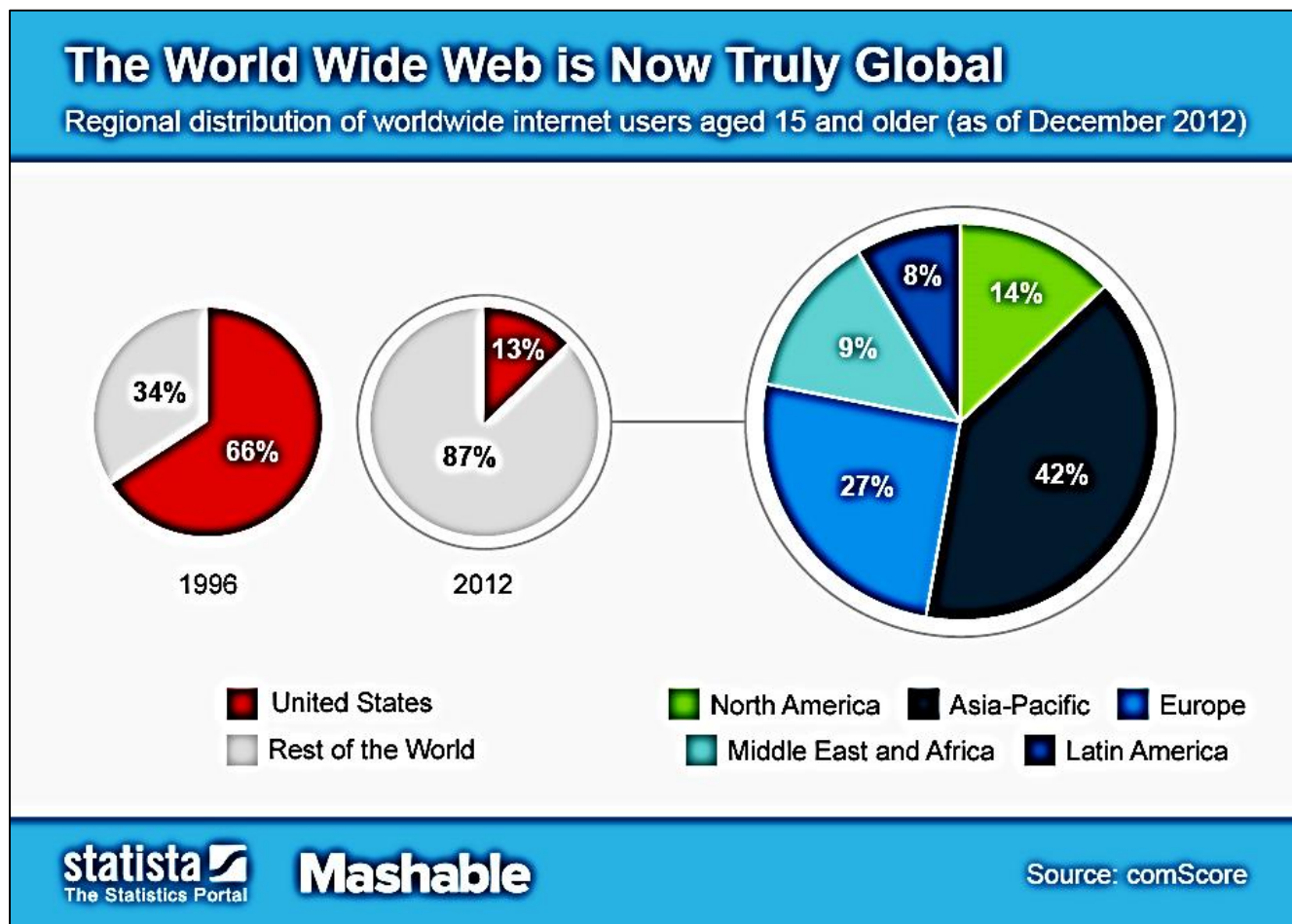


На рисунке 2⁷⁴ представлены статистические данные, показывающие процентное соотношение пользователей интернет из разных частей Земного шара и доказывающие тот факт, что жители всех континентов пользуются интернетом в разной степени.

Так, в 1996 году 66% всех пользователей интернета приходилось на Соединенные Штаты Америки. К декабрю 2012 года процентное соотношение изменилось, и уже 87% пользователей были из других стран: из них 42% – пользователи из Азии и Тихоокеанского региона, 27% – из Европы, 14% – из Северной Америки, за исключением США (т.е. Мексика и Канада), 9% – с Ближнего Востока и из Африки, 8% и – Латинской Америки.

⁷⁴ Statista.com [Электронный ресурс] <http://www.statista.com/chart/1548/the-world-wide-web-is-now-truly-global/> Дата обращения: 10.07.2014.

Рисунок 2



В рамках нашего исследования внимание уделяется молодежной онлайн-коммуникации. «Крайне важным при изучении любого типа текстов является понимание сущности, природы этих текстов, доскональное знание той сферы, в которой эти тексты функционируют»⁷⁵. Для получения более полного представления о специфике такой коммуникации следует рассмотреть следующие вопросы: общую характеристику онлайн-коммуникации, характеристику молодежной онлайн-коммуникации, виды интернет-ресурсов, те возможности, которые они предоставляют пользователям.

⁷⁵ Ксензенко, О.А. Гносеологические и методологические проблемы современного лингвистического рекламоведения. // Вестник Московского университета. Серия 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2012. №1. С. 49.

2.1. Определение основных понятий

2.1.1. Понятие *интернета*

Онлайн-коммуникация – это относительно новый вид человеческого общения, появившегося благодаря развитию интернета и находящийся в непрерывном развитии.

В документе «Internet Freedom and Broadcast Deployment Act of 2001», принятом на второй сессии 107-го заседания Конгресса Соединенных Штатов Америки, представлено следующее определение интернета: «Термин «Internet» означает совокупность большого числа связанных компьютеров и средств телекоммуникации, включающих в себя оборудование и программное обеспечение, которые составляют всемирную Сеть, использующую протоколы ТСП/IP (или любые предшествующие или последующие версии этих протоколов) для передачи информации посредством проводной или беспроводной связи»⁷⁶. Таким образом, интернет – это в первую очередь совокупность огромного числа компьютерных и телекоммуникационных средств, связанных воедино и составляющих тем самым единую Сеть. В гуманитарных исследованиях интернет рассматривают сквозь призму функций, которые он выполняет. Так, А.В. Соколов в «Общей теории социальной коммуникации»⁷⁷ дает следующие определения интернета, соответствующие его функциям:

- это глобальный коммуникационный канал, который обеспечивает передачу мультимедийных сообщений по всему миру (коммуникационно-пространственная функция);

⁷⁶ Internet Freedom and Broadcast Deployment Act of 2001. [Электронный ресурс] <http://www.gpo.gov/fdsys/pkg/BILLS-107hr1542rfs/pdf/BILLS-107hr1542rfs.pdf>. Дата обращения: 07.07.2014.

⁷⁷ Соколов, А.В. Общая теория социальной коммуникации: учебное пособие. СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2002. С. 208.

- это общедоступное хранилище информации (коммуникационно-временная функция);
- вспомогательное средство социализации и самореализации личности и социальной группы (коммуникационно-социализирующая функция).

Мы в полной мере соглашаемся с выделением указанных функций интернета, и существенным для понимания этого понятия является то, что *интернет – это в первую очередь средство коммуникации*. Сейчас можно утверждать, что интернет – это одно из самых эффективных средств глобализации, которое фактически связывает человечество в единую Сеть, предоставляющую небывалую ранее возможность неразрывного глобального общения, роли которой можно посвятить отдельное диссертационное исследование.

Очевидно, что в настоящее время интернет приобрел огромное социальное значение и оказывает влияние на людей, их образ жизни и на то, как они выстраивают общение с другими людьми. Социальные свойства интернета обычно связывают с

- «возможностью осуществления интеграционных процессов, вытеснения непосредственного человеческого общения искусственными формами социальной коммуникации, приводящими к изменению повседневного социального опыта взаимодействия индивидов и социальных групп;
- появлением новых видов социальных образований в форме интернет-сообществ;
- трансляцией знаний, установок, норм и т.п.;
- расширением возможностей обработки, передачи, усвоения информации; реализацией многократного увеличения возможности и скорости осуществления коммуникации, а также новых форм

функционирования языка в пространстве глобальных интернет-коммуникаций»⁷⁸.

«Интернет – самоформирующаяся и самореализующаяся система, обладающая безразмерными и быстро воспроизводимыми ресурсами памяти, приближающимися к человеческим темпам «мышления», способностью осваивать информацию полиэкранно и нелинейно, а также предоставляющая личности возможность прямого, творческого, свободного и интерактивного участия в массовой коммуникации. Реализация всех этих действий для человеческой личности невозможная все ее языковой идентификации. Следовательно, Интернет не можете развиваться никак иначе, кроме как особая область функционирования языка и речи»⁷⁹. Выделение таких возможностей интернета привело к возникновению в лингвистике большого интереса к исследованию дискурсивных особенностей онлайн-коммуникации, например, Н.А. Ахренова, Е.Н. Галичкина, О.В. Дедова, Е.А. Вишнякова, В.Г. Костомаров, Л.Г. Ковальская, Т.Н. Колокольцева, С.В. Титова, Л.Ю. Щипицина и многих других.

Следует отдельно уделить внимание вопросу о написании термина *интернет*, по которому существует два мнения.

Одни исследователи и ученые считают, что *интернет* нужно непременно писать с заглавной буквы, аргументируя это тем, что, по сути, *Интернет* – это имя

⁷⁸ Грошко, Е.И. Современная интернет-коммуникация: структура и основные параметры. Интернет-коммуникация как новая речевая формация: коллективная монография/ научные редакторы Т.Н. Колокольцева, О.В. Лутовинова. – М.: ФЛИНТА: Наука, 2012. С. 22.

⁷⁹ Вишнякова, Е.А. Функциональные особенности семиотического потенциала электронного сообщения в процессе передачи информации. // Вестник Самарского государственного университета. 2013. №5 (106). С. 44.

собственное. Например, в «Русском орфографическом словаре Российской академии наук»⁸⁰ представлено следующее написание: *Интернет*.

Другие специалисты утверждают, что в русском языке *интернет* перестал функционировать как имя собственное и перешел в разряд нарицательных существительных, писать которые следует со строчной буквы. Так, в «Толковом словаре иностранных слов» мы находим следующее пояснение относительно правописания этого слова: «**ИНТЕРНЁТ** [тэ, нэ], а, м., с прописной буквы [англ. Internet <inter(national) международный + net сеть]>»⁸¹.

Интересным, что сторонники обеих точек зрения соглашаются, что в составных словах типа *интернет-ресурс*, *интернет-публикация* первая часть всегда пишется со строчной буквы, выступая в роли прилагательного.

В статье «Как писать слова, связанные с интернетом», опубликованной на портале «ГРАМОТА.РУ», даются следующие сведения: «При самостоятельном употреблении сейчас возможно написание с прописной и строчной буквы: *доступ к Интернету* и *доступ к интернету*, *пользоваться Интернетом* и *пользоваться интернетом*. ...

Такое написание установлено в 4-м издании «Русского орфографического словаря» РАН (М., 2012)»⁸².

⁸⁰ Русский орфографический словарь Российской академии наук. /Отв. ред. В. В. Лопатин. Электронная версия, «ГРАМОТА.РУ», 2001–2007. [Электронный ресурс] <http://www.gramota.ru/slovari/dic/?word=%E8%ED%E2%E5%F0%ED%E5%F2&all=x> Дата обращения: 05.01.2015

⁸¹ Крысин, Л.П. Толковый словарь иноязычных слов. — М.: Эксмо, 2008. — 944 с. — (Библиотека словарей). [Электронный ресурс] <https://slovari.yandex.ru/%D0%B8%D0%BD%D1%82%D0%B5%D1%80%D0%BD%D0%B5%D1%82/%D0%BF%D1%80%D0%B0%D0%B2%D0%BE%D0%BF%D0%B8%D1%81%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D0%B5/> Дата обращения: 05.01.2015

⁸² Как писать слова, связанные с интернетом. [Электронный ресурс] «ГРАМОТА.РУ» <http://www.gramota.ru/spravka/letters/?rub=internet> Дата обращения: 05.01.2015.

Мы, в свою очередь, придерживаемся написания слова *интернет* со строчной буквы, считая его нарицательным и склоняя его по правилам русского языка.

2.1.2. Понятие *коммуникации*

Термин *коммуникация* широко употребим в современной лингвистике и имеет большое количество определений.

В «Словаре лингвистических терминов» О.С. Ахмановой можно найти следующее определение: «коммуникация – сообщение или передача при помощи языка некоторого мысленного содержания».⁸³ Данное определение представляется нам довольно узким, так как в нем коммуникация рассматривается через призму языка, как главного источника передачи мысленного содержания. Однако очевидно, что мысленное содержание, хоть и не в такой степени, может быть также передано знаками других систем: жестами, картинками, эмотиконами/смайлами и т.д.

В книге «Язык и межкультурная коммуникация» С.Г. Тер-Минасова приводит следующие определения термина *коммуникация* из разных источников:

«Коммуникация – акт общения, связь между двумя или более индивидами, основанная на взаимопонимании; сообщение информации одним лицом другому или ряду лиц (Словарь иностранных слов. Изд. 7-е. М., 1979).

Коммуникация – сообщение, общение (С. И. Ожегов. Словарь русского языка. М., 1972.).

Communication. Act of imparting (esp. news); information given; intercourse (The Concise Oxford Dictionary. Oxford University Press, 1964.). Коммуникация. Акт обмена (особенно новостями); данная информация; общение (перевод С.Г. Тер-Минасовой).

⁸³ Ахманова, О.С. Словарь лингвистических терминов. М.: «Советская энциклопедия», 1966. С. 200–201.

Communication is the activity or process of giving information to other people or living things. *Insects such as ants have a highly effective system of communication... There was poor communication between officers and crew.*

Communications are the systems and processes that are used to communicate or broadcast information. *Communications inside the country have also been seriously disrupted...*

A **communication** is a letter or telephone call; a formal use. *...a secret communication from the Foreign Minister* (BBC English Dictionary. Harper Collins Publishers, 1992.). **. ** **Коммуникация** – акт или процесс передачи информации другим людям или живым существам. *У муравьев и подобных насекомых высоко развита эффективная система коммуникации... Между офицерами и командой была плохая связь (букв. коммуникация).*

Коммуникации – системы и процессы, используемые для общения или для передачи информации. *Система коммуникаций в стране также была серьезно нарушена...*

Коммуникация – письмо или телефонный звонок; формальное использование. *...секретное послание (букв. секретная коммуникация) от министра иностранных дел.* (перевод С.Г. Тер-Минасовой).

Communications are the various methods of sending information between people and places, esp. official systems such as post systems, radio, telephone, etc.: *Less than 2% of all overseas aid is going to improve communications.*

Communications are also the ways which people use to form relationships with each other and understand each other's feelings: *Communications between parents and children are often difficult* (Cambridge International Dictionary of English. Cambridge University Press, 1995.) ***. *** **Коммуникации** – различные методы передачи информации между людьми, особенно официальные системы – почта, радио, телефон и т.д.: *Менее 2% международной помощи пойдет на улучшение коммуникаций* (перевод С.Г. Тер-Минасовой).

Коммуникации – это также способы, с помощью которых люди строят отношения друг с другом и понимают чувства друг друга: *Отношения (буков. коммуникации) между родителями и детьми часто очень сложные*»⁸⁴.

Одни из этих определений являются частными по отношению к другим, однако общее в них то, что **коммуникация – это взаимодействие с целью передачи информации**. В нашем исследовании мы придерживаемся именно такой трактовки этого понятия.

2.1.3. Понятие *онлайн-коммуникации* и его соотношение с понятием *дискурса*

В современных лингвистических исследованиях нет устоявшегося термина, относящегося в данному виду человеческого общения, и нет единства по отношению к трактовке предлагаемых терминов. Так, в литературе можно встретить следующие термины: *виртуальный дискурс* (О.В. Лутовинова), *компьютерно-опосредованная коммуникация* (Л.Ю. Щипицина, И.Н. Розина), *электронное общение/коммуникация* (Е.Н. Галичкина), *интернет-коммуникация* (Т.Н. Колокольцева) и т.д.

В книге «Компьютерно-опосредованная коммуникация: Лингвистический аспект анализа» Л.Ю. Щипицина приводит результаты своего исследования употреблений различных терминов, описывающих этот вид взаимодействия, в виде следующей таблицы 2⁸⁵:

⁸⁴ Тер-Минасова, С.Г. Язык и межкультурная коммуникация. 2-е издание полностью, доработанное. С.Г. Тер-Минасова. М.: Издательство МГУ, 2004. С. 14–15.

⁸⁵ Щипицина, Л.Ю. Компьютерно-опосредованная коммуникация: Лингвистический аспект анализа. М.: КРАСАНД, 2010. С. 32.

Таблица 2

Термин	Количество ссылок, 24.07.2008	Количество ссылок, 15.12.2009	Научные работы, в которых используется термин
<i>Базовое слово «коммуникация»</i>			
Электронная коммуникация	1890	4600	[Смирнов, 2004; Горошко, 2005; Рязанцева, 2010]
Интернет- коммуникация	1520	6530	[Горошко, 2006]
Компьютерно- опосредованная коммуникация	1090	38900	[Розина, 2002, 2005; Раскладкина, 2005; Волкова 2007]
Виртуальная коммуникация	1040	2410	[Травин, 2001; Бергельсон, 2002, Потапова, 2004]
Компьютерная коммуникация	774	3730	[Бакулев, 2005, с. 139- 146]
Сетевая коммуникация	531	56600	Жичкина, Белинская, 1999; Обухов, 2008]
<i>Базовое слово «дискурс»</i>			
Компьютерный дискурс	207	1470	[Леонтович, 2000; Галичкина, 2001, Кондратов, 2004]
Сетевой дискурс	211	790	[Моргун, 2002]
Виртуальный дискурс	170	1240	[Лутовинова, 2007; Компанцева, 2006, 2007]

Интернет-дискурс	128	515	[Компанцева, 2004; Громова, 2007; Егорова, 2008]
Электронный дискурс	97	498	[Аврамова, 2004; Соколинская, 2004]
Компьютерно- медийный дискурс	4	8	[Ковальская, 2003; Коретникова, 2006]

Л.Ю. Щипицина утверждает, что данные, представленные в таблице 2, «позволяют прийти, в частности, к выводу, что количество обозначений исследуемого феномена со временем увеличивается, что можно объяснить повышением роли данной формы коммуникации в жизни человека, увеличением корпуса текстов в интернете соответствующей тематики, а также определенным ростом популярности данного рода исследований»⁸⁶.

На основании данной таблицы мы провели собственное статистическое исследование при помощи поисковой системы Google и получили следующие результаты употребления этих словосочетаний, приведенные в таблице 3.

Таблица 3

Термин	Количество ссылок в поисковых сетях Google на 07.07.2014
<i>Базовое слово «коммуникация»</i>	
Интернет-коммуникация	3 300 000
Сетевая коммуникация	2 340 000
Электронная коммуникация	2 050 000
Онлайн-коммуникация	1 150 000
Компьютерная коммуникация	800 000
Виртуальная коммуникация	169 000

⁸⁶ Щипицина, Л.Ю. Компьютерно-опосредованная коммуникация: Лингвистический аспект анализа. М.: КРАСАНД, 2010. С. 33.

Компьютерно-опосредованная коммуникация	5 480
<i>Базовое слово «дискурс»</i>	
Компьютерно-медийный дискурс	1 020 000
Сетевой дискурс	867 000
Виртуальный дискурс	552 000
Интернет-дискурс	309 000
Электронный дискурс	135 000
Компьютерный дискурс	46 000

Очевидно, что такое многообразие терминов по отношению к исследуемой нами сфере человеческого взаимодействия обусловлено его новизной и стремлением исследователей внести что-то новое, свое, отличное от других в разработку данной темы.

Так, Е.Н. Галичкина определяет *электронное общение* как «любое общение в компьютерных сетях, общение с использованием особого рода сигналов – электронных сигналов коммуникации»⁸⁷. В предисловии к коллективной монографии «Интернет-коммуникация как новая речевая формация» Т.Н. Колокольцева пишет: «*Интернет-коммуникацию* можно определить как полифункциональное общение в электронной среде, для которого характерны дистантность, опосредованность, мультимедийность, гипертекстуальность...»⁸⁸. Она также подчеркивает, что интернет-коммуникацию отличает коммуникативное многообразие, динамизм и полифункциональность.

⁸⁷ Галичкина, Е.Н. Специфика компьютерного дискурса на английском и русском языках (на материале жанра компьютерных конференций): автореф. дис. канд. филол. наук: 10.02.20 / Галичкина Елена Николаевна. – Волгоград, 2001. – 20 с.

⁸⁸ Колокольцева, Т.Н. Предисловие. Интернет-коммуникация как новая речевая формация: коллективная монография/ научные редакторы Т.Н. Колокольцева, О.В. Лутовинова. М.: ФЛИНТА: Наука, 2012.С. 5.

Л.Г. Ковальская определяет *компьютерно-медийный дискурс* как «совокупность разнообразных видов речевого общения посредством электронной среды».⁸⁹ П.Е. Кондрашов рассматривает *компьютерный дискурс*, определяя его как «не только процесс и результат общения посредством компьютера, но и «околокомпьютерную» сферу коммуникации: общение специалистов этой области знаний, печатную продукцию об общении этого рода, тексты компьютерных игр и т.д.»⁹⁰.

Очевидно, встает проблема соотношения понятий *коммуникации* и *дискурса* в контексте исследований взаимодействия в интернете. Как мы отмечали в параграфе 1.1., существует лингвистическое и нелингвистическое употребление термина *дискурс*. При этом нами подчеркивалось, что *дискурс* в нелингвистическом употреблении всегда имеет определение какой или чей. При более детальном рассмотрении становится очевидно, что термины *компьютерно-медийный дискурс*, *сетевой дискурс*, *виртуальный дискурс*, *интернет-дискурс*, *электронный дискурс*, *компьютерный дискурс* имеют не собственно лингвистическое, а скорее социологическое употребление. Целью исследований, оперирующих такой терминологией, являются не процессы речепроизводства и интерпретации высказываний, а выявление отличительных черт, характеристик того или иного общения, опосредованного информационно-коммуникационными интернет-ресурсами, общением определенной группы людей на определенные темы. Нами же ***дискурс* рассматривается как текст в совокупности с ситуацией его порождения, накладывающей определенные ограничения на него.**

Также, мы не используем термин *электронная коммуникация/среда*, которое представляется нам наиболее широким и включающим в себя, с нашей точки

⁸⁹ Ковальская, Л.Г. Синхронный компьютерно-медийный дискурс: механизм действия и коммуникативные цели. // Язык и межкультурная коммуникация. Международный лингвистический журнал. Майкоп. 2003. № 1. С. 56–66.

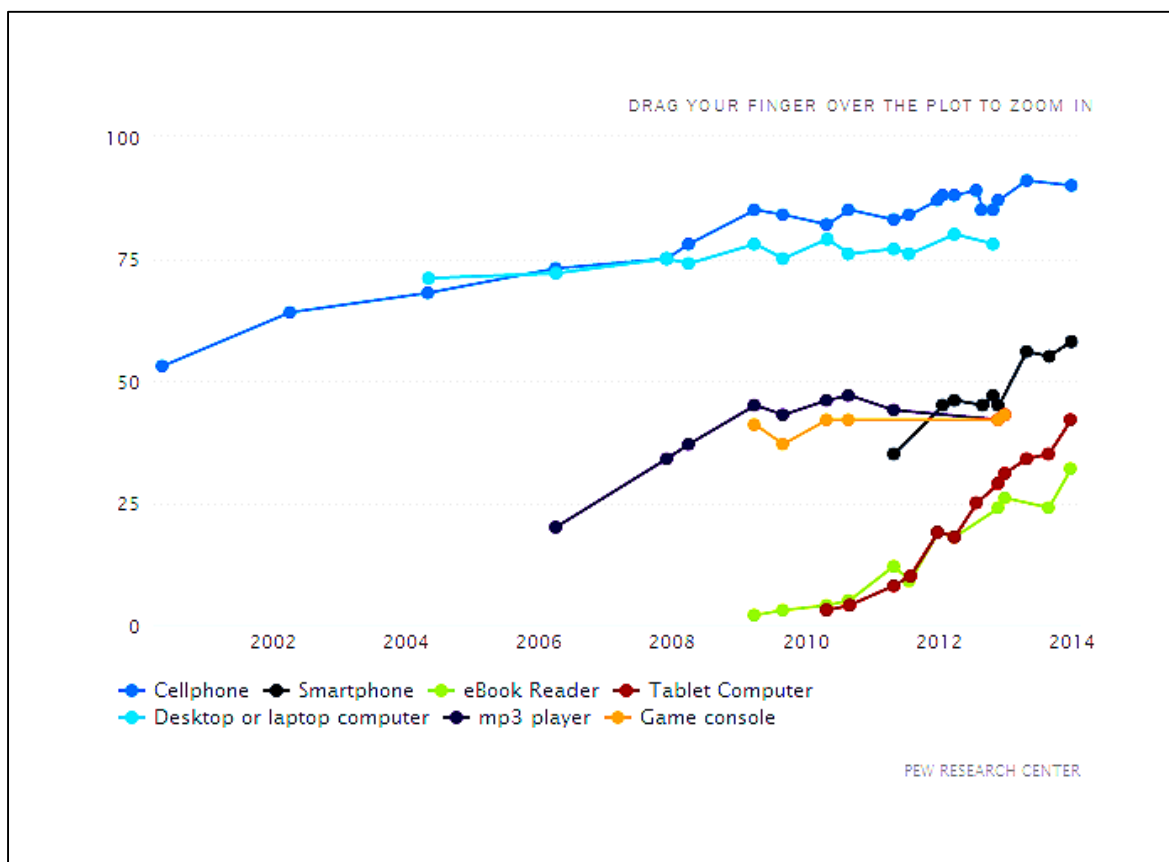
⁹⁰ Кондрашов, П.Е. Компьютерный дискурс: социологический аспект: дис. канд. филол. наук: 10.02.19 / Кондрашов Павел Евгеньевич. – Краснодар, 2004. С. 44.

зрения, не только онлайн-коммуникацию, но и коммуникацию посредством факса, мобильного телефона (звонков, смс), которые по сути также являются электронным общением.

Термин *компьютерно-опосредованная коммуникация*, с нашей точки зрения, уже устарел, так как большую роль в такого рода коммуникации сейчас играют мобильные устройства: планшеты, мобильные телефоны, и данный термин не в полной мере описывает такой феномен.

По статистическим данным сайта Pew Research Internet Project для выхода в интернет в различных случаях жизни примерно 90% пользователей применяют мобильные телефоны, 78% – компьютеры и ноутбуки, 42% – планшеты, 32% – электронные книги, 43% – игровые приставки, 58% – смартфоны. Результаты этого исследования представлены на рисунке 3⁹¹.

Рисунок 3



⁹¹ Pew Research Internet Project [Электронный ресурс] <http://www.pewinternet.org/three-technology-revolutions/> Дата обращения: 10.07.2014.

Термин *онлайн-коммуникация* широко используется западными исследователями, например, Е. Ангели⁹², Э. Вуд и М. Смит⁹³, С. Дитцель⁹⁴ и др., однако в отечественной и исследовательской литературе он не так распространен.

В рамках нашей работы мы исследуем *онлайн-коммуникацию*, определяемую нами **как любое взаимодействие индивидов, осуществляемое посредством информационно-коммуникационных интернет-ресурсов.**

Необходимо подчеркнуть, что мы не используем термин *онлайн-дискурс*, когда говорим об общении в сети в широком смысле (для этого мы используем термин *онлайн-коммуникация*), мы используем его для описания **конкретного примера дискурса, взятого из интернет-ресурсов.**

Преимущество употребления термина *онлайн*, обозначающего присутствие в сети (при этом присутствие может быть как активным, так и пассивным: пользователь может отвечать на сообщения, публиковать посты, а может наблюдать за происходящим в сети, не оставляя комментариев) заключается в том, что дискурс может состояться, только если хотя бы один участник находится онлайн. То есть, не может существовать оффлайн-дискурса, так как сообщение передается, только когда хотя бы один участник находится онлайн.

Очевидно, что у такого рода коммуникации есть свои специфические, отличительные характеристики, описанию которых будет посвящен следующий параграф.

⁹² Angeli, E. Varying Definitions of Online Communication and Their Effects on Relationship Research. Purdue University. 10 p.

⁹³ Wood, A.F., Smith M.J. Online Communication: Linking Technology, Identity, & Culture. New York: Psychology Press. 2014. 248 p.

⁹⁴ Dietzel, S. E-mails, Chat and Online Communication – Towards a New English? Philipps University Marburg. 2007. 18 p.

2.2. Общие характеристики онлайн-коммуникации

Сложно не согласиться с тем, что компьютерные и мобильные технологии оказывают большое влияние на современного человека, а онлайн-коммуникация стала одной из важнейших сфер его существования. Следует более подробно остановиться на характеристиках этой коммуникации, выделяемых такими исследователями, как Е.Н. Галичкина, О.В. Дедова, Т.Г. Добросклонская, М.В. Масалова, И.Н. Розина, Т.И. Рязанцева, С.В. Титова, Я.В. Трепак, Л.Ю. Щипицина, и другие.

1. Электронный сигнал как канал общения и опосредованность.

Очевидно, что онлайн-коммуникация, хотя часто и осуществляемая мгновенно, является всегда опосредованной, происходит при помощи какого-либо технического средства (компьютера, ноутбука, планшета, мобильного телефона) через электронный канал связи, не напрямую. Это обуславливает «необходимость с большей тщательностью продумывать свое сообщение, поскольку все, что может быть неправильно понято, понимается неправильно; невозможность моментально погасить вспышку неприятия и недопонимания текста надлежащим комментарием или аргументом; трудность выражения своих чувств и эмоций, трудоемкость передачи настроения в тексте (отсутствуют некоторые инструменты выразительности: интонации, паузы, акцент, тембр, ритм, даже жесты и мимика)»⁹⁵

2. **Виртуальность.** Эта характеристика заключается в том, что онлайн-коммуникация рождается в виртуальной реальности: параллельной той, в которой создается сообщение каждым из участников дискурса. Иными словами, речепроизводство происходит в реальном времени, в реальном месте, но направлено на воздействие на собеседника, который в свою очередь также находится в реальности, но общение между ними происходит в виртуальной среде,

⁹⁵ Трепак, Я.В. Основные характеристики электронной коммуникации. // Вестник МГОУ. Серия «Лингвистика». 2011. № 3. С. 86.

другими словами высказывание порождается в действительности, но реализуется в виртуальной реальности.

Зачастую общение происходит с неизвестными, в какой-то степени воображаемыми, собеседниками, образы которых формируются в восприятии участников общения, но могут не соответствовать реальности. То есть можно утверждать, что в ходе общения с неизвестным человеком, мы узнаем его *виртуальную личность*. В Толковом словаре компьютерных терминов *виртуальный* определяется как «не имеющийся в действительности или не находящийся там, где мы думаем»⁹⁶. Иными словами, мы представляем, воображаем собеседника и зачастую не можем проверить соответствует ли наше восприятие реальности. Однако это не значит, что порождаемый в нашем восприятии образ неверный или неистинный, он виртуальный.

В.Г. Костомаров в своей книге «Наш язык в действительности» пишет: «...виртуальный мир «голубого нигде» лишь притворяется виртуальным»⁹⁷. Важно подчеркнуть, что **сам дискурс, реализующийся в виртуальной реальности, не виртуальный, а реальный**. По сути не может существовать *виртуального дискурса* в лингвистическом понимании этого понятия, так как дискурс – это текст, погруженный в ситуацию его порождения, где ситуация – это онлайн-коммуникация между определенными участниками общения с их социальными и возрастными характеристиками, тематика дискурса и т.д. Виртуального, не имеющегося в действительности текста, погруженного в ситуацию, быть не может, он всегда реален, хоть и существует в виртуальной реальности. Словосочетание *виртуальный дискурс* может употребляться в нелингвистическом контексте,

⁹⁶ Косцов, А., Косцов, В. Толковый англо-русский и русско-английский словарь компьютерных терминов. М.: Мартин, 2004. С. 236.

⁹⁷ Костомаров, В.Г. Наш язык в действительности: Очерки современной русской стилистики/ В.Г. Костомаров. – М.: Гардарики, 2005. С. 184.

описывая общение, посвященной теме виртуальности или любой другой теме, связанной с виртуальностью.

3. **Дистантность.** Эта характеристика заключается в том, что участники онлайн-коммуникации удалены друг от друга в пространстве и/или во времени. Она является одной из основополагающих для исследования дискурса в онлайн-коммуникации, так как она обуславливает синхронность или асинхронность дискурса. То есть, важным с нашей точки зрения, является вопрос о том, осуществляется ли связь в асинхронном режиме, когда процессы приема/передачи информации разнесены во времени, или в синхронном режиме, когда обмен информацией происходит в режиме реального времени. Синхронность или асинхронность – это еще одна характеристика онлайн-коммуникации, речь о которой пойдет в пункте 8.

Пространственная отдаленность участников общения не играет большой роли для анализа дискурса. В рамках социологического или антропологического исследования такой коммуникации интересными были бы те случаи, когда онлайн-коммуникация осуществляется людьми, находящимися в реальности в одном месте в одно время, однако, это не материал нашего исследования.

4. **Высокая степень доступности и анонимность.** Очевидно, что участником онлайн-коммуникации может оказаться любой человек, независимо от его социальной, национальной, религиозной, половой, возрастной и других принадлежностей. Например, персональную страницу пользователя социальной сети может увидеть любой другой пользователь этой сети, если первый не установил ограничения приватности.

С этим параметром связана этическая сторона сбора материала нашего исследования. Дело в том, что нам представляется возможным использовать любой разговор пользователей интернета, находящийся в открытом доступе, то есть тот, на который не распространяются настройки приватности, открытый для любого стороннего наблюдателя. При этом мы не сообщаем пользователям, что используем их разговоры в качестве материала исследования, так как любой

пользователь, не скрывающий свою страницу, блог, форум и т.д., осознает возможность присутствия стороннего наблюдателя.

Анонимность как одна из важных характеристик онлайн-коммуникации также накладывает ограничения на исследование. «Очень сложно систематизировать и объяснить часто окказиональные факторы, связанные с мотивацией и обусловленностью использования языка. При анализе необходимо учитывать возраст, пол, социальную и этническую принадлежность. Но в условиях полной анонимности мы должны полностью полагаться на ту личную информацию, которую пользователи размещают в Сети. Именно поэтому представляется проблематичной выработка критериев интерпретации полученных данных, тем более что порой нельзя быть уверенным даже в базовых критериях анализа, например, пол и национальная принадлежность трудно угадываются. В этом случае лингвист должен обладать достаточно прочными знаниями в области психологии, владеть рядом разработанных профессиональных методик определения реальной личности, которая скрывается за личностью виртуальной»⁹⁸.

5. Гипертекстуальность. Гипертекст — это текст, «составленный из относительно небольших фрагментов текста и таким образом, что эти фрагменты можно читать не в одном, раз и навсегда определенном (например, номерами страниц, как в обычной книге) порядке, а разными путями — в зависимости от интересов читателя, причем пути эти вполне равноценны. Читатель волен «прокладывать маршрут» по документу или системе документов с помощью гиперссылок (линков), то есть указаний на другие фрагменты текста, «привязанные» ко всему текущему фрагменту или к какому-нибудь его конкретному месту»⁹⁹.

⁹⁸ Ахренова, Н.А. Теоретические основы Интренет-лингвистики. // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2013. №10 (28). С. 24.

⁹⁹ Визель, М. Гипертексты по ту и эту сторону экрана. // Иностранная литература. 1999. №10. С. 170.

В онлайн-коммуникации гипертекстуальность реализуется при помощи гиперссылок или чаще сокращенно – ссылок, выделенных как правило цветом и/или подчеркиванием. «Гиперссылка – знак особого рода, имеющий определенную форму (слово, предложение, визуальный элемент) и содержащий встроенный, чаще всего невидимый для пользователя указатель на другой текстовый блок в виде URL»¹⁰⁰. Один клик (одно касание) переводит пользователя на другую страницу, содержащую текст, на который ссылаются. На рисунке 4 показан текст с гиперссылкой *Henry Stuart, Lord Darnley*, а на рисунке 5 текст, к которому приводит гиперссылка.

Рисунок 4

The screenshot shows the Wikipedia page for Mary, Queen of Scots. The article text includes a link to 'Henry Stuart, Lord Darnley'. To the right is a portrait of Mary Stuart. Below the portrait is a caption: 'Portrait of Mary after François Clouet. c. 1559'. Below the caption is a box with the title 'Queen of Scots' and the dates '14 December 1542 – 24 July 1567'.

¹⁰⁰ Щипицина, Л.Ю. Компьютерно-опосредованная коммуникация: Лингвистический аспект анализа. М.: КРАСАНД, 2010. С. 260.

Рисунок 5

Create account Log in

Article Talk Read Edit View history Search

Henry Stuart, Lord Darnley

From Wikipedia, the free encyclopedia

Henry Stewart or **Stuart, 1st Duke of Albany** (7 December 1545 – 10 February 1567), styled **Lord Darnley** before 1565, was **king consort** of **Scotland** from 1565 until his murder at **Kirk o' Field** in 1567. Many contemporary narratives describing his life and death refer to him as Lord Darnley, his title as **heir apparent** to the **Earldom of Lennox**, and it is by this appellation that he is now generally known.^[1]

He was the second but eldest surviving son of **Matthew Stewart, 4th Earl of Lennox**, and his wife, **Lady Margaret Douglas**. Darnley's maternal grandparents were **Archibald Douglas**, sixth **Earl of Angus**, and **Margaret Tudor**, daughter of **Henry VII of England**, and widow of **James IV**, king of Scots. It is the common belief that Henry Stewart was born on 7 December, but this is disputed. He was a first cousin to and the second husband of **Mary, Queen of Scots**, and was the father of her son **James VI of Scotland**, who succeeded **Elizabeth I of England** as James I of England.^[2]

Contents [hide]

- 1 Early life
 - 1.1 A princely education
- 2 The Lennox Crisis
- 3 Marriage to the Queen of Scots
- 4 Estrangement
- 5 Death
- 6 Aftermath
- 7 Titles, styles, honours and arms
 - 7.1 Titles and styles
 - 7.2 Honours

Henry Stewart



King consort of Scotland

Reign 29 July 1565 – 10 February 1567

Мы соглашаемся с Л.Ю. Щипициной, которая пишет, что «гипертекстуальность – нелинейный характер организации текста; текст при этом обычно строится из небольших равнозначных по важности блоков, порядок следования которых не является строго заданным»¹⁰¹.

Гиперссылки зачастую могут отсылать не только к другим текстам, но и к мультимедийным файлам: картинкам, звуку, видео и т.д. Это проявление другой немаловажной характеристики онлайн-коммуникации: мультимедийности.

6. Мультимедийность. Эта характеристика заключается в том, что онлайн-коммуникация не ограничивается вербальным выражением, а включает в себя звук, графические элементы, видео, анимацию, используемые участниками дискурса для разных целей: проиллюстрировать свое высказывание, привести пример, доказательство, развлечь собеседника, задать новую тему для общения и т.д.

Мультимедийность представляется нам одной из наиболее интересных и не в полной мере изученных с лингвистической точки зрения характеристик онлайн-

¹⁰¹ Щипицина, Л.Ю. Компьютерно-опосредованная коммуникация: Лингвистический аспект анализа. М.: КРАСАНД, 2010. С. 67

коммуникации, однако, она лежит в большей степени за рамками нашего исследования.

7. **Интерактивность.** По мнению С.В. Титовой, «интерактивность – это, во-первых, способность человека активно влиять на содержание, внешний вид и тематическую направленность компьютерной программы или электронных ресурсов, во-вторых, возможность общаться, высказывая свое мнение и узнавая мнение партнера по общению»¹⁰².

Мы в полной мере соглашаемся с приведенным определением и считаем, что преимущество такой трактовки этого понятия заключается в разграничении интерактивности по типу *взаимодействие между пользователем и электронным средством* или *взаимодействие пользователей при помощи электронного средства*.

При этом важно отметить, что под взаимодействием пользователя и электронного средства (компьютера, планшета, мобильного телефона и т.д.) понимается способность человека конструировать свое высказывание в том виде, который ему нравится, вносить изменения, удалять сообщения и т.д. Интересно, что сегодня пользователь может не только менять сообщение в процессе его создания, но и редактировать его уже после того, как сообщение было опубликовано.

Второй вид интерактивности (взаимодействие пользователей при помощи электронного средства) наиболее соответствует нашему пониманию онлайн-коммуникации как любого взаимодействия индивидов, осуществляемого посредством информационно-коммуникационных ресурсов интернета. Понятие интерактивности здесь связано с диалогичностью/полилогичностью общения, если

¹⁰² Титова, С.В. Информационно-коммуникационные технологии в гуманитарном образовании: теория и практика. Пособие для студентов и аспирантов языковых факультетов университетов и вузов. М.: 2009. С. 63.

воспринимать интерактивность как «одновременную коммуникативную активность разных участников общения»¹⁰³.

На основании такого понимания в своей статье «Сущность и специфика компьютерного дискурса как объекта лингвистического исследования»¹⁰⁴ Т.А. Сытникова делит жанры онлайн-коммуникации (в ее трактовке – компьютерного дискурса) по степени интерактивности. Так, с ее точки зрения, *высокой степенью интерактивности* обладают, например, чаты и ICQ (эта программа сейчас используется крайне редко), *средней степенью интерактивности* обладают форумы и блоги, а *низкой степенью интерактивности* – электронное письмо. При этом автор напрямую связывает понятие интерактивности со скоростью реакции собеседника на сообщение.

Следует отметить, что в понятии интерактивности, с нашей точки зрения, гораздо более важную роль играет **способность того или иного интернет-ресурса обеспечить пользователя возможностью взаимодействия с другим пользователем**, а не скорость реакции. В этой связи мы соглашались с Л.Ю. Щипициной, утверждающей, что «интерактивность может быть реальной, то есть действительно характеризующей реальный процесс коммуникации, или потенциальной, когда в тексте лишь закладываются возможности для интерактивного взаимодействия»¹⁰⁵, т.е. для коммуникации. Так общение в чате обладает реальной интерактивностью (большей степенью интерактивности), а блог обладает лишь потенциальной интерактивностью (средней степенью интерактивности), так как автор, публикующий пост в блоге, никогда не знает, отреагирует ли на него кто-либо или нет. В интернете существуют публикации, где

¹⁰³ Щипицина, Л.Ю. Компьютерно-опосредованная коммуникация: Лингвистический аспект анализа. М.: КРАСАНД, 2010. С. 75

¹⁰⁴ Сытникова, Т.А. Сущность и специфика компьютерного дискурса как объекта лингвистического исследования. // Вестник ИГЛУ. Сер. Филология. 2008. № 3. С. 142–149.

¹⁰⁵ Щипицина, Л.Ю. Компьютерно-опосредованная коммуникация: Лингвистический аспект анализа. М.: КРАСАНД, 2010. С. 74.

отключена возможность комментирования, такие публикации лишены интерактивности в рамках онлайн-коммуникации.

Важно подчеркнуть, что скорость реакции одного участника онлайн-дискурса на высказывание другого мы считаем неотъемлемой характеристикой синхронной/асинхронной онлайн-коммуникации.

8. Синхронность или асинхронность коммуникации.

Синхронной онлайн-коммуникация является тогда, когда участники общения задействованы в нем одновременно. При этом простое нахождение в сети не гарантирует синхронности, так как участник, находясь онлайн, может попросту проигнорировать или не заметить сообщения и отвечать на них не сразу, например, отлучившись от компьютера или отвлекшись на телефонный разговор.

Важным признаком синхронной коммуникации является то, что участники общения получают сообщения в момент их создания и отправления автором и реагируют на него незамедлительно, отправляя свое сообщение.

Асинхронной же будет та коммуникация, при которой участники получают и отправляют сообщения в ситуации разобщения, когда адресат не отвечает немедленно. При этом важно отметить, что при асинхронной онлайн-коммуникации участники могут тратить неограниченное количество времени на составление и редактирование своего сообщения, тогда как при синхронной коммуникации скорость ответа очень важна, и участники, обмениваясь репликами молниеносно, не имеют возможности долго обдумывать и редактировать высказывание.

Так, например, онлайн-коммуникацию в чатах можно отнести к синхронному виду коммуникации, а коммуникацию на форумах, блогах, микроблогах к асинхронному. При этом интерес представляют социальные сети, в которых интегрированы технологии как чатов, так и блогов и форумов, и где коммуникация может происходить как синхронно, так и асинхронно.

Очевидно, что электронная почта – это интернет-ресурс, дающий возможность реализации только асинхронной онлайн-коммуникации. Однако, мы не рассматриваем данный ресурс в качестве источника исследования.

Необходимо подчеркнуть, что изначально асинхронные интернет-ресурсы не исключают синхронной онлайн-коммуникации. Синхронность онлайн-коммуникации всегда зависит от присутствия пользователей онлайн и от их желания общаться, так как и форум, и блог, и микроблог поддерживают технологии синхронного общения. Таким образом, **в рамках нашего исследования синхронность или асинхронность онлайн-коммуникации ограничивается не столько интернет-ресурсом, сколько возможностями и желаниями участников общения.**

Интересно отметить, что многие авторы прослеживают некоторое сближение устной и письменной речи в онлайн-коммуникации, что непосредственно связано с ее синхронным или асинхронным характером.

9. Сближение устной и письменной речи.

Для синхронной онлайн-коммуникации, например, в чате или в личных сообщениях в социальных сетях, процесс речепроизводства и интерпретации сообщения происходит почти одновременно. Эта характеристика синхронности позволяет утверждать, что происходит сближение устной речи и онлайн-коммуникации **по временному признаку**. То есть участники имеют возможность **обмениваться репликами так быстро, как это происходит при устном дискурсе.**

Однако, в отличие от устной речи (за исключением преднамеренной аудиофиксации), все высказывания участников общения фиксируются в памяти электронного устройства, и как у любого высказывания, зафиксированного письменно, в онлайн-коммуникации появляется возможность неоднократного обращения к высказываниям. То есть участники общения могут перечитывать свои сообщения и конструировать дискурс, отталкиваясь от них.

В асинхронной онлайн-коммуникации сближение письменной и устной речи во временном аспекте не прослеживается, так как участники общения могут пользоваться неограниченным количеством времени для создания своего сообщения, имеют возможность редактировать и видоизменять их даже после публикации. Здесь не предполагается молниеносность реакции собеседника.

Еще одним отличием онлайн-коммуникации от устного общения является отсутствие реального личного контакта с собеседником. «Устное общение осуществляется при непосредственном контакте участников общения и реализуется в виде акустических сигналов, дополняемых невербальными и паравербальными способами коммуникации (мимика, жесты, интонация и т.д.), а письменное или печатное общение осуществляется при отсутствии непосредственного контакта коммуникантов с помощью графических знаков, фиксируемых на бумаге, экране монитора или других носителях»¹⁰⁶ (интересным в этой связи становится вопрос рассмотрения телефонных разговоров, в которых контакт участников общения осуществляется опосредованно (с помощью телефона), акустические сигналы и интонация сохраняются, но отсутствуют мимика и жесты).

Конечно, в онлайн-коммуникации разработана система передачи эмоций и даже жестов через эмотиконы – смайлы, призванные компенсировать это отсутствие. Люди могут выражать свои эмоции и жесты через средства мультимедиа: картинки, гиф-файлы (анимацию), видео, звуковое сопровождение, однако это не может в полной мере заменить личный, физический контакт участников общения.

Результаты сравнения синхронной/асинхронной онлайн-коммуникации и традиционной устной/письменной коммуникации можно представить в виде таблицы 4.

¹⁰⁶ Щипицина, Л.Ю. Компьютерно-опосредованная коммуникация: Лингвистический аспект анализа. М.: КРАСАНД, 2010. С. 77.

Таблица 4

Параметр сравнения	Устная коммуникация	Письменная коммуникация	Синхронная онлайн- коммуникация	Асинхронная онлайн- коммуникация
Личный контакт	+	–	–	–
Одновременность речепроизводства и интерпретации высказывания	+	–	+	–
Возможность долгого процесса конструирования высказывания (включающего в себя обдумывание, редактирование)	–	+	–	+
Возможность незамедлительной реакции собеседника на высказывание	+	–	+	+
Возможность неоднократного обращения к высказыванию	–	+	+	+

Мы наблюдаем сходство традиционной устной и синхронной онлайн-коммуникации по трем параметрам из пяти, традиционной письменной и асинхронной онлайн-коммуникации также по трем параметрам, традиционной письменной и синхронной онлайн-коммуникации только по двум параметрам.

Таким образом, нельзя говорить о полном соотношении традиционной устной и синхронной онлайн-коммуникации, традиционной письменной и асинхронной онлайн-коммуникации. Несмотря на то, что прослеживаются определенные сходства, их недостаточно для категорического утверждения.

Итак мы рассмотрели общие характеристики онлайн-коммуникации, присущие любому жанру такого рода общения. Поскольку в центре внимания

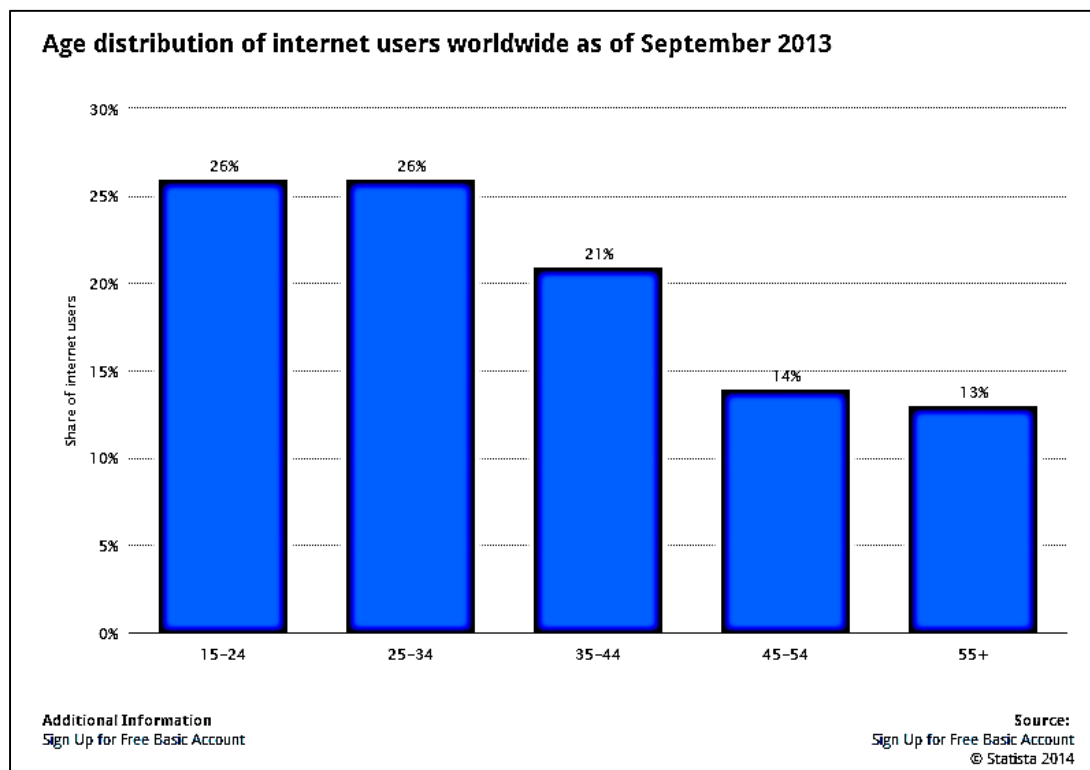
нашего исследования находится молодежная онлайн-коммуникация, мы считаем необходимым остановиться на ее отличительных чертах.

2.3. Характеристики молодежной онлайн-коммуникации

Молодежная онлайн-коммуникация в нашем понимании – это, как уже было отмечено, коммуникация носителей английского языка и культуры в возрасте 16 – 25 лет посредством интернета. Нам представилось интересным сузить исследуемый материал к коммуникации этой возрастной группы, так как по статистическим данным ее представители в большей степени используют интернет в общем и с целью общения, в частности.

Сайт Statista предоставляет следующие данные, приведенные на рисунке 6, относительно возраста пользователей интернета во всем мире на сентябрь 2013 года.

Рисунок 6¹⁰⁷

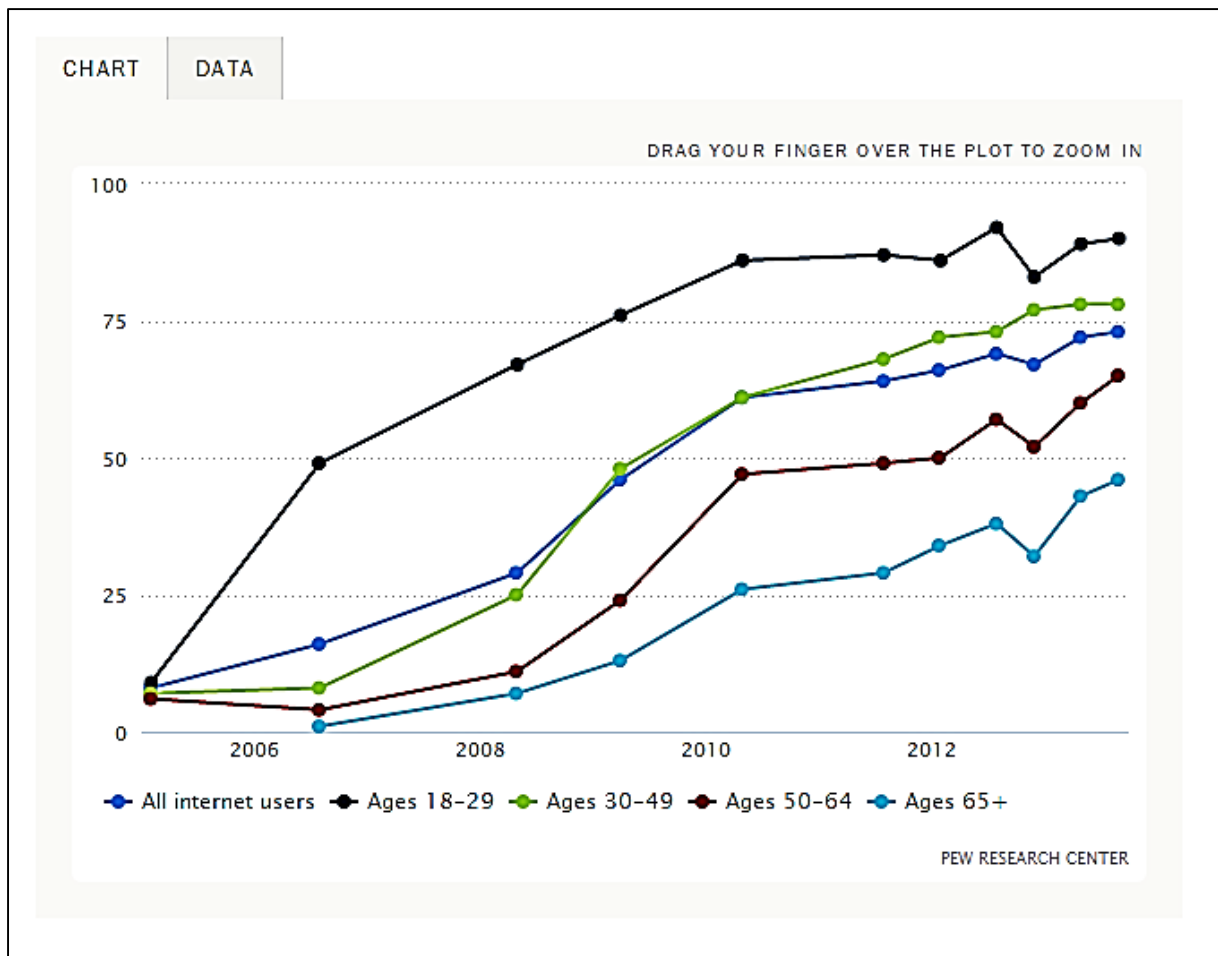


¹⁰⁷ Statista.com [Электронный ресурс] <http://www.statista.com/statistics/272365/age-distribution-of-internet-users-worldwide/> Дата обращения: 10.07.2014.

По этим данным, интернетом в большей степени пользуются люди в возрасте от 15 до 24 лет и от 25 до 34 лет, каждая группа составляет по 26% от общего количества пользователей Всемирной Сети.

По другим данным с сайта Pew Research Internet Project, представленным на рисунках 7 и 8¹⁰⁸, на конец 2013 года 90% людей в возрасте 18 – 29 лет пользуются интернетом.

Рисунок 7



¹⁰⁸ Pew Research Internet Project [Электронный ресурс] <http://www.pewinternet.org/data-trend/social-media/social-media-use-by-age-group/> Дата обращения: 10.07.2014.

Рисунок 8

CHART	DATA					
		All Internet users	Ages 18-29	Ages 30-49	Ages 50-64	Ages 65+
2/1/2005		8%	9%	7%	6%	
8/1/2006		16%	49%	8%	4%	1%
5/1/2008		29%	67%	25%	11%	7%
4/1/2009		46%	76%	48%	24%	13%
5/1/2010		61%	86%	61%	47%	26%
8/1/2011		64%	87%	68%	49%	29%
2/1/2012		66%	86%	72%	50%	34%
8/1/2012		69%	92%	73%	57%	38%
12/1/2012		67%	83%	77%	52%	32%
5/1/2013		72%	89%	78%	60%	43%
9/1/2013		73%	90%	78%	65%	46%

Таким образом, выбор нами в качестве материала для исследования онлайн-коммуникации этой возрастной группы обусловлен тем, что именно молодежь проводит больше времени в сети.

Кроме этого, такой выбор значительно облегчил для нас сбор материала. Выше мы подчеркивали, что нам представляется возможным использовать любое общение пользователей интернета, находящееся в открытом доступе, то открытый для любого стороннего наблюдателя.

Как отмечалось ранее, в виртуальной реальности довольно сложно определить истинный возраст испытуемых, так как незнакомый в реальности человек может оказаться не тем, за кого он себя выдает в виртуальном пространстве. Однако, для установления того, что реальный возраст участников общения не выходит за установленные нами рамки и что их родной язык английский, мы в рамках нашего исследования просматривали их личные страницы в социальных сетях, информацию, представленную в аккаунтах и т.д. В отдельных случаях мы входили в личный контакт с пользователями для проведения экспериментов.

В ходе исследования молодежной онлайн-коммуникации мы установили следующие особенности этого вида взаимодействия: сближение устной и письменной речи; тенденция к языковой экономии и эмоциональность.

2.3.1. Сближение устной и письменной речи

В молодежной онлайн-коммуникации прослеживается сближение устной и письменной речи не только во временном плане, но и в содержательном. Так, в своей диссертации «Языковой вкус Интернет-эпохи в России: Функционирование русского языка в Интернете: концептуально-сущностные доминанты»¹⁰⁹ Г.Н. Трофимова утверждает, что в интернете происходит письменная **фиксация спонтанной устной разговорной речи**, то есть возникает разговорная речь, зафиксированная письменно. Л.Г. Ковальская говорит о «выражении мыслей вслух в письменном виде», называя это явление «спонтанной письменной речью»¹¹⁰. По словам Е.А. Вишняковой: «Членение речи по стилистическому принципу на разговорную и книжную в основном сохраняется при усилении разговорности. В жанрах «письменно-устной» сетевой речи происходят многообразные чередования ил смещения, взаимопроникновения элементов книжного и разговорного языка со смещением в сторону разговорности»¹¹¹.

Мы соглашаемся с позицией этих исследователей и утверждаем, что дискурс, исследуемый нами в молодежной онлайн-коммуникации, зачастую фиксирует на

¹⁰⁹ Трофимова, Г.Н. Языковой вкус Интернет-эпохи в России: Функционирование русского языка в Интернете: концептуально-сущностные доминанты: дисс. ... д-ра. филол. наук: 10.02.01. / Галина Николаевна Трофимова. – М., 2004. 480 с.

¹¹⁰ Ковальская, Л.Г. Компьютерно-медийная коммуникация в современном мире: лингвистический аспект. Язык. Этнос. Сознание: материалы международной научной конференции. – Майкоп, 2003. С. 74.

¹¹¹ Вишнякова, Е.А. Функциональные особенности семиотического потенциала электронного сообщения в процессе передачи информации. // Вестник Самарского государственного университета. 2013. №5 (106). С. 45.

письме то, как разговаривают современные носители английского языка в возрасте от 16 до 25 лет.

Онлайн-коммуникация в молодежной среде сочетает в себе признаки как письменной, так и устной речи. К признакам письменной речи в молодежной онлайн-коммуникации можно отнести саму форму реализации сообщения, сохранение главных принципов построения предложения (наличие предикативной группы, строящейся вокруг глагола), наличие знаков препинания. Следует оговориться, что иногда знаки препинания используются в онлайн-дискурсе с иной целью: для выражения эмоций, для замены слов, часто ставятся неправильно, а иногда попросту отсутствуют. Однако в молодежной онлайн-коммуникации отсутствуют такие атрибуты письменной речи, как развернутая система связующих элементов, иногда нарушается логическая последовательность высказываний, обусловленная средой общения.

К признакам устной речи, присущим молодежной онлайн-коммуникации, можно отнести следующие: снижение стиля, толерантное отношение к грамматическим и орфографическим ошибкам, сокращения, эллиптичность и т.д.

Как отмечает Е.А. Вишнякова: «... в сети Интернет письменный дискурс, или речь, которая всегда считалась наиболее правильной с точки зрения нормы употребления языковых единиц, претерпевает ряд изменений, которые напрямую связаны с теми требованиями, которые предъявляет сеть как коммуникативная среда к оформлению информации: краткость, выразительность и ориентация на пользователя – массового адресата». Англоговорящая молодежь не стремится воспринимать онлайн-коммуникацию как сферу, в которой применим стандартный английский язык (Standard English, General American), особенно в интернет-ресурсах, позволяющих синхронное общение. Для данной возрастной группы важно чувствовать принадлежность к сообществу, быть его активным членом, поэтому происходит снижение стиля: для создания непринужденной атмосферы

дружеского общения в рамках письменного общения используется «разговорный английский»¹¹².

Иногда прослеживаются признаки фонетического письма («тип письма, характеризующийся тем, что графический знак, как правило, обозначает отдельный звук речи или фонему»¹¹³), иными словами, зачастую слова пишутся так, как слышатся. В таблице 5 представлены традиционные написания некоторых слов и клишированных фраз и их написания, встречающиеся в молодежной онлайн-коммуникации.

Таблица 5

Традиционное написание	Написание, встречающееся в молодежной онлайн-коммуникации	Примеры употреблений
come on	c'mon	<i>C'mon</i> , hurry up.
do not	dhont	<i>Dhont</i> tell me what I did when I was drunk.
I do not know	dunno	I <i>dunno</i> what to say.
going to	gonna	I'm <i>gonna</i> do it.
got to	gotta	He's <i>gotta</i> pay for it.
I'm going to	I'ma, imona	<i>I'ma</i> leave now. <i>Imona</i> go to the movies.
isn't it	innit	Good beer, <i>innit</i> ?
kind of	kinda	She's <i>kinda</i> sick.
you all	y'all	Y'all need to stop that.

¹¹² Вишнякова, Е.А. Функциональные особенности семиотического потенциала электронного сообщения в процессе передачи информации. // Вестник Самарского государственного университета. 2013. №5 (106). С. 46.

¹¹³ Ахманова, О.С. Словарь лингвистических терминов. М.: «Советская энциклопедия», 1966. С. 323

love you	luv u	Luv u, dear. Take care.
----------	-------	-------------------------

Очевидно, что это неполный список написаний такого рода. Однако **их фиксация доказывает сближение письменной и устной речи в рамках молодежной онлайн-коммуникации.**

Важно также отметить, что время, играющее большую роль в рамках синхронной онлайн-коммуникации, накладывает определенные ограничения на онлайн-дискурс в общем, что приводит нас к выделению еще одной особенности молодежной онлайн-коммуникации – экономии.

2.3.2. Экономия

В своей работе «Мысль изреченная есть ложь...» С. Г. Тер-Минасова говорит: «Язык – средство общения между людьми, и он неразрывно связан с жизнью и развитием того речевого коллектива, который им пользуется как средством общения»¹¹⁴. Так как исследуемая нами коммуникация происходит онлайн посредством информационно-коммуникационных технологий, на речь устанавливаются определенные ограничения, происходит своеобразная оптимизация речи к условиям онлайн-коммуникации, которая сопровождается определенным выбором языковых единиц, их сочетаемостью, сокращением длины высказываний, что обусловлено экономией речевых усилий.

Принцип экономии в языке был сформулирован французским лингвистом А. Мартине, который пишет: «Термин «экономия» включает все: и ликвидацию бесполезных различий, и появление новых различий, и сохранение существующего положения. Лингвистическая экономия – это синтез действующих сил»¹¹⁵. При этом принцип экономии проявляется на всех уровнях языка. «Результат проявления

¹¹⁴ Тер-Минасова, С.Г. Мысль изреченная есть ложь... // Ценности и смыслы. 2012. №1 (17). С. 23

¹¹⁵ Мартине, А. Принцип экономии в фонетических изменениях. М: Издательство иностранной литературы, 1960. С. 130.

принципа экономии на разных уровнях всегда один и тот же: это сокращение речевой цепи, а, следовательно, и экономия усилий и времени»¹¹⁶. Экономия времени чрезвычайно важна для виртуальной коммуникации, где обмен репликами происходит молниеносно.

Следствием экономии является эллиптичность онлайн-коммуникации. В статье Ю.А. Бельчикова в «Лингвистическом энциклопедическом словаре» мы находим следующую информацию: «Эллипсис – пропуск в речи или тексте подразумеваемой языковой единицы, структурная «неполнота» синтаксической конструкции. В сфере предложения как эллипсис определяется: а) пропуск того или иного члена предложения, компонента высказывания, легко восстанавливаемого из контекста, причём смысловая ясность обычно обеспечивается смысловым и/или синтаксическим параллелизмом (так называемый контекстуальный эллипсис) («Дан приказ ему на запад, / Ей — в другую сторону» — М. В. Исаковский); б) отсутствие какого-либо компонента высказывания, легко восстановимого из конкретной речевой ситуации [«Тане — 5, а Вале — 3» — о школьных оценках; Wir wollen morgen nach Berlin (fahren) ‘Мы хотим утром в Берлин (ехать)’ — вне ситуации смысл высказывания не однозначен]; в) нулевая связка («Моя мать — врач»))»¹¹⁷. Там же отмечается, что «эллипсис обычно присущ разговорной речи... Он обусловлен свойственной разговорной речи ситуативностью и наличием невербальных средств непосредственного речевого общения (жесты определённой семантики). Эллипсис иногда вызван и структурной организацией текста («Дайте мне две пятёрки, а я вам десятку»); он широко используется в ораторской речи, в художественной литературе как стилистическая фигура,

¹¹⁶ Головач, О.А. Принцип экономии в лингвистике. // Вектор науки ТГУ. 2011. № 3 (17). С. 138.

¹¹⁷ Бельчиков, Ю.А. Эллипсис. [Электронный ресурс] Лингвистический энциклопедический словарь. – Режим доступа: <http://www.tapemark.narod.ru/les/592a.html> Дата обращения: 23.07.2014.

придающая тексту динамичность, бóльшую выразительность, усиливающая его экспрессивность»¹¹⁸.

В исследуемой нами онлайн-коммуникации мы находим **примеры эллипсиса, что еще раз подчеркивает наше утверждение о сближении устной и письменной речи в молодежной онлайн-коммуникации.**

(1). I asked them to help me, they said they wouldn't.

(2). A. Want smth interesting?

B. Sure. What's that?

В примере (1) опущена информация, которую легко восстановить из контекста, а в примере (2) опущена конструкция *do you*, формирующая вопрос в английской грамматике, однако мы без труда понимаем, что это вопрос, так как в конце предложения стоит вопросительный знак.

«Наиболее ярким проявлением действия принципа экономии в языковом общении является экономия времени за счет экономии сегментных средств»¹¹⁹, так, к признакам экономии, встречающимся в молодежной онлайн-коммуникации можно отнести большое количество аббревиатур. По словам Е.А. Вишняковой: «Процессы аббревиации отражают логику, характерную для развития английского языка, стремящегося к простоте и эффективности языкового выражения и сохранения его информационной значимости для целей коммуникации, в том числе и в сфере международного общения, будучи обусловленными лингвокультурной спецификой современного уровня развития общества»¹²⁰.

¹¹⁸ Бельчиков, Ю.А. Эллипсис. [Электронный ресурс] Лингвистический энциклопедический словарь. – Режим доступа: <http://www.tapemark.narod.ru/les/592a.html> Дата обращения: 23.07.2014.

¹¹⁹ Кубрякова, Е.С. Типы языковых значений. Семантика производного слова. М.: Наука, 1981. с. 145 – 155.

¹²⁰ Вишнякова, Е.А. Место аббревиации в словообразовательной системе современного английского языка. // Научные Ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки. 2014. №6 (177). Выпуск 21. С. 65.

В таблице 6 приведены некоторые сокращения и акронимы, используемые в онлайн-коммуникации и их расшифровка.

Таблица 6

Сокращение (может писаться как заглавными, так и строчными буквами в зависимости от предпочтений автора или технических средств)	Расшифровка
LOL	laughing out loud
LMAO	laughing my a** off
ROFL	roll on floor laughing
WTF	what the f***
TTFN	ta ta for now
BTW	by the way
BRB	be right back
TTYL	talk to you later
CUL8R	see you later
ASL	age, sex, location
B4	before
FYI	for your information
IDK	I don't know
IMO	in my opinion
O RLY	Oh, really?
PPL	people

Как отмечает Дэвид Кристал в своей книге «Ttxtng: The Gr8 Db8»¹²¹, эти сокращения появились еще до изобретения системы отправки коротких сообщений смс, однако именно после этого они получили бурное развитие. Это связано с тем,

¹²¹ Crystal, D. Ttxtng: The Gr8 Db8. Oxford University Press, 2008. 239 p.

что стоимость отправки сообщений напрямую зависит от количества знаков, использованных в нем. В связи с этим люди начали сокращать слова, использовать аббревиатуры, заменять буквы и части слов цифрами со схожим звучанием (*c u soon* – see you soon, *gr8* – great, *4 u* – for you и т.д.).

Интересно, что сейчас вопрос оплаты услуг интернет-провайдеров не стоит так остро и в меньшей степени влияет на стремление людей экономить деньги путем сокращения языковых единиц. С нашей точки зрения, **использование такого рода сокращений, аббревиатур и замена букв/слов/частей слов цифрами в онлайн-коммуникации обусловлено главным образом экономией речевых усилий и времени, затраченного на составление сообщения. Тем самым участники онлайн-коммуникации, особенно синхронной, сближают этот тип коммуникации с устным общением.**

Еще одним, с нашей точки зрения, очень интересным явлением, встречающимся в молодежной онлайн-коммуникации является хештэг. Хештэг – это слово или фраза (написанная в одно слово), которым предшествует символ #. С помощью хештэгов пользователи могут объединять группу сообщений по теме или типу. Например, *#fail*, *#facepalm*, *#areyouserious*, *#followmeto*.

Хештэги – это элементы, вводящие тему, рассказывающие краткое содержание того, что описано в публикации. Стоит отметить, что хештэги являются также гиперссылками, объединяющими все посты внутри одного интернет-ресурса в единое целое. То есть, перейдя по ссылке, заключенной в хештэге, пользователь оказывается на странице, на которой представлены все публикации, помеченные этим хештэгом.

В самих хештэгах очень часто встречаются акронимы, лаконично заключающие в себя разное значение. В таблице 7 представлены некоторые хештэги с акронимами или сокращениями, их расшифровка и значение.

Таблица 7

Хештэг	Расшифровка	Значение
#ff	follow Friday	используется только по пятницам, так как в молодежной онлайн-коммуникации существует традиция подписываться на других пользователей по пятницам. Его ставят перед именем пользователя (например, #ff @myashii) для того, чтобы привлечь внимание к этому пользователю, заставить других пользователей на него подписаться.
#tbt	throwback Thursday	используется только по четвергам для обозначения того, что эта публикация относится к какому-либо событию из прошлого (например, фотография с вечеринки, состоявшейся прошлым летом).
#latergram	later Instagram	используется исключительно в ресурсе Instagram (где пользователи чаще всего публикуют фотографии того, что с ними происходит в данный момент) для уточнения, что на этой фотографии изображено что-то из прошлого.
#yolo	you only live once	используется для оправдания какого-либо поступка, описанного или показанного в публикации.

Таким образом, **хештэги** не только соотносят данную публикацию со всеми другими публикациями, помеченными так же, но и **экономят время и речевые усилия пользователя** для описания того, о чем идет речь в публикации или что изображено на том или ином фото.

Средства лингвистической экономии, описанные нами, помогают при разграничении пользователей по принципу «свой»/«чужой». В рамках молодежной онлайн-коммуникации, где люди часто объединяются в группы и сообщества по интересам, изначально создается дружеская атмосфера, и люди данной возрастной группы вырабатывают свой стиль общения с присущими ему элементами, чтобы не допускать чужих людей в свой круг. При этом, чтобы не происходил когнитивный диссонанс и чтобы коммуникация была успешной, любой пользователь должен обладать определенными фоновыми знаниями не только в тематике дискурса, но и в значениях и способах употребления тех или иных сокращений, аббревиатур, хэштегов, эмотиконов и знаков препинания. Не зная, что обозначает тот или иной символ в онлайн-коммуникации и используя вышедшие из моды единицы, пользователь автоматически выдает себя как чужого. Учитывая возрастные особенности, это может привести к насмешкам и издевательствам со стороны продвинутых в данной сфере пользователей или к исключению из круга общения. В связи с этим возникает потребность детального описания таких единиц и способов их использования в онлайн-коммуникации, например, в виде словарей или справочников, в чем мы видим возможность практического применения результатов нашего исследования. Однако возникает проблема отбора материала исследования, так как онлайн-коммуникация в общем и молодежная онлайн-коммуникация в частности находятся в постоянном развитии, и часто популярные сегодня единицы завтра выходят из употребления, становясь немодными.

2.3.3. Эмоциональность

Еще одной характеристикой молодежной онлайн-коммуникации является ее эмоциональность. Как было отмечено ранее, онлайн-коммуникация опосредована, и участники общения не имеют личного контакта и лишены двух важных каналов передачи информации, присущих устному дискурсу: просодии (включающей в себя такие компоненты, как паузацию, тон, темп, громкость и т.д.) и невербальную

коммуникацию (язык жестов, мимика, поза и т.д.)¹²². В связи с этим в интернете разработаны разнообразные и зачастую очень креативные способы выражения эмоций.

Очевидно, что самым ярким способом выражения эмоций в онлайн-коммуникации является *смайл, эмотикон*. *Смайл* происходит от английского *smile* (улыбаться), однако не в полной мере охватывает весь спектр эмоций, которые пользователи могут выразить при помощи графического выражения. Поэтому мы считаем, что *эмотикон* – пиктограмма, изображающая эмоцию, – наиболее подходящий термин для описания этого явления.

Эмотиконы обозначают интернациональные понятия, поэтому они не воспроизводят текущую речь, не отображают грамматических, фонетических и других особенностей естественного языка. Эмотиконы можно отнести к паралингвистическим средствам письменной онлайн-коммуникации или к таким средствам, которые не являются речевыми единицами, но сопутствуют последним с целью уточнения, конкретизации смысла основного сообщения. Эмотиконы предназначены для того, чтобы более богато и разнообразно дополнять смысл высказывания, уточнять его экспрессивно-интонационную окраску. Существуют эмотиконы, выражающие радость, влюбленность, печаль, грусть, злость и т.д., их использование помогает участникам общения наиболее полно описать свое эмоциональное состояние, не прибегая к использованию слов.

На следующих рисунках представлены эмотиконы, используемые в мобильных устройствах компании Apple (рисунки 9 – 11) и в социальной сети Facebook (рисунок 12).

¹²² Kibrik, A.A., El'bert, E.M. Understanding spoken discourse: the contribution of three information channels. // Third International Conference on Cognitive Science. Moscow: IP RAN, 2008. P. 82-84.

Рисунок 9



Рисунок 10

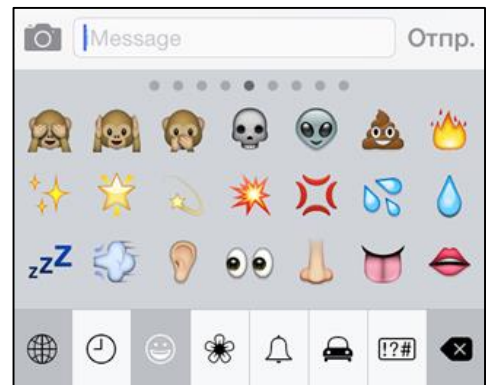
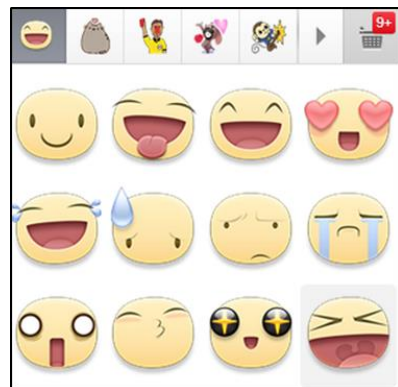


Рисунок 11



Рисунок 12



Следующим признаком эмоциональности молодежной онлайн-коммуникации можно считать неоднократное употребление букв в эмоционально-окрашенных словах. Приведем несколько примеров:

- (1). Whaaaaaat?
- (2). Noooooooooo waaaaa.
- (3). Aaaaaahahahahahahahaha.

Такое написание слов также свидетельствует о **сближении устной и письменной речи в рамках онлайн-коммуникации, помогая собеседнику, читающему сообщение, мысленно воспроизвести его в том виде, в котором это предполагал отправитель сообщения.**

Выражению эмоций также способствует обильное употребление знаков препинания: восклицательного, вопросительного знаков, многоточий, точек. «В качестве знаков препинания, а также связующих частей слов и фраз, могут использоваться и другие значки, представленные на клавиатуре компьютера или

мобильного телефона, например, @, #, ~ и др. В электронном тексте может реализовываться и необычная комбинация знаков препинания, которая часто служит для выражения каких-либо экспрессивно-эмоционально-оценочных коннотаций»¹²³. Так, если участник общения очень удивлен, поражен или даже ошарашен, он может показать это несколькими восклицательными знаками в конце предложения или отправить только в качестве сообщения только восклицательные знаки.

(4). She did that! She did that!!!!!!!!!!!!

(5). A. He finally proposed

B. !!!!!!!

Следует отметить, что употребление восклицательного знака для английской культуры обозначает крайнюю степень эмоциональности, понятной из контекста: удивления, недовольства и т.д.

Вопросительные знаки тоже могут неоднократно повторяться, если участник сообщения выражает крайнюю степень удивления, иногда с оттенками негодования или восклицания.

(6). WTF??

(7). Seriously????

(8). What did she say????

Сообщения в виде только вопросительных знаков чаще всего указывает на то, что участник общения в крайней степени удивлен и ошарашен, не понял своего собеседника и/или нуждается в детализации, объяснении сообщения.

(9). A: We broke up

B: ????????

B: Why? What happened?

¹²³ Вишнякова, Е.А. Интернет как область лингвистического моделирования (на материале английского языка) // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки. 2011. № 6 (101). Выпуск 9. С. 112.

(10). A: Stop it.

B: ?????

B: Didn't get it.

Следует также отметить что постановка точки в конце предложения в рамках синхронной онлайн-коммуникации чаще всего воспринимается как то, что собеседник, поставивший ее, не в настроении, обижен или не хочет общаться и старается закончить разговор.

(11). Look. I mean it.

(12). A: ha-ha

A: you totally screw it up lol

B: thanks. I know.

Стоит отметить, что многие исследователи языка интернета отмечают его негативное влияние на способность молодежи создавать традиционные тексты. В своей статье «Популярные жанры интернет-дискурса и «бастардизация» английского языка» Н.А. Ахренова описывает эту тенденцию: «Наибольшую тревогу по поводу вредоносного влияния *Internet English* высказывают сторонники того, что *Internet English* ведет к явлению, которое они называли сильным отрицательно заряженным термином *бастардизация английского языка (bastardization of language)*. Имеются в виду нарушения традиционной грамматики, неправильно используемые знаки препинания, безудержная аббревиация, использование значков &,\$, и, @; все это, к сожалению, переносится в официальные письменные работы и ставит в тупик учителей по поводу того, как оценивать такие работы. Студенты отмечают, что они настолько привыкают использовать на письме Интернет-жаргон (*IM lingo*), что делают это непреднамеренно, а по привычке, они также признаются, что уже более не делают различий между правилами официального письма и неформального языка *IM*

speak»¹²⁴. Существует и противоположная точка зрения, приведенная в той же статье: «Другая часть ученых смотрит на эти процессы как на позитивные, и считает, что именно в Интернете они могут проследить, как развивается и изменяется современный язык»¹²⁵. Автор отмечает, что обе точки зрения хорошо мотивированны и обоснованы, с чем мы в полной мере соглашаемся, однако одной из задач нашего исследования является выделение характеристик молодежной онлайн-коммуникации, а не оценка ее влияния на речь молодежи за пределами интернет-общения.

Таким образом, мы выделяем следующие характеристики молодежной-онлайн коммуникации: **экономия (эллиптичность, сокращения, аббревиатуры, замена букв/слов/частей слова цифрами с целью экономии времени и речевых усилий), эмоциональность (использование эмодиконов, знаков препинания для выражения эмоций), которые в свою очередь, подтверждают, что в молодежной онлайн-коммуникации происходит сближение письменной и устной речи.** Все это позволяет молодежи создавать особый вид онлайн-коммуникации, характерный именно для этой возрастной группы, объединяющий и отличающий ее от других пользователей интернета.

2.4. Тема-рематические отношения в молодежной онлайн-коммуникации

Тематика общения – один из главных параметров дискурсивного анализа, поэтому для анализа молодежной онлайн-коммуникации важным представляется исследование тема-рематических отношений.

¹²⁴ Ахренова, Н.А. Популярные жанры интернет-дискурса и «бастардизация» английского языка. Альманах современной науки и образования. 2010. № 2 (33): в 2-х ч. Ч. II. С. 16.

¹²⁵ Там же.

Как показал А.И. Смирницкий, динамический синтаксис – это категория большого синтаксиса как науки о построении речи¹²⁶. На уровне динамического синтаксиса на «первый план выступает текст, представляющий собой более или менее сложное высказывание, соотнесенное с действительностью»¹²⁷.

Говоря о динамическом синтаксисе, мы имеем дело с актуальным членением, заключающемся в тема-рематических отношениях в тексте. В словаре лингвистических терминов О.С. Ахмановой тема определяется как «исходный пункт высказывания, данное, основа высказывания; та часть высказывания, которая содержит меньше всего информации, выражает уже известное и как бы дает отправную точку для развертывания сообщения, для передачи нового, для собственно коммуникации»¹²⁸. Предварительная информированность адресата создается как тем, что было уже сказано (предтекстом), так и предшествующими знаниями о предмете или явлении, о котором идет речь. Рема же определяется как «ядро высказывания, новое; собственно содержание сообщения, то, что говорящий желает сообщить слушающему относительно (или отправляясь от) темы»¹²⁹.

Выделяют следующие языковые средства актуального членения: просодические (интонация), отсутствующие, как было сказано выше, в онлайн-коммуникации, синтаксические (порядок слов) и лексические (артикли, местоимения, наречия и др.). Разберем несколько примеров с точки зрения динамического синтаксиса, **Т** в которых обозначает тему, а **Р** – рему:

- (1). [The way she acted] **Т** [pissed me off] **Р**. [an' i was like] **Т** [get off from me] **Р**.
- (2). [she'll be furious] **Р**, [that' what i kept sayin'] **Т**.

¹²⁶ Смирницкий, А.И. Синтаксис английского языка. М., 1957. 284 с.

¹²⁷ Александрова, О.В. Проблемы экспрессивного синтаксиса. На материале английского языка: учебное пособие. М.: Высшая школа, 1984. С. 53.

¹²⁸ Ахманова, О.С. Словарь лингвистических терминов. М.: «Советская энциклопедия», 1966. С. 471.

¹²⁹ Там же. С. 384.

В предложении тема чаще всего предшествует реме, как в примере (1), изменение же около слов, а именно вынесение ремы в начальную позицию, происходит с целью внесения экспрессии в высказывание (2).

Для изменения структуры предложения с целью постановки ремы в конечную позицию выделительные обстоятельственные слова могут использоваться в начальной позиции¹³⁰:

(3). And then we realized she was lying.

(4). Now this doesn't give the answer at all.

Средством рематизации может выступать существительное с неопределенным артиклем:

(5). We were all standing still, when a man all dressed in white came in.

(6). a girl i dont know comments on my pics. i'm loving it =)

Носителями ремы также могут выступать придаточные предложения:

(7). I told her the truth, which I now understand was a mistake.

(8). Garry bought a car I'd never get in my live.

С точки зрения динамического синтаксиса особый интерес представляет парцелляция. Парцелляты («вычленение слова или словосочетания из единой синтаксической структуры, при котором этот отчлененный, вынесенный в конец элемент приобретает интонационный контур и информационную нагрузку самостоятельного высказывания»¹³¹) часто выступают как вторичная рема:

(9). that's true

i saw her

in red

all spangled

¹³⁰ Александрова, О.В. Проблемы экспрессивного синтаксиса. На материале английского языка: учебное пособие. М.: Высшая школа, 1984. С. 56.

¹³¹ Грамматика современного русского литературного языка. Под ред. Н. Ю. Шведовой. М., 1970. С. 621–622.

dude! amazing!

Интересно также, что парцелляция речевого потока характерна для молодежной онлайн-коммуникации, в особенности в синхронной, что обусловлено условиями, в которых происходит интеракция: говорящий не хочет печатать длинное сообщение, чтобы адресат ждал, поэтому он делит высказывание на части по мере набора и отправляет их, создавая парцелляты.

Следующим немаловажным аспектом изучения динамического синтаксиса молодежной онлайн-коммуникации является соотношение темы дискурса и темы говорящего. Тема дискурса представляет собой глобальную организацию содержания¹³². Так, например, глобальной темой высказывания (10) будет сам Джон. Однако, при рассмотрении более развернутого сообщения типа (11) становится очевидным, что глобальной темой сообщения выступает необычность и странность поведения Джона.

(10). John disappeared last weekend

(11). Noone's seen John for a week already. It seems strange, 'cause he's always been such a good guy and never done anything wriong. His mom says last Sunday he just went out sayin I'll never come back. It's all.

Необходимо отметить, что глобальные темы в онлайн-дискурсе могут вводиться сообществами, в которые объединяются пользователи социальных сетей, например, сообщества любителей определенного жанра музыки, фанатов какого-либо фильма, футбольного клуба или поклонников голливудской звезды и т.д., где глобальной темой обсуждения будет музыка, фильм, футбол или знаменитость и различные аспекты этих тем.

Форумы обычно имеют определенную тематическую структуру: желающий высказаться по какому-либо вопросу, находит страницу, посвященную соответствующей теме, и оставляет свой комментарий. Тематическое наполнение форумов показано на рисунке 13:

¹³² Макаров, М.Л. Основы теории дискурса. М.: ИТДГК «Гнозис», 2003. С. 139.

Рисунок 13¹³³

Title	Start Date	Replies	Views	Last Message
Band members that don't help. Axtman, Sunday at 9:33 PM, Bass Humor & Gig Stories [BG]		Replies: 51 Views: 1,256		zontar 9 minutes ago
Song Uno: From here to Eternity tat2jm, Apr 7, 2014, Miscellaneous [BG]		Replies: 4,247 Views: 26,487		Willie The Pimp 9 minutes ago
The Pedal Necessity Fenderkong13, Yesterday at 9:38 PM, Effects [BG]		Replies: 18 Views: 213		adi77 9 minutes ago
I'm a sick man. A new Mike Lull P4 headed my way! fourstringdrums, Monday at 2:12 PM, Basses [BG]		Replies: 27 Views: 493		CaptainWally 10 minutes ago
So, Has Anyone Actually Stepped Up? jve1, Jun 26, 2014, Band Management [BG]		Replies: 81 Views: 2,542		Munjibunga 11 minutes ago
GHS Brite Flats BulbousMoses, Apr 23, 2014, Strings [BG]		Replies: 24 Views: 812		DanGR 14 minutes ago
Dimarzio jazz pickup adjustment Rusty G String, Saturday at 2:16 PM, Pickups & Electronics [BG]		Replies: 4 Views: 75		Casablancas 14 minutes ago
Looking for a bass combo amp to mic a bass drum. zartalexander, Yesterday at 7:28 PM, Amps [BG]		Replies: 6 Views: 69		zartalexander 15 minutes ago
Heaviest/lightest bass you've ever played? ExD, Apr 21, 2007, Basses [BG]		Replies: 99 Views: 2,880		DanGR 15 minutes ago
Bad GAS after purchasing new bass? Jay Mastro, Yesterday at 1:22 AM, Basses [BG]		Replies: 17 Views: 366		zontar 17 minutes ago

Однако в дискурсе первична локальная тема говорящего. Изначально тему задает не дискурс как таковой, а человек, лишь потом по мере утверждения интерсубъективного/общего статуса данной темы она становится глобальной¹³⁴. Именно говорящий вводит собеседника в тему, задает общую направленность на предметную сферу, рамки возможной интеракции.

С точки зрения динамического синтаксиса ввод темы стимулирует прогнозирование в заданном направлении, активирует установки и ожидания. Очевидно, что в (12) и (13) восприятие второй части высказывания He's so inquisitive как отрицательной или положительной оценки, полностью зависит от смысла предшествующей и стимулирует у слушающего совершенно разные реакции.

(12). Maaan, I hate people like Jim. He's so inquisitive.

(13). Maaan, I just love people like Jim. He's so inquisitive.

¹³³ Talkbass.com [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.talkbass.com/> Дата обращения: 23.07.2014.

¹³⁴ Макаров, М.Л. Основы теории дискурса. М.: ИТДГК «Гнозис», 2003. С. 144.

В качестве ввода темы в онлайн-коммуникации могут выступать знаки различных семиотических систем: музыкальные композиции, картинка и фотография. Например, размещенное пользователем фото своей разбитой машины, провоцирует сообщения типа:

(14). Dude!!!! What happened?????

(15). ruok?, расшифровывающееся как Are you ok?

Минорная музыкальная композиция может вызвать следующие реакции:

(16). Are u sad?

(17). Feeling low? Get high

Тем не менее, наиболее информативным способом ввода темы в онлайн-дискурсе является вербальная публикация, то есть публикация какого-либо сообщения в виде текста. Распространены публикации статусов, то есть вербального выражения того, что волнует пользователя в данный момент, что он чувствует. С помощью статуса пользователь выражает свое отношение к миру, к людям, которые его окружают, или описывает свое состояние или ситуацию, в которой находится. На наш взгляд, это самый эффективный способ ввода темы, так как он осуществляется посредством языка, семиотической системы номер один, способной не только называть, но и описывать другие семиотические системы. Остановимся подробно на примере (18).

(18). A1: Life sucks

B1: but not always, dude

A2: Exmpls?

B2: yesterday was sweeeet

A3: Yeah.. that was awesome

B3: should try that again, ha?

A4: Sure! I don't remember how I got home after all that mess

В примере (18) А является инициатором интеракции и репликой А1 вводит тему недовольства жизнью. Интересно то, что, публикуя такой статус в социальной сети, человек не знает, кто из его друзей или подписчиков на него ответит, когда и

как отреагирует. Возможно, это эмоциональное высказывание останется незамеченным. Предугадать развитие событий невозможно, можно только предположить, что говорящий А надеялся на проявление сочувствия и сострадания, возможно, он ожидал, что его начнут расспрашивать о том, что случилось, захотят его поддержать. Однако в ответ он получает довольно неожиданную реакцию несогласия говорящего В с тем, что жизнь всегда плоха. В связи с этим, в А2 мы наблюдаем запрос экспликации информации, говорящий А просит привести примеры того, что жизнь не так плоха, как ему кажется. В свою очередь репликой В2 вводится новая тема вчерашней вечеринки, которая приобретает интерсубъективный статус и становится глобальной темой обсуждения (далее в разговоре приводятся подробности вечеринки и описываются впечатления).

Данный пример иллюстрирует, что изначально существует локальная тема говорящего, которая переходит в глобальную тему дискурса только после утверждения его общего, интерсубъективного статуса. Иначе, если бы говорящий вводил глобальную тему, то в примере (18) речь шла о сложности, несправедливости и других негативных аспектах жизни.

Таким образом, мы видим, что в онлайн-дискурсе зачастую невозможно предсказать развитие интеракции, так как хоть тема и задается говорящим, рема оказывается во многих случаях непредсказуемой ни в содержательном, ни в языковом, ни в стилевом плане. Рассмотрим еще один интересный пример:

(19). A1: We went to the cinema and they also were there

B1: Hey!

A2: What?

B2: Sooo you didn't see south park yesterday?

A3: mmnope

B3: Dude!!!! You've missed a lot. How could you?

A4: what was it

В данном случае локальная тема говорящего А1 «неожиданная встреча кого-то в кинотеатре» не только не приобретает общего статуса, но довольно грубо и

резко перебивается. Репликой В1 говорящий В останавливает говорящего и вводит новую тему обсуждения нового эпизода мультсериала *South Park*. Данная смена темы и то, каким способом она произошла, не была подготовлена непосредственно предшествующим ходом дискурса. Очевидно, что встает проблема непредсказуемости реакции адресата на ситуацию в экспрессивно-эмоционально-оценочном плане. Важно отметить, что после ввода и установления интерсубъективного статуса новой темы имплицитная негативная оценка говорящим В того факта, что А пропустил новую серию мультсериала, в дискурсе сохраняется.

Таким образом, для исследования динамического синтаксиса молодежной онлайн-коммуникации интересными и актуальными представляются следующие проблемы:

- способы ввода темы и ремы в динамическом синтаксисе онлайн-дискурса;
- парцелляция и членение речевого потока в условиях онлайн-общения; соотношение глобальной темы дискурса и локальной темы говорящего;
- развитие темы: ее ввод, отбрасывание или интерсубъективация, сохранение в новой теме экспрессивно-эмоциональных оценок по отношению к старой;
- непредсказуемость развития коммуникации в содержательном, языковом и стилистическом плане, вызывающая иногда когнитивный диссонанс.

2.5. Разновидности интернет-ресурсов, используемых в молодежной-онлайн коммуникации

Как было сказано выше, существуют разнообразные интернет-ресурсы, позволяющие осуществлять синхронную или асинхронную коммуникацию, что накладывает определенные ограничения на онлайн-дискурс. Важным

представляется рассмотрение таких интернет ресурсов, как форумы, блоги, чаты, социальные сети. Остановится подробно на каждом из них.

2.5.1. Форум

Форумы – «групповое обсуждение конкретной темы, осуществляемое в асинхронном режиме в виде последовательности небольших сообщений, каждое из которых размещается ниже более ранних сообщений (обычных хронологический порядок)»¹³⁵. Этот интернет-ресурс часто используется на больших порталах, объединяющих людей со схожими интересами, например, музыкальные форумы или форумы поклонников различных телесериалов или телепередач, и так далее. Такие форумы рассматриваются как «место встречи» большого количества людей, желающих одновременно поделиться впечатлениями, задать вопрос и получить на него ответ. Таким образом, коммуникация на форуме происходит сразу с несколькими собеседниками, причем она может иметь вид как нескольких отдельных диалогов одного человека с другими участниками форума, так и вид полилога.

В подавляющем большинстве случаев **коммуникация на форуме происходит асинхронно, то есть с момента составления сообщения и до момента получения ответа проходит какое-то время**. Однако, как было сказано выше, форумы не исключают появления синхронной коммуникации.

Важной характеристикой этого вида онлайн-коммуникации является то, что **в ходе за время существования темы на форуме реплики накапливаются на его веб-странице**, так что участники, опоздавшие даже на несколько дней к началу обсуждения, имеют возможность ознакомиться со всеми высказываниями, касающимися определенной темы. При этом создается **полная картина**

¹³⁵ Щипицина, Л.Ю. Компьютерно-опосредованная коммуникация: Лингвистический аспект анализа. М.: КРАСАНД, 2010. С. 269

обсуждения, и новым участникам не приходится задавать вопросы, ответы на которые уже даны, или поднимать темы, обсуждение которых уже завершено.

Высказывания на форумах, особенно развернутые, ближе к традиционной письменной речи. Причиной этому служит то, что собеседники располагают большим количеством времени, затрачиваемым на обдумывание не только содержательной, но и речевой составляющей своего высказывания. Иными словами, реплики, помещенные на форум, в большинстве случаев представляют собой обдуманное и структурированное высказывание.

Необходимо уделить особое внимание такому условию, как время, затраченное на составление сообщения. Важным является именно скорость составления сообщения, проследить которую не так легко. В случае, если ответное сообщение появляется в течение большего промежутка времени, проследить скорость составления сообщения не представляется возможным, ибо неясно, когда именно исходное сообщение было прочитано, и сколько времени потребовалось на фактическое составление ответа. Интересен и то, что сообщения, появляющиеся в промежутке от 5 до 10 минут, имеют чуть более четкую структуру.

Приведем примеры высказываний из музыкального форума, где пример (1) является исходным сообщением:

- (1). Hey every1! Here is Michael Jackson - Memorial Mix (2009) Check it out.
What do u think of it? Jan 10, 2011, 2:46 PM
- (2). *OMG! dude* it's awesome. i luv 'im so much Jan 10, 2011, 2:48 PM
- (3). Michael was my favorit. i cried *like* 10 days when it all hppened. miss 'im so much. Jan 10, 2011, 2:54 PM
- (4). How sad that someone with as much power to 'change the world' as he had didn't receive the true attention he deserved until after he's gone. *Thankfully* most MJ memories are of positive energy that continue to offer hope and uplift our souls. Feb 8, 2011 9:47 AM

Пример (2) был помещен на форум в течение 2 минут после создания исходного сообщения. В нем мы фиксируем краткость, сокращения и

использование двух дискурсивных маркеров *OMG* и *dude*. В примере (3), появившемся через 8 минут, прослеживается логичность высказываний, что указывает на содержательную продуманность сообщения, здесь присутствуют сокращения, дискурсивный маркер *like* и даже орфографическая ошибка *hrrpened*, что указывает на недостаток в продумывании языка выражения мысли. Пример (4), опубликованный спустя чуть менее месяц, характеризуется содержательным и речевым единством: скорбная мысль, затронутая в сообщении, выражена с помощью хорошо обдуманного выбора слов, что не исключило появление дискурсивного маркера *thankfully*, выражающего собственное отношение автора к своему высказыванию.

Таким образом, можно утверждать, что форум обладает следующими существенными для анализа дискурса характеристиками: **асинхронность коммуникации, коммуникация со многими участниками, большую роль играет время, затраченное на составление сообщения.**

2.5.2. Чат

Чат — «текстовая компьютерная беседа, при которой два или более коммуниканта обмениваются небольшими текстовыми сообщениями в режиме реального времени, отображаемыми на экране монитора в виде непрерывной последовательности реплик»¹³⁶, то есть чат представляет собой письменный обмен репликами (в виде диалога или полилога) в режиме реального времени.

Сейчас чаты в большей степени интегрированы в различные социальные сети, однако существуют специальные чат-ресурсы, такие, как Chatroulette, и так называемые, мессенджеры: Skype, Whatsapp, Viber, предоставляющие возможность чат-общения как письменного, так и звукового, и видео. В отличие от программы Skype, в которой пользователь обязан зарегистрироваться, на сайте Chatroulette

¹³⁶ Щипицина, Л.Ю. Компьютерно-опосредованная коммуникация: Лингвистический аспект анализа. М.: КРАСАНД, 2010. С. 269

регистрация необязательна, и общение может происходить между совершенно незнакомыми людьми, выбранными системой автоматически.

Интерфейс чата устроен таким образом, что все, что пользователь набирает на клавиатуре своего персонального компьютера, появляется на экранах других участников чата при нажатии кнопки ввода. Таким образом, чат-общение можно отнести к разряду синхронной онлайн-коммуникации с одним или несколькими собеседниками одновременно.

Именно общение посредством чата максимально приближено к реальному устному общению, характеризуясь быстротой реакции и обмена репликами, лаконичностью выражения мыслей. Однако, чат обладает характерной особенностью: **успешность общения в чате зависит от скорости работы на клавиатуре и от степени знания особенного языка, присущего этому виду онлайн-коммуникации (а именно: сокращений, аббревиатур, эмотиконов, эвфемизмов, дискурсивных маркеров).**

Следует заметить, что особенности данного вида связи определяются законом экономии речевых усилий, что объясняет большое количество сокращений и эллипсисов в чат-обсуждениях. Все, что может сократиться, сокращается любым способом, например, слово *please* преобразуется в *plz*, *love* переходит в *luv*, заменяется акронимами – *OMG*, *lol* или заменяется соответствующим эмотиконом.

В чатах также часто встречаются замены слов символами. Например, символы ~ или ^ используются вместо слова нет. Для увеличения скорости составления сообщения буквы или слоги заменяются цифрами: широко распространена замена предлога *for* цифрой 4, так как в устной речи они имеют схожее фонетическое звучание.

Примеры (5) и (6) являются типичными чат-сообщениями, обладающими всеми характерными особенностями общения в чате:

(5). this pic's 4 u dude 😊

(6). *THUMBS UP* .

В данном примере наблюдается наличие сокращений: *pic*, обозначающее *picture*; 's, являющееся сокращением *is*, глагола *to be* в форме единственного числа, третьего лица и *u*, используемого для замены местоимения *you*. Также здесь наблюдается замена предлога *for* цифрой 4, имеющей схожее звучание, и использование двух эмотиконов: ☺, обозначающего улыбку, и **THUMBS UP**, изображающего большой палец, поднятый вверх как жест для обозначения одобрения, выражения положительного отношения к высказанной ранее идее.

Неслучайным является и употребление дискурсивного маркера *dude*, написание которого не способствует экономии речевых усилий, но свидетельствует об употреблении дискурсивных маркеров в чатах.

Из вышесказанного следует, что **чат является особой формой онлайн-коммуникации, максимально приближенной к устному общению, обладающей характерными особенностями, связанными с экономией речевых усилий и времени.**

2.5.3. Блог

Блог – «постоянно обновляемая веб-страница, на которой в обратном хронологическом порядке (самое актуальное сообщение находится вверху страницы) отражаются сообщения автора и комментарии к ним»¹³⁷. «Структурно блог состоит из основного сообщения (поста) вокруг которого разворачивается дискуссия и комментариев к нему»¹³⁸. Это своего рода личная страница пользователя на каком-либо блоговом сайте типа LiveJournal, на которой он публикует посты, схожие с записями в дневнике. Этому виду интернет-ресурса

¹³⁷ Щипицина, Л.Ю. Компьютерно-опосредованная коммуникация: Лингвистический аспект анализа. М.: КРАСАНД, 2010. С. 259.

¹³⁸ Ахренова, Н.А. Лингвистические особенности микроблогов // Альманах современной науки и образования. Тамбов: Грамота, 2011. № 9 (52). С. 120.

свойственен **личностный характер, большая степень социальности, что образует особую коммуникативную среду, характеризующуюся полилогом.**

В отличие от форумов и чатов, которые также позволяют большому числу пользователей общаться между собой в асинхронном или синхронном режиме, блог обладает **особой схемой интерактивности, которая позволяет автору блога обращаться ко всем потенциальным читателям.** Другими словами, по своим жанровым особенностям блог походит на дневник, в данном случае виртуальный, направленный на определенный круг читателей, при этом **автор блога может получить, а может и не получить обратную связь от других пользователей.**

Необходимо подчеркнуть, что автор блога имеет неограниченные права на выражение и публикацию своего мнения (если это не противоречит правилам сайта: например, нельзя публиковать посты с пропагандой наркотиков, курения или алкоголя и т.д.), ответы на комментарии читателей или полное их игнорирование, наложение запретов на комментарии и тому подобное. Автор является полноправным владельцем своего блога.

Из вышеперечисленных особенностей блога следует, что в онлайн-коммуникации в рамках блога встречается такой жанр общения, как нарратив, то есть линейное изложение фактов и событий в виде блога. Авторы блогов помещают на свои страницы заметки о происходящем в их жизни, выражают свое мнение по тому или иному событию и зачастую приветствуют комментирование своих высказываний. В этом случае обратная связь обычно имеет вид асинхронного комментирования прочитанного в форме диалога или полилога, что, как было отмечено ранее, не исключает появления синхронной онлайн-коммуникации если пользователи находятся онлайн и хотят общаться. Таким образом, **особой характеристикой общения в блоге является высокая степень диалогичности.**

Диалогичность в блоге проявляется в том, что при неограниченной возможности комментирования любой читатель может выразить свое мнение по поводу прочитанного сообщения, при этом читатели могут начать взаимодействовать друг с другом, отвечая на сообщения других читателей.

Приведем пример комментариев к блогу очевидца цунами в Японии, которые наглядно демонстрируют диалогичность данного вида онлайн-коммуникации:

- (7). *AnonymousLish*: @ChrissyMontagne Wow you have a warped sense of what is actually aloof dude.
You really think that the 10's of thousands of innocents who were killed in this disaster were like personally responsible for killing whales?
How dare you breathe.
- (8). *spanishedd*: terrible for the innocents that died but the sea has taken revenge for the japanese condoning of the massive dolphin and whale slaughters they carry out!!
- (9). *spanishedd*: @AnonymousLish Where the tens of thousands that died in hiroshima where personally responsible for pearl harbour. Its Karma!!
- (10). *AnonymousLish*: @spanishedd You're trying to say that hiroshima was like karma for Pearl Harbor now? u confuse me with your logic. Hiroshima was a man-made disaster. Nothing to do with karma. DUDE

В примере (7) пользователь *AnonymousLish* обращается к пользователю *ChrissyMontagne*, выражая свое недовольство его высказыванием, однако *ChrissyMontagne* не продолжает дискуссию и предпочитает остаться в стороне.

Пользователь *spanishedd* в примере (8) не обращается напрямую к сообщению автора, высказывая свое субъективное мнение по поводу произошедшего. Однако уже в следующем примере (9) тот же пользователь направляет свое второе сообщение пользователю *AnonymousLish*, который, в свою очередь, не оставляет высказывание *spanishedd* без внимания, и между ними завязывается дискуссия, что наглядно доказывает диалогичность блога.

Интерес также представляет крупнейшая платформа микроблогов Twitter, чрезвычайно популярная среди молодежи. Микроблогом Twitter называется потому, что системой наложены строгие ограничения по объему высказывания: автор вправе опубликовать пост длиной 140 знаков, включая пробелы. В связи с этим на речь пользователя накладываются **не столько временные, сколько**

знаковые ограничения, к которым ему приходится приспосабливаться. Здесь мы также наблюдаем экономию при помощи сокращений, аббревиатур, замены букв/частей слова/слова цифрами. В целом автор вынужден формулировать свою мысль так, чтобы она поместилась в 140 знаков.

Ниже на рисунках 14 и 15 приведены примеры публикаций в *Twitter* с комментариями к ним:

Рисунок 14



Рисунок 15



«Основными характерными чертами микроблогов можно считать реализацию тенденции к разговорности, и вследствие этого употребление языковых элементов неформального общения (разговорных слов и выражений, обращений по нику, вопросительных и восклицательных предложений, эллиптических конструкций, использования большого количества кратких форм и т.д.). Сейчас можно говорить о том, что основной чертой микроблога является самый высокий среди всех жанров Интернет-дискурса уровень разговорности, главными признаками которой являются спонтанность, неофициальность, диалогичность, ситуативная закреплённость, тенденция к краткости и экспрессивности. Именно своеобразная диалогичность позволяет автору поста заранее быть уверенным в незамедлительном получении нужного ему ответа от адресата. Этот диалогический характер электронных сообщений обуславливает их неформальную организацию, имитирующую разговорную спонтанную речь»¹³⁹.

Из вышесказанного следует, что в блоге **онлайн-коммуникация может быть как синхронной, так и асинхронной. Блог обладает личностным характером, и ему свойственна большая степень диалогичности, которая проявляется в комментариях к тем или иным постам.** На микроблоги

¹³⁹ Ахренова, Н.А. Лингвистические особенности микроблогов // Альманах современной науки и образования. Тамбов: Грамота, 2011. № 9 (52). С. 121.

накладываются ограничения по объему высказывания, что приводит к экономии речевых усилий, проявляющихся в использовании аббревиатур, сокращений, эмотиконов, хештэгов, замене букв/частей слов/слов цифрами и т.д.

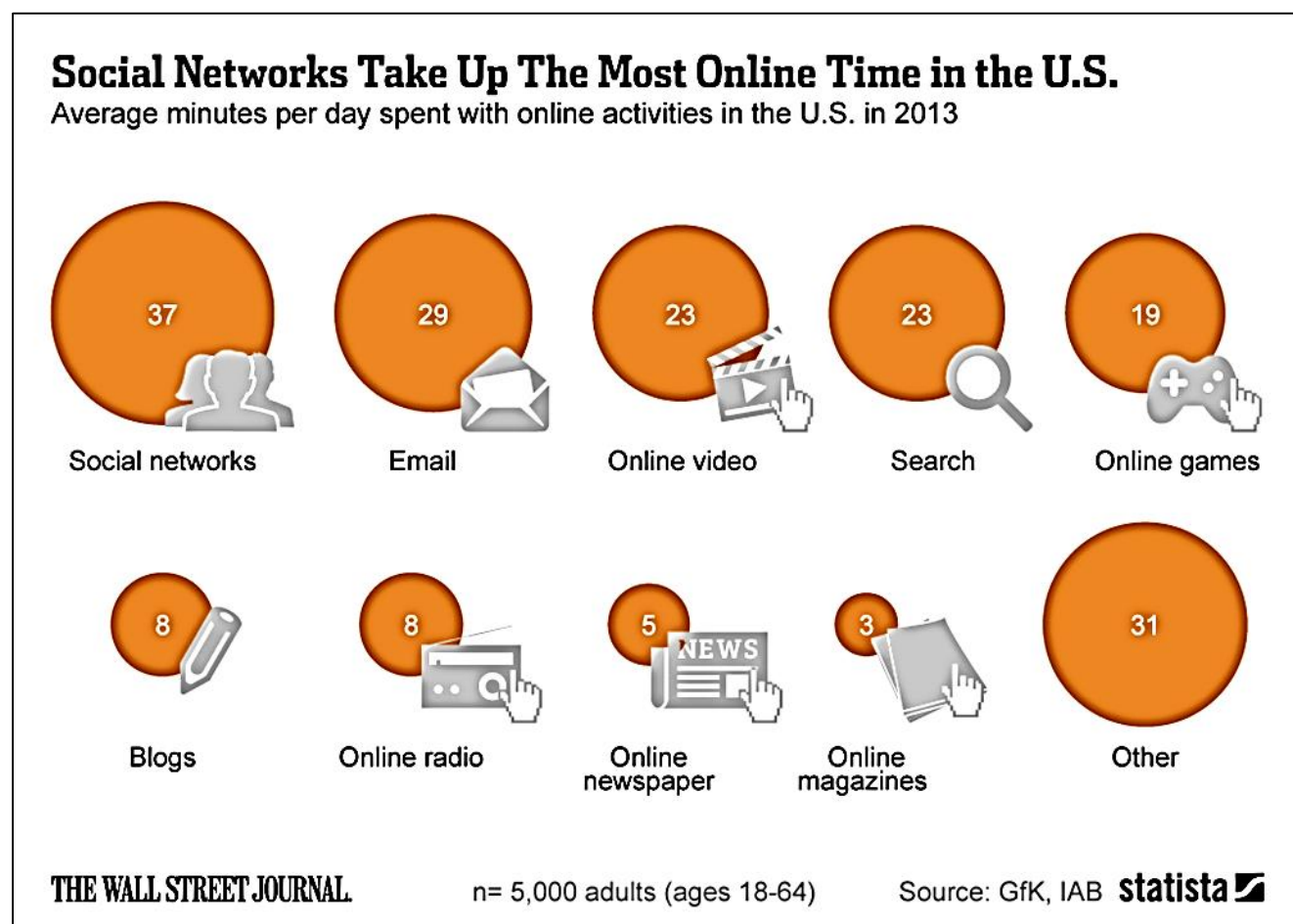
2.5.4. Социальная сеть

Социальная сеть – это особый вид электронной связи, сочетающей в себе все вышеперечисленные виды онлайн-коммуникации. Другими словами, на платформе социальной сети возможно существование форумов, чатов и блогов, из чего следует, что социальная сеть обладает всеми характеристиками упомянутых выше видов онлайн-коммуникации. Коммуникация в социальной сети может происходить как в синхронном, так и в асинхронном режиме, и пользователь может общаться как с одним, так и с несколькими собеседниками одновременно, при этом их общение может иметь характер чата, форума или блога, что зависит от ситуации общения.

Социальная сеть позволяет создать профиль с фотографиями, приглашать друзей, обмениваться сообщениями, оповещать других пользователей о статусе, она также предоставляет возможность создания группы по интересам.

Самой популярной социальной сетью, насчитывающей на данный момент чуть более миллиарда пользователей по всему миру, является Facebook. Именно эта сеть впервые позволила людям из разных стран общаться, обмениваться информацией в виде личных сообщений, заметок в блогах, картинок, фотографий, видео и комментариев к ним.

По данным статистического сайта Statista.com, представленным на рисунке 14, в США в 2013 году именно в социальных сетях люди в возрасте от 18 до 64 лет проводили больше времени (в среднем 37 минут в день), чем на любых других интернет-ресурсах.

Рисунок 16¹⁴⁰

Таким образом, можно утверждать, что **социальная сеть обладает характеристиками блога, чата и форума, представляя собой особый вид онлайн-коммуникации, обладающей большим потенциалом для анализа молодежного дискурса.**

Исходя из вышесказанного, можно сделать вывод, что такие виды интернет-ресурсов, как форум, чат, блог, микроблог и социальная сеть представляют большой интерес для анализа молодежной онлайн-коммуникации в целом и для анализа дискурсивных маркеров в частности.

¹⁴⁰ Statista.com [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.statista.com/chart/2272/social-networks-take-up-the-most-online-time-in-the-us/> Дата обращения: 22.07.2014.

2.6. Выводы

В Главе 2 мы постарались описать такой новый вид человеческого взаимодействия, как онлайн-коммуникация. Мы считаем онлайн-коммуникацию относительно новым видом человеческого общения, появившимся благодаря развитию сети интернет и находящимся в непрерывном развитии. **Интернет определяется в данной работе как совокупность огромного числа компьютерных и телекоммуникационных средств, связанных воедино и составляющих тем самым единую Сеть.**

В рамках этого исследования мы определяем *онлайн-коммуникацию*, как **любое взаимодействие индивидов, осуществляемое посредством информационно-коммуникационных ресурсов интернета. Преимущество употребления термина *онлайн*, обозначающего присутствие в сети, заключается в том, что дискурс может состояться, только если участники находятся онлайн. Мы также подчеркнули, что не используем термин *онлайн-дискурс*, когда говорим об общении в сети в широком смысле, мы используем его для описания конкретного примера дискурса, взятого из ресурсов интернет.**

Вслед за большинством исследователей этого вида человеческого взаимодействия мы выявили следующие особенности, характерные черты онлайн-коммуникации:

1. **электронный сигнал как канал общения и опосредованность;**
2. **виртуальность;**
3. **дистантность;**
4. **высокая степень доступности;**
5. **гипертекстуальность;**
6. **мультимедийность;**
7. **интерактивность;**
8. **синхронность или асинхронность коммуникации;**
9. **сближение устной и письменной речи.**

Молодежная онлайн-коммуникация в нашем исследовании – это коммуникация носителей английского языка и культуры в возрасте 16 – 25 лет посредством интернета. Мы обосновали сужение возрастной группы до представленных рамок тем, что по статистическим данным эта возрастная группа в большей степени использует интернет-ресурсы для общения.

В ходе исследования молодежной онлайн-коммуникации мы установили следующие особенности этого вида взаимодействия:

1. Сближение устной и письменной речи. Мы констатировали, что сближение устной и письменной речи в рамках онлайн-коммуникации проявляется в большей степени в синхронном ее виде, когда у пользователей нет большого количества времени на составление сообщения. В молодежной онлайн-коммуникации эта характеристика получает еще большее отражение, что связано с экономией не только времени, но и речевых усилий, с эмоциональностью исследуемой возрастной группы.

2. Экономия. В молодежной онлайн-коммуникации экономия проявляется в эллиптичности, использовании сокращений, аббревиатур и замене букв/слов/частей слов цифрами. Это экономия речевых усилий и времени, затраченного на составление сообщения. Нам удалось доказать, что тем самым участники онлайн-коммуникации, особенно синхронной, сближают этот тип коммуникации с устным общением.

3. Эмоциональность. Использование эмотиконов, знаков препинания для выражения эмоций, своеобразное написание слов свидетельствует о эмоциональности молодежной онлайн-коммуникации, которая компенсирует невозможность личного общения и прямой передачи эмоций, мимики и жестов. Это помогает собеседнику, читающему сообщение, мысленно воспроизвести его в том виде, в котором это предполагал отправитель сообщения.

Мы также предприняли попытку рассмотрения тема-рематических отношений молодежной онлайн-коммуникации и выявили, что для исследования

динамического синтаксиса в рамках этого вида человеческого взаимодействия интересными и актуальными представляются следующие проблемы:

- **способы ввода темы и ремы в динамическом синтаксисе онлайн-дискурса;**
- **парцелляция и членение речевого потока в условиях онлайн-общения; соотношение глобальной темы дискурса и локальной темы говорящего;**
- **развитие темы: ее ввод, отбрасывание или интерсубъективация, сохранение в новой теме экспрессивно-эмоциональных оценок по отношению к старой;**
- **непредсказуемость развития коммуникации в содержательном, языковом и стилистическом плане, вызывающие иногда когнитивный диссонанс.**

В рамках нашего исследования важным было рассмотрение таких разных интернет-ресурсов, как форум, чат, блог и социальные сети, позволяющих осуществлять синхронную или асинхронную коммуникацию, что накладывает определенные ограничения на онлайн-дискурс внутри этих ресурсов.

В итоге мы установили следующие особенности:

- **форум**
асинхронность коммуникации, коммуникация со многими участниками, большую роль играет время, затраченное на составление сообщения.
- **чат**
является особой формой онлайн-коммуникации, максимально приближенной к устному общению, обладающей, характерными особенностями, связанными с экономией речевых усилий и времени.
- **блог**
в блоге онлайн-коммуникация может иметь как синхронный, так и асинхронный характер, он обладает личностным характером, и ему

свойственна большая степень диалогичности, которая проявляется в комментариях к тем или иным постам. На микроблоги накладываются ограничения по объему высказывания, что приводит к экономии речевых усилий.

- **социальная сеть**

заключает в себе характеристики блога, чата и форума, представляя собой особый вид онлайн-коммуникации, обладающей большим потенциалом для анализа молодежного дискурса.

Такое разнообразие интернет-ресурсов и их постоянное развитие и совершенствование, накладывает особые ограничения на молодежную онлайн-коммуникацию, что делает ее чрезвычайно интересной для исследования, а анализ дискурсивных маркеров, употребляемых носителями английского языка и культуры в возрасте от 16 до 25 лет, чрезвычайно актуальным.

Глава 3. Дискурсивные маркеры молодежной онлайн-коммуникации

3.1. Методы, используемые при исследовании дискурсивных маркеров молодежной онлайн-коммуникации

Так как исследование дискурсивных маркеров лежит в рамках анализа дискурса особое внимание в нашем исследовании уделяется следующими общим признакам онлайн-дискурса:

- **участники общения** – молодые люди в возрасте 16 – 25 лет, носители английского языка и культуры, обладающие одним статусом по отношению друг к другу;
- **условия и обстоятельства общения** – онлайн-коммуникация с ее характеристиками, накладывающими определенные ограничения на характер общения (описанию этих характеристик посвящены параграфы 2.2. и 2.3.);
- **цели общения** – бытовое общение, направленное на передачу личной информации от одного пользователя к другому;
- **способы общения** – письменный обмен высказываниями внутри онлайн-дискурса;
- **тематика и виды интернет-ресурсов** – в каждом конкретном случае тематика онлайн-дискурса различна (существуют глобальные темы дискурса и локальные темы говорящего); интернет-ресурсы – в нашем исследовании это форумы, чаты, блоги, микроблоги, социальные сети.

В рамках этой работы применяются следующие методы исследования:

- **описательный метод, состоящий из следующих этапов:**
 - сбора примеров употребления дискурсивных маркеров в коммуникативных интернет-ресурсах (20-30 примеров употребления каждого дискурсивного маркера),

- наблюдения и выявления различных особенностей, проявляемых дискурсивными маркерами в собранных примерах,
- классификации данных примеров соответственно функциям, выполняемым дискурсивными маркерами,
- обобщения по данным примерам,
- выводов, представленных в виде таблиц;
- **метод интерпретации словарных дефиниций;**
- **метод статистического анализа;**
- **метод компонентного анализа** при исследовании плана содержания дискурсивных маркеров для более точного установления их функции в молодежной онлайн-коммуникации;
- **метод контекстуально-прагматической интерпретации** при рассмотрении ситуации употребления дискурсивных маркеров, связанной с местом, временем, тематикой и участниками общения;
- **метод контекстуального анализа**, раскрывающий особенности функционирования дискурсивных маркеров в молодежной онлайн-коммуникации.

Представленные выше методы, с нашей точки зрения, позволяют наиболее адекватно, полно и широко исследовать функционирование дискурсивных маркеров молодежной онлайн-коммуникации.

3.2. Классификация дискурсивных маркеров молодежной онлайн-коммуникации

Стоит еще раз отметить, что дискурсивные маркеры соотносятся с особым классом слов, принципиально важным свойством которых является их непосредственная связь с функционированием дискурса. Как уже отмечалось в выводах к первой главе, мы выделяем следующие особенности дискурсивных маркеров:

- в устном дискурсе они получают определенный **просодический контур**, а на письме чаще всего **выделяются знаками препинания**;
- синтаксически дискурсивные маркеры **не входят в состав главных членов предложения и их групп**;
- дискурсивные маркеры **не привносят значения в пропозицию высказывания**, и при их искусственном «изъятии» из предложения его значение не изменится;
- в связи с этим нам представляется **целесообразным сближение понятий «значение дискурсивных маркеров» и «функция дискурсивных маркеров»**;
- дискурсивные маркеры фиксируют результаты **взаимодействия участников дискурса а) на организационном уровне** (обмена репликами, смены высказываний внутри реплик) и **б) на информационном уровне** (организация и регуляция потока информации, смыслов, идей) **в смежных и несмежных репликах**;
- дискурсивные маркеры играют важную роль **в процессе интерпретации высказывания**, а именно **соотнесения информации данного высказывания с референцией предыдущих высказываний**, и помогают **при определении релевантности высказывания** предыдущему дискурсу;
- **дискурсивные маркеры полифункциональны**: один и тот же маркер способен выполнять разные функции как в разных высказываниях, так и в одном высказывании одновременно.

В том же параграфе мы отмечали, что в рамках данного исследования мы пытаемся доказать состоятельность следующей классификации дискурсивных маркеров, основанной на классификации прагматических маркеров Брюса Фрейзера, применительно к молодежной онлайн-коммуникации:

1) **комментирующие маркеры:**

1. маркеры оценки;

2. маркеры манеры речи;
3. маркеры уверенности/неуверенности;
4. маркеры последующего эффекта;
5. маркеры источника информации;
6. маркеры смягчения;
7. маркеры эмфазы.

2) **параллельные маркеры:**

1. обращения:
 - стандартные названия;
 - названия профессий;
 - обобщения;
 - местоимения.
2. маркеры недовольства;
3. маркеры солидарности или ее отсутствия.

3) **организационные маркеры:**

1. маркеры смены темы;
2. маркеры противопоставления;
3. маркеры детализации/уточнения;
4. маркеры причинно-следственной связи.

В данном параграфе мы остановимся подробно на каждом из пунктов данной классификации, приведем собранные нами примеры из молодежной онлайн-коммуникации и установим возможность применения данной классификации к дискурсивным маркерам этого нового, особого вида коммуникации.

3.2.1. Комментирующие маркеры

Комментирующие маркеры – это маркеры, а) направленные на **уточнение смысла высказывания и/или отношения автора к этому высказыванию и/или**

б) сигнализирующие, что следующее высказывание является комментарием к предыдущему.

Так в примерах (1) – (4) комментирующими маркерами являются *frankly*, *actually*, *luckily*, *surely*:

- (1). I went there with them. *frankly*, I didn't want to go.
- (2). so she was there
actually, i was impressed by her looks
- (3). I was in a terrible rush. *Luckily* I didn't get into that traffic.
- (4). J's my neighbor. *surely*, uno'im.

Вслед за Брюсом Фрейзером мы выделяем семь видов комментирующих маркеров. Остановимся на каждом из них.

3.2.1.1. Маркеры оценки

Этот вид дискурсивных маркеров **сигнализирует то, как автор оценивает информацию**, которую передает в своем высказывании. Эти маркеры регулируют поток информации в дискурсе, так как функционируют на уровне смыслов и идей, передаваемых отправителем сообщения.

Рассмотрим примеры (5) и (6):

- (5). *Oddly*, I didn't notice the mistake.

В примере (5) отправитель сообщения **передает информацию о двух важных вещах**: то, что он не заметил ошибку, и то, что он считает это странным, несвойственным ему.

- (6). I no him well. *Amazingly*, we are not dating.

В примере (6) автор также сообщает **две вещи**: то, что она не встречается с человеком, о котором идет речь, и то, что это удивительно, с ее точки зрения, так как она достаточно хорошо знает этого человека.

- (7). *amuzingly* they are called 'floaters'... I was geeky as got worried when i had them

Пример (7) взят из микроблога, и здесь отправитель сообщения также передает **два смысла**: то, что какое-то явление называется «floaters», и то, что это его забавляет, веселит.

Приведем еще несколько примеров комментирующих дискурсивных маркеров, найденных нами в молодежной-онлайн коммуникации:

(8). *Annoyingly*, can't get this out of my head @mermaidmx

(9). Just 2% of the bones in your body are in your feet.

MYTH

Astonishingly 25% of all the bones in your body are in your feet.

(10). I was watching some old games and *Cleverly* in CM is miles better than Fellani

(11). *Conviniently* hurt my coccyx just in time for the holidays! :)

(12). A. Clint Peterson @Clintonite33 Jul 19: How did people used to waste time in meetings before Twitter?

B. Charlie Zegers @charliezegers Jul 19: @Clintonite33 *Curiously*, this is not the first time I've had this discussion today.

(13). *Disappointingly* I work by the most polluted... 10 most polluted Scottish streets - Third Force News <http://po.st/vaQI9a> via @po_st

(14). EVERYONE WHO HAS 1/4 PLEASE DM APOLOGIES ON BEHALF OF THE FANDOM TO THE BOYS ❤️ *HOPEFULLY* THEY'LL SEE HOW SORRY WE ARE 😊

(15). Signed a ton more IKNS posters (*ironically* very late last night)! Get yours here: <http://districtlines.com/ConnorFranta> pic.twitter.com/Fh1fZ4be6T

(16). To think they bothered to remaster #phantommenace in 3D. *Ideally* it needs fewer dimensions. It really ought to just be a pamphlet.

(17). So it's #HumpDay! Comes once a week. *More importantly*, it's #NationalHotDogDay. Only way to celebrate is firing up grill for #Wagyu 'dogs'.

(18). Late morning... *Luckily* my friends birthday present has come in time!

- (19). I didn't go there yesterday, *stupidly* ☹
- (20). #UndertheDome season 2, episode 5 preview: Julia (*thankfully*) takes over
- (21). thanks to everyone tweeting from #jswec, almost like being there! Luckily will be tomorrow :)
- (22). *Fortunately*, i had my math done :)) yohoooo

Важно отметить, что во всех примерах, приведенных нами, прослеживаются как характерные особенности онлайн-коммуникации в общем: *электронный сигнал как канал общения, опосредованность* (все примеры), *виртуальность* (все примеры), *дистантность* (все примеры), *высокая степень доступности* (все примеры), *гипертекстуальность* (примеры 8, 12, 13, 15, 17, 20, 21), *мультимедийность* (пример 15), *интерактивность* (пример 12), *синхронность* (пример 12) или *асинхронность коммуникации*; так и особенности молодежной онлайн-коммуникации в частности: *сближение устной и письменной речи* (все примеры), *экономия* (примеры 15, 17, 21), *эмоциональность* (примеры 11, 14, 17, 19, 21, 22).

Таким образом, к комментирующим дискурсивным маркерам оценки в молодежной онлайн-коммуникации мы относим следующие слова, зафиксированные нами в собранных примерах:

amazingly, amusingly, annoyingly, appropriately, astonishingly, cleverly, conveniently, curiously, disappointingly, hopefully, ideally, (more) importantly, ironically, luckily, oddly, stupidly, thankfully, (un)luckily, (un)fortunately.

Особое внимание стоит уделить тому, что в своей классификации прагматических маркеров к маркерам оценки Брюс Фрейзер относит также следующие слова:

artfully, cunningly, delightfully, disturbingly, foolishly, (in)correctly, justifiably, justly, incredibly, inevitably, mercifully, naturally, predictably, prudently, refreshingly, regrettably, rightly, sadly, sensibly, shrewdly, significantly, suspiciously, tragically, (un)expectedly, (un)happily, (un)reasonably, (un)remarkably, understandably, wisely, wrongly.

В рамках нашего исследования отнести эти слова к классу **дискурсивных маркеров молодежной онлайн-коммуникации** мы не можем. В ходе нашего исследования нам удалось установить, что в онлайн-коммуникации эти слова либо используются в своих недискурсивных употреблениях, как в примерах (23) – (25), либо, употребляясь как дискурсивные маркеры, используются людьми не подходящей к нашему исследованию возрастной группы, как в примерах (26) – (27).

- (23). Trailer for 'SLC Punk 2' looks *suspiciously* like a montage of random people yelling.
- (24). Its kind of a relief to finally be in a place where I'm *reasonably* comfortable with how I look
- (25). Can't believe it's been nearly a year since you were *wrongly* taken away from us all @kimchapmann miss you so much hope your okay up there ✿☺♥□
- (26). *Inevitably*, Chelsea get linked with Liverpool target Dejan Lovren | <http://sbnation.com/e/5688952>
- (27). Attempting to quantify the unquantifiable—quite *predictably*, disagreement ensues.

3.2.1.2. Маркеры манеры речи

Эти маркеры сигнализируют то, в какой манере высказывается отправитель сообщения. Так, в примере (28) отправитель сообщения передает следующую информацию: он никогда чего-то не делал, и он говорит об это честно. В примере (29) отправитель сообщения говорит, что адресат идет с ним, и что он говорит об это серьезно.

- (28). *Frankly*, I've never done it.
- (29). *Seriously*, you are going with me.

К дискурсивным маркерам манеры речи в молодежной онлайн-коммуникации можно отнести следующие:

bluntly, confidentially, crudely, frankly, generally, honestly, ironically, metaphorically, objectively, precisely, seriously, truthfully.

И их производные такие, как: *to put it bluntly, to be honest, in all seriousness, quite frankly, simply stated, speaking frankly.*

Приведем примеры их употребления:

(30). I wish the best for you darling, I really do. But *to put it bluntly*- I don't give a damn about what you do.

(31). **states bluntly** I personally think that Sakura should be decapitated.

Пример (31) довольно интересен, так как дискурсивный маркер *states bluntly* выделен следующим символом — **...**. Употребление такого символа сигнализирует о том, что заключенная в нем информация — это комментарий к последующей или предыдущей информации в зависимости от контекста. Этот символ получил распространение в онлайн-играх, где игроки, помимо самой игры, взаимодействуют вербально в чатах, отображающихся в углу экрана. Данный символ помогает им описать манеру, в которой они передают то или иное сообщение. Таким образом, комментирующая функция, сигнализирующая о манере речи, получает в данном случае усиление.

Необходимо подчеркнуть, что в молодежной онлайн-коммуникации употребление этого символа характеризует пользователя как участника онлайн-игр, увлекающегося фантастикой, фэнтези, японской мангой (комиксами), аниме (особый вид японских мультфильмов) и т.д., то есть употребление такого символа помогает участнику онлайн-коммуникации определить круг интересов своего собеседника.

(32). *Confidentially* I'm plotting to take what's mine eventually 😊

(33). Now I ask you...guys
very confidentially.....mind you
 Ain't she sweet?
 #BeingHuman

Пример (33) так же интересен для рассмотрения с точки зрения парцелляции речевого потока. Как было сказано выше, парцелляция характерна для синхронной онлайн-коммуникации, где участники общения ограничены по времени и вынуждены отправлять части предложения по мере их набора, чтобы не заставлять собеседника ждать. Однако этот пример взят из микроблога *Twitter*, где на публикацию наложено одно ограничение – объем 140 знаков с пробелами, то есть пользователь не ограничен во временных рамках. Очевидно, что в данном примере пользователь разбил свое высказывание на парцеллаты специально с целью заострения внимания своих подписчиков на конкретной информации. В создании парцеллатов здесь задействована не только функция пробела (перенесения на новую строчку), но и отделения парцеллатов многоточиями.

- (34). *Crudely*, let's say you split that 315-player pool into thirds. You'd have 105 goods, 105 averages and 105 bads.
- (35). *crudely drawn* sign says BEES with an arrow pointing down sketchy dirt road. not this time, bees, not this time.
- (36). I just love when people ask why I don't follow them on Social networks... *quite frankly*, I just don't care what you have to say
- (37). I actually love the way the world looks... Just *generally* - It makes me super happy
- (38). *Honestly* don't see the purpose if gain tweets tbh why does follower count matter so much to everyone?
- (39). **ironically** She looks so niiiice 2day.
- (40). Being the bigger person is hard sometimes (*metaphorically* -- I'm pretty good at being the bigger person physically)
- (41). And don't bring bricks from past relationships or else you'll rebuild the same house. (*Metaphorically speaking*)
- (42). *Objectively speaking*, was 1999 the worst year in music ever? I'm convinced "Yes." Oof. <http://buff.ly/1jUoPL6> h/t @bennettk
- (43). RAGE!!! *precisely* pic.twitter.com/U802SHub0m

(44). *Seriously* if a guy doesn't like The Strokes he becomes a little less attractive

(45). But *in all seriousness* I'm going to be 16 and never kissed a boy.

This is how upsetting my life is

(46). *Truthfully*, I'm a young teen who hasn't got a clue what the heck I want to do in my life to fulfill my soul mission.

Следует также заметить, что в данных примерах мы наблюдаем различные способы пунктуационного выделения дискурсивных маркеров: отсутствие выделения (примеры 32, 35, 38, 43, 44, 45), запятая (примеры 34, 36, 42, 46), скобки (пример 41), тире/дефис (примеры 30, 37, 40), пробел/многоточие (пример 33), *...* (31, 39). Постановка таких знаков препинания зависит от предпочтений отправителя сообщения.

Важно отметить, что Брюс Фрейзер относит к данной группе маркеров следующие слова:

candidly, fairly, personally, roughly, simply, strictly.

К сожалению, в ходе нашего исследования молодежной онлайн-коммуникации примеры употребления этих слов как дискурсивных маркеров обнаружены не были. Эти слова зафиксированы нами либо в своих недискурсивных употреблениях (примеры 47, 48, 50, 51, 53, 54), либо в дискурсе неподходящей возрастной группы (примеры 49, 50).

(47). *Briefly* met Kit Harrington and Rose Leslie in Soho earlier. Don't always do the celeb spot thing but this was too good to pass up. Lovely!

(48). Street is the best interview ever. Well spoken, but *candidly* honest and funny.

(49). *Crudely drawn*, barely-above-stick-figure internet cartoons are the true mirror of the alienated present.

(50). Those dancers are *fairly* earning their money
#Glasgow2014

(51). *Roughly* 1 hour to go before 1 lucky winner is drawn! RT/Follow to signup!
@CinchGaming @SquidGrip @KontrolFreek

- (52). When someone tells you, “You've changed,” it might *simply* be because you've stopped living your life their way.
- (53). I *strictly* believe that this is the time of the day when people realize how depressed and miserable they are
- (54). *Personally*, I think losing someone is one of the hardest things to ever go through.

Важным представляется объяснение того, почему мы не относим *personally* из примера (54) к дискурсивным маркерам. Причиной этому является тот факт, что в 25 примерах, найденных нами в рамках исследования молодежной онлайн-коммуникации, это слово употреблялось так: *personally, I think; personally, I believe; personally, I'm sure* и т.д. То есть, это слово не комментирует в данных примерах манеру представления информации, а характеризует то, как именно думает, считает автор. Таким образом, мы не относим данное слово к комментирующим дискурсивным маркерам манеры речи.

3.2.1.3. Маркеры уверенности/неуверенности

Комментирующие дискурсивные маркеры этого типа сигнализируют о степени уверенности/неуверенности отправителя сообщения в верности или точности передаваемой им информации.

Так, в примере (55) автор совершенно уверен в том, что информация, передаваемая им верна, а в (56) автор выражает легкую степень неуверенности.

(55). *Certainly* one of @MooreMaya's best @Jumpman23 PEs. See the rest -> pic.twitter.com/NPWD1IBAf3

(56). *Possibly* the best photo I've ever been apart of pic.twitter.com/ablPhb4rqW

К дискурсивным маркерам уверенности/неуверенности молодежной онлайн-коммуникации мы относим следующие:

assuredly, certainly, clearly, conceivably, decidedly, definitely, doubtless, evidently, incontestably, indeed, indisputably, indubitably, (most/quite/very)

likely, obviously, perhaps, possibly, presumably, supposedly, surely, (un)arguably, undeniably, undoubtedly, unquestionably, sort of, kinda, of course.

Приведем примеры их употребления:

- (57). @tammybronson I've decided I like @SneakyCanadian more than any of the family, he *assuredly* has the best hair and sense of humor.
- (58). omg! #WELOVEYOUALEX is trending in the us! we *certainly* do love u @edsheersan !!
- (59). And after posting this pic on Twitter, he's *clearly* a Sony fan #NathanFillion4Uncharted pic.twitter.com/wzscQICbwq
- (60). I could *conceivably* live off of smoothies
- (61). *Decidedly* not the best game ever. pic.twitter.com/DP88NTjPJ3
- (62). *Definitely* need another turn up night with these guys.☺🐾 @j_jorgie @Big_Bill_OG @andre_F_BaBy @DroppingAdams @jrodriguezz37 🐾
- (63). I am in a very good mood. Which will *doubtless* irritate you. Excellent.
- (64). Beach day!! I'm going to bring both pups cuz I'm a masochist *evidently*
- (65). Messi is still *incontestably* the best soccer player in the world to me
- (66). #sexywesley *indeed*.

Пример (66) интересен для более детального рассмотрения. Дискурсивный маркер уверенности *indeed* в данном случае относится к хештэгу #sexywesley, с которым отправительница сообщения соглашается. Этот хештэг имеет отношение к актеру Полу Уэсли, ставшему очень популярным после выхода на экраны телесериала «Дневники вампира», в котором он сыграл одну из главных ролей. Очевидно, что этот хештэг используется при публикации сообщений, связанных с актером: фото, видео с ним, отношение поклонников к нему и т.д. Однако в данном случае хештэг употреблен самостоятельно, не для передачи краткого содержания публикации, а как сама публикация. Таким образом, мы понимаем, что этим высказыванием отправитель сообщения передает следующую информацию: Пол Уэсли привлекателен, и то, что она с этим в полной мере согласна.

- (67). Poor White people. Tell y'all what: if y'all ALL admit that dark skin is *INDISPUTABLY* superior? We'll stop making fun of y'all for burning.
- (68). Hi. Ur boi here. *Indubitably* out here.
- (69). if you dont respond to my snapchats *most likely* i wont snapchat you anymore
- (70). *Obviously* they really don't gaf about the way you feel bc if they did they would do some about it.
- (71). U guys are so cute i can't believe youre people somehow youre not scary
hmm *perhaps*...the internet is an illusion?

Пример (71) примечателен тем, что отправитель сообщения специально создает иллюзию устного общения с собеседником. Перед дискурсивным маркером уверенности *perhaps* он ставит многоточие и употребляет междометие *hmm*, призванное передать звук, который он произнес бы при устном общении для заполнения паузы хезитации и усиления акцента на последующем высказывании.

- (72). listening to quietness can *possibly* drive you crazy.
- (73). Sky news UK is now advising people not to get drunk and drown 'cause it's hot. It's ok in winter though, *presumably*.
Roll on December.
- (74). Bruuuuuuuuuuuuuuh *supposedly* I text like a girl, shieet my life is over just cause I'm nice and energetic lol laawwd
- (75). Girls be like: DOTA o Ako?
Boys be like: EXO o Ako?
No need to think babe. *Surely* I will pick EXO.
- (76). Summer 2k14 was unarguably the best summer ive had by far👏👏
- (77). Lady Gaga is *undeniably* the best performer of our generation! Nobody puts on a show like Gaga #MTVHottest
- (78). I'll never get tired of watching Out of the Furnace. Christian Bale is *undoubtedly* a top class actor, always delivering a solid performance
- (79). Oh, I am *most definitely, unquestionably* going to see "Dear White People."
Hell. Yes.

В примере (79) автор усиливает свою уверенность, употребляя сразу два дискурсивных маркера с этой функцией: *most definitely* и *unquestionably*.

(80). Reunited and it feels so good! #firstdate #sortof
<http://instagram.com/p/q2hWyuw7lN/>

(81). *Kinda* want to really start talking to you but feelings are scary so I'll stay my distance 😊

(82). *it stands to reason that* there'll be four more by the time the ps4 wraps up too, then

(83). *Of course* it's hard. It's supposed to be hard. If it was easy, everyone would do it. Hard is what makes it great.

Примеры (80), (81), (82) и (83) примечательны тем, что в них мы зафиксировали дискурсивные маркеры неуверенности, которые не получили отражение в классификации Фрейзера. В данном случае речь идет о маркерах *kinda*, *it stands to reason that*, *of course* и *#sortof*, представленном в виде хештэга.

В Longman Dictionary of Contemporary English мы находим следующую информацию относительно употребления *sort of*: «*spoken* a) used to say that something is partly true but does not describe the exact situation. *I sort of like him, but I don't know why.* b) used when you are trying to describe something but it is difficult to find the right word or to be exact. *Then they started sort of chanting.* c) used to make what you are saying sound less strong or direct. *Well, I sort of thought we could go out together sometime*»¹⁴¹.

Таким образом, в словарной статье мы находим отражения двух дискурсивных функций маркера *sort of*: 1) выражение неуверенности по отношению к передаваемой информации (либо не очень точное описание чего-то, в чем говорящий неуверен, либо сигнализирование того, что подобранные слова для описания не совсем точные, то есть отправитель сообщения выражает свою неуверенность в точности описания), 2) смягчение последующей информации. В

¹⁴¹ Longman Dictionary of Contemporary English. Fifth impression. Pearson Longman. 2006. P.1580

примере (80) мы наблюдаем употребление *#sortof* в качестве дискурсивного маркера неуверенности.

В Longman Dictionary of Contemporary English мы находим следующую информацию относительно употребления «kind of; kinda: *AmE spoken slightly but not exactly or in some ways. I'm kind of glad I didn't win*»¹⁴². Таким образом, в примере (81) дискурсивный маркер *kinda* использован с целью выражения неуверенности относительно точности передаваемой информации.

Важным в рамках нашего исследования также является тот факт, что данные выражения помечены в словаре как разговорные, что еще раз подтверждает наше утверждение о сближении устной и письменной речи в рамках молодежной онлайн-коммуникации.

В примерах (82) и (83) мы зафиксировали употребление дискурсивных маркеров *it stands to reason that* и *of course*, которые отнесены к организационным маркерам вывода в классификации Фрейзера. На наш взгляд, данные выражения выступают как комментирующие дискурсивные маркеры, сигнализирующие высокую степень уверенности. В связи с этим нам представляется возможным отнесение их к данной группе маркеров.

В своей классификации Брюс Фрейзер относит следующие слова к маркерам уверенности/неуверенности:

incontrovertibly, patently, seemingly.

К сожалению, нам не удалось зафиксировать дискурсивные употребления слов *incontrovertibly* и *seemingly* в молодежной онлайн-коммуникации (примеры 84 и 86), а дискурсивный маркер уверенности *patently* употребляется в подавляющем большинстве случаев (49 из 51 примеров) пользователями другой возрастной группы (пример 85). В связи с этим мы не считаем возможным отнесение данных слов и выражений к дискурсивным маркерам молодежной онлайн-коммуникации.

¹⁴² Longman Dictionary of Contemporary English. Fifth impression. Pearson Longman. 2006. P. 887

- (84). The amazing thing about twitter is that every bugger is dead certain they're absolutely and *incontrovertibly* right about everything...
- (85). @sternlester1 why are you looking for back up with retweets. You just *patently* implied 6/5 on a coinflip is not value. Explain young man.
- (86). a *seemingly* romantic lyric could just be reminiscent of a friendship, or a memory, or a feeling, and that's so cool to me

3.2.1.4. Маркеры последующего эффекта

Дискурсивные маркеры последующего эффекта употребляются с целью объяснения того, зачем автор отправляет следующее сообщение.

Так, в примерах (87) – (89) отправитель сообщения употребляет дискурсивные маркеры для того, чтобы дать собеседнику понять, что далее следует соответственно пример, иллюстрация или пояснение.

(87). *To exemplify*, Kim Kardashian.

(88). *To further illustrate my point* on makeup witchcraft wizardry
<https://vine.co/v/Mdvwnjw0K2i>

(89). *To clarify*: Chicken does not get 'contaminated' with Campylobacter. It lives in all chickens. Naturally.

В рамках своей классификации к комментирующим маркерам последующего эффекта Фрейзер относит следующие:

at the risk of repeating, finally, first, in general, in short, lastly, moving right along, next, once again, overall, so far, thus far, to add, to begin, to clarify, to close, to comment, to conclude, to continue, to explain, to illustrate, to interrupt, to note, to open, to repeat, to start with, to stop, to sum up, to summarize, up to this point.

Нам удалось установить, что данные маркеры **наименее используемы в молодежной онлайн-коммуникации, так как большинство из них нацелено на более развернутые высказывания, чем те, с которыми мы встречаемся в рамках нашего исследования.** В синхронной онлайн-коммуникации в чатах,

микроблогах и социальных сетях употребление данных дискурсивных маркеров нами зафиксировано не было. В асинхронной же онлайн-коммуникации в форумах и блогах их употребление слишком редко, чтобы выделять их как частотные и утверждать, что они присущи именно молодежному общению в интернете. Однако мы не исключаем этот тип маркеров из нашей классификации.

Приведем примеры употребления тех дискурсивных маркеров последующего эффекта, которые мы зафиксировали в молодежной онлайн-коммуникации помимо примеров (87) – (89):

- (90). *At the risk of repeating myself*: DO NOT miss the ART AND CRAFT preview tonight! <http://www.nitehawkcinema.com/movie/art-and-craft/> ...
@TribecaFilmIns @artandcraftfilm
- (91). *Once again*, it feels like something BIG is gonna happen. I can feel it in my heart !
- (92). *To summarize*, we now have not-a-feminist Wonder Woman, hipster Steph, lady Thor, and black Captain America.
- (93). You can be confident and comfortable with your body and not post it all over the Internet, *fyi*

Интересным представляется дискурсивный маркер последующего эффекта *fyi* или *FYI*, представляющий собой акроним коллокации *for your information*. Этот дискурсивный маркер сигнализирует то, что отправитель сообщения считает передаваемую информацию нужной для ознакомления, важной для запоминания.

Мы также встретили недискурсивные употребления следующих выражений:

- (94). *To sum up* the day @cchrisle @helloitsbeatriz
pic.twitter.com/Dq1W1vQp5Y

В примере (94) в форме фотографии суммируется не ранее высказанное, а весь день, то есть *to sum up* не употребляется в качестве дискурсивного маркера.

- (95). Don't beat yourself up worrying about the future, but appreciate everything you have *up to this point*,

В примере (95) *up to this point* также не выступает в качестве дискурсивного маркера, а является второстепенным членом предложения.

Особое внимание следует уделить дискурсивному маркеру *finally*. В молодежной онлайн-коммуникации он не употребляется как дискурсивный маркер последующего действия. В примерах (96) и (97) этот маркер скорее направлен на эмоциональное выражение радости от того, что что-то наконец произошло.

(96). *Finally*, the difference explained! <http://fiyf.net/the-difference-between-men-and-women-2> ...

(97). I couldn't be more happier with Herrera's first performance. A midfielder that can pass, that can run, that can see chances. *Finally!*

В классификации Фрейзера маркеры, направленные на выражение эмоций по отношению к отправляемому сообщению относятся к дискурсивным маркерам оценки. Нам представляется возможным и логичным отнесение дискурсивного маркера *finally* с этой функцией к данному типу маркеров.

Таким образом, к дискурсивным маркерам последующего эффекта молодежной онлайн-коммуникации мы относим следующие:

at the risk of repeating, once again, to clarify, to illustrate, to summarize, fyi.

3.2.1.5. Маркеры источника информации

Дискурсивные маркеры этого типа сигнализируют, что отправитель сообщения не является прямым источником информации, которую он передает, и указывает тем самым на тип источника информации.

Приведем примеры дискурсивных маркеров источника информации в молодежной онлайн-коммуникации.

(98). *it appears* she's just sitting no biggie but like LOOK SHE IS TALKING ABOUT ALBUM 5 LIKE IT'S COMING pic.twitter.com/o3K8AHJS4i

(99). *It is rumored* that Selena was with Demi and they were together on vacation.
[Not confirmed]

(100). *#Rumor*: Nick will be releasing his new single "Chains" tomorrow!

В примере (100) в качестве дискурсивного маркера источника информации употреблен хештэг *#Rumor*, моментально дающий читающему понять, что последующая информация имеет характер слухов, сплетен, является неточной и, возможно, ложной. То же самое мы наблюдаем и в примере (100) и (101), где в качестве дискурсивного маркера источника информации употреблен хештэг *#itisaid* и *#theysay*.

(101). *#itisaid* that every1 wants 2 be loved. This is untrue. Love is not an entitlement nor is it a universal goal. It is an anomaly, a construct.

(102). @FactsInYourFace: The average American breaks about five laws every day.” *#Rulesaremadetobebroken* *#theysay* ☺

(103). Taylor is *reportedly* doing a Rolling Stone interview in Central Park today!

(104). Girls *be like*: DOTA o Ako?

Boys *be like*: EXO o Ako?

No need to think babe. Surely I will pick EXO.

Дискурсивный маркер *be like* из примера (104) сравнительное новое явление, появившееся в молодежной онлайн-коммуникации. Этот маркер сигнализирует то, что отправитель сообщения передает прямую речь третьего лица, указанного ранее. Подробнее об этом в параграфе 3.3.1.

Таким образом, к дискурсивным маркерам источника информации молодежной онлайн-коммуникации мы относим следующие:

it appears, it is rumored, it is said, reportedly, they say, be like.

Помимо упомянутых выше, в классификации Фрейзера к данному типу дискурсивных маркеров отнесены следующие:

allegedly, I have heard, it has been claimed, it is claimed, it is reported, one hears, purportedly, they allege, they tell me.

В рамках нашего исследования онлайн-коммуникации в общем и молодежной онлайн-коммуникации в частности нам не удалось найти примеров

употребления дискурсивного маркера *one hears*. Возможно это связано с тем, что этот фразеологизм обладает небольшой частотностью употребления.

Дискурсивный маркер *I have heard* был зафиксирован нами один раз в микроблоге *Twitter* в виде хештэга (пример 105). К сожалению, столь малое количество примеров не дает нам основания отнести этот маркер к дискурсивным маркерам молодежной онлайн-коммуникации.

(105). *#ihaveheard* Their is a fine line between when you stop drinkin' Tequila, and start smokein' weed.....

В остальных случаях мы установили, что они употребляются пользователями неподходящей возрастной группы (примеры 105, 106, 107, 108, 109), или зафиксировали недискурсивные употребления данных слов и выражений (примеры 111 и 112).

(106). *Allegedly*, troops have invaded the location.

(107). Potential Microsoft CEO Elop could sell Xbox business, *it has been claimed*

(108). *#MusicNews* Christina Milian □ dating Lil Wayne: Christina Milian and Lil Wayne are hooking up, *it is claimed*. <http://dlvr.it/6MSfRP> RT

(109). *It is reported* that Valencia now want Milan's proposed fee of €4.25m for Adil Rami to be paid in one instalment...<http://www.football-italia.net/51935/report-valencia-change-rami-demands>

(110). Large demo, *purportedly* in Saudi Arabia, crowds chanting 'Death to Al-Saud'

(111). Family of Serena Perry seeks man *they allege* is responsible for her death - by @paigeepersons <http://ow.ly/zrhr7>

(112). *They tell me* I can't do it, they tell me this will kill me. Well I would rather die than quit.

3.2.1.6. Маркеры смягчения

Дискурсивные маркеры этого типа направлены на смягчение высказывания. Отправитель сообщения считает, что информация, которую он передает, может негативно воздействовать либо на собеседника, либо на него самого, либо на весь дискурс в целом, поэтому он считает целесообразным употребить дискурсивный маркер смягчения для ослабления эффекта, которое его сообщение произведет.

Приведем примеры дискурсивных маркеров смягчения, зафиксированных нами в молодежной онлайн-коммуникации:

(113). A1. Matt I want to repeatedly punch you in the throat

B1. *If I may interrupt. I realize I'm late, but tomorrow is Throat Punch Thursday.*

C1. You may not interrupt actually

A2. You can interrupt if you'd like

C2. Don't listen to her, she's a nerd

B2. Which is why I asked. *Sort of.*

Пример (113) интересен тем, что иллюстрирует непредсказуемость онлайн-коммуникации в плане реакции пользователей на то или иное сообщение автора. Сообщение A1 было адресовано собеседнику В, который отреагировал на него репликой B1, в которой использовал два дискурсивных маркера смягчения: *If I may interrupt; I realize I'm late, but*. Однако в их разговор вмешивается собеседник С с репликой C1, явно не приветствующий общение между участниками коммуникации А и В. Это иллюстрирует высокую степень доступности онлайн-коммуникации, где любой пользователь может стать участником конкретного дискурса.

(114). I can't say that I've tanned this summer, but I've definitely gotten less snow white. #winning #sortof

Как уже отмечалось, дискурсивный маркер *sort of* обладает двумя функциями: сигнализирует неуверенность отправителя сообщения или смягчает

его высказывание. В примерах (80) и (113) *sort of* выступает в качестве дискурсивного маркера неуверенности. Пример (114) фиксирует употребление этого маркера в качестве смягчителя информации. Отправитель сообщения положительно характеризует тот факт, что она больше не похожа на Белоснежку по цвету кожи. Однако, чтобы не казаться самоуверенной, она смягчает свою чрезвычайно положительную характеристику *#winning* дискурсивным маркером *#sortof*, представленном в виде хештэга.

(115). A. my account isn't awful. I'm not a bad person. Just looking out for my friends. I'm sorry for the pain I've caused. Now I'm feeling it...

B. @bigbadclemby @perfctturtlesx I wasn't a part of the fight... But it's okay. You stood up for your friend, at the very least :/

A. @BoogaOogaWooga what friend? And thank you 🍷👶

B. @bigbadclemby You said you were standing up for your friends. *Unless I misunderstood things* :/

(116). *I don't mean to pressure you or anything lol* but you should go to WWDOP! I really want to meet you... — IM GOINGGGG <http://ask.fm/a/65pe2m12>

(117). Please don't spill your drink on me, and *if it's not too much trouble* don't blow smoke in my face and push me over.. *If you don't mind* #manners

В примере (117) мы видим саркастическое употребление дискурсивных маркеров смягчения *if it's not too much trouble* и *if you don't mind*. Отправитель сообщения явно совершенно уверен в своей правоте и использует маркеры смягчения не с прямой целью смягчения, а с целью достижения большего эффекта.

(118). A. What's the worst wedding tradition or trend?

B. @roomfordebate Giving away of the bride by her father, signifying an exchange of property.

C. @galacticdeep @roomfordebate *I see your point but* seeing a proud Dad walk their daughter down the isle is kinda sweet

(119). *I'm no expert, but* I'm pretty sure your extensions are not supposed to look like that 😊

(120). Listen *I'm sorry to write to you about this*, but i got... — i don't have any dodgy photos so it's probably spam :p

(121). A (@jadoreB_). I swear @LKRSDUDE_23 fails at life

B (@LKRSDUDE_23). @jadoreB_ *that may be true*, but at least I have ice cream. Hold up wait a second.....

(122). A. ffs so many people constantly moaning about Hockaday after the Mansfield game. Get behind him, give him a chance, judge him by Christmas.

B. *You have a point*, but I struggle to believe he isn't hopelessly out of his depth. Like putting my mate fat dave in charge.

(123). *you're entitled to your opinion* but there is a difference between making educated comments about a situation and just being ignorant

(124). *It's kinda inappropriate to say this* but I used to have a huge crush on you, then you started ...

Пример (124) интересен тем, что эффект смягчения достигается в нем не только дискурсивным маркером с *but: it's inappropriate to say this, but*, но и дискурсивным маркером неуверенности *kinda*. Таким образом, отправитель сообщения пытается снять с себя ответственность за высказывание.

(125). I hate Madison but she is *like* really pretty

В примере (125) слово *like* использовано в качестве дискурсивного маркера смягчения. Он направлен на смягчение характеристики *really pretty*. В отличие от всех остальных, данный маркер не был включен в классификацию Фрейзера. Этот маркер чрезвычайно интересен для анализа, и его исследованию посвящен параграф 3.3.

(126). A: jack, bring sam's psp tomorrow.

B: No.

A: maaan i need it. *dude*.

B: Take Jimmy's one.

A: is jimmy at home then?

B: Yeah

В примере (126) участник разговора А явно раздражен и хочет, чтобы В непременно принес ему игровую приставку PSP, но тот отказывается. Очевидно, А не хочет давить на своего собеседника и использует дискурсивный маркер *dude* для смягчения своего высказывания, при этом его реплика выглядит не такой резкой и прямой. Этот маркер также не был зафиксирован в классификации Фрейзера и представляет большой потенциал для исследования. Подробному анализу функций этого дискурсивного маркера посвящен параграф 3.4.

Таким образом, к дискурсивным маркерам смягчения в молодежной онлайн-коммуникации мы относим следующие:

if I may interrupt, unless I misunderstood things/you, I don't mean to pressure you, if it's not too much trouble, If you don't mind, I realize I'm late but, I don't mean to pressure you but, I see your point but, I 'm no expert but, I'm sorry to have to ask you this but, That may be true but, You have a point but, You're entitled to your opinion but, sort of, like, dude.

3.2.1.7. Маркеры эмфазы

В отличие от дискурсивных маркеров смягчения дискурсивные маркеры эмфазы направлены на усиление передаваемого сообщения.

Брюс Фрейзер утверждает, что такие выражения как *I insist* из примера (125), выступая в качестве дискурсивных маркеров эмфазы, не передают коммуникативное намерения отправителя сообщения, а лишь усиливают его, в отличие от того же выражения в примере (127).

(127). Also, 1 hour til @GeekandSundry vloggers at #GSLounge! *I insist* you all give each other my love since I can't be there to do it myself!

(128). Hey movie studios, hire me. I'll gain weight for a role. No seriously it's cool. I'll eat donuts and fried chicken every day. *I insist*

К дискурсивным маркерам эмфазы молодежной онлайн-коммуникации мы относим следующие:

by no means, by no stretch of the imagination, definitely, DO VP, I emphasize (strongly) that, I insist that, if I ever heard one, indeed, mark my words, on earth, really, to say the least, without exaggeration, like.

Приведем примеры их употребления.

(129). They are *by no means* going to be off the air for six episodes.

(130). I absolutely love atl but they are *by no stretch of the imagination* 'punk'

(131). if you do not try to keep your man out of trouble, you *definitely* aren't "wifey type".

(132). I *DO* hate all that stuff seriously

(133). Men, when I say we stay losing, I *emphasize* with emphatic emphasis *that* we STAY losing!!! Lol. It's funny, but not really funny.

В примере (133) мы фиксируем усиление сообщения с помощью трех приемов: 1) дискурсивный маркер эмфазы *I emphasize that*; 2) усиление самого маркера эмфазы с помощью слов *with emphatic emphasis*; и 3) написания заглавными буквами слова STAY.

(134). @AMightyWolf A worthy goal *If ever I heard one!*

(135). A bunch of you silly sausages are following a fake me on Instagram. The REAL me is tbagmcfly. Silly sausages *indeed*.

(136). if luke gets a tattoo I'm deactivating and never coming back *MARK MY WORDS*

(137). What *on earth* is this? <https://vine.co/v/MxIEm2BwKet>

(138). I love who I am inside, I *really* do. I'm not perfect but I do have a good soul.

(139). Tonight was interesting *to say the least*

(140). *Without exaggeration* I spend more time with Taylor than my family

(141). i hate it when people say "stay in your lane" *like* shut up i can be in more fandoms and i can like more boys so sshh tysm

В примере (141) дискурсивный маркер *like* использован с целью усиления воздействия, которое отправитель сообщения хочет оказать на читающих его сообщение. Как отмечалось выше, исследованию этого маркера посвящен параграф 3.3.

Необходимо уточнить, что к маркерам эмфазы Фрейзер относит также выражения *I cannot too often point out that* и *that's a X*. К сожалению, в ходе нашего исследований онлайн-коммуникации в общем и молодежной в частности мы не зафиксировали примеров употребления дискурсивного маркера *I cannot too often point out that*.

В отношении выражения *that's a X* нам представляется важным уточнить, что мы не относим его к классу дискурсивных маркеров. Несомненно, это выражение употребляется для усиления сообщения, как в примере (142). Однако, у нас нет основания относить его к дискурсивным маркерам, так как в этом случае не устанавливается соответствие признакам дискурсивных маркеров. Так, *that's a X* входит в состав предложения и при его искусственном изъятии из предложения, смысл и структура предложения меняются.

(142). Now *that's a nice way to butcher google's name* lmao

Таким образом, нам удалось доказать, что выделение комментирующих дискурсивных маркеров, подразделяющихся на маркеры оценки, манеры речи, уверенности/неуверенности, последующего эффекта, источника информации, смягчения и маркеры эмфазы релевантно и вполне применимо в рамках исследования молодежной онлайн-коммуникации.

3.2.2. Параллельные маркеры

Параллельные дискурсивные маркеры сигнализируют, что сообщение, содержащее их, является добавочным к базовому сообщению.

Примерами параллельных дискурсивных маркеров являются *dudes* и *damn* в примерах (1) и (2):

(1). *Dudes*: if you look at a girl and it appears she's having a bad day, it's probably best to not point that out.

(2). *Damn #Pisces* my Macbook is dyin at 19% *#AllBad* ;-(

Вслед за Брюсом Фрейзером мы выделяем следующие параллельные дискурсивные маркеры:

1. обращения;
2. маркеры недовольства;
3. маркеры солидарности или ее отсутствия.

Однако нам представляется возможным расширить эту группу и добавить в нее следующие типы параллельных дискурсивных маркеров:

4. маркеры удивления;
5. маркеры согласия/несогласия.

Остановимся подробно на каждом из представленных типов маркеров.

3.2.2.1. Обращения

Данная группа параллельных дискурсивных маркеров, несущих дополнительную по отношению к базовому сообщению информацию, которая включает в себя следующие подтипы в рамках молодежной онлайн-коммуникации:

- **стандартные названия:** имена – *Sam, Mike*, никнеймы – *KittyCat, Sleeping Beauty*, имена пользователей – *@myashii, @cemented_shoes*, изображение на иконке – *crown, octopus, starship*.

Нам представляется важным объяснить разницу между никнеймом и именем пользователя. Никнеймы – это имена, которые пользователи придумывают себе в чатах и форумах для идентификации, они чаще всего не совпадают с их реальными именами. Имена пользователей (чаще всего в блогах, микроблогах) – это также не их истинные имена, а логины для входа на сайт, при этом для общения они генерируются системой автоматически при нажатии опции «comment» и являются гиперссылками на того, к кому обращаются. Рассмотрим примеры:

(3). *KittyCat*: hi, *SB*, how are u?

Sleeping Beauty: OMG! it's u, *KittyCAT*?

Sleeping Beauty: hi!

(4). A. I swear @LKRS DUDE_23 fails at life

B. @jadoreB_ that may be true, but at least I have ice cream. Hold up wait a second.....

В примере (3) представлен отрывок из чата, где участники дискурса обращаются друг к друг по их никнеймам. В реплике В примера (4) мы видим обращение по имени пользователя, при этом пользователь моментально оповещается о том, что его имя было кем-то упомянуто.

«Рассматривая сетевые имена с точки зрения их употребления, можно с уверенностью утверждать, что большинство сетевых имен чаще всего не соответствуют реальному образу пользователя в жизни, а, напротив, говорят о том, что пользователь представляет полную противоположность своему образу, созданному в сети. Большинство сетевых имен являются образными, но эта образность имеет обобщенный характер. Одни прозвища действительно называют какую-то черту характера или внешнюю примету; другие же, расплывчато-образные, допускают различные толкования или вообще не связаны с характеристиками человека»¹⁴³.

Интересным предоставляется последний вид стандартных названий – обращения по изображению на иконке. Этот тип обращения встречается в совершенно новой социальной сети Secret, появившейся в 2014 году, где пользователи общаются абсолютно анонимно. Данная социальная сеть была создана с целью предоставления пользователям возможности публиковать свои мысли, переживания, высказывать отношения и мнения анонимно, ничего не боясь и не стесняясь. В каждом конкретном онлайн-дискурсе, в котором пользователь

¹⁴³ Ахренова, Н.А. Лингвистические особенности сетевых имен. // Вестник Челябинского государственного университета. 2009. № 34 (172). Филология. Искусствоведение. Вып. 36. С. 6.

принимает участие, ему присваивается иконка с различными изображениями, например, ракета, краб, андроид, рыбка. Этих изображений не так много, поэтому им присваивается разный цвет: можно встретить общение между зелёной и красной рыбками и т.д. Пользователю, который инициировал дискурс, присваивается иконка голубой короны. Для большей наглядности приведем примеры из социальной сети Secret:

Рисунок 17



Рисунок 18

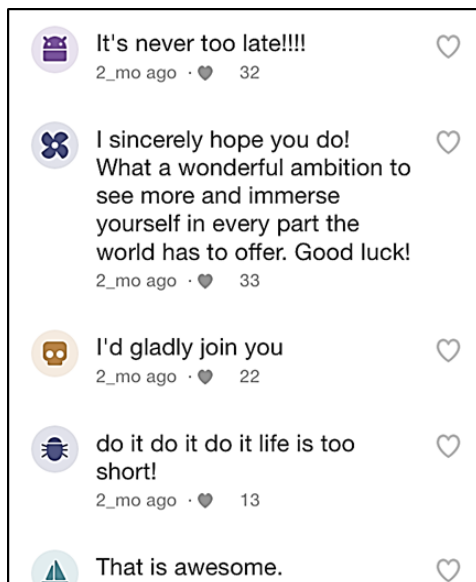
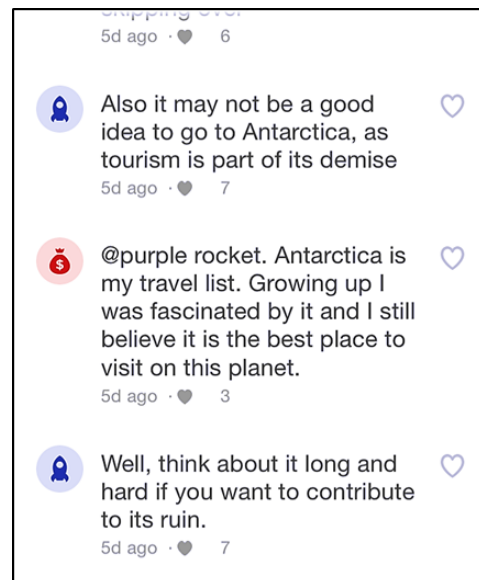


Рисунок 19



На рисунке 17 мы видим начальное сообщение. Оно имеет вид текста на фоне квадратной картинки, пользователь может сам выбирать фон. На рисунке 18 мы видим комментарии к данному высказыванию. В данном случае каждый пользователь адресует свое высказывание короне, поэтому обращений мы здесь не находим. Но на рисунке 19 пользователи начинают общаться между собой, и в

данном случае мы фиксируем обращение по изображению на иконке. По аналогии с другими интернет-ресурсами, такими как Twitter или Instagram, пользователь употребил значок @, который в данном случае не является гиперссылкой на пользователя, а обозначает лишь то, что последующее сообщение адресовано пользователю с этой иконкой.

- **обобщения:** *bro, man, dude, guys, bitches, ladies, ladies & gentlemen, friends, dear followers* и т.д.

К данной группе обращений мы относим существительные, чаще всего характеризующие пользователей по признаку половой принадлежности. Приведем примеры:

- (5). *dude* lets take a picture w flannels.
- (6). Render for the giveaway winner @TzM3Gamer
Hope you like it *man*!!! :D
- (7). Good luck *bro* @AhkiPita get dat gold 🏆👉👉👉👉
- (8). *GUYS GUYS GUYS*. EM WAS THERE. HE DIDNT GET MOBBED. HE WAS RUSHED BY SECURITY 😊😊

В примере (8) троекратное употребление обращения *GUYS* и написание всего заглавными буквами нацелены на достижение эффекта сенсации. Тем самым отправитель сообщения передает новость, которая, как он надеется, удивит и поразит его подписчиков.

- (9). ZAYN IS BACK WITH MEANINGFUL TWEETS *BITCHES*. IT FEELS LIKE 2011

В примере (9) мы фиксируем снижение стиля. Употребление слова *bitches* по отношению к пользователям женского пола является чрезвычайно распространенным в молодежной онлайн-коммуникации и зачастую рассматривается не как прямое оскорбление, а как нецензурное обращение.

- (10). Yo *ladies* I give the best advice if you're willing to accept blunt honesty
- (11). *Ladies and Gentlemen*.. If you're looking for someone with "swag" and originality. This girl is the 1 4 u pic.twitter.com/5N4lYIujxY

(12). *Dear followers* I go to sleep now cuz it's 9:21am in France and I stayed up all night for #MTVHottest Justin Bieber Thank you for the 46 RT!

В примере (12) мы фиксируем обращение *dear followers*, адресованное всем подписчикам данного пользователя. Это обобщенное обращение характерно для таких интернет-ресурсов, как Twitter и Instagram, где у пользователей есть подписчики. В социальной сети Facebook распространено другое обращение *friends* или *dear friends* (пример 13), так как у пользователь данного интернет-ресурса не подписчики, а друзья.

(13). Much love and tons of hugs
to you *my dear friends*!

- **местоимения:** *you, everyone, everybody, anyone, anybody*.

Обращение по местоимению *you* устанавливает достаточно тесный контакт между отправителем сообщения и тем, кто его читает, так как воспринимается как прямое личное обращение, даже если направлено на всех подписчиков.

(14). *You* yes *you* stop reading this. It's summer, have fun.

(15). Goodnight *everyone*! Got 2 videos coming out tomorrow! :D

В отличие от *you*, обращение по местоимениям *everyone, everybody, anyone, anybody* не такое прямое и объединяет подписчиков одного пользователя в группу.

В классификации Фрейзера к обращениям по местоимению как параллельным дискурсивным маркерам отнесены также местоимения *somebody* и *anyone*. К сожалению, в рамках нашего исследования молодежной онлайн-коммуникации мы зафиксировали только недискурсивные употребления этих местоимений, как показано в примерах (16), (17) и (18). Таким образом, мы не можем отнести их к данной группе дискурсивных маркеров.

(16). I think it's dope that some people can walk in a room not knowing *anybody* & leave with madd friends. Not me at all.

(17). OMG!!! HES WEARING HES DAD HAT 😭😭😭😭😭😭😭😭😭😭😭😭😭 IS
ANYBODY ELSE CRYING WITH ME ❤️

- (18). When you do all that you can for *somebody*, and they can't even do the smallest thing for you

В своей классификации к параллельным дискурсивным маркерам Брюс Фрейзер относит также **обращения по названию профессий**, например, *doctor, bartender, teacher, judge* и т.д. В молодежной онлайн-коммуникации этот вид обращения наименее распространен, так как, с одной стороны, люди данной возрастной группы являются преимущественно учениками старшей школы или студентами колледжей и университетов и не имеют постоянной работы. А с другой стороны, онлайн-коммуникация зачастую не предполагает личного знакомства участников общения и многие пользователи попросту не знают, кем работают их собеседники в реальной жизни. Более того, обращения такого рода вне естественной ситуации их употребления (больнице, самолете, гостинице) могут восприниматься, как неуважение, пренебрежение или даже оскорбление.

Таким образом, мы не находим оснований включать обращения по названию профессий в нашу классификацию параллельных дискурсивных маркеров молодежной онлайн-коммуникации.

3.2.2.2. Маркеры недовольства

Параллельные дискурсивные маркеры недовольства используются с целью выражения злости, негодования, неприятия, при этом непонятно, по отношению к чему отправитель сообщения выражает данные эмоции: адресату, ситуации, теме дискурса и т.д.

Мы зафиксировали следующие параллельные дискурсивные маркеры недовольства в молодежной онлайн-коммуникации:

*damned, damn well, for the love of God, for the last time, how many times have I told you, in blue blazes, right now, the hell, the heck, the f***, WTF, for God's sake, Are you kidding me?, of course.*

Приведем примеры их употребления:

- (19). The @Mariners are in a state of crisis and you're showing me some *god damned* fireworks??? I want to hear what the skip has to say.
- (20). I hate a fake "how r u" mofo! N it's fake bc u kno *damn well* u have other intentions for this convo!
- (21). *for the love of god*, stop calling your boyfriend daddy on IG
- (22). *FOR THE LAST TIME*. IF YOU HAVE NOTHING NICE TO SAY, Let's hang out bc I hate people too.

В примере (22) создается комический эффект: сначала отправитель сообщения делает вид, что недоволен скорее всего неприятными высказываниями других пользователей, и выражает это с помощью параллельного дискурсивного маркера недовольства *FOR THE LAST TIME*, написанного заглавными буквами, а потом наоборот, предлагает таким пользователям общаться, так как тоже ненавидит людей.

- (23). *how many times have I told you* stop these things while I'm sleeping? one day I'm gonna wake up and have a stroke bc of you
- (24). @Lady_Andro @reds1863 @Outlander_Starz now how *in blue blazes* did I manage to miss that????
- (25). If you don't respond *right now*, I'll unfollow.
- (26). Where *the hell* did this come from pic.twitter.com/IQUjKhL99s
- (27). why *the heck* cant i sleep
- (28). Yes this is me; who *the f**** else would it be? and yes i'm staying under here!
Ha.

Стоит подчеркнуть, что параллельные дискурсивные маркеры недовольства *the hell*, *the heck*, *the f**** чаще всего употребляются в конструкциях с вопросительными словами *what*, *who*, *why*, *when*, *where*, *how*, усиливая эффект недовольства.

- (29). everyone annoys the heck out of me today *for god's sake* stop it *wtf* I still can't believe Zayn still doesn't have 13M, we've been talking about this for months already

(30). WTF @CocaCola how do you have this and not Juan. *Are you kidding me?*
pic.twitter.com/MjzooY6mnS

(31). You hate on zayn cuz he couldn't tweet? *Really? Wth* with some people, he's an angel

В качестве маркера недовольства *really* употребляется с вопросительным знаком, придающим оттенок недоверия, как в примере (31).

(32). *Of course* now that I'm home to actually watch a game, Zach Walters isn't getting the start

В ходе нашего исследования молодежной онлайн-коммуникации мы также зафиксировали употребление выражения *of course* в качестве параллельного дискурсивного маркера недовольства, показанного в примере (32). В связи с этим, нам представляется возможным отнести его к данной категории маркеров. *Of course* был отмечен в классификации Фрейзера, как организационный маркер вывода, однако нам не удалось найти употреблений данного типа в молодежной онлайн-коммуникации.

Важно также отметить, что дискурсивные маркеры *the f***, wtf, for God's sake Are you kidding me?, of course* не были включены в классификацию Фрейзера, и нам представляется возможным отнести их именно к параллельным маркерам недовольства.

В классификации Фрейзера мы также находим следующий дискурсивные маркеры в этой группе:

in God's name, in heaven's name, on me, the devil.

В рамках нашего исследования мы установили, что маркеры *in God's name, in heaven's name* употребляются пользователями другой возрастной группы (примеры 33 и 34), сочетания *on me* и *the devil* были зафиксированы нами чаще всего в их недискурсивных употреблениях (примеры 35, 36 и 37). При этом сочетание *on me* в большинстве случаев было либо частью идиоматических выражений (пример 35), либо выступало в качестве предлога и местоимения (пример 36).

- (33). *In God's name*, let's find a solution in Gaza. Talks should replace tanks, relations instead of rockets. #prayers
- (34). *In Heaven's name!* Bayer is suing the EU for saving the bees. Don't let it!
<http://bit.ly/15kEBRr> via @Sum_Of_Us
- (35). please, take *on me*. I'll be good, I promise.
- (36). I want it *on me*, right here, right now.
- (37). *he devil* is busy but my God got my back 🖐

Таким образом, мы не можем отнести данные выражения к дискурсивным маркерам молодежной онлайн-коммуникации.

3.2.2.3. Маркеры солидарности или ее отсутствия

Данный тип параллельных дискурсивных маркеров направлен на выражение солидарности или ее отсутствия по отношению к отправителю сообщения или его высказыванию.

К параллельным дискурсивным маркерам солидарности или ее отсутствия в молодежной онлайн-коммуникации мы относим следующие:

that's my boy/girl/man, like, as your friend/mate, I'm not your bro/mate, dude.

Приведем примеры их употребления:

- (38). A. I didn't want to mess up with her, so I just went away.
 B. *That's my boy*. Well done. Proud of u.
- (39). A. I've lost her
 B. *like* I've felt the same
- (40). *As your friend* I will try to give you the best Godly advice that I can. But I don't have the answers, God does.
- (41). *I'm not your bro!* what you do is not okay. please, stop.

С точки зрения выражения солидарности особый интерес представляет дискурсивный маркер *dude*. В молодежной коммуникации *dude* выражает так называемую «мужскую солидарность» или попытку казаться «своим/своей» в

компании, что очень важно для современной молодежи. Речь об этой пойдет в параграфе 3.4.

В классификации Фрейзера освещение получили только три вышеизложенных типа параллельных маркеров, однако в своей работе «Pragmatic markers» исследователь отмечает, что существуют и другие типы маркеров этой группы¹⁴⁴. Таким образом, мы находим возможным выделить маркеры удивления и согласия/несогласия в качестве параллельных.

3.2.2.4. Маркеры удивления

Параллельные дискурсивные маркеры этого типа сигнализируют удивление отправителя сообщения по отношению к предыдущему или содержащему его высказыванию.

Приведем примеры дискурсивных маркеров удивления, зафиксированные нами в молодежной онлайн-коммуникации:

(42). 90 favs in 20 seconds wow

(43). *OMG OMG OMFG* they are getting married!!

В примере (43) употребление дискурсивного маркера *oh my god* три раза, а в последнем случае добавления к нему характеристики *f***ing* направлено на усиление удивления.

(44). *Whoa* you'r in bed at 9:30 on a Friday night you should hang out w/us.

(45). A. here we go.. I failed the test

B. *no way!!* how could you?

(46). *What??* <https://vine.co/v/MK7YuKv1via>

В примере (46) с помощью дискурсивного маркера *what*, употребленного в сочетании с двумя вопросительными знаками, отправитель сообщения выражает удивление по отношению к тому, что показано на видео в прикрепленной им гиперссылке.

¹⁴⁴ Fraser, B. Pragmatic markers. Pragmatics. 1996. №6. P. 185

В молодежной онлайн-коммуникации удивление может также передаваться соответствующими эмоджиконами, однако, мы не рассматриваем их, как дискурсивные маркеры, так как они являются знаками другой семиотической системы.

Итак, к параллельным дискурсивным маркерам удивления в молодежной онлайн-коммуникации мы относим следующие:

wow, oh my god, whoa, no way, what?

Следует оговориться, что молодежная онлайн-коммуникация находится в непрерывном развитии, одни маркеры уходят из употребления, сменяясь другими из-за непостоянности данной возрастной группы, поэтому это неполный список дискурсивных маркеров такого типа.

3.2.2.5. Маркеры согласия/несогласия

Параллельные маркеры данного типа используются для выражения согласия/несогласия с предыдущими высказываниями.

В контексте молодежной онлайн-коммуникации к параллельным дискурсивным маркерам согласия/несогласия мы относим следующие:

definitely, right, that's right, true, certainly, I couldn't agree more, I guess so, yes, no, not necessarily, not exactly.

Приведем примеры их употребления:

(47). A. she's gotta do somthin' abot that

B. *right. she definitely has.*

(48). *That's right its an ice tiger!!!* pic.twitter.com/NTJzr41Qg2

Пример (48) примечателен тем, что отправитель сообщения не соглашается ни с кем на прямую. Этот пример был взят из микроблога Twitter и представляет собой начальное сообщение пользователя. На картинке, которую он присоединил к своему сообщению, изображена огромная фигура тигра, сделанная из льда.

Предвосхищая какие-либо вопросы и подтверждая догадки пользователей, которые увидят его сообщение, автор использует дискурсивный маркер согласия *that's right*.

(49). A. Are you insane?

B. *true*, I'm gonna jump. come what way.

(50). A. TRIBalanceNote1 makes me want to shoot myself when I check Delta's mentions

B. @AdmireDelta *I couldn't agree more*. That person needs to calm down
pic.twitter.com/O84hrhJdFO

(51). A. LEE I CAN JOIN RAW NOW

B. *i guess so* if ur gonna start shouting about it

(52). A. culturally, the social punishment for being a dork is much harsher for black folks.

B. *certainly*. there's a conversation about people's cultural fascinations, but that's sort of a different conversation.

(53). A. Did something bad happen in space? Is that why you don't wanna talk about it? Maybe you have post spacel depression.

B. yes. That must be it.

(54). A: does this make you uncomfortable?

B: *no* it reminds me of that smoking commercial where that girl rips her skin off for a box of cigs

(55). A. I think you gonna like it.

B. *not necessarily*. if it's hot, I better stay in.

(56). Lol. *Not exactly*. RT @dephrank: God fearing hackers are a paradox...considering their default setting is to push boundaries.

В примере (56) пользователь сначала выражает свое несогласие, и только потом после слов *RT*, обозначающих *retweet* (копировать публикацию другого пользователя себе на страницу) цитирует то, с чем он не согласен. Такая последовательность представления информации характерна для микроблога Twitter.

Таким образом, нам удалось доказать, что выделение параллельных дискурсивных маркеров, подразделяющихся на маркеры обращения (стандартные названия, обобщения, местоимения), недовольства, солидарности или ее отсутствия, применимо в рамках исследования молодежной онлайн-коммуникации. Мы также показали, что употребление таких параллельных дискурсивных маркеров, как обращения по названию профессии, не характерно для молодежной онлайн-коммуникации, поэтому мы посчитали невозможным включение данного типа маркеров в нашу классификацию. Кроме того, мы выделили два типа параллельных дискурсивных маркеров, которые не получили отражение в классификации Фрейзера: маркеры удивления и согласия/несогласия.

3.2.3. Организационные маркеры

Как отмечалось выше в классификации Брюса Фрейзера данный тип маркеров имеет название *дискурсивных*, а общий класс слов, изучаемых нами, исследователь называет *прагматическими маркерами*. Нам представилось возможным заменить данные термины, во-первых, потому, что по существу все слова, рассматриваемые Фрейзером в качестве прагматических маркеров, соответствуют характеристиками дискурсивных маркеров, выделенных нами; во-вторых, мы не сводим функции дискурсивных маркеров к регуляции организации дискурса. В связи с этим в нашей классификации *прагматические* и *дискурсивные маркеры* Фрейзера становятся *дискурсивными* и *организационными маркерами* соответственно.

Организационные маркеры – это маркеры, сигнализирующие то, каким образом данное высказывание соотносится с предыдущим дискурсом, то есть продвигают дискурс, организуя его структурно и играют существенную роль в процессе речепроизводства и интерпретации.

В своей работе «Pragmatic Markers» Фрейзер говорит, что организационные маркеры не комментируют высказывание как таковое, не добавляют к нему

дополнительное значение, а передают информацию о том, как высказывание, содержащее организационный маркер должно быть проинтерпретировано. Приведем пример из его исследования:

«A: Mary has gone home.

B: a) She was sick.

b) *After all*, she was sick.

c) *Thus*, she was sick.

d) *Moreover*, she was sick.

e) *However*, she was sick»¹⁴⁵.

Фрейзер утверждает, что реакция на высказывание А может иметь несколько форм. Участник дискурса В может оставить высказывание без какой-либо подсказки о том, как именно это сообщение соотносится с предыдущим дискурсом, как в реплике Вa). Однако при использовании организационного маркера соотношение высказываний становится очевидным: *after all* указывает на то, что сообщение, его содержащее, является объяснением предыдущего; *thus* сигнализирует вывод из предшествующего высказывания; *moreover* говорит о том, что по отношению к Мэри существует еще какая-то дополнительная к тому, что она ушла домой, информация; *however* указывает, что Мэри была больна противоположно тому, что А мог бы подумать о ее уходе¹⁴⁶.

В классификации Фрейзера организационные маркеры делятся на четыре типа. Рассмотрим подробно каждый из них.

3.2.3.1. Маркеры смены темы

Организационные дискурсивные маркеры этого типа сигнализируют переход от исходной к другой теме дискурса. При этом другая тема дискурса может быть

¹⁴⁵ Fraser, B. Pragmatic Markers. // Pragmatics. 1996. №6. P. 186

¹⁴⁶ Там же. С. 186 – 187.

как совершенно новой, отличной от предыдущей, так и возвратом к какой-либо затронутой ранее в ходе дискурса.

В молодежной онлайн-коммуникации мы зафиксировали следующие маркеры, сигнализирующие смену темы:

back to my original point, before I forget, by the way, incidentally, just to update you, on a different note, parenthetically, speaking of X, like, anyway.

Приведем примеры их употребления:

(1). A1. THAT DIDN'T HAPPEN!!!!

B1. I know it didn't REALLY happen. It's a TV show, derrrrr.

C. But why did you wear the space suits then?

B2. Did something bad happen in space? Is that why you don't wanna talk about it? Maybe you have post spacel depression.

A2. yes. That must be it.

B3. *anyway, back to my original point*, great picture of you guys on set xx

В примере (1) смену темы сигнализирую сразу два организационных дискурсивных маркера этого типа: *anyway* и *back to my original point*. Необходимо отметить, что маркер *anyway* не был включен в классификацию Фрейзера. Нам же представляется возможным отнесение его к данному типу дискурсивных маркеров. Приведем еще один пример его употребления:

(2). How do you have a sequel to a game called Final Fantasy? *Anyway* thanks for coming to ComiCon 2014 I don't actually work here

(3). There's a cute wittle kitten sleeping on my lap 😊 How can people hate cats just look at it!

Oh *and before I forget* Happy National Dance Day 🕺 as you can see this photo was taken yesterday

(4). Selfie at the theaters *btw* y'all should watch Hercules it was gr8

Дискурсивный маркер смены темы *by the way*, бывает часто представлен в виде акронима *btw*, как в примере (4). В данном примере пользователь поясняет, что на прикрепленном фото – ее селфи (фотография пользователя, сделанная им

самим) в кинотеатре и переходит на новую тему рекомендации фильма Геракл для просмотра.

- (5). Where do you think I am then Nick? And where are you *incidentally*?
- (6). It's Saturday so I guess I'll have a lot of time to tweet and whatever... *Just to update you*: look at what arrived earlier today 😊
- (7). I really need to start sleeping more. This will be my fifth straight night of only about 4 hours of sleep. It's slowly killing me. #ZzZzZzZz
On a different note - I had a lot of fun today with my girl, at a buddy's wedding.
- (8). A1. you guys need to be "sentenced" to a new "chapter" of joking
 B1. No more puns, Jay, period.
 A2. yeah you're probably right. I might fall into a comma.
 C. I always appreciate a dash of humor in my twitter stream in the morning.
 A3. Really puts an exclamation point on the day.
 B2. *parenthetically* did you know enough fiber prevents colon cancer
 A3. it doesn't prevent. It just slashes your chances of getting it.

Пример (8) примечателен тем, что мы наблюдаем два вида смены темы. Во-первых, участник общения С оставляет комментарий к тому, как шутят участники А и В, не используя никаких дискурсивных маркеров. Во-вторых, в реплике В2 мы фиксируем переход на новую шуточную тему с использованием дискурсивного маркера *parenthetically*, усиливающего комический эффект.

- (9). Finished Seconds, it was a mind trip. I loved it. *Speaking of movies* I still need to see planet of the apes. And I wanna see Guardians of the Galaxy
- (10). A: So, they went abroad for five weeks an' that's awesome. It's gonna be my best holidays, *u know*.
 B: *Like*, my neighbors and I got on fire.
 A: Again? *No way*.

В примере (10) смена темы осуществляется с помощью дискурсивного маркера *like*. Подробно этот пример будет разобран в параграфе 3.3.2. Сейчас

следует подчеркнуть, что Фрейзер не включил дискурсивный маркер *like* с данной функцией в свою классификацию.

Важно отметить, что к числу маркеров смены темы Фрейзер относит также следующие:

put another way, that reminds me, returning to my point.

Нам не представляется возможным включить дискурсивный маркер *put another way* в число маркеров смены темы, так как он преимущественно сигнализирует детализацию, уточнение сказанного ранее при помощи перефразирования, что наглядно демонстрируется в примере (11) и служит основанием для отнесения данного маркера к другому типу.

(11). .and being teased for that — not being able to code switch or whatever — into not being liked because they were "smart."

put another way: kids don't get sidelined for being smart; they get sidelined for being dorks.

Что касается выражения *that reminds me*, мы не считаем возможным отнесение его к классу дискурсивных маркеров, так как оно, во-первых, входит в структуру сложноподчиненного предложения с *that* или имеет предлог *of*, и его искусственное изъятие из предложения нарушает его структуру (пример 12). Во-вторых, в ходе исследования онлайн-коммуникации мы зафиксировали преимущественно недискурсивные употребления данного выражения (пример 13).

(12). *That reminds me of* a funny story. I hate funny stories.

(13). *no it reminds me of* that smoking commercial where that girl rips her skin off for a box of cigs

В случае дискурсивного маркера *returning to my point* нам не удалось зафиксировать примеры его употребления в молодежной онлайн-коммуникации, поэтому мы исключаем его из нашей классификации.

3.2.3.2. Маркеры противопоставления

Организационные дискурсивные маркеры противопоставления сигнализируют, что высказывания их содержащие, являются либо отрицанием, либо противопоставлением по отношению к предыдущим высказываниям в дискурсе.

Так, к организационным дискурсивным маркерам противопоставления в рамках молодежной онлайн-коммуникации мы относим следующие:

anyway, but, contrariwise, conversely, despite (this/that), however, in any case, in spite of (this/that), nevertheless, nonetheless, on the other hand, on the contrary, still, though, yet.

Приведем примеры их употребления, зафиксированные нами в молодежной онлайн-коммуникации:

(14). I feel like 100% of my tweets don't make sense. *Anyway* hey I love u all for putting up with them

В примере (14) мы фиксируем употребление организационного дискурсивного маркера *anyway* не с функцией смены темы, как в примере (2), а с функцией противопоставления, что **доказывает полифункциональность данного маркера.**

(15). A. You will definitely like the sequel.

B. *But* I didn't like the first movie.

(16). My room is a mess... I don't remember throwing stuff all over it (*contrariwise*, I don't remember putting the stuff on its place)

(17). Both of my roommates saw @Marvel celebrities in the elevator today. I *conversely* am a failure at being in the fancy hotel.

(18). A. I know how to turn you into a CHAMPION.

B. *despite this* you still need my Cooperation, or we fail before we even start.

(19). I'm kinda shy... *However* I'm the funniest once you get to know me.. That's normally how it goes right?..

- (20). I never realized tigers were SO big! *In any case*, I want a tiger hug.
- (21). i can't watch youtube videos properly ugh. *in spite of this*, we're doing just fine, even diamonds start as coal.
- (22). My dribble,goal shot, basics are unbelievably crap! *Nevertheless*, this soccer ball brings joy! A lil!
- (23). It was a tough loss but this will be a learning experience for me and my team. *Nonetheless*, it was a good run. Thanks for all the support!—
- (24). First impressions mean nothing to me. Your music taste *on the other hand* can easily be a deal breaker
- (25). Don't criticize a person's action just because its different from yours. *On the contrary*, embrace their courageous effort to be different.
- (26). The movie is awesome, dude
Still, I expected more
- (27). I love him much. He's a douche *though*
- (28). She looks like a mess in the pic. *yet* I find it rather cute.

Необходимо отметить, что в классификации Фрейзера к данной группе организационных дискурсивных маркеров отнесены также следующие:

all the same, even so, in comparison (with this/that), in contrast to (this/that), instead (of doing this/that), (this/that point) notwithstanding, rather (than do this/that), regardless (of this/ that), that said.

К сожалению, в ходе нашего исследования молодежной онлайн-коммуникации нам удалось зафиксировать в большей степени недискурсивные употребления выражений, приведенных в примерах (29) – (31), поэтому мы не видим основания включать их в нашу классификацию:

- (29). and tbh I'm just tired of all that hate on people... we are *all the same* and we shouldn't send hate on anyone
- (30). *in comparison with* ultimate ova hellsing tv is nothing but a crap
- (31). Good to meet you in Bielefeld @aram. This was the most racy thing that I found there, *in contrast to* Amsterdam

- (32). Sometimes, it's better to just move on *instead of* being the only one who's willing to fix things
- (33). *Notwithstanding* the wailing and rending of garments, I think Grassley's critics had a point and this is a good move
- (34). I want to make pie with you & put cute love quotes just like this. Have some fun *rather than* doing the same thing
- (35). i feel ashamed admitting that i actually miss you, *regardless of* what happened between us, but i can't help it.

Также в рамках нашей работы мы не можем отнести выражения *even so* и *that said* к организационным дискурсивным маркерам противопоставления, так как не нашли примеры их употребления в молодежной онлайн-коммуникации.

3.2.3.3. Маркеры детализации/уточнения

Организационные дискурсивные маркеры данного типа сигнализируют, что высказывание их содержащее, каким-либо образом уточняет, детализирует, сужает информацию, представленную в предыдущих высказываниях.

В контексте молодежной онлайн-коммуникации к организационным дискурсивным маркерам детализации/уточнения мы относим следующие:

above all, also, alternatively, analogously, and, besides, by the same token, , for example/instance, further(more), in fact, in other words, in particular, indeed, more importantly, more precisely, more specifically, moreover, on top of it all, or, otherwise, similarly, to cap it all off, too, put another way, I mean.

Использование в речи таких выражений, как *I mean, in other words, that is, otherwise stated* и т.п., в терминологии лингвистической школы Московского университета сигнализирует *внутриязыковой (интралингвистический) перевод*,

определяющийся как «передача данного содержания в других словах и выражениях того же языка, обычно в виде парафразы, толкования и т.п.»¹⁴⁷.

Приведем примеры их использования, зафиксированные нами в молодежной онлайн-коммуникации:

(36). love u all, love ur #EOSS, love that you have all the top brands... *Above all* love your service and delivery

(37). A. We know from Boom Town that the heart of the Tardis gives you what you want; this Doctor wants to die.

B. *or alternatively*, he wants Rose to live.

В примере (37) отправитель сообщения использует сразу два дискурсивных маркера детализации/уточнения *or* и *alternatively* для усиления эффекта.

(38). A. they're both forwards so ofcourse we can compare them .. No disputing the fact that King Henry > Drogba though

B. *Or* Robben to RVP, that brings it a little closer, *analogously*. Robben is a dribbler, RVP is a target man

В примере (38) мы также наблюдаем употребление двух дискурсивных маркеров детализации *or* и *analogously*.

(39). A. He is a grown up now, uno

B. *And* he's grown a beard

(40). I'm sure no one noticed. *Besides* you're wearing your glasses today

(41). A. Did he continue to dazzle lat night?

B. when he dazzles at Upton Park I'll start to show interest. Promising signs though #confidence

C. *by the same token* if he struggles at west ham I won't be writing him off either.

¹⁴⁷ Ахманова, О.С. Словарь лингвистических терминов. М.: «Советская энциклопедия», 1966. С. 317

- (42). Not every party is a rave. *For example*, last night. Rave? Nah more like a house party gone wrong 🏠
- (43). regrets? i've had a few. *for instance*, that chicken quesadilla at house of pies.
- (44). She's a brilliant actress. Breathtakingly beautiful, *and furthermore*, she has an unbelievable charisma..

В примере (44) мы также видим употребление двух дискурсивных маркеров детализации *and* и *furthermore* для усиления эффекта.

- (45). how can u not vote justin *in fact* he's the hottest human being on this planet
#MTVHottest Justin Bieber
- (46). Manis. Pedis. Haircuts. Cupcakes. *In other words*, it's been a perfect morning
❤️❤️❤️
- (47). .and being teased for that — not being able to code switch or whatever — into not being liked because they were "smart."
put another way: kids don't get sidelined for being smart; they get sidelined for being dorks.

Как было отмечено ранее, в классификации Фрейзера организационный дискурсивный маркер *put another way* был отнесен к маркерам смены темы, что, с нашей точки зрения, неверно, так как этот маркер сигнализирует уточнение по отношению к предыдущему высказыванию.

- (48). The bla bla bla from the international political class, *in particular* EU, is shameful
- (49). And it's gonna hurt your kids, thinking they'll never be good enough *indeed* you're the one who took responsible for that "imperfection".
- (50). stay away from clowns bro *and more importantly* if you're a clown stay away from me
- (51). yeah, but the more valuable (or *more precisely*, indispensable) you are, the less they can get away with.

(52). In 24 hours time I should be in Yorkshire, *more specifically*, Haworth! I cannot wait 😊 #yorkshire #bronteland

(53). My Irish thou art perfect, *moreover* you get over the perfection <3 I Love You <3 NIALL HORAN <3

В примере (53) символ <3 обозначает *love* и имеет вид перевернутого сердечка.

(54). But that was years ago though ... *On top of it all* it's NONE OF YOUR BUSINESS girl

(55). I want to see tweets of people I follow, not random tweets from the people I follow follow. *Otherwise*, whats the point?

(56). *Similarly*, John is not being "negative", he just offered his thoughts *and, tbh*, none of them are particularly unreasonable

Tbh в примере (56) означает *to be honest* и является комментирующим дискурсивным маркером манеры речи.

(57). Imagine- fake tan, muscles, show-off shirt, balding, buck teeth, predictable Robbie Williams style tattoos, chinstrap beard. *shudders* *AND to cap it all off*, the music was Another Level, Mark Morrison etc. Like a 90s nightmare. *Also* cost me £10.50. Rant over now.

В примере (57) мы фиксируем употребление трех организационных дискурсивных маркеров детализации/уточнения. *Also* и *AND*, написание которого заглавными буквами и употребление в паре с *to cap it all off*, направлено на усиление эффекта, увеличения степени недовольства отправителя сообщения.

(58). if my best friends hate u i *probably* hate u too

(59). I'm not comfortable opening up to people & telling them about my emotions. *I mean* I'm good with advice and listening but that's it.

Интересно, что Фрейзер не включил в свою классификацию маркеры *I mean* довольно очевидной функцией которого является детализация и уточнение предыдущего высказывания. Нам представляется возможным отнесение этого выражения к данному типу дискурсивных маркеров.

Следует отметить, что в классификации Фрейзера к организационным дискурсивным маркерам детализации/уточнения также отнесены следующие:

better, correspondingly, equally, in addition, in any case/event, likewise, more accurately, more to the point, on that basis, that is, what is more.

К сожалению, в ходе нашего исследования молодежной онлайн-коммуникации нам не удалось зафиксировать употребления следующих выражений: *better, in any case/event, more to the point, on that basis, that is.*

Нам также удалось установить, что в онлайн-коммуникации слова и выражения *correspondingly, equally, in addition, likewise, more accurately, what is more* либо используются в своих недискурсивных употреблениях, как в примерах (60), (61), (62), (63), (65), (66), либо, употребляясь как дискурсивные маркеры, используются людьми не подходящей к нашему исследованию возрастной группы, как в примерах (64), (67).

(60). What up to ensure thine cars gps life functions *correspondingly* practically because exponential

(61). He built this fandom, he brought us together, he inspired us all, he loves each one of us *equally*, he's our hero!

(62). *In addition to* being World Cup champions, Germany is also the most energy efficient country in the world

Следует уточнить, что в ходе нашего исследования мы обнаружили примеры недискурсивного употребления выражения *in addition* только с предлогом *to*.

(63). You are never obligated to apologize for your gifts or your favor. *Likewise*, you're never entitled to be arrogant or prideful! #ThereIsACode

(64). We are what we think. *More accurately*, what we consistently think is what we eventually become and accomplish.

(65). I have never seen a picture *more accurately* describe my life 😊😊😊.

(66). I can't even think of *what's more* perfect for a guy to do

(67). *And what's more* I suspect what he said is common knowledge in Israeli intelligence circles. 2/2

Таким образом, в рамках нашего исследования мы не можем отнести эти слова и выражения к классу дискурсивных маркеров молодежной онлайн-коммуникации.

3.2.3.4. Маркеры причинно-следственной связи

Организационные дискурсивные маркеры данного типа сигнализируют, что высказывание, их содержащее, представляет собой вывод из какого-либо предшествующего высказывания в рамках развивающегося дискурса или его причину.

К организационным дискурсивным маркерам вывода в рамках молодежной онлайн-коммуникации мы относим следующие:

after all, all things considered, as a result, because of this/that, consequently, hence, it can be concluded that, so, then, therefore, thus.

(68). i don't judge or criticize other females for having different preferences, we are different *after all*. Then you also shouldn't.

В примере (68) мы фиксируем употребление двух организационных дискурсивных маркеров с разной функцией: *after all* сигнализирует причину, а *then* – следствие.

(69). I think about Miley Cyrus about two or three times a year, which is actually an awful lot, *all things considered*.

(70). Made it last night super long day of travel. *As a result*, I've decided it doesn't make sense to run the marathon in SF today.

(71). I had a terrible day. *Because of this* --> <http://instagram.com/p/q9TB9GiLJv/>

В примере (71) дискурсивный маркер *because of this* относится к фотографии, размещенной пользователем по ссылке, на которой он изображен уставшим. Он сигнализирует, что уставший вид на фотографии является следствием тяжелого дня.

- (72). Hey guys. I would like to get more followers, *consequently* any RTs and shoutouts would be appreciated.
- (73). So that girl who just followed me, her avi wasn't loading, so have to go through her tweets
hence I'm not gonna follow her back.
- (74). seeing their clothes ,*it can be concluded that* this pic is not from these months . So it's fake
- (75). It's appropriate that I wear my SVU hoodie over my Little Mermaid shirt as a reminder that Ariel was only 16 and *therefore* a minor.
- (76). Conspiracy Theory:@Starbucks spells people's names wrong on purpose so they share it on social media *thus* they create free advertising

Следует отметить, что к данному типу дискурсивных маркеров Брюс Фрейзер также относит следующие:

accordingly, as a consequence, as a logical conclusion, for this/that reason, in this/that case, it stands to reason that, of course, on this/that condition.

Как отмечалось выше, нам представилось возможным отнесение выражений *it stands to reason that* и *of course* к комментирующим дискурсивным маркерам уверенности/неуверенности, а выражение *of course* в некоторых его употреблениях к параллельным дискурсивным маркерам недовольства.

К сожалению, в ходе нашего исследования молодежной онлайн-коммуникации нам не удалось зафиксировать употребления выражений *for this/that reason, in this/that case* и *on this/that condition*, а в случаях выражений, приведенных в примерах (77) – (79), мы зафиксировали только недискурсивные употребления. В связи с этим мы не находим основания включать их в нашу классификацию.

- (77). Guys ... I think today might be #TheBestDayEver - prepare *accordingly*.
- (78). If you suffer *as a consequence* of your actions, do not feel victimised. You deserve it.
- (79). Though I hadn't a word for it yet, Atheism came *as a logical conclusion* to me at the age of six

Итак, нам удалось показать, что термин *организационные маркеры* более точен в отношении рассматриваемых в данном параграфе единиц, чем термин *дискурсивные маркеры*, предложенный Фрейзером. Основанием для этого нам послужил тот факт, что функционирование дискурсивных маркеров не ограничивается организацией дискурса и сигнализированием того, как сообщение, содержащее маркер, соотносится с предшествующим дискурсом, что является основной фикцией именно организационных маркеров в контексте нашей классификации.

Нам также удалось доказать, что выделение организационных дискурсивных маркеров, подразделяющихся на маркеры смены темы, противопоставления, детализации/уточнения и причинно-следственной связи, применимо в рамках исследования молодежной онлайн-коммуникации.

Как было отмечено ранее одной из важных характеристик дискурсивных маркеров является их **полифункциональность**, то есть маркеры могут выполнять различные функции в зависимости от ситуации и контекста их употребления. В рамках исследования молодежной онлайн-коммуникации интересным с точки зрения полифункциональности представляется анализ дискурсивных маркеров *like* и *dude*, подробному описанию которых будут посвящены параграфы 3.3. и 3.4. соответственно.

3.3. Дискурсивный маркер *like*

3.3.1. Различные употребления *like* в английском языке

Важным фактором для изучения этого маркера является возраст людей, употребляющих его. Как отмечалось ранее, наше исследование дискурсивных маркеров ограничено возрастной группой 16-25 лет. Речь этой возрастной группы довольно разнообразна и зависит от многих факторов: степени образованности, социального статуса, места, которое подросток занимает в так называемой «компании» и характера самой «компании».

Дискурсивный маркер *like* является одним из самых сложных для определения в тексте из-за большого количества функций самого слова *like*. Помимо того, что *like* выступает как дискурсивный маркер, его можно использовать в качестве предлога, как это показано в примере (1), имени прилагательного (2), союза (3), наречия (4), имени существительного (5), глагола (6) и суффикса (7).

- (1). She is like a daughter to me.
- (2). Reading, writing and like stuff.
- (3). Nobody loves you like I do.
- (4). It's nothing like as nice as their previous house!
- (5). Scenes of unrest the like(s) of which had never been seen before in the city.
- (6). I like chocolate very much.
- (7). It was something whisper-like.

Можно часто встретить *like*, стоящее перед числительными, например:

- (8). It could have taken you all day to go *like* thirty miles.
- (9). You know, it was *like* a hundred and four [degrees].
- (10). They were *like* eighteen years old... they were kids.

Очевидно, что здесь *like* несет в себе одно из своих прямых семантических значений «примерно, приблизительно», «неточно», и речь о *like* как о дискурсивном маркере в таких примерах не идет.

Интерес для многих ученых, таких как А. Дарси, Л. Шоурап, М. Зигель, представляет сочетание *be-like*, которое к концу двадцатого века получило дополнительное значение и теперь часто предвосхищает прямую речь:

- (11). everyone *is like* "damn, they're still together?".
- (12). и
- (13). I *was like*, OMG! Look upstairs!

В данных случаях значение *like* довольно неопределенно. Говорить о его семантической составляющей здесь сложно, так как в таких примерах ничего не сравнивается, ничему не дается характеристика. Говорящий дает слушающему

понять, что следующие слова не принадлежат ему, что он всего лишь передает чью-то речь, при этом очевидно, что в этом случае *like* используется в качестве дискурсивного маркера и регулирует поток информации.

В онлайн-коммуникации в данном случае нет больших расхождений. В чатах, блогах, социальных сетях и на форумах молодые люди достаточно часто вводят прямую речь именно с помощью *be like* (в подавляющей массе в настоящем или прошедшем времени), а не более привычными способами, такими как *he says, she wonders, they uttered, I claimed*, которые придают сообщению более формальный вид.

Интересно, что в современном русском языке существует эквивалент выражения *be like* с функцией ввода прямой речи: *такой/такая/такие*. Например, А я *такая*: «Отстаньте от меня», Кирилл *такой*: «Я тоже хочу».

Одной из особенностей маркера *like* является его позиция в предложении. Так, например, в своей работе «‘Like’: The discourse particle and semantics»¹⁴⁸ Зигель доказывает тот факт, что *like* может занимать совершенно любое положение в предложении. Александра Дарси иллюстрирует это утверждение следующим примером:

- (14). «I love Carrie. *like*, Carrie’s *like* a little *like* out-of-it but *like* she’s the funniest, *like* she’s a space-cadet. Anyways, so she’s *like* taking shots, she’s *like* talking away to me, and she’s *like*, “What’s wrong with you?”»¹⁴⁹

Кроме того, как показано в примере (14), *like* употребляться несколько раз в одном и том же достаточно коротком предложении, причем имеет различные функции, речь о которых пойдет ниже.

¹⁴⁸ Siegel, M. ‘Like’: The Discourse Particle and Semantics. // Journal of Semantics. №19. 2002. P. 35-71.

¹⁴⁹ D’Arcy, A. Like: Syntax and Development. [Электронный ресурс]. Thesis. – Режим доступа: <http://web.uvic.ca/~adarcy/web%20documents/DArcy%202005.pdf> Дата обращения: 28.07.2014.

Эта уникальная черта дискурсивного маркера *like* может быть объяснена тем фактом, что подросткам сложно выражать свои мысли, подбирать нужные слова, и они заполняют хезитационные паузы словом *like*. Если провести аналогию с русским языком, то таким дискурсивным маркером в молодежной коммуникации в России будет слово «*типа*» или «*как бы*».

Однако важно заметить, что паузы и хезитации возникают у подростков в устной спонтанной речи, но не на письме (хотя такие случаи иногда встречаются). Исследуемая нами онлайн-коммуникация основывается преимущественно на письменной форме общения, в которой участники дискурса могут более аккуратно подойти к выбору слов, особенно в асинхронном режиме. Речь идет о блогах, дневниках, форумах и социальных сетях, где не происходит мгновенного обмена репликами. Очевидно, что при такой форме общения употребление *like* не будет так «стихийно», как в устном дискурсе.

В рамках данной работы был проведен эксперимент: двум молодым людям и одной девушке из Соединенных Штатов Америки в возрасте от 18 до 21 года было предложено поделиться какой-либо историей из их жизни, при этом их попросили рассказать истории и написать их в блог. Важным было определить последовательность этих двух действий: так как целью эксперимента было выявление различий употребления *like* в устном и письменном дискурсе в одном и том же контексте, то сначала участникам эксперимента предстояло написать историю, а потом рассказать ее устно посредством программы Skype, чтобы создать более естественную ситуацию онлайн-общения.

Ниже приведен отрывок из рассказа одного из участников эксперимента, двадцатилетнего молодого человека из Техаса:

- (15). [A] I couldn't get *like* (1) a peaceful sleep. I laid there *like* (2) an hour and then got up an' just went *like* (3) downstairs into the kitchen ... *like* (4) to check up the food in the fridge. An' there was something *like* (5) a strawberry-*like* (6) jam and a coke.

[B] I didn't sleep quite well that night and after *like* (1) an hour in the bed I got up and went to the kitchen to check up weather there was some food left in the fridge. And all I found there was something *like* (2) a strawberry- jam and a coke.

В примере (15) [A] и [B] показывают разницу в употреблении *like* в устной молодежной коммуникации и письменной онлайн-коммуникации.

[A] иллюстрирует устную речь участника эксперимента, в которой *like* встречается шесть раз, три из которых относятся к дискурсивным маркерам (1), (3) и (4), а остальные несут в себе прямое семантическое значение «примерно, приблизительно» (2), «похожее на» (5) и является суффиксом в значении «схожести» (6). Необходимо заметить, что (3) и (4), находясь в одном предложении, различаются в цели употребления. Если в (3) использование *like* не оправдано контекстом, и его можно отнести к разряду десемантизированных заполненных пауз, то в (4) *like* было произнесено после непродолжительной паузы, что обуславливает использование *like*, как заполнителя хезитационной паузы при выборе подходящих слов, то есть является маркером неуверенности и регулирует поток информации в высказывании.

Пример (15B) – отрывок из записи в блоге того же участника эксперимента, в котором употребление *like* сужено до его прямого значения и используется всего два раза.

Однако такой пример, в котором четко видно разграничение употребления молодежью *like* на письме и устно, чаще исключение, чем правило. Впоследствии участник эксперимента признался, что при написании сообщения в блог он нарочно подбирал слова, чтобы избежать употребления *like*, «где оно не нужно», как он сам выразился.

В двух других исследуемых случаях *like* встречалось и в устном и письменном варианте истории, что объяснялось привычкой участников эксперимента использовать этот дискурсивный маркер в общении с друзьями не

зависимо от формы общения. Приведу лишь самые яркие примеры из письменных вариантов историй участников эксперимента:

(16). All these cheerleaders were being *like* rude to my cousin, so I was *like* there looking for my stuff and all these people were *like* being humiliating us.

(17). She's *like* dumb or something. *Like* I love her but she's *like* dumb.

Интересно то, что в (17) примере *like* используется не для заполнения хезитационной или десемантизированной паузы, а как слово, смягчающее значение последующего высказывания. Очевидно, что участник эксперимента не может грубо охарактеризовать девушку, о которой он говорит, поэтому посредством *like* он смягчает свое высказывание с «тупой» до «глупой», тем самым давая собеседнику понять, что употребление более грубого значения в данном случае неуместно.

Стоит обратить внимание на тот факт, что *like* может образовывать пары с другими дискурсивными маркерами. Чаше всего в онлайн-коммуникации встречаются пары и *like I mean*, причем эти пары не фиксированы и могут также выглядеть как *I mean like*:

(18). *like I mean* she was twenty and I was *like* eighteen, but we were *like* dating that time.

В устном дискурсе можно встретить *like*, используемое при так называемом фальстарте, т.е. когда в ходе передачи информации участник дискурса решает высказаться по-другому и начинает мысль заново:

(19). I'll go to *like* - I'd rather go to the ball with Linda and dance, then waste my time with Jane.

Однако в такой функции *like* не встречается в онлайн-коммуникации. Причиной этому является тот факт, что в ходе написания сообщения автор сообщения всегда может воспользоваться опцией «стереть» или «удалить».

Как было подчеркнуто выше, за основу в данной работе взят подход, уделяющий большое внимание связям в дискурсе. Согласно этому подходу дискурсивные маркеры обладают рядом функций, причем один маркер может

иметь сразу несколько функций, проявление которых обусловлено контекстом. В связи с этим необходимым представляется рассмотреть те функции, которыми обладает дискурсивный маркер *like* в онлайн-молодежной коммуникации.

3.3.2. Функции дискурсивного маркера *like*

Рассмотрим те функции, которые дискурсивный маркер *like* выполняет в молодежной онлайн-коммуникации согласно выделенной нами классификации.

(20). So... *like* if I want to be cool and trendy should I use them?

Пример (20) был взят из чата, где общение происходит в быстром темпе, люди обмениваются репликами в течение нескольких секунд, и значит, не имеют возможности долго подбирать нужные слова. В таком случае дискурсивный маркер *like* выступает как **комментирующий маркер неуверенности** и как средство заполнения паузы, нужной для более четкого формулирования высказывания. При этом маркер регулирует поток информации, которую автор хочет передать собеседнику.

Интересно заметить, что в данном случае автор высказывания заполнил паузу не только маркером *like*, но и добавил многоточие, употребление которого в такой позиции не характерно для английского языка. Случаев употребления дискурсивного маркера *like* с этой функцией множество, что, к сожалению, указывает на тенденцию неумения выражать свои мысли быстро и четко.

Как отмечалось выше выражение *be-like* выступает в качестве **комментирующего дискурсивного маркера источника информации**, предвосхищая передачу прямой речи, что может быть проиллюстрировано следующим примером:

(21). sam was *like* wut were u gonna say??? man.

and I was *like* stop asking it's none of your business.

Дискурсивный маркер *like* может также выступать в роли смягчителя информации, как было показано в (17). Приведем еще несколько примеров, в которых проявляется данная функция:

(22). She is *like* not that smart.

(23). He was *like* really handsome and I was *like* looking *like* stupid standing there and *like* watching him.

В примере (23) в последнем случае мы наблюдаем употребление комментирующего дискурсивного маркера *like* неуверенности.

Следует заметить, что в случаях употребления *like* в значении смягчителя, после дискурсивного маркера чаще всего стоит прилагательное (в представленных примерах это: *smart, handsome, stupid, dumb*), дающее как положительную, так и отрицательную оценку какому-либо предмету или живому существу. При этом *like* направлено на смягчение именно этой оценки. Таким образом, *like* выступает в роли **комментирующего дискурсивного маркера смягчения** и регулирует поток информации, которую передает автор.

(24). I met her in September an' it was *like* the best time of my life, *u no*.

В примере (24) можно увидеть еще одну комментирующую функцию дискурсивного маркера *like*. Здесь *like* употребляется с целью акцентировать внимание собеседника на последующей информации, которая представляет важность с точки зрения отправителя сообщения. Таким образом, *like* в данном случае выступает как **комментирующий дискурсивный маркер эмфазы**.

Встречаются также случаи, в которых дискурсивный маркер *like* употребляется с целью начать новую тему, предоставить собеседнику новую информацию.

Дискурсивный маркер *like* употребляется для выражения солидарности по отношению к собеседнику, как это показано в примере (25).

(25). A: It really hurts so much.

B: *Like* I know what you mean.

Здесь *like* употреблен в качестве **параллельного дискурсивного маркера солидарности**.

(26). A: So, they went abroad for five weeks an' that's awesome. It's gonna be my best holidays, *u know*.

B: *Like*, my neighbors and I got on fire.

A: Again? No way.

В примере (26) очевидно, что участник дискурса переводит разговор с темы каникул друга, на свою ссору с соседями, причем никак не комментируя высказывание собеседника. Важно заметить, что такой переход от одной темы к другой был совершен почти в начале дискурса, что говорит о том, что собеседнику В непременно хотелось поделиться своими переживаниями по поводу проблемы. В данном случае употребления *like* предвосхищает переход на новую тему, делая его не столь заметным и обидным для собеседника А, который реагирует незамедлительно. Таким образом, *like* используется в качестве **организационного дискурсивного маркера смены темы**, и явно регулирует поток информации, задавая новую тему для общения.

Дискурсивный маркер *like* с такой функцией встречается нечасто и занимает преимущественно начальную позицию в высказывании. Это объясняется тем, что *like* не самый подходящий для ввода новой темы или информации дискурсивный маркер. Несмотря на то, что коммуникативная цель в примере (26) была достигнута, собеседника [В] могли посчитать грубым и эгоистичным. Важно помнить, что употребление *like* в такой функции будет в большей степени зависеть от характера отношений между участниками дискурса.

(27). A: There was some food.

B: *Like* you were eating cereal all the time?

A: No, there were some hotdogs on Fridays.

В примере (27) собеседник В использует *like*, чтобы уточнить правильно ли он понял информацию. При этом *like* позволяет создать вопросительную интонацию в предложении, что оправдывает постановку вопросительного знака.

Соответственно, в данном случае *like* выступает в роли **организационного дискурсивного маркера детализации/уточнения**.

Не стоит также забывать, что подход в изучении дискурсивных маркеров, используемый в нашей работе, уделяет большое внимание полифункциональности маркеров и утверждает, что один и тот же маркер может иметь сразу несколько функций в различных контекстах.

Рассмотрим пример полифункциональности дискурсивного маркера *like* в молодежной онлайн-коммуникации:

(28). Britney was *like*... being weird today. Did you notice that?

В примере (28) дискурсивный маркер *like* имеет две функции. С одной стороны, *like* сигнализирует неуверенность и заполняет паузу хезитации, с другой стороны, выступает в роли смягчителя. Отправитель сообщения пытается подобрать нужные слова, чтобы лучше выразить свои эмоции, одновременно с этим он хочет заранее смягчить свое высказывание. Дело в том, что сообщение взято из темы, посвященной Бритни Спирз на музыкальном форуме, и люди, высказывающиеся в данной рубрике, являются фанатами певицы. Очевидно, отправитель сообщения не мог позволить себе высказаться критически по отношению к Бритни, поэтому он сразу попытался придать характеристике певицы смягченный вид, еще не придумав саму характеристику.

Необходимо заметить, что в данном случае **дискурсивный маркер *like* проявляет признаки двух типов комментирующих маркеров и не выходит за рамки этой категории в рамках нашей классификации**.

Таким образом, дискурсивный маркер *like* может выступать в качестве:

- 1) комментирующего маркера:
 - а) неуверенности,
 - б) источника информации,
 - в) смягчения,
 - г) маркера эмфазы;
- 2) параллельного маркера солидарности;

3) организационного маркера:

- а) смены темы;
- б) детализации/уточнения.

Такое многообразие функций дискурсивного маркера *like* обусловлено множеством речевых ситуаций его употребления. Как было отмечено выше, употребления *like* во многом зависит от возраста участников дискурса, огромную роль при этом играют тема общения и общий уровень образованности собеседников.

Like может приобретать «стихийный» характер, превращаясь в десемантизированные заполненные паузы, а может облегчать понимание того или иного высказывания. Оно может как помочь подобрать нужные слова для выражения мысли, так и наоборот сделать высказывание более абстрактным, лишенным точности.

Дискурсивный маркер *like* является одним из самых сложных и одновременно интересных единиц дискурса для изучения. Многие исследователи посвятили свои работы анализу функций *like*, его позиций в предложении, частотности употребления и роли в современном дискурсе. Однако, употребление *like* меняется со временем, дискурсивный маркер приобретает одни функции и теряет другие, иногда становится сложным выявить саму причину употребления *like* в отдельных высказываниях.

Все это и составляет огромный потенциал дискурсивного маркера *like*, расширяет и углубляет сферу его исследования, ставит новые цели перед учеными-лингвистами, и повышает интерес к анализу дискурса в общем.

3.4. Дискурсивный маркер *dude*

3.4.1. Различные употребления *dude* в английском языке

В словаре Longman Dictionary of Contemporary English даются такие дефиниции слова *dude*: «1. *informal* a man: *a real cool dude*; 2. *old-fashioned* an American man from a city, who is living in or visiting a farm or ranch».

Очевидно, что вторая дефиниция, имеющая помету *устаревшее*, не является актуальной для молодежной онлайн-коммуникации. Однако в рамках нашего исследования нам удалось найти примеры не только недискурсивного употребления слова *dude* в его прямом значении – мужчина, парень, представленного в примере (1), но и дискурсивные употребления, как в примере (2), которые будут рассмотрены нами далее.

(1). *DUDE* looks like a ladyyyy

(2). *dude...* that's sad '((((

Очевидно, что в последние десятилетия *dude* приобрело статус дискурсивного маркера. Соответственно, не всегда можно перевести *dude* как «приятель», «друг», «чувак», поэтому специалистам в области перевода приходится находить более содержательные слова для передачи значения дискурсивного маркера на другой язык.

В подавляющем большинстве случаев *dude* употребляется в начале или в конце высказывания, что характерно для приветствий и прощаний:

(6). A: *Dude!* What's up?

B: I'm chillin'

(7). See you tomorrow, *dude*.

Интересно заметить, что *dude* является неотъемлемой частью общения в «мужской среде». В 74%¹⁵⁰ случаев *dude* употребляется молодыми людьми только по отношению к молодым людям. Однако в связи с растущей ролью феминизма в

¹⁵⁰ Kiesling, S. *Dude*. // *American Speech*. Vol. 79. №. 3. 2004. P. 281–305.

мире *dude* перестает быть признаком коммуникации только между молодыми парнями, и многие девушки начинают употреблять его в ходе общения как с парнями, так и с другими девушками.

(3). Candy hearts are for third grade, *dude*.

(4). Discrete structures suck, *dude*.

Пример (3) иллюстрирует обращение молодого человека к подруге, а в примере (4) приведен отрывок из диалога двух студенток.

В молодежной коммуникации *dude* выражает так называемую «мужскую солидарность» или попытку казаться «своим/своей» в компании, что очень важно для современной молодежи. Следует отметить, что *dude* свойственно общению в гетеросексуальной среде, где оно сближает участников дискурса, помогая им одновременно держать дружескую дистанцию.

В онлайн-коммуникации этот смысловой компонент слова *dude* остается неизменным и даже получает большее значение. Например, в социальных сетях, таких как Facebook, молодые люди объединяются в различные группы, посвященные их любимой музыке, литературе, хобби или привычкам. В такой среде изначально установлены дружеские отношения среди участников групп, поэтому использование *dude* позволяет подростками влиться в общение, не испытывая при этом сложностей, связанных со знакомством.

Однако употребление *dude* не ограничивается функцией обращения. Огромную роль для определения функций и значений *dude* играет его положение в предложении и различные варианты написания данного слова.

Например, одна девушка рассказывала в чате о том, что с ней случилось несчастье, на что ее собеседница ответила просто '*Duuude*'. Важно отметить, что в данном случае *dude* не выступает в качестве обращения, а тройное написание гласной «u» в середине слова свидетельствует о выражении солидарности, сочувствия и симпатии, попытки поддержать собеседницу.

Рассмотрим следующие примеры:

(5). *Dude!* it was like boys in the hood man ain't no lie.

(6). *Dude...* flooding is flooding.

(7). *dude!* that is a lot of pie.

В данных примерах довольно сложно объяснить, что означает *dude*, но авторские знаки препинания облегчают задачу. В случае (5) и (7) *dude* без сомнения используется для выражения удивления и восклицания, а в примере (6) дискурсивный маркер и многоточие, не характерное для английского языка, употребляются для выражения солидарности, сострадания или даже скорби. В устном дискурсе знаки препинания заменяются интонацией, которая более четко определяет отношения говорящего к собеседнику или к тому, о чем идет разговор.

Важной характеристикой дискурсивных маркеров, которая присуща и слову *dude*, является «необязательное употребление». Зачастую использование дискурсивного маркера в высказывании факультативно, то есть, если изъять из него маркер, смысл высказывания не изменится. Следует отметить, что хотя при такой модификации сам смысл высказывания сохраняется, может поменяться его характер или стиль, отношения между участниками дискурса могут стать не столь явными.

Рассмотрим пример (5), в котором *dude* использован для выражения восклицания и удивления. Если опустить дискурсивный маркер, останется предложение «*It was like boys in the hood man ain't no lie*». Несмотря на то, что общее выражение удивления становится бледным, почти нейтральным, основной смысл высказывания сохраняется: отправитель сообщения хочет дать собеседнику понять, что какое-то происшествие похоже на сцену из фильма «Boys In The Hood».

Интересным представляется более подробное исследование функций *dude* как дискурсивного маркера.

3.4.2. Функции дискурсивного маркера *dude*

Дискурсивный маркер *dude* может выступать в роли смягчителя. Рассмотрим пример (8), который мы приводили, когда описывали комментирующие дискурсивные маркеры смягчения:

(8). A: jack, bring sam's psp tomorrow.

B: No.

A: maaan i need it. *dude*.

B: Take Jimmy's one.

A: is jimmy at home then?

B: Yeah

Как мы отмечали ранее в примере (8) участник дискурса А не хочет давить на своего собеседника и использует *dude* для смягчения своего высказывания, делая акцент на их дружбе, при этом его реплика выглядит не такой резкой и прямой. Таким образом, *dude* выступает как **комментирующий дискурсивный маркер смягчения**.

Как было сказано выше, *dude* часто употребляется для выражения солидарности:

(9). A: I'm gonna ask her out

B: *Dude* 👍😎

(10). A: i've never felt that alone.

B: *dude*

A: yeah thanks

В примере (9) маркер солидарности *dude* усиливается использование эмодзи одобрения 👍. Пример (10) в свою очередь иллюстрирует, степень сложности определения значения *dude* без знаков препинания. Участник В оказал помощь в написании данной работы и для того, чтобы облегчить понимание функции *dude* в этом примере, объяснил свой выбор. Используя *dude*, он хотел поддержать свою собеседницу, потому что сам был в такой ситуации и знал, что

такое одиночество. Отсюда следует, что в примере (10) использован дискурсивный маркер *dude* с функцией выражения солидарности.

Так, в примерах (9) и (10) *dude* используется как **комментирующий дискурсивный маркер солидарности**.

Очень часто *dude* используется в роли формы обращения, причем обращения как к знакомым, как в примерах (11), (13), так и к незнакомцам, как в примере (12), где сокращение *idk* означает *I don't know*.

(11). *Dude idk u, but I hate u already.*

(12). *Dude get the hell off of me. You're freakin' me out.*

(13). *Hey! See you later dude.*

Таким образом, можно утверждать, что *dude* выступает в роли **параллельного дискурсивного маркера обращения**.

Интересным, с нашей точки зрения, является следующий пример:

(14). *We were stuck like somewhere in the desert. It was 3 o'clock in the morning, you know. It was so damn cold there at that time, It's definitely not where you wanna be at 3'oclock in the morning. Dude. that storm started so... well, I din't even notice it. Nick couldn't start his fucking car and I was wearing something like a skirt. I was so scared!!*

Пример (14) взят из комментария в сообществе в социальной сети Facebook, объединяющей людей, выживших во время урагана. Молодая девушка, что также немаловажно, рассказывает о том, как она и ее друг оказались ночью в пустыне и были застигнуты бурей. Девушка описывает ситуацию обращаясь ко всем подписчикам данного сообщества, следовательно, *dude* не выступает в данном случае в качестве обращения.

В данном примере *dude* выполняет скорее функцию структурирования высказывания. Если рассмотреть отрывок ее рассказа с точки зрения развития действия, то станет очевидным, что все написанное до *dude* относится к так называемой завязке. То есть, употребляя *dude*, девушка дает понять читателям ее сообщения, что последующая информация более важна, она более эмоциональна и

содержит смысл всего высказывания. Следовательно, можно утверждать, что в данном случае *dude* выступает одновременно в качестве **комментирующего дискурсивного маркера эмфазы**, акцентирующего внимание читателя на последующей информации, и **организационного маркера детализации**, сигнализирующего, что далее следует более подробная информация по теме.

Таким образом, мы фиксируем, что в молодежной онлайн-коммуникации дискурсивный маркер *dude* выступает как:

- 1) комментирующий маркер:
 - а) смягчения,
 - б) солидарности,
 - в) маркер эмфазы;
- 2) параллельный маркер обращения;
- 3) организационный маркер детализации.

Очевидно, что многообразие ситуаций употребления дискурсивного маркера *dude* велико и представляет большой интерес для изучения. Намечаются тенденции развития организационной функции этого маркера, представленной в примере (14), то есть можно предположить, что в ближайшем будущем дискурсивный маркер *dude* будет чаще использоваться для связи информации, передаваемой в одном высказывании, с информацией последующего высказывания.

3.5. Выводы

В третьей главе нашего диссертационного исследования нами была предпринята попытка доказательства состоятельности классификации дискурсивных маркеров Фрейзера и ее применимости к молодежной онлайн-коммуникации.

Нам удалось установить, что **большинство типов дискурсивных маркеров, выделенных Фрейзером, находят свое отражение в молодежной онлайн-коммуникации за некоторыми исключениями**. Так, мы показали, что

употребление таких параллельных дискурсивных маркеров, как обращения по названию профессии, не характерно для молодежной онлайн-коммуникации, поэтому мы посчитали невозможным включение данного типа маркеров в нашу классификацию.

Кроме того, мы выделили два типа параллельных дискурсивных маркеров, которые не были включены в классификацию Фрейзера: маркеры удивления и согласия/несогласия.

В ходе нашего исследования, нам также удалось установить, что **наряду с** общеупотребительными дискурсивными маркерами, такими как, например, *by no means, in fact, so, then*, существуют маркеры, характерные для молодежной онлайн-коммуникации такие, как, например, *like, dude, sort of, kinda* и т.д.

Мы также установили целый ряд маркеров, выделенных Фрейзером в его классификации, но не получивших употребления в молодежной онлайн-коммуникации, например, *artfully, cunningly, put another way, that reminds me, returning to my point*.

Таким образом, мы можем представить классификацию дискурсивных маркеров молодежной онлайн-коммуникации в виде таблицы 8.

Таблица 8

Дискурсивные маркеры молодежной онлайн-коммуникации	
Тип	Примеры
<i>Комментирующие маркеры</i>	
Маркеры оценки	amazingly, amusingly, annoyingly, appropriately, astonishingly, cleverly, conveniently, curiously, disappointingly, hopefully, ideally, (more) importantly, ironically, luckily, oddly, stupidly, thankfully, (un)luckily, (un)fortunately.
Маркеры манеры речи	bluntly, confidentially, crudely, frankly, generally, honestly, ironically, metaphorically, objectively, precisely, seriously, truthfully.

Маркеры уверенности/неуверенности	assuredly, certainly, clearly, conceivably, decidedly, definitely, doubtless, evidently, incontestably, indeed, indisputably, indubitably, (most/quite/very) likely, obviously, perhaps, possibly, presumably, supposedly, surely, (un)arguably, undeniably, undoubtedly, unquestionably, sort of, kinda, of course, like.
Маркеры последующего эффекта	at the risk of repeating, once again, to clarify, to illustrate, to summarize, fyi.
Маркеры источника информации	it appears, it is rumored, it is said, reportedly, they say, be like.
Маркеры смягчения	if I may interrupt; unless I misunderstood things/you; I don't mean to pressure you; if it's not too much trouble; If you don't mind; sort of; like; dude; I realize I'm late but; I don't mean to pressure you but; I see your point but; I 'm no expert but; I'm sorry to have to ask you this but; That may be true but; You have a point but; You're entitled to your opinion but.
Маркеры эмпазы	by no means, by no stretch of the imagination, definitely, DO VP, I emphasize (strongly) that, I insist that, if I ever heard one, indeed, mark my words, on earth, really, to say the least, without exaggeration, like, dude.
<i>Параллельные маркеры</i>	
Обращения: • стандартные названия; • обобщения;	• Sam, Mike, KittyCat, Sleeping Beauty, @myashii, @cemented_shoes, crown, octopus, starship;

• местоимения.	• bro, man, dude, guys, bitches, ladies, ladies & gentlemen, friends, dear followers; • you, everyone.
Маркеры недовольства	damned, damn well, for the love of God, for the last time, how many times have I told you, in blue blazes, right now, the hell, the heck, the f***, WTF, for God's sake, Are you kidding me?, of course.
Маркеры солидарности или ее отсутствия	that's my boy/girl/man, like, as your friend/mate, I'm not your bro/mate, dude.
Маркеры удивления	wow, oh my god, whoa, no way, what?
Маркеры согласия/несогласия	definitely, right, that's right, true, certainly, I couldn't agree more, I guess so, yes, no, not necessarily, not exactly.
Организационные маркеры	
Маркеры смены темы	back to my original point, before I forget, by the way, incidentally, just to update you, on a different note, parenthetically, speaking of X, like, anyway.
Маркеры противопоставления	anyway, but, contrariwise, conversely, despite (this/that), however, in any case, in spite of (this/that), nevertheless, nonetheless, on the other hand, on the contrary, still, though, yet.
Маркеры детализации/уточнения	above all, also, alternatively, analogously, and, besides, by the same token, , for example/instance, further(more), in fact, in other words, in particular, indeed, more importantly, more precisely, more specifically, moreover, on top of it all, or, otherwise, similarly, to cap it all off, too, put another way, I mean, dude.

Маркеры причинно-следственной связи	after all, all things considered, as a result, because of this/that, consequently, hence, it can be concluded that, so, then, therefore, thus.
-------------------------------------	--

Следует подчеркнуть, что в данной таблице представлены только те дискурсивные маркеры, которые нам удалось зафиксировать в молодежной онлайн-коммуникации. Это не значит, что в выделенные нами на основании классификации Фрейзера категории входят только эти дискурсивные маркеры. Молодежная онлайн-коммуникация – быстро развивающийся вид человеческого взаимодействия, и предпочтения людей исследуемой нами возрастной группы часто меняются. Соответственно, одни маркеры уходят из употребления, другие становятся более популярными. Важно понимать, что представленный нами список неполный и содержит только некоторые примеры дискурсивных маркеров того или иного типа.

Нами также была предпринята попытка более **подробного исследования двух характерных для молодежной онлайн-коммуникации дискурсивных маркеров *like* и *dude***. В рамках нашего исследования нам удалось **определить различные функции данных маркеров и тем самым еще раз доказать полифункциональность дискурсивных маркеров**.

Таким образом, в молодежной онлайн-коммуникации *like* выступает как:

- 1) комментирующий маркер:
 - а) неуверенности,
 - б) источника информации,
 - в) смягчения,
 - г) маркер эмфазы;
- 2) параллельный маркер солидарности;
- 3) организационный маркер:
 - а) смены темы;
 - б) детализации.

dude выступает как:

- 1) комментирующий маркер:
 - а) смягчения,
 - б) солидарности,
 - в) маркер эмфазы;
- 2) параллельный маркер обращения;
- 3) организационный маркер детализации.

Заключение

Дискурс рассматривается нами как текст в совокупности с ситуацией его порождения. В данной работе мы не придерживаемся дихотомии устный дискурс – письменный текст. Для нас существует дискурс в двух формах: письменной и устной.

В рамках нашего исследования была представлена история становления анализа дискурса как самостоятельной отрасли лингвистики и было показано, какие направления лингвистической науки оказали влияния на этот процесс. Так мы описали традиционное представление о тексте как статической структуре, преодоление которой было основной целью анализа дискурса, осветили основные принципы американской тагмемики, функционального структурализма (пражской и британской школ), социолингвистики и этнометодологии, которые получили свое отражение в рамках анализа дискурса.

Особое освещение в рамках нашего исследования получило направление анализа дискурса, занимающееся исследованием дискурсивных маркеров. Здесь нами были представлены результаты исследований таких лингвистов, как Д. Блэкмор, А. Звики, А.А. Кибрик, К.Л. Киселева и Д. Пайар, Е.А. Котов, Б. Фрейзер, М.А.К. Халлидей и Р. Хасан, Д. Шиффрин.

Нами были также представлены трактовки понятия *дискурсивный маркер*, общим для которых является понимание того, что дискурсивные маркеры соотносятся с особым классом слов, принципиально важным свойством которых является их непосредственная связь с функционированием дискурса. Вслед за А.А. Кибриком мы рассматриваем дискурсивные маркеры как «незнаменательные слова или словосочетания, регулирующие дискурсивный процесс между говорящим и

адресатом», которые «не несут пропозициональной информации», а их функции «находятся в сфере организации и регулирования дискурсивного потока»¹⁵¹

Нами были рассмотрены четыре подхода к исследованию дискурсивных маркеров: М.А.К. Халлидея и Р. Хасан, Д. Шиффрин, Б. Фрейзера, Д. Блэкмор. Была предпринята попытка сопоставления этих подходов и описания результатов исследований, на которые мы опирались в рамках нашей работы. Таким образом, нами были выделены следующие особенности дискурсивных маркеров, позволяющие относить те или иные слова и словосочетания к классу дискурсивных маркеров:

- в устном дискурсе они получают определенный **просодический контур**, а на письме чаще всего **выделяются знаками препинания**;
- синтаксически дискурсивные маркеры **не входят в состав главных членов предложения и их групп**;
- дискурсивные маркеры **не приносят значения в пропозицию высказывания**, и при их искусственном «изъятии» из предложения его значение не изменится;
- в связи с этим нам представляется **целесообразным сближение понятий «значение дискурсивных маркеров» и «функция дискурсивных маркеров»**;
- дискурсивные маркеры фиксируют результаты **взаимодействия участников дискурса а) на организационном уровне** (обмена репликами, смены высказываний внутри реплик) и б) **на информационном уровне** (организация и регуляция потока информации, смыслов, идей) в **смежных и несмежных репликах**;

¹⁵¹ Кибрик, А.А., Подлесская, В.И. Дискурсивные маркеры в структуре устного рассказа: опыт корпусного исследования. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.dialog-21.ru/digests/dialog2009/materials/pdf/60.pdf> Дата обращения: 05.04.2014.

- дискурсивные маркеры играют важную роль **в процессе интерпретации высказывания**, а именно **соотносят информацию данного высказывания с референциями предыдущих высказываний** и помогают **при определении релевантности высказывания** предыдущему дискурсу;
- **дискурсивные маркеры полифункциональны**: один и тот же маркер способен выполнять разные функции как в разных высказываниях, так и в одном высказывании одновременно.

Нами был также подробно описан такой вид человеческого взаимодействия, как *онлайн-коммуникация*, которая, с нашей точки зрения, является относительно новым видом человеческого общения, появившимся благодаря развитию сети интернет и находящимся в непрерывном развитии. *Интернет* определяется в данной работе как совокупность огромного числа компьютерных и телекоммуникационных средств, связанных воедино и составляющих тем самым единую Сеть.

Онлайн-коммуникацию мы определяем, как **любое взаимодействие индивидов, осуществляемое посредством информационно-коммуникационных интернет-ресурсов**. Мы считаем, что преимущество употребления термина *онлайн*, обозначающего присутствие в сети, заключается в том, что дискурс может состояться, только если участники находятся онлайн. Мы также подчеркнули, что не используем термин *онлайн-дискурс*, когда говорим об общении в сети в широком смысле, мы используем его для описания конкретного примера дискурса, взятого из ресурсов интернет.

В рамках нашего исследования выявляются следующие общие характеристики онлайн-коммуникации:

1. электронный сигнал как канал общения и опосредованность;
2. виртуальность;
3. дистантность;
4. высокая степень доступности;

5. гипертекстуальность;
6. мультимедийность;
7. интерактивность;
8. синхронность или асинхронность коммуникации;
9. сближение устной и письменной речи.

Так как объектом нашего исследования является молодежная онлайн-коммуникация (онлайн-коммуникация носителей английского языка и культуры в возрасте 16 – 25 лет), нами были установлены следующие особенности этого вида взаимодействия:

1. Сближение устной и письменной речи. Мы констатировали, что сближение устной и письменной речи в рамках онлайн-коммуникации проявляется в большей степени в ее синхронном виде, когда у пользователей нет большого количества времени на составление сообщения. В молодежной онлайн-коммуникации эта характеристика получает еще большее отражение, что связано с экономией не только времени, но и речевых усилий, а также с эмоциональностью исследуемой возрастной группы.

2. Экономия. В молодежной онлайн-коммуникации экономия проявляется в эллиптичности, использовании сокращений, аббревиатур и замене букв/частей слов/слов цифрами, свидетельствующих об экономии речевых усилий и времени, затраченного на составление сообщения. Нам также удалось показать, что тем самым участники онлайн-коммуникации, особенно синхронной, сближают этот тип коммуникации с устным общением.

3. Эмоциональность. Использование эмотиконов и знаков препинания для выражения эмоций, а также своеобразное написание слов свидетельствует об эмоциональности молодежной онлайн-коммуникации, которая компенсирует невозможность личного общения и прямой передачи эмоций, мимики и жестов. Это помогает собеседнику, читающему сообщение, мысленно воспроизвести его в том виде, в котором это предполагал отправитель сообщения.

Мы также предприняли попытку рассмотрения тема-рематических отношений молодежной онлайн-коммуникации, рассмотрев следующие вопросы:

- способы ввода темы и ремы в динамическом синтаксисе онлайн-дискурса;
- парцелляция и членение речевого потока в условиях онлайн-общения; соотношение глобальной темы дискурса и локальной темы говорящего;
- развитие темы: ее ввод, отбрасывание или интерсубъективация, сохранение в новой теме экспрессивно-эмоциональных оценок по отношению к старой;
- непредсказуемость развития коммуникации в содержательном, языковом и стилистическом плане, вызывающая иногда когнитивный диссонанс.

В рамках этого исследования нам удалось установить следующие особенности рассматриваемых нами Интернет-ресурсов, накладывающие определенные ограничения на онлайн-дискурс внутри этих ресурсов:

- **форум** – асинхронность коммуникации, коммуникация со многими участниками, большую роль играет время, затраченное на составление сообщения;
- **чат** – особая форма онлайн-коммуникации, максимально приближенная к устному общению, обладающая, характерными особенностями, связанными с экономией речевых усилий и времени;
- **блог** – онлайн-коммуникация может иметь как синхронный, так и асинхронный характер, обладает личностным характером; блогам свойственна большая степень диалогичности, которая проявляется в комментариях к тем или иным постам. На микроблоги накладываются ограничения по объему высказывания, что приводит к экономии речевых усилий;
- **социальная сеть** – уникальный ресурс, заключающий в себе характеристики блога, чата и форума, представляя собой особый вид

онлайн-коммуникации, обладающей большим потенциалом для анализа молодежного дискурса.

В рамках нашего диссертационного исследования была показана состоятельность классификации дискурсивных маркеров Фрейзера и ее применимость к молодежной онлайн-коммуникации. Нами было установлено, что большинство типов дискурсивных маркеров, выделенных Фрейзером, находят свое отражение в молодежной онлайн-коммуникации за некоторыми исключениями:

- употребление таких параллельных дискурсивных маркеров, как **обращения по названию профессии, нехарактерно для молодежной онлайн-коммуникации**, поэтому мы посчитали невозможным включение данного типа маркеров в нашу классификацию;
- мы выделили два типа параллельных дискурсивных маркеров, которые не были включены в классификацию Фрейзера: **маркеры удивления и согласия/несогласия**;
- наряду с общеупотребительными дискурсивными маркерами, такими, как, например, *by no means, in fact, so, then*, существуют **маркеры, характерные для молодежной онлайн-коммуникации такие, как, например, *like, dude, sort of, kinda* и т.д.**;
- целый ряд маркеров, выделенных Фрейзером в его классификации, не получили употребления в молодежной онлайн-коммуникации, например, *artfully, cunningly, put another way, that reminds me, returning to my point*.

Таким образом, мы представили следующую классификацию дискурсивных маркеров молодежной онлайн-коммуникации (подробная классификация с примерами представлена в таблице 8 на странице 194):

1. Комментирующие маркеры:

- 1) оценки,
- 2) манеры речи,
- 3) уверенности/неуверенности,
- 4) последующего эффекта,

- 5) источника информации,
- 6) смягчения,
- 7) эмфазы;

2. Параллельные маркеры

- 1) обращения:
 - а) стандартные названия,
 - б) обобщения,
 - в) местоимения,
- 2) недовольства,
- 3) солидарности или ее отсутствия,
- 4) удивления,
- 5) согласия/несогласия;

3. Организационные маркеры

- 1) смены темы,
- 2) противопоставления,
- 3) детализации/уточнения,
- 4) причинно-следственной связи.

В рамках нашей работы мы также более подробно исследовали два характерных для молодежной онлайн-коммуникации дискурсивных маркера *like* и *dude*, и нам удалось определить следующие функции данных маркеров, благодаря чему была подтверждена их полифункциональность – способность выполнять несколько функций:

like:

- 1) комментирующий маркер:
 - а) *неуверенности*,
 - б) *источника информации*,
 - в) *смягчения*,
 - г) *эмфазы*;
- 2) параллельный маркер *солидарности*;

3) организационный маркер:

- а) *смены темы*
- б) *детализации.*

dude:1) комментирующий маркер:

- а) *смягчения,*
- б) *солидарности,*
- в) *эмфазы;*

2) параллельный маркер *обращения;*3) организационный маркер *детализации.*

Дискурсивные маркеры являются одной из самых сложных и одновременно особенно интересных для изучения единиц дискурса. Многие исследователи посвятили свои работы анализу функций дискурсивных маркеров, их позиций в предложении, частотности употребления и роли в современном дискурсе. Все это раскрывает огромный потенциал дискурсивных маркеров, расширяет и углубляет сферу их исследования, ставит новые цели перед учеными-лингвистами и повышает интерес к анализу дискурса в целом.

Онлайн-коммуникация является поистине неиссякаемым источником материала для исследования различных типов дискурса в рамках разнообразных интернет-ресурсов. Так, перспективным, на наш взгляд, является рассмотрение различных способов ввода новой темы в дискурсе, выделение комментария как особого жанра онлайн-коммуникации, более глубокое изучение дискурсивных функций хэштегов в молодежной онлайн-коммуникации, исследование личных блогов с точки зрения образа автора, исследование дискурсивных маркеров немолодежной онлайн-коммуникации и т.д.

В рамках нашего исследования перспективными для дальнейшей разработки являются следующие вопросы:

- расширение классификации дискурсивных маркеров молодежной онлайн-коммуникации, выделение других типов параллельных маркеров;

- более широкое исследование способов ввода новой темы в рамках различных дискурсов с применением знаков других семиотических систем, например, видео- и аудиоматериала, анимации, фото и т.п.;
- сопоставление дискурсивных маркеров молодежной устной и онлайн-коммуникации, выявление маркеров, характерных только для онлайн-коммуникации;
- сопоставление дискурсивных маркеров молодежной онлайн-коммуникации в английском и русском языках;
- исследование зависимости употребления дискурсивных маркеров от интернет-ресурса, в котором происходит онлайн-дискурс и т.д.

В заключение стоит отметить, что многообразие интернет-ресурсов, постоянное развитие и совершенствование компьютерных и мобильных технологий оказывает большое влияние на коммуникацию в Сети, предоставляя небывалые до сих пор возможности общения, с одной стороны, и накладывая особые ограничения на коммуникацию, с другой. Все это делает онлайн-коммуникацию чрезвычайно интересной для исследования, а анализ дискурсивных маркеров, употребляемых носителями английского языка и культуры в возрасте от 16 до 25 лет, чрезвычайно актуальным.

Библиография

1. Аврамова, А.Г. Электронный дискурс в зеркале оппозиции «устный»/«письменный» / А.Г. Аврамова // Вестник МГУ. Серия 19: Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2004. – №3. – С. 119–126.
2. Александрова, О.В. Проблемы экспрессивного синтаксиса. На материале английского языка: учебное пособие / О.В. Александрова. – М.: Высшая школа, 1984. – 211 с.
3. Арутюнова, Н.Д. Дискурс [Электронный ресурс] / Н.Д. Арутюнова // Лингвистический энциклопедический словарь. – Режим доступа: <http://www.tapemark.narod.ru/les/136g.html>
4. Арутюнова, Н.Д. Пропозиция. [Электронный ресурс] / Н.Д. Арутюнова // Лингвистический энциклопедический словарь. – Режим доступа: <http://www.tapemark.narod.ru/les/401b.html>
5. Арутюнова, Н.Д. Референция. [Электронный ресурс] / Н.Д. Арутюнова // Лингвистический энциклопедический словарь. – Режим доступа: <http://www.tapemark.narod.ru/les/411a.html>
6. Ахманова, О.С. Словарь лингвистических терминов / О.С. Ахманова. – М.: «Советская энциклопедия», 1966. – 608 с.
7. Ахренова, Н.А. Лингвистические особенности микроблогов / Н.А. Ахренова // Альманах современной науки и образования. – 2011. – № 9 (52). – С. 199–122.
8. Ахренова, Н.А. Лингвистические особенности сетевых имен / Н.А. Ахренова // Вестник Челябинского государственного университета. – 2009. – № 34 (172). – Филология. Искусствоведение. – Вып. 36. – С. 5–10.
9. Ахренова, Н.А. Популярные жанры интернет-дискурса и «бастардизация» английского языка / Н.А. Ахренова // Альманах современной науки и образования. – 2010. – № 2 (33): в 2-х ч. – Ч. II. – С. 16–18.

10. Ахренова, Н.А. Теоретические основы Интренет-лингвистики / Н.А. Ахренова // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2013. – №10 (28). – С. 22–26.
11. Бахтин, М.М. Проблема текста. Опыт философского анализа / М.М. Бахтин // Вопросы литературы. – 1976. – №10. – С. 122–151.
12. Бельчиков, Ю.А. Эллипсис. [Электронный ресурс] / Ю.А. Бельчиков // Лингвистический энциклопедический словарь. – Режим доступа: <http://www.tapemark.narod.ru/les/592a.html>
13. Бергельсон, М.Б. Языковые аспекты виртуальной коммуникации / М.Б. Бергельсон // Вестник МГУ. Серия 19: Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2002. – №1. – С. 55–67.
14. Богданов, В. В. Текст и текстовое общение: учебное пособие / В.В. Богданов. – СПб.: Санкт-Петербургский государственный университет, 1993. – 67 с.
15. Богданов, В.В. Речевое общение: прагматические и семантические аспекты / В.В. Богданов. – Ленинград: Издательство Ленинградского государственного университета, 1990. – 88 с.
16. Большая компьютерная энциклопедия. – М.: ЭКСМО. – 2007. – 480 с.
17. Борботько, В.Г. Элементы теории дискурса: учебное пособие / В.Г. Борботько. – Грозный: Изд-во ЧГУ, 1981. – 113 с.
18. Визель, М. Гипертексты по ту и эту сторону экрана / М. Визель // Иностранная литература. – 1999. – №10. – С. 169–177.
19. Вишнякова, Е.А. Интернет как область лингвистического моделирования (на материале английского языка) / Е.А. Вишнякова // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки. – 2011. – № 6 (101). – Выпуск 9. – С. 112–119.
20. Вишнякова, Е.А. Место аббревиации в словообразовательной системе современного английского языка. / Е.А. Вишнякова // Научные

Ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки. – 2014. – №6 (177). – Выпуск 21. – С. 62–66.

21. Вишнякова, Е.А. Функциональные особенности семиотического потенциала электронного сообщения в процессе передачи информации. / Е.А. Вишнякова // Вестник Самарского государственного университета. – 2013. – №5 (106). – С. 44–49.

22. Вишнякова, Е.А. Электронное письмо в составе сетевого текста на английском языке: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04 / Вишнякова Елизавета Александровна. – М., 2007. – 180 с.

23. Волкова, Е.В. Лингво-культурные барьеры компьютерно-опосредованной коммуникации: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19 / Волкова Елена Владимировна. – Ульяновск, 2007. – 21 с.

24. Выготский, Л.С. Мышление и речь / Л.С. Выготский. – Изд. 5, испр. – Москва: Лабиринт, 1999. – 352 с.

25. Галичкина, Е.Н. Специфика компьютерного дискурса на английском и русском языках (на материале жанра компьютерных конференций): автореф. дис. канд. филол. наук: 10.02.20 / Галичкина Елена Николаевна. – Волгоград, 2001. – 20 с.

26. Гальперин, И.Р. Текст как объект лингвистического исследования / И.Р. Гальперин. – М.: Прогресс. – 1981. с. 144.

27. Головач, О.А. Принцип экономии в лингвистике / О.А. Головач // Вектор науки ТГУ. – 2011. – № 3 (17). – С. 137–139.

28. Горошко, Е.И. К уточнению понятия «компьютерно-опосредованная коммуникация»: проблемы терминоведения / Е.И. Горошко // Образовательные технологии и общество. – 2009. – Том 12. Вып. 2. – С. 445–454.

29. Грамматика современного русского литературного языка. Под ред. Н. Ю. Шведовой. – М., 1970. – 767 с.

30. Грошко, Е.И. Современная интернет-коммуникация: структура и основные параметры / Е.И. Грошко // Интернет-коммуникация как новая речевая формация: коллективная монография/ научные редакторы Т.Н. Колокольцева, О.В. Лутовинова. – М.: ФЛИНТА: Наука, 2012. – 328 с.
31. Гуманитарные исследования в Интернете / под ред. А.Е. Войскунского. – М.: Можайск-Терра. – 2000. – 432 с.
32. Дедова, О.В. Теория гипертекста и гипертекстовые практики в Рунете / О.В. Дедова. – М.: МАКС Пресс. – 2008. – 284 с.
33. Дейк, Т.А. ван. Язык. Познание. Коммуникация / Т.А. ван Дейк. – М.: Прогресс, 1989. – 310 с.
34. Дейк, Т.А. ван., Кинч, В. Макростратегии / Т.А. ван Дейк, В. Кинч // Язык. Познание. Коммуникация. – М.: Прогресс, 1989. – С. 41–68.
35. Дейк, Т.А. ван., Кинч, В. Стратегии понимания связного текста / Т.А. ван. Дейк, В. Кинч // Новое в зарубежной лингвистике. Т. XXII. – М.: Прогресс, 1988. – С. 153–211.
36. Дискурсивные слова русского языка: опыт контекстно-семантического описания: коллективная монография / под ред. К. Киселевой и Д. Пайара. – М.: Метатекст, 1998. – 447 с.
37. Добросклонская, Т.Г. Вопросы изучения медиатекстов (опыт исследования современной английской медиаречи). Изд. 2-е, стереотипное / Т.Г. Добросклонская. – М.: URSS, 2005. – 288 с.
38. Дридзе, Т.М. Текстовая деятельность в структуре социальной коммуникации: Проблемы семиосоциопсихологии / Т.М. Дридзе. – Москва, 1984. – 268 с.
39. Звегинцев, В.А. О цельнооформленности единиц текста. / В.А. Звегинцев // Известия Академии наук СССР. Серия литературы и языка. – 1980. – Т. 39 (№ 1). – С. 13–21.

40. Земская, Е.А., Китайгородская, М.В., Ширяев, Е.Н. Русская разговорная речь. Общие вопросы. Словообразование. Синтаксис / Е.А. Земская, М.В. Китайгородская, Е.Н. Ширяев. – М.: Наука, 1981. – 276 с.
41. Казаченко, О. В. Когерентность и когезия текста. / О.В. Казаченко // Альманах современной науки и образования. – 2009. – № 8 (27), часть 2. – С. 89–90.
42. Как писать слова, связанные с интернетом. [Электронный ресурс] «ГРАМОТА.РУ» – Режим доступа: <http://www.gramota.ru/spravka/letters/?rub=internet>
43. Карасик, В.И. О типах дискурса / В.И. Карасик // Языковая личность: институциональный и персональный дискурс: сборник научных трудов. – Волгоград: Перемена, 2000. – С. 5–20.
44. Кармызова, О.А. Некоторые особенности тематической организации лексики компьютерного жаргона (на материале английского и русского языков) /О.А. Кармызова // Язык, коммуникация и социальная среда. Вып. 2. – Воронеж: ВГТУ. – 2002. – С. 117–131.
45. Кибрик, А., Паршин, П. Дискурс. [Электронный ресурс] / А. Кибрик, П. Паршин // Энциклопедия Кругосвет. – Режим доступа: http://www.krugosvet.ru/enc/gumanitarnye_nauki/lingvistika/DISKURS.html
46. Кибрик, А.А., Подлесская, В.И. Дискурсивные маркеры в структуре устного рассказа: опыт корпусного исследования. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.dialog-21.ru/digests/dialog2009/materials/pdf/60.pdf>
47. Кибрик, А.А. Модус, жанр и другие параметры классификации дискурсов / А.А. Кибрик // Вопросы языкознания. – 2009. – №2. – С. 3–21.
48. Кибрик, А.А. Обосновано ли понятие «дискурс СМИ»? / А.А. Кибрик // Жанры и типы текста в научном и медийном дискурсе / под ред. А.Г. Пастухов. – Орел: ОГИИК, ООО ПФ «Оперативная полиграфия», 2008. – С. 6–11.

49. Кибрик, А.А., Подлесская, В.И. Рассказы о сновидениях: корпусное исследование устного русского дискурса / А.А. Кибрик, В.И. Подлесская – М.: ЯСК, 2009. – С. 736.

50. Ковальская, Л.Г. Компьютерно-медийная коммуникация в современном мире: лингвистический аспект / Л.Г. Ковальская // Язык. Этнос. Сознание: материалы международной научной конференции. – Майкоп, 2003. – С. 65–77.

51. Ковальская, Л.Г. Синхронный компьютерно-медийный дискурс: механизм действия и коммуникативные цели. / Л.Г. Ковальская // Язык и межкультурная коммуникация. Международный лингвистический журнал. – Майкоп. – 2003. – № 1. – С. 56–66.

52. Колокольцева, Т.Н. Предисловие / Т.Н. Колокольцева // Интернет-коммуникация как новая речевая формация: коллективная монография/ научные редакторы Т.Н. Колокольцева, О.В. Лутовинова. – М.: ФЛИНТА: Наука, 2012. – 328 с.

53. Кондрашов, П.Е. Компьютерный дискурс: социологический аспект: дис. канд. филол. наук: 10.02.19 / Кондрашов Павел Евгеньевич. – Краснодар, 2004. – 189 с.

54. Костомаров, В.Г. Наш язык в действительности: Очерки современной русской стилистики/ В.Г. Костомаров. – М.: Гардарики, 2005. – 289 с.

55. Костомаров, В.Г. Рассуждение о формах текста в общении: учеб. пособие / В.Г. Костомаров. – М.: ФЛИНТА: Наука, 2014. – 96 с.

56. Косцов, А., Косцов, В. Толковый англо-русский и русско-английский словарь компьютерных терминов / А. Косцов, В. Косцов. – М.: Мартин, 2004. – 304 с.

57. Котов, А.Е. Социокоммуникативные особенности функционирования дискурсивных маркеров [Электронный ресурс] / А.Е. Котов. – Режим доступа: <http://www.ncstu.ru>.

58. Крысин, Л.П. Толковый словарь иноязычных слов. — М.: Эксмо, 2008. — 944 с. — (Библиотека словарей). [Электронный ресурс] / Л.П. Крысин. — Режим доступа: <https://slovari.yandex.ru/~%D0%BA%D0%BD%D0%B8%D0%B3%D0%B8/%D0%A2%D0%BE%D0%BB%D0%BA%D0%BE%D0%B2%D1%8B%D0%B9%20%D1%81%D0%BB%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%80%D1%8C%20%D0%B8%D0%BD%D0%BE%D1%8F%D0%B7%D1%8B%D1%87%D0%BD%D1%8B%D1%85%20%D1%81%D0%BB%D0%BE%D0%B2/>
59. Ксензенко, О.А. Гносеологические и методологические проблемы современного лингвистического рекламоведения / О.А. Ксензенко // Вестник Московского университета. Серия 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. — 2012. — №1. — С. 42–55.
60. Ксензенко, О.А. Лингвистические основы рекламной коммуникации: Монография / О.А. Ксензенко. — Москва : Изд-во МБА, 2011. — 319 с.
61. Ксензенко, О.А. Прагматические особенности рекламных текстов / О.А. Ксензенко // Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования: Учебное пособие. — М.: Изд-во МГУ, 2003. — С. 334–354
62. Кубрякова, Е.С. Типы языковых значений. Семантика производного слова / Е.С. Кубрякова. — Москва: Наука, 1981. С. 200.
63. Кубрякова Е.С., Александрова, О.В. О контурах новой парадигмы знания в лингвистике. / Е.С. Кубрякова, О.В. Александрова // Структура и семантика художественного текста: доклады VII международной конференции. — М., 1999. — С. 186–197.
64. Кузнецова, Н.В. Структура и стилистика языковых средств в текстах интернет-форумов: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01 / Кузнецова Наталья Владимировна — Тюмень, 2008. — 26 с.
65. Леонтович, О.А. Компьютерный дискурс: языковая личность в виртуальном мире / О.А. Леонтович // Языковая личность:

институциональный и персональный дискурс. – Волгоград: Перемена. 2000. – С. 191–199.

66. Лутовинова, О.В. Интернет как новая «устно-письменная» система коммуникации / О.В. Лутовинова // Известия РГПУ им. Герцена. Серия «Общественные и гуманитарные науки». – 2008. – №11. – С. 58 – 65.

67. Макаров, М.Л. Основы теории дискурса / М.Л. Макаров. – М.: ИТДГК «Гнозис», 2003. – 280 с.

68. Мартине, А. Принцип экономии в фонетических изменениях. / А. Мартине. – М: Издательство иностранной литературы, 1960. – 263 с

69. Массалина, И.П. Дискурсивные маркеры / И.П. Массалина // Известия КГТУ. – 2009. – № 15. – С. 211–217.

70. Москальская, О.И. Грамматика текста (пособие по грамматике немецкого языка для ин-тов и фак. иностр. яз.): учебное пособие / О.И. Москальская. – Москва: Высшая школа, 1981. – 183 с.

71. Остин, Дж.Л. Слово как действие / Дж.Л. Остин // Новое в зарубежной лингвистике. – Вып. 17. – М. – 1986. – С. 22–129.

72. Падучева, Е.В. Пресуппозиция. [Электронный ресурс] / Е.В. Падучев // Лингвистический энциклопедический словарь. – Режим доступа: <http://www.tapemark.narod.ru/les/396a.html>

73. Попова, З.Д., Стернин, И.А. Общее языкознание: учеб. пособие. 2-е изд., стереотипное / З.Д. Попова, И.А. Стернин – М.: АСТ Восток - Запад, 2007. – 408 с.

74. Попова, З.Д., Стернин, И.А. Очерки по когнитивной лингвистике. 2-е изд., перераб. и доп. / З.Д. Попова, И.А. Стернин – Воронеж: Истоки, 2001. – 192 с.

75. Розина, И.Н. Компьютерно-опосредованная коммуникация в практике образования и бизнеса / И.Н. Розина // Теория коммуникации и прикладная коммуникация: сб. научных трудов / под общей редакцией И.Н. Розиной. Вып. 2. – Ростов н/Д: ИУБиП, 2004. – С. 217–226.

76. Русский орфографический словарь Российской академии наук. /Отв. ред. В. В. Лопатин. Электронная версия, «ГРАМОТА.РУ», 2001–2007. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.gramota.ru/slovari/info/lop/>
77. Рыжков, М.С. Речевые стратегии участников синхронного Интернет-дискурса (на материале русско- и англоязычных чатов): автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19. / Рыжков Михаил Сергеевич. – Воронеж, 2010. – 25 с.
78. Серль, Дж.Р. Что такое речевой акт. / Дж. Р. Серль // Новое в зарубежной лингвистике. – Вып. 17. – 1986. – С. 151–169.
79. Сиротинина, О.Б. Современная разговорная речь и ее особенности / О.Б. Сиротинина. – М., 1974. 260 с.
80. Смирницкий, А.И. Синтаксис английского языка / А.И. Смирницкий. – М., 1957. – 284 с.
81. Смирнов Ф.О. Естественный язык и компьютер: деструктивное влияние или очередной этап эволюции? [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://flogiston.ru/articles/netpsy/smirnov_evaluation.
82. Соколов, А.В. Общая теория социальной коммуникации: учебное пособие / А.В. Соколов. – СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2002. – 461 с.
83. Сусов, И.П. История языкознания. Электронный учебник. [Электронный ресурс] / И.П. Сусов. – Режим доступа: http://homepages.tversu.ru/~ips/History_of_linguistics.htm
84. Сытникова, Т.А. Сущность и специфика компьютерного дискурса как объекта лингвистического исследования/ Т.А. Сытникова // Вестник ИГЛУ. Сер. Филология. – 2008. – № 3. С. 142–149.
85. Тер-Минасова, С.Г. Мысль изреченная есть ложь... / С.Г. Тер-Минасова // Ценности и смыслы. – 2012. – №1 (17). – С. 22–32.
86. Тер-Минасова, С.Г. Язык и межкультурная коммуникация. 2-е издание полностью, доработанное / С.Г. Тер-Минасова. – М.: Издательство МГУ, 2004. – 352 с.

87. Титова, С.В. Информационно-коммуникационные технологии в гуманитарном образовании: теория и практика. Пособие для студентов и аспирантов языковых факультетов университетов и вузов / С.В. Титова. – М.: 2009. – 240 с.
88. Трепак, Я.В. Основные характеристики электронной коммуникации / Я.В. Трепак // Вестник МГОУ. Серия «Лингвистика». – 2011. № 3. – С. 83–89.
89. Трофимова, Г.Н. Языковой вкус Интернет-эпохи в России: Функционирование русского языка в Интернете: концептуально-сущностные доминанты: дисс. ... д-ра. филол. наук: 10.02.01. / Галина Николаевна Трофимова. – М., 2004. – 480 с.
90. Чернейко, Л.О. Термин «дискурс»: поиски означаемого / Л.О. Чернейко // Вестник МГУ. Серия 10. Журналистика. – 2006. – № 2. С. 34–41.
91. Щипицина, Л.Ю. Компьютерно-опосредованная коммуникация: Лингвистический аспект анализа / Л.Ю. Щипицина. – М.: КРАСАНД, 2010. – 296 с.
92. Якубинский, Л.П. О диалогической речи / Л.П. Якубинский // Якубинский Л.П. Избранные работы. Язык и его функционирование. – Москва, 1986. – С. 17-58.
93. Angeli, E. Varying Definitions of Online Communication and Their Effects on Relationship Research. / E. Angeli. – Purdue University, 2009. – 10 p.
94. Bernstein, B. Class, Codes and Control: Theoretical Studies Towards a Sociology of Language. / B. Bernstein / London: Routledge & Kegan Paul, 1971. – 266 p.
95. Blackmore, D. Semantic Constraints on Relevance / D. Blackmore. – Oxford, UK; New York, NY, USA: Blackwell, 1987. – 168 p.
96. Brown, G., Yule, G. Discourse Analysis. / G. Brown, G. Yule. – Cambridge: University Press, 1983. – 288 p.

97. Carroll, J.S., Freedle, R.O. Language Comprehension and the Acquisition of Knowledge / J. S. Carroll, R.O. Freedle. – Washington, D.C.: Winston. – 1972. – 54 p.
98. Charnaik, E. Towards a Model of Children's Story Comprehension. [Электронный ресурс] / E. Charnaik. – Режим доступа: <http://publications.ai.mit.edu/ai-publications/pdf/AITR-266.pdf>
99. Chomsky, N. Aspects of the Theory of Syntax. / N. Chomsky. – Cambridge: M.I.T. Press, 1965. – 261 p.
100. Crystal, D. Language and the Internet / D. Crystal. – Cambridge: Cambridge University Press. – 2001. – 282 p.
101. Crystal, D. Txtng: The Gr8 Db8 / D. Crystal. – Oxford University Press, 2008. – 239 p.
102. D'Arcy, A. Like: Syntax and Development. [Электронный ресурс] / A. D'Arcy. // Thesis. – Режим доступа: <http://web.uvic.ca/~adarcy/web%20documents/DArcy%202005.pdf>
103. Dietzel, S. E-mails, Chat and Online Communication – Towards a New English? / S. Dietzel. – Philipps University Marburg, 2007. – 18 p.
104. Fraser, B. An Approach to Discourse Markers / B. Fraser // Journal of Pragmatics. – 1990. – Vol. 14. – P. 383–398.
105. Fraser, B. Pragmatic Markers / B. Fraser // Pragmatics. – 1996. – №6. – P. 167–190.
106. Fraser, B. What Are Discourse Markers? / B. Fraser // Journal of Pragmatics. – 1999. – Vol. 31. – P. 931–952.
107. Garfinkel, H. The Origins of the Term 'Ethnomethodology' / H. Garfinkel // Ethnomethodology edited by E.M. Turner. – Harmondsworth: Penguin, 1974. – P. 15–18.
108. Goffman, E. Forms of Talk (Conduct and Communication) / E. Goffman. – Philadelphia: University of Pennsylvania Press. – 1981. – 344 p.

109. Goffman, E. *Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience* / E. Goffman. – London: Harper and Row. – 1974. – 600 p.
110. Grice, H. P. *Logic and Conversation* / H.P. Grice. // *Syntax and Semantics*: edited by P. Cole, J. Morgan. Vol. 3. – New York: Academic Press, 1975. – P. 41–58.
111. Halliday, M.A.K. *Categories of the Theory of Grammar* / M.A.K. Halliday // *World*. – №17. – 1961. P. 241–292.
112. Halliday, M. A. K., Hasan, R. *Cohesion in English* / M.A.K. Halliday, R. Hasan. – London: Longman, 1976. – 374 p.
113. Harris, Z. *Discourse Analysis* / Z. Harris // *Language*. – 1952. – Vol. 28. – №1. – P. 1–30.
114. Hoey, M. *The Place of Clause Relational Analysis in Linguistic Description* / M. Hoey // *English Language Research Journal*. – 1983/4. – Vol. 4. – P. 1–32.
115. *Internet Freedom and Broadcast Deployment Act of 2001*. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.gpo.gov/fdsys/pkg/BILLS-107hr1542rfs/pdf/BILLS-107hr1542rfs.pdf>.
116. Kibrik, A.A. *Reference in Discourse* / A.A. Kibrik – Oxford: Oxford University Press. – 2011. – 651 p.
117. Kibrik, A.A., El'bert E.M. *Understanding Spoken Discourse: the Contribution of Three Information Channels* / A.A. Kibrik, E.M. El'bert // *Third International Conference on Cognitive Science*. – Moscow: IP RAN, 2008. – P. 82–84
118. Kiesling, S. *Dude* / S. Kiesling // *American Speech*. – Vol. 79. – №. 3. – 2004. – P. 281–305.
119. Labov, W. *Language in the Inner City* / W. Labov. – Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 1972. – 404 p.
120. Labov, W. *Sociolinguistic Patterns*. / W. Labov. – Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 1972. – 344 p.

121. Lindsay, P.H., Norman, D. A. Human Information Processing / P.H. Lindsay, D.A. Norman. – New York: Academic Press. – 1972. 800 p.
122. Longman Dictionary of Contemporary English. Fifth impression. – Pearson Longman. – 2006. – 1950 p.
123. Myerson, G. Rhetoric, Reason and Society: Rationality as Dialogue / G. Myerson. – London: Sage Publications, 1994. – 160 p.
124. Pike, K.L. Language in Relation to a Unified Theory of the Structure of Human Behavior. / Pike K.L. // *Janua Linguarum, Series Maior*, 24. – The Hague: Mouton. – 762 p.
125. Pike, K. L. The Mystery of Culture Contacts, Historical Reconstruction, and Text Analysis: an Emic Approach / K.L. Pike // *The Importance of Purposive Behavior in Text Analysis*. Edited by Kurt R. Jankowsky. – Washington: Georgetown University Press, 1996. – P. 65–86.
126. Sacks, H., Schegloff, E., Jefferson, G. A Simplest Systematic of Turntaking for Conversation / H. Sacks, E. Schegloff, G. Jefferson // *Language*. – №50. – 1974. – P. 696–735.
127. Schiffrin, D. Approaches to Discourse / D. Schiffrin. – Oxford: Basil Blackwell, 1994. – 482 p.
128. Schiffrin, D. Discourse Markers / D. Schiffrin. – Cambridge: Cambridge University Press, 1987. – 364 p.
129. Schiffrin, D. Discourse Markers. Language Meaning and Context / D. Schiffrin // *The Handbook of Discourse Analysis*. Edited by D. Schiffrin, D. Tannen, H. E. Hamilton. – Oxford: Blackwell publishers, 2001. – P 54–75.
130. Schourup, L. Discourse Markers/ L. Schourup // *Lingua*. – 1999. – Vol. 107. P. 227–265.
131. Searle, J.R. Expression and Meaning. Studies in the Theory of Speech Acts / J.R. Searle. – Cambridge University Press. – 1979. – p. 208.
132. Siegel, M. 'Like': The Discourse Particle and Semantics / M. Siegel // *Journal of Semantics*. – №19. – 2002. – P. 35–71.

133. Sinclair, J. McH., Coulthard, R.M. Towards an Analysis of Discourse. The English Used by Teachers and Pupils / J. McH. Sinclair, R.M. Coulthard. – London: Oxford University Press. – 1975. – 163 p.
134. Ter-Minasova, S. Language, Linguistics and Life: a View from Russia / S. Ter-Minasova. – M.: Humanitarian Knowledge, TEIS, 1996. – 156 p.
135. van Dijk, T. Ideology: a Multidisciplinary Approach. / T. van Dijk. – London: Sage, 1998. – 365 p.
136. Wood, A.F., Smith M.J. Online Communication: Linking Technology, Identity, & Culture. / A.F.Wood, M.J. Smith. – New York: Psychology Press, 2014. – 248 p.
137. Word-Combination: Theory and Method / S.Ter-Minasova, N. Gvishiani, E. Jakovleva, A. Mikojan, L. Minaeva, A. P. Abramov, S. Ter-Mkrtchan: edited by O. Akhmanova. – Moscow: MGU, 1974. – 130 p.
138. Zwicky, A. Clitics and Particles / A. Zwicky // Language. – 1985. – Vol. 61. – №2. – P. 283–305.

Список источников практического материала:

1. America chat Режим доступа: <http://www.americachat.net/>
2. British Comedy Guide Режим доступа: <http://www.comedy.co.uk/forums/>
3. Chatroulette Режим доступа: <http://chatroulette.com/>
4. Facebook Режим доступа: <https://facebook.com/>
5. Instagram Режим доступа: <http://instagram.com/>
6. Livejournal Режим доступа: <http://www.livejournal.com/>
7. Pew Research Internet Project [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.pewinternet.org>
8. Pinterest Режим доступа: <https://www.pinterest.com/>
9. Secret Режим доступа: <https://www.secret.ly/>
10. Statista.com Режим доступа: <http://www.statista.com>

11. Talkbass Режим доступа: <http://www.talkbass.com/>
12. Twitter Режим доступа: <https://twitter.com/>