

СРЕДСТВА ВЫРАЖЕНИЯ ЭКСПРЕССИИ В РУССКОЯЗЫЧНЫХ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

О.И. Александрова, А.В. Бурлакова

*Российский университет дружбы народов
ул. Миклухо-Маклая, ба, Москва, Россия, 117198*

В статье рассматриваются некоторые особенности коммуникации в русскоязычных социальных сетях, выявляется устно-письменный характер речи и языковые средства выражения экспрессии.

Ключевые слова: социальная сеть, Интернет-дискурс, устно-письменная речь, экспрессивность.

MEANS OF EXPRESSIVENESS IN RUSSIAN SOCIAL NETWORKS.

O.I. Aleksandrova, A.V. Burlakova

*Peoples' Friendship University of Russia
Miklukho-Maklaya str., 6, Moscow, Russia, 117198*

The article discusses some of communication features in Russian social networks, oral and written type of speech and the network language's expressiveness.

Keywords: social network, Internet discourse, oral and written speech, expressiveness.

В условиях повсеместного распространения Интернета и появления разнообразных устройств, обеспечивающих доступ ко всемирной сети, в современном обществе все большую популярность приобретает электронно-опосредованная коммуникация, способствующая формированию так называемого «бытового Интернет-дискурса» [2]. Среди различных каналов Интернет-коммуникации наиболее распространенными на сегодняшний день являются социальные сети: в России 80% дневной аудитории русскоязычного Интернета, насчитывающей 68 миллионов человек, проявляют активность в социальных сетях [6]. К самым популярным в Рунете сайтам подобного рода относятся социальные сети

ВКонтакте, Одноклассники, Мой Мир, Facebook, Livejournal и Twitter.

Социальная сеть представляет собой комплексное образование, объединяющее функции форумов, чатов, сайтов знакомств, ролевых онлайн-игр и др. Участники коммуникации, зарегистрированные на таком электронном ресурсе, создают собственные профили, содержащие информацию об авторах, ведут переписку с пользователями лично с помощью текстовых сообщений и общественно с помощью размещения сообщений и комментариев на стене, наблюдают за действиями пользователей на ленте новостей [7]. Коммуникация в формате социальных сетей нацелена прежде всего на бытовое повседневное общение, однако в последнее время данные ресурсы становятся площадкой для обсуждения общественно-политических вопросов, а также выполняют развлекательную функцию.

Процесс коммуникации, ее стратегии и средства во многом зависят от состава участников коммуникации. Аудитория русскоязычных социальных сетей с точки зрения гендерной принадлежности представлена в приблизительно равных пропорциях с небольшим преобладанием пользователей женского пола (63,5% – Одноклассники, 59,7% – Мой Мир, 58,8% – ВКонтакте, 54,2% – Facebook). Самым «мужским» ресурсом является LiveJournal, где доля авторов мужского пола составляет 53,5%.

Что касается возраста, то в указанных социальных сетях целевая аудитория неоднородна. Так, в самой популярной в России соцсети ВКонтакте большинство пользователей – это молодежь до 18 лет и от 18 до 24 лет (28% и 39% соответственно), тогда как в соцсетях Одноклассники, Мой Мир, Facebook и LiveJournal основную аудиторию составляют группы от 25 до 34 лет и от 35 до 44 лет (соответственно 31% и 18% в первом случае, 22% и 22% во втором, 40% и 29% в третьем, 41% и 35% в четвертом) [6].

Принадлежность участников коммуникации к определенной возрастной группе определяет не только содержательную составляющую коммуникации, но и языковые средства, используемые пользователями соцсетей. Так, тексты сети ВКонтакте пестрят единицами компьютерного жаргона («*Надо снова залогиниться, а то вылетела*», «*Не хочу его фоловить*», «*Сделай репост моей записи*»), эрративами (*асьминох, йожыг, красавчег*), фонетическим

письмом (*хочецца, кагдила, чо*) и другими проявлениями языковой моды, влиянию которой в большей степени подвержены представители молодого поколения. В коммуникативном пространстве социальной сети Facebook чаще встречаются сообщения на иностранных языках, что указывает на более высокий уровень образования пользователей и на интернациональную направленность этого сайта.

Общей целью коммуникации в социальных сетях является саморепрезентация, обеспечиваемая самой структурой электронного ресурса. Каждый пользователь социальной сети имеет собственную страницу, где находится общая информация (дата рождения, место жительства, учебы, работы, интересы, хобби, взгляды), альбомы с личными фотографиями, избранные аудио- и видеозаписи, а также стена / лента новостей. Стена представляет собой микроблог, в котором как пользователь, так и посетители страницы могут публиковать сообщения и оставлять комментарии. Тематика сообщений может быть самой разной: от событий из личной жизни, кулинарных рецептов и новинок техники до философских рассуждений.

Размещая интересную информацию, пользователь может привлечь к себе внимание широкой аудитории. Комментируя записи автора, пользователи сети вступают между собой в полилог и выражают собственное мнение на опубликованные сообщения. Важно отметить, что общение в социальной сети хотя и опосредованное, но, в отличие от чатов и форумов, не анонимное. Страница пользователя находится в открытом доступе, каждый посетитель обычно может увидеть личные фотографии, общую информацию, интересы хозяина страницы, его записи на стене. Следовательно, вступая в диалог или полилог, участник коммуникации может составить портрет своего собеседника и выстраивать дальнейшее общение в соответствии со сложившимся впечатлением о нем. Так, в социальной сети получает реализацию контактоустанавливающая функция: любой пользователь создает список друзей и лично выбирает, кого добавить в свой круг общения. Между участниками коммуникации устанавливаются доверительные отношения (по статистике ВЦИОМ, около 62% пользователей верят отзывам в соцсетях [6]). Основной процент коммуникантов составляют люди, знакомые хозяину страницы, но некоторые поль-

зователи добавляют собеседников «для количества», тем самым пытаясь доказать свою публичность и популярность, и, следовательно, самореализоваться.

В процессе общения некоторые пользователи в целях саморепрезентации используют различные вербальные и невербальные средства, «примеряя» разнообразные роли и создавая свой собственный стиль общения. В арсенале пользователей не только фотографии, указания на предпочтения в музыке, литературе, политике, но и всевозможные языковые средства. Анализ текстовых сообщений в различных социальных сетях позволяет обозначить некоторые общие тенденции, свойственные данному виду общения.

Процесс коммуникации в социальных сетях осуществляется в рамках реализации «естественной письменной речи» [5], где коммуниканты имитируют спонтанную, неформальную речь, возникающую при реальном общении. Невозможность использования при опосредованной коммуникации вспомогательных (паралингвистических) средств живого общения, таких как тембр голоса, его сила, дикция, особенности артикуляции, жесты, мимика и др., компенсируется употреблением различных графических средств, письменных знаков и эмодзи.

Основной характеристикой общения в социальных сетях является его экспрессивность, свойственная и для устной речи. Эмоции, демонстрируемые говорящим, передаются в сетевой коммуникации с помощью междометий, при этом их письменная форма может быть как традиционной для русского языка, так и заимствованной или авторской, например: *aaaa!* (выражение радости); *мда-аа, ню-ню* (выражение разочарования, ирония); *йоу мэ!* (приветствие, выражение поддержки); *упс* (выражение неловкости); *пфффф не гони* (выражение несогласия, недоверия), *воу-воу палец-це!* (предостережение), *ахахаха, гы-гы смешно, ыыыы прикол.* (смех); *хнык-хнык* (плач, притворный плач) *чмаф тебя!* (поцелуй) и др. Степень интенсивности выражаемой с помощью междометия эмоции обозначается количеством повторяющихся письменных знаков.

Аналогичным образом участниками опосредованной коммуникации осуществляется попытка передать интонационную окраску высказывания: долгота ударной гласной, на которую в устной речи приходится повышение или понижение тона, передается на

письме повтором: *ну я попааал!* (выражение отчаяния); *Ващееее!* (выражение удивления, восхищения, разочарования), *Аууууууу, ты где? Нееееееееет не удаляй!!!!* (выражение протеста, в устной речи на повышенном тоне — мольба). Тот же принцип используется для передачи интонации высказывания: коммуниканты многократно повторяют знаки препинания, компенсируя паравербальные компоненты. Вопросительные и восклицательные знаки не только повторяются, но и чередуются: *Красотка!!!!!!!!!! Хэээй!!!!!! Стишь???? Ты где была?????!!!!!!* Не менее распространены многоточия, замещающие значимые паузы устной речи и наполняющие высказывания дополнительными значениями: *Ну и обидка на тебя.....* (нежелание продолжать разговор); *Ещё раз и бан обеспечен* (предупреждающая пауза и одновременно смягчение агрессии); *Как дела? Как доехал? Я уже соскучилась...* (побуждение к действию). Некоторые исследователи называют такое явление множественных повторов «псевдопунктуацией» [3].

Особую функциональную нагрузку в сообщениях участников коммуникации несет использование заглавных букв, позволяющих не только подчеркнуть эмоциональность высказывания, но и сосредоточить внимание собеседников на значимых словах и целых фразах: *«СУПЕР!!! И улыбка сногшибательная!»*; *«СПАСИБО!!! Уж очень нравится нам на твоей стене, очень!»*; *«СПАСИБО ОГРОМНОЕ ВСЕМ ЗА ПОЗДРАВЛЕНИЯ!!! Я ВАС ВСЕХ ЛЮБЛЮ!»*. Выделенные заглавными буквами слова не останутся незамеченными и вызовут ответную положительную реакцию участников коммуникации.

Говоря об общении в социальных сетях, нельзя оставить без внимания эмодиконы - наборы графических знаков, изображающие эмоции, жесты и называемые в виртуальном общении заимствованным словом *смайл* и его производным *смайлик*. В виртуальном общении используется более пятидесяти разнообразных эмодиконов, передающих эмоциональное состояние коммуникантов, например, стандартные :-) - улыбка, :D - смех, XD - сильный смех (передаваемый также с помощью жаргонизма, образованного путем сращения, - *ржунемогу*), :-/ - ирония, скепсис, :-> ухмылка, :-(- грусть, недовольство, :-* поцелуй :-P высунутый язык (подразнивание), %-) усталость, 8-) - удивление и др. Эмодиконы

могут как дополнять вербальное высказывание говорящего, так и использоваться самостоятельно в качестве комментария или реакции на высказывание собеседника.

Другим средством выражения экспрессии, используемым при опосредованной Интернет-коммуникации, являются умышленные отклонения от орфографических норм, так называемые «граффоны», определяемые как релевантное искажение, «отражающее индивидуальные или диалектные нарушения нормы фонетической» [1]. Употребление коммуникантами граффионов в своих комментариях или сообщениях не означает, что подобные особенности произношения характерны для их устной речи. Как правило, такие нарушения лексикализованы, то есть закреплены за определенными единицами, например, *ну чаго ты орешь? енто еще что? слухай меня! он не может что ли?* Кроме того, некоторые высказывания, получили широкое распространение благодаря своему прецедентному характеру, например, фразы из известных отчетственных кинофильмов: *Подь сюды!* («Формула любви»), *Усе пропало!* («Бриллиантовая рука»).

Граффионы становятся частью языковой игры, так же как и имитация кавказского акцента (*слишишь, драгоценная, персик ты мой!*) или детской речи (*приффеть/пливет, спать хатуюю, мона мне тоже?, головка бобо*) и т.д. Участники коммуникации имитируют те или иные речевые особенности, тем самым наделяя свое «виртуальное я» качествами тех, кому подражают. Так, например, имитация детской речи в большей степени свойственна пользователям женского пола, демонстрирующим капризы, потребность во внимании и др.

Похожим примером создания образа с помощью языковых средств может послужить приглашение на молодежную вечеринку с использованием устаревших слов и выражений, имитирующее высокий стиль речи: *«Господа хорошие, ежели кто-нибудь и выживет до четырех утра, милости прошу в Mason, полагаю, буду играть для вас тщательно отобранный idm, это простите, почти симфония номер 7 Шостаковича. Так вот, жду и все дела».* В сочетании с фотографией современной молодой девушкой такое сообщение привлекает внимание и интригует.

Отдельного внимания заслуживают встречающиеся в сообщениях пользователей социальных сетей окказиональные образо-

вания, как грамматические, так и словообразовательные. Словообразование повышает экспрессивность, эмоциональность общения, способствует созданию индивидуального стиля коммуниканта и его саморепрезентации. При этом письменная форма коммуникации и возможность вовлекать в общение множество участников способствуют распространению окказионализмов в жаргоне социальных сетей и приобретению ими нового статуса в языке. В качестве примера образования в жаргоне социальных сетей новой грамматической формы можно привести глагол *улыбнуло*, используемый в безличных предложениях в значении «это заставило меня улыбнуться» и образованный в качестве пары к отложительно-му глаголу *улыбнуться*.

Словообразовательных окказионализмов обнаруживается гораздо больше. Они быстро переходят из разряда окказиональных в общеупотребительные в пределах жаргона социальных сетей. В словотворчестве используются разные способы деривации: сложение – *время какопития* (по аналогии со словом чаепитие), суффиксация – *виперство* (от англ. VIP, по аналогии с зверство), префиксация – *развидеть* (больше не видеть), префиксация в сочетании с постфиксацией *вдвериться* (врезаться); контаминация и наложение – *питница* (пить + пятница), *кошмарт* (кошмарный март); *своббота* (свободная суббота), *трудни* (трудоуые дни), *авгрусть* (август – грусть); усечение производящей основы – *инфа* (информация); *клава* (клавиатура); *сабы/субы* (субтитры); *поч* (почему). Частотными являются образования от иноязычных корней с использованием русских аффиксов: *гамать* (от англ. game – игра, играть), *фиксить* (от англ. to fix – исправлять), *трушный* (от англ. true – правда, правдивый), *лайтово* (от англ. light – легкий, легко) и др.

Свобода, представляющая основную ценность Интернет-дискурса, позволяет пользователям социальных сетей выбирать собеседников, использовать любые языковые средства, контролировать темп и тон общения и при этом не ограничиваться какими-либо правилами или нормами. Такие условия общения, осуществляемого опосредованно через электронный канал передачи сообщений, способствуют формированию особого синтетического типа устно-письменной коммуникации, используемого в социальных сетях [4]. Данный тип общения характеризуется высокой степенью

экспрессивности, обусловленной стремлением к самовыражению и саморепрезентации.

ЛИТЕРАТУРА

1. Арнольд И.В. Стилистика. Современный английский язык. – М.: Флинта, 2002.
2. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. – Волгоград: Перемена, 2002.
3. Литневская Е.И., Бакланова А.П. Психолингвистические особенности Интернета и некоторые языковые особенности чата как исконного сетевого жанра. // Вестник МГУ. – Сер. 9. Филология. – М., 2005. – № 6. – С. 46–61.
4. Лутовинова О.В. Интернет как новая «устно-письменная» система коммуникации // Известия Российского государственного педагогического университета имени А.И. Герцена: общественные и гуманитарные науки (философия, языковедение, литературоведение, культурология, экономика, право, история, социология, педагогика, психология): научный журнал. – СПб., 2008. – № 11 (71). – С. 58–65.
5. Снигирев А.В., Снигирева Е.В. Албанский язык русского интернета // *Rossica olomucensia XLVI-II: sbornik prnspevku z mezinarodm konference XIX. Olomoucke dny rusistii 30.08. – 01.09. 2007.* – Olomouc , 2008. – С. 137–143.
6. <http://snce.ru/ru/socseti-v-rossii-leto-2014>
7. <http://my-sety.ru/vkontakte/>