

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)

Факультет филологический
Кафедра русского языка, коммуникации и журналистики
Направление подготовки 45.04.01 – Филология
Направленность (профиль) образовательной программы Русский язык в межкультурной
коммуникации

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ
Зав. кафедрой
И Е.Г. Иващенко
« 11 » 06 2021 г.

МАГИСТЕРСКАЯ ДИССЕРТАЦИЯ

на тему: Сленг в социальных сетях как объект лингвистического изучения (на
материале русскоязычных сайтов)

Исполнитель
студент группы 997-ом1

И 15.06.2021
(подпись, дата)

М.В. Иващик

Руководитель
доцент, канд. филол. наук

И 21.06.2021
(подпись, дата)

Г.М. Старыгина

Руководитель научного
содержания программы
магистратуры

И 21.06.2021
(подпись, дата)

Г.М. Старыгина

Нормоконтроль

И 17.06.2021
(подпись, дата)

А.Г. Сайфулина

Рецензент

И 18.06.2021
(подпись, дата)


Н.М. Залесова

Благовещенск 2021

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)

Факультет филологический
Кафедра русского языка, коммуникации и журналистики

УТВЕРЖДАЮ
Зав.кафедрой

 Е.Г.Иващенко
« 10 » 09 2020 г.

ЗАДАНИЕ

К выпускной квалификационной работе студента Иващик Марии Витальевны

1. Тема выпускной квалификационной работы: Сленг в социальных сетях как объект лингвистического изучения (на материале русскоязычных сайтов)
(утверждено приказом от 24.05.2021 № 1008-уч)

2. Срок сдачи студентом законченной работы (проекта) 15.06. 2021 г.

3. Исходные данные к выпускной квалификационной работе:
Сленг, социальные сети, сленговые единицы, употребление сленга, функционирование сленговых единиц, пользователи социальных сетей.


4. Содержание выпускной квалификационной работы (перечень подлежащих разработке вопросов):

1. изучить понятие «сленг»;
2. охарактеризовать материал исследования;
3. описать сленговые единицы, заимствованные из английского языка;
4. выявить сленговые единицы с точки зрения словообразования;
5. рассмотреть сленговые единицы тематически;
6. выявить специфику сленговых единиц;

5. Перечень материалов приложения (наличие чертежей, таблиц, графиков, схем, иллюстративного материала и т.п.): 1 приложение, 8 рисунков.

6. Консультанты по выпускной квалификационной работе (с указанием относящихся к ним разделов): нет

7. Дата выдачи задания 10.09.2020 Руководитель выпускной квалификационной работы доцент, канд. филол. н. Старыгина Г.М

Задание принял к исполнению 10.09.2020  Иващик М.В

РЕФЕРАТ

Магистерская работа содержит 73 с., 100 источников, одно приложение, 8 рисунков.

СЛЕНГ, СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ, СЛЕНГОВЫЕ ЕДИНИЦЫ, ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ СЛЕНГОВЫХ ЕДИНИЦ, КОММУНИКАЦИЯ

Данная магистерская работа посвящена изучению специфики и условий функционирования сленговых единиц в речи современных пользователей социальных сетей «VKontakte», «Instagram», «Twitter», «Facebook».

Актуальность исследования заключается в том, что сленг является малоизученной подсистемой языка, поэтому есть необходимость описать специфику функционирования сленговых единиц в речи современных пользователей социальных сетей.

Предмет исследования – сленговые единицы в речи современных пользователей социальных сетей.

Объект исследования – тексты русскоязычных сайтов.

Методы исследования – метод научного наблюдения и анализа, сопоставительный, статистический метод.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	5
1 Теоретические основы исследования	8
1.1 Сленг как языковое явление	8
1.2 Веб-коммуникация как специфическая форма взаимодействия людей	12
1.3 Социальные сети в жизни современного человека	27
1.3.1 Социальные сети: характеристика материала исследования	31
2 Функционирование сленговых единиц в текстах социальных сетей	35
2.1 Сленговые единицы, заимствованные из английского языка	35
2.2 Сленговые единицы по способу словообразования	39
2.3 Тематическая характеристика сленговых единиц	46
Заключение	58
Библиографический список	62
Приложение А Частотность употребления сленговых единиц тематической группы «Коронавирус»	73

ВВЕДЕНИЕ

В течение последних десятилетий в мире существенно изменился формат коммуникации. На смену ежедневному «живому» общению пришло постоянное взаимодействие пользователей в онлайн среде.

Переписка в чатах и на форумах социальных сетей, сообщения электронной почты позволяют увидеть особенности современной интернет-речи. Это речь, которая создаётся «на бегу», фиксируется часто без знаков препинания, без прописных букв, с многочисленными сокращениями и опечатками. Высокий темп жизни, необходимость спонтанно отвечать на коммуникативный запрос проявляется в выборе интернет-общающимися лексических средств, среди которых предпочтение отдаётся сленговым единицам.

Актуальность данной проблемы заключается в том, что интернет-сленг активно развивается, пополняя словарный состав языка, а значит, есть необходимость в изучении данного вопроса.

Проанализировав различные публикации, которые касаются изучения сленга, можно увидеть, что это довольно развивающаяся область знаний, исследованием которой активно занимаются следующие учёные: Матющенко Е. Е., Трофимова Г. Н.

Научная новизна исследования определяется введением в оборот нового фактического материала, проанализированы современные интернет-публикации, охарактеризован «живой» язык пользователей в социальных сетях.

Теоретическая значимость исследования заключается в том, что материалы магистерской работы расширяют существующие теоретическое представление о понятии «сленг».

Практическая значимость данной магистерской работы заключается в том, что ее материалы могут быть использованы при изучении таких вузовских дисциплин, как лексикология, лексикография, стилистика, межкультурная коммуникация.

Предмет исследования – сленговые единицы в речи современных пользователей социальных сетей.

Объект исследования – текстовый материал русскоязычных сайтов «VKontakte», «Instagram», «Twitter», «Facebook» в объеме 200 публикаций за 2020-2021 г.г.

Цель исследования: выявить и описать сленговые единицы в речи современных пользователей социальных сетей на материале текстов русскоязычных сайтов.

Задачи исследования:

- изучить понятие «сленг»;
- охарактеризовать материал исследования;
- описать сленговые единицы, заимствованные из английского языка;
- выявить сленговые единицы с точки зрения словообразования;
- рассмотреть сленговые единицы тематически;
- определить специфику сленговых единиц.

В данной магистерской работе используются такие методы исследования, как метод научного наблюдения и анализа, сопоставительный, статистический методы.

Положения, выносимые на защиту:

- большую часть сленговых единиц составляют заимствования из английского языка;
- специфика сленговых единиц заключается в литературной анормативности, экспрессивной окрашенности; особой деминутивной словообразовательной структуре;
- главным условием активного функционирования сленговых единиц всё же следует считать изменение формата коммуникации.

Магистерская работа была апробирована на конференции «Дни науки АмГУ-2021»; на Всероссийской с международным участием научной конференции молодых ученых «Актуальные проблемы филологии» (г. Екатеринбург, Уральский государственный педагогический университет, 22.04.2021 г.), име-

ется статья «Сленг в социальных сетях как объект лингвистического изучения (на материале русскоязычных сайтов)» (в печати).

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

1.1 Сленг как языковое явление

В настоящий момент в лингвистике возникает вопрос терминологической неопределенности понятия «сленг». В статье Федоровой В. А «Сленг и жаргон: проблема терминологической неопределенности» автор, опираясь на работы Е. Е. Матющенко, рассматривает причину данного феномена: «В современной лингвистике не существует единой трактовки данного термина, а также не определены его специфические характеристики и свойства...»¹. Помимо этого, неоднозначность термина объясняется применением учеными-лингвистами множества определений данного понятия, например: социальный диалект, жаргон, молодежный сленг. Исходя из этого, возникает потребность в их разграничении.

В первую очередь сленг можно рассматривать как разновидность социального диалекта. Определение понятия «социальный диалект» представлено в Словаре социолингвистических терминов: «Под социальным диалектом понимается одна из разновидностей языка, которая отличается применением в рамках конкретной социальной группы, к примеру: возрастной, профессиональной, и т. д. Понятие «социальный диалект» используется как наименование для различных образований языка, которые основываются на социальном расслоении людей. Кроме общепринятого значения, термин «социальный диалект» рассматривается в широком (как форма существования языка, например: территориальные диалекты, литературный язык, и т. д.) и в узком (схоже с понятием «арго») смыслах»².

В связи с тем, что наше общество неоднородно, в социальных группах возникают социальные диалекты. Говоря об их специфике, следует отметить, что они не ограничиваются определенной территорией бытования (в отличие от

¹ Современный молодежный сленг: формирование и функционирование. 2021. № 15. С. 389-392.

² Словарь социолингвистических терминов, М., 2006.

территориальных диалектов) и также выделяются своеобразием на лексическом уровне.

Поскольку чаще всего сленговые единицы встречаются в речи молодых людей, следует рассмотреть такое понятие, как «молодежный сленг». К нему относится лексика в речи людей в возрасте от 14 до 35 лет. Использование сленга обусловлено желанием молодежи выделиться и проявить себя. Молодежная среда и речевая мода подвержены изменениям, слова и выражения выходят из обихода, поэтому количество сленговых единиц обновляется с большой скоростью. Иногда представители данной социальной группы не успевают за изменениями, и им требуются объяснение значений новых слов, которые впоследствии выходят за рамки применения только одной группы и становятся общеупотребительными, используются в текстах СМИ и т.д.

Жаргонную лексику также относят к сленгу, поскольку в Большом энциклопедическом словаре понятие «сленг» трактуется как: «Совокупность жаргонизмов, составляющих слой разговорной лексики, отражающей грубо-фамильярное, иногда юмористическое отношение к предмету речи»³. Однако жаргон считается лексикой определенной группы (молодежный жаргон, профессиональный жаргон, и т.д.), в то время как сленгом считают неформальные слова, которые являются специфическими на языке говорящего. В сравнении с литературным языком жаргон и сленг отличаются экспрессивностью, стилистической маркированностью, а также метафоричностью. Эмоциональность сленга обычно выражается словами-оценками. К примеру, можно выделить слова, которые используются с положительной оценкой («классно», «супер», «круто», и т.п.), и с отрицательной («отстой», «тухляк», «жесть», «фигня», и др). Важно отметить, что коннотация, зависит от того, с какой интонацией говорит человек.

Кроме того, необходимо рассмотреть понятие «арго». Данный термин рассматривается как «тайный язык», закрытая подсистема языка, которая удовлетворяет интересы узких социальных групп, в то время как жаргон – относи-

³ Большой энциклопедический словарь, М., 2009.

тельно открытых, объединенных общими занятиями, целью, интересами, и т. д. Еще одной отличительной особенностью арго является неспособность выходить за пределы употребления конкретного социального слоя. Также арго имеет профессиональную привязанность, не составляет самостоятельную систему, а сводится к специальному словоупотреблению в рамках общего языка. Следует отметить, что слова, относящиеся к арго, можно выделить в отдельную группу⁴.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что каждое из этих понятий имеет свои особенности, но в то же время прослеживается их взаимосвязь с понятием «сленг».

В настоящее время на развитие сленга оказывают влияние:

- быстрое развитие технологий;
- современная культура.

Рассмотрим данные факторы подробнее. Безграничные способности интернет-сети, скоростное развитие компьютерных технологий привлекают все больше людей в «онлайн»-среду. В связи с этим, возникает большое количество неологизмов, сленговых слов и выражений, часто заимствованных из английского языка. Это связано с развитием современной культуры, которая является динамичной и разнообразной. Исходя из того, что зарубежная культура вводит свои тренды, русскоязычные люди в своей речи нередко используют англоязычный сленг, который также проникает в речь носителей других языков. Это связано с тем, английский язык активно используется на международном уровне⁵. Одна из трудностей процесса заимствования заключается в не всегда верной интерпретации значения отдельных слов и выражений.

Заимствование считается важной частью развития языка, а также источником пополнения его словарного состава. Авандеева С. С в своей работе «Влияние заимствований на лексику русского языка» рассматривает причины применения заимствований:

⁴ Руденко М. Ю. Исследование арго, жаргона и сленга: вопросы терминологии. 2016. № 4. С. 10-15.

⁵ Низиков А. А. Русская лингвистика. Английские заимствования на новый «русский» лад в молодежном сленге. 2018. № 10. С. 56-64.

– необходимость дать название возникающим явлениям, новым предметам, и т.д.;

– англицизмы часто употребляются по причине того, что молодые люди приобщаются к зарубежной культуре, ее стилю общения через иностранную музыку, рекламу, новую популярную литературу;

– поддержание эффекта определенного стиля⁶.

Таким образом, процесс заимствования сленговых единиц из английского языка является одной из причин расширения понятия «сленг».

Говоря о причинах использования сленга, следует отметить, что в первую очередь данная лексика используется для придания своей речи экспрессивности, чтобы ярче выразить эмоции и донести свои мысли. В некоторых случаях сленг применяется как способ самореализации людей при общении в сети. Также лингвисты воспринимают такой вариант языка как своего рода «код», который нужен для разграничения одной социальной группы от другой. Матющенко Е. Е. в работе «Современный молодежный сленг: формирование и функционирование» отмечает следующее: «Сленг возникает в сфере людей, имеющих сходные интересы. В таком случае сленг выступает средством проявления сплоченности»⁷. Автор связывает использование сленга с желанием передать социальную роль. В данном случае сленговые единицы применяются для нейтрального выражения литературного языка.

Таким образом, понятие «сленг» рассматривается с разных сторон, следовательно, оно до конца не определено. Сленг связан с понятиями «жаргон», «социальный диалект», «арго», которые в научном употреблении разграничиваются. Также отмечается связь русского и английского сленга.

1.2 Интернет-коммуникация как специфическая форма взаимодействия людей

В настоящее время интернет считается главным источником различной информации, в связи с этим наблюдается активное функционирование разго-

⁶ Авандеева С.С. Влияние заимствований на лексику русского языка. 2017. № 8. С. 41-47.

⁷ Матющенко Е. Е. Современный молодежный сленг: формирование и функционирование. Волгоград, 2007. 26 с.

ворного стиля речи в сети, люди чаще стали использовать письменную форму при общении друг с другом. Следовательно, возникают условия для развития интернет-коммуникации. Определение данного понятия рассматривает А. Л. Холод в своей работе: «Понятие интернет-коммуникации»: «Под интернет-коммуникацией понимают опосредованное компьютером или мобильным устройством общение двух или более лиц, характеризующееся удаленностью коммуникантов друг от друга, письменной формой посылаемых сообщений, возможностью незамедлительной обратной связи, а также взаимодействием или обменом электронными сообщениями...»⁸.

Кроме того, понятие «интернет-коммуникация» в современной теории коммуникации рассматривается с разных сторон, принимая во внимание универсальное, биологическое, социальное значения данного термина (для того, чтобы охарактеризовать общественные взаимоотношения, в первую очередь отмечается именно социальный аспект). С точки зрения социума, интернет и интернет-общение являются частью социальной коммуникации. Погорецкий Ю. Д. в своей работе «Социальная коммуникация: наука XXI века» рассматривает определение понятия «социальная коммуникация»: «Социальная коммуникация – процесс создания, преобразования и передачи информации между отдельными лицами, группами, общественными организациями»⁹. Также следует отметить, что вследствие развития интернета и общения в сети понятие «социальная коммуникация» расширяется, позволяя выделить термин «киберкоммуникация» – одна из частей развития коммуникации как не одностороннего явления, представляющая собой фундаментальную основу интернет-общения.

Таким образом, функционирование социальной коммуникации в интернете повышает значение речи и языка как главных способов человеческого общения.

⁸ Понятие интернет-коммуникации. 2017. № 3. С. 90-97.

⁹ Социальная коммуникация: наука XXI века. 2019. № 11. С.65-70.

Говоря об общении в сети, следует отметить тот факт, что в процессе коммуникации проявляется характер человека, в то время как характер личности человека в сети выражаются в его общении в интернете. Речь идет о построении коммуникативной компетенции, которая приобретается с практикой общения с другими людьми. Данный навык приобретается при непосредственном взаимодействии пользователя в «оффлайн»-среде¹⁰.

Сложно не оценить по достоинству роль коммуникативной компетенции человека в условиях настоящего времени. Жизнь становится динамичнее, социальная дифференциация и ее сложное развитие в индустриальных странах мира, изменение прежних общественных групп и замена их новыми в государствах с переходным типом экономики подразумевает увеличение значимости человека в процессе формирования условий социальной и культурной сфер общества. Обширный выбор различных вариантов развития дает возможность коммуникативной компетенции выразиться во многих чертах, которые нужны в определенных ситуациях общения.

Также немало важна в современном обществе киберкоммуникативная компетенция человека, которая выражается в способности верно и результативно налаживать сетевое общение во многих областях интернет-пространства. Для специалистов на сегодняшний день тоже важна киберкоммуникативная компетенция, так как их личный и профессиональный навык выстраивания общения с другими людьми обязан соответствовать высокому уровню, кроме того, важны знания современных технологий для того, чтобы быть успешным в сфере своей профессии и в современных реалиях информационного общества.

Главные ресурсы для владения киберкоммуникативной компетенцией достаточно обычны. К ним относят практику действия общественных норм определенной национальной культуры, понимание средств общения, которыми используются представителями какой-либо культуры, владение навыком межличностной коммуникации как в бытовой, так и в профессиональной сферах,

¹⁰ Гутник Е. П. Современные теоретические представления о коммуникативных компетенциях. 2017. № 7. С. 11-18.

практика понимания искусства, а также следует быть осведомленным о способах познания методики общения. Данные знания человек использует в области интернет-коммуникации¹¹.

К числу умений и навыков коммуникации, которые образуют коммуникативную компетенцию интернет-пользователя, относят осведомленность о принципах общения в интернет-пространстве, которая помогает пользователю:

- без труда обмениваться информацией и получать ее;
- владеть знаниями о способах коммуникации;
- усваивать лексику интернет-общения;
- учиться взаимодействовать с другими пользователями сети;
- правильно использовать дискурс, чтобы достичь цели коммуникации;
- оказывать влияние на оппонента, дать оценку его личности и, исходя из этого, выстраивать нужную коммуникацию;
- создать правильное впечатление о себе как о личности.

Таким образом, коммуникативная компетентность является показателем умения выстраивать отношения с людьми, которое требуется человеку для того, чтобы достичь успеха в нужных сферах жизни и в интернет-общении, так как киберкоммуникация является двусторонним процессом и предполагает обратную связь.

Следует отметить, что коммуникативный акт как в живом общении, так и в интернет-коммуникации не только включает в себя информацию, но и обуславливает вид взаимоотношений между коммуникантами. Существенное влияние на действия пользователей в интернет-пространстве оказывает трактовка подтекста и плановость действующих событий.

В контексте неформального общения в сети действует преобладание взаимодействия между индивидами, основа которого заключается в равенности субъектов коммуникации, их желании перенять повадки друг друга, сравнительно с другим видом взаимодействия, при котором действия одного комму-

¹¹ Ахмедова М. Г. Рефлексивность коммуникативной компетентности личности в современном постиндустриальном обществе. 2018. № 16. С. 23-29.

никанта могут дополнить действия второго. Кроме того, в виртуальном пространстве выделяются такие виды коммуникации, как намеренная и ненамеренная, а аксиома необратимости коммуникации в сети становится более актуальной, так как речь пользователей закрепляется в виде текста.

Принято считать, что одной из сложностей коммуникации является вопрос верного получения информации, что напрямую оказывает влияние на результат общения. Сообщение для получателя, отправляемое адресантом, в интернете иногда сталкивается как с технологическими, так и с коммуникативными барьерами. В данной ситуации оно может быть трактовано неверно или не доставлено получателю. Условиями, которые уменьшают результативность интернет-коммуникации, выступают внешние условия, средства связи, а также коммуникант, который играет важную роль в процессе общения.

Для действий процесса интернет-коммуникации необходим конкретный дискурс. Ситуация общения, рассматриваемая как часть жизни общества, определяемая вовлеченными в нее индивидами и особенностями происходящих событий или действий, не теряет актуальности и тогда, когда речь идет о коммуникации в сети. Рассматривая факторы, которые вносят ясность в социальную ситуацию относятся и к общению в интернете. К ним относятся:

- принципы общения, суждение о том, какое поведение в сети предусмотрено, а какое нежелательно в определенном контексте;
- совокупность невербальных и вербальных форм для коммуникации;
- определенная последовательность смены ролей коммуникантов;
- концепт-знание для понимания ситуаций общения;
- материальная среда, меняющаяся на виртуальную в интернет-пространстве;
- язык и речь с точки зрения обусловленности ситуацией (словари, речевые обороты, которые используют коммуниканты при общении);
- информационные барьеры и способы их преодоления¹².

¹²Лутовинова О. В. Интернет как новая «устно-письменная» система коммуникации. 2019. № 31. С. 45-51.

Главными особенностями ситуации общения, которые сохранили свою важность и в условиях сети, считаются знакомая или незнакомая среда, формальная или неформальная обстановка, установка на достижение цели коммуникации, и т. д. В связи с этим, учитывая данные особенности, в интернет-пространстве отмечаются следующие типы ситуаций общения:

- формальные события;
- взаимодействие с близким кругом;
- случайные контакты;
- деловые встречи;
- переговоры в сети;
- общественное обсуждение и др.¹³.

Таким образом, ситуации общения влияют на результативность интернет-коммуникации, поскольку от них зависит выбор коммуникативной стратегии и поведение участников общения.

Рассматривая характерные черты коммуникации в интернете, стоит отметить, что виртуальное пространство, в котором происходит процесс общения, включает личную и публичную зоны. В сети понятие «межличностная коммуникация» рассматривается как взаимодействие при общении двух или нескольких коммуникантов, которые общаются между собой. Говоря о межличностном характере коммуникации, предполагается, что участники такого общения, обмениваясь сообщениями, быстро получают обратную связь, при этом субъект коммуникации принимает своего оппонента как индивидуальность, учитывает многие особенности, такие как душевное состояние, особенности характера личности, и т. д. В то же время, индивид полагает, что к нему будет привлечено ответное внимание.

Одним из важных условий для результативной коммуникации в интернете принято считать момент, когда коммуниканты формируют общую социальную действительность. Данное явление рассматривается как некий контрактный ас-

¹³ Гущина Г. И. Стратегии речевого поведения участников интернет-коммуникации. № 10. С. 22-28.

пект коммуникации между людьми, который имеет важное значение в интернет-пространстве.

Так как в интернете не присутствуют чувства и эмоции, порой сложно уловить интонацию оппонента, поэтому главным вопросом в интернет-общении остается вопрос интерпретации получаемых сообщений, а также восприятие собеседника, образ которого в межличностной коммуникации собирается в комплексе. Имеющиеся в сети рамки вербального общения дают возможность наблюдать изменения значения коммуникационного стиля, т.е. знакомых индивиду закрепленных правил ведения общения, которые он применяет при коммуникации с людьми.

Стиль интернет-коммуникации оберегает важные для общества традиционные ценности общения, но с другой стороны, по причине опосредованности, общение в сети принимает дополнительные черты. Часть значимых характеристик речевого взаимодействия в небольших сообществах достаточно важна для интернет-пространства. Одной из них считается однотипность речи, предпочтение слов-оценок, функционирование внутреннего языка и конкретной коммуникативной стратегии. Также следует отметить очевидность массового характера общения в интернете. Бесконечное пространство социального интернет-общения является рассредоточенной сетью, где субъекты коммуникации равны друг с другом, каждый способен обрабатывать полученную информацию и напрямую взаимодействуют с пользователями.

Следует отметить, что в интернет-пространстве действует рассредоточенная организация, при которой наблюдается отсутствие преград для коммуникации и обмена информацией.

Рассматривая коммуникацию в интернете, с одной стороны, можно отнести ее к массовой коммуникации, ведь даже в личную электронную почту индивида направляется массовая рассылка какой-либо рекламы, спама, и т.д. С другой стороны, личный характер коммуникации присутствует не только в сообщениях пользователя (как зоны приватного общения), а также в чатах, блогах, и т.д.

Своеобразие процесса общения определяется смешением черт межличностной и массовой коммуникации; также при помощи диахронности сообщения сохраняются в течение времени; диатопность дает возможность сообщениям преодолевать интернет-пространство; сообщения могут многократно подвергаться повторению и не менять своей сути благодаря мультиплицированию. При общении в сети у пользователя сформировывается совокупность ролей, которые способны к изменениям, несмотря на правило анонимности. Это связано с передвижением личности в интернет-среде. Следует отметить, что при неформальном общении в чате интернет-личность способна поменять свою социальную роль по мере необходимости, а при формальной коммуникации – интерес оппонентов в реальности усиливается.

Способность переходить с одного стиля на другой при коммуникации в сети, не зависимо от ситуации общения, содействует повышению навыка коммуникации, помогает познавать новые инструменты для поддержания разговора, что в действительности относится к тенденции развития интернет-коммуникации и ее стремлению к стандартизации и клишированию речевых конструкций. Запуск механизма перехода, который срабатывает у пользователя в процессе адаптации к «онлайн»-среде, так же, как и в реальности обеспечивает принятие социальных ролей, принятых в обществе, направляется в тесной связи с принятием принципов общения, что обеспечивает оптимизацию исполнения социальной роли.

Использование разнообразных вариантов норм возможно в настоящей действительности, так как языковые средства предоставляют возможность выражать одну и ту же интонацию, однако в интернет-среде количество вариаций сужается по причине технической ограниченности реализации интернет-коммуникации¹⁴.

В настоящее время изменчивость жанров в пространстве интернета не считается столь актуальной в плане отношений, касающихся возрастных групп. К конкретной ситуации общения соотносится определенный набор стилей, из

¹⁴ Клементьев Б.С. Трансформация личности в пространстве Интернета. 2018. № 13. С. 81-88.

этого следует, что тип жанра в различных сферах коммуникации должен основываться на типе коммуникативной обстановки. Данное правило актуально для интернет-коммуникации, в которой условия коммуникативного акта (субъекты, тематика, пространство и время) взаимодействуют друг с другом и создают похожие ситуации общения, заметных в определенных видов текстов. Область интернет-коммуникации в частности представляют собой неформальные речевые ситуации, совокупность условий, в которую включается направленность на общие ситуации общения.

Из наиболее известных жанров интернет-общения можно выделить деловое (официальное), и фатическое. В жанре официальной коммуникации активно распространен жанр интернет-магазинов, сайты различных организаций, электронные СМИ, и т.д. Что касается фатической коммуникации, она функционирует в чатах, блогах, и т.д. Также в интернет-пространстве востребован жанр беседы в области неофициальной коммуникации. Стиль целенаправленного разговора осуществляется в электронных письмах. В таких случаях общение приобретает информативный и межличностный характер. Дискуссия как обмен мыслями для принятия единого решения считается самым используемым жанром на форумах. Жанр истории служит для передачи сведений о реальных событиях используется как при формальном, так и не формальном общении, также данный стиль применяется в рекламных текстах. Этому жанру свойственен разговорный синтаксис. Известными жанрами письменной разговорной речи являются записка и письмо, которые в интерне-среде приобретают дополнительные характеристики.

Главные критерии стиля письма считаются правдивость и согласие, которое приобретает актуальность в современных реалиях интернет-общения в связи с политикой персонализации в интернете. С другой стороны, согласие выражается в определенных речевых примерах (приветствие и прощание), тем самым становясь эталонным.

Говоря о записках как об особом жанре, следует отметить, что он тесно связан с устной форме, где объемное высказывание можно заменить несколь-

кими словами или парой предложений, которые служат для выражения чувств, идей и мыслей пользователя, информируя о них других людей. Также особенностью записки принято считать возможность высказываться. Примером функционирования данного жанра следует назвать реплики чатов, которыми могут обмениваться коммуниканты. Также следует отметить, что записки используются авторами рекламных сообщений.

В «онлайн»-среде помимо перечисленных жанров используется жанр дневника. Особенность данного стиля заключается в подлинности высказываний, в использовании синонимов, градации, а также риторическими вопросами и вводными словами. В сети жанр дневника функционирует в форме блога, который является уникальным стилем сетевого общения, поскольку предполагает обнародование записей дневника. Поскольку русский менталитет предполагает склонность к рефлексии, блог как форма общения в сети активно развивается и отличается большим количеством и разнообразием тематик¹⁵.

Следует отметить, что сетевые жанры являются уникальными, однако они могут обладать схожими характеристиками. Например, их главное сходство – ориентированность на коммуникативность без посредников. С одной стороны, стили сохраняют свои особенности, которыми они обладают, и в тоже время принимают дополнительные функции. Кроме того, это явление не зависит от формы языка. В интернет-пространстве не только появляются новые стили общения, но и модернизируются старые. К таким жанрам можно причислить заголовок, презентацию, ключевые слова или свернутый запрос.

Стоит отметить, что в первую очередь чаще всего в русском языке интернет-тексты с точки зрения стилового наполнения рассматриваются как стабильные, зафиксированные жизненными ситуациями форма коммуникации. Отталкиваясь от тематического критерия классификации, тексты можно разделить на следующие группы:

– тексты новостных сайтов, которые соответствуют публицистическому стилю;

¹⁵ Баженова Е.А. Блог как интернет-жанр. 2019. № 9. С. 53-58.

- тексты научных изданий, соответствующих научному стилю;
- художественные тексты, соответствующие художественному стилю;
- официальные и нормативные документы, относящиеся к официально-деловому стилю;
- бытовой жаргон, относящийся к разговорной речи.

По критерию направленности тексты можно разделить следующим образом:

- тексты развлекательного характера;
- тексты для получения обучающей информации;
- тексты для получения справочных материалов.

По уровню расширенности синтаксического строения тестов их можно выстроить в градации от свернутого теста до развернутой структуры, оформленной при помощи гиперссылок.

Также тексты в сети можно разделить по степени внедрения в интернет-дискурс:

- тексты, уже размещенные в интернет-ресурсах;
- обычный текст, созданный для публикации в интернете;
- заранее подготовленные тексты, учитывающие дискурс;
- тексты, появляющиеся непосредственно в сети.

Если брать в качестве критерия для разграничения сетевых текстов модальные характеристики, то тексты можно разделить следующим образом:

- информационные тексты;
- тексты побуждающие к какой-либо деятельности;
- фатические тексты.

Таким образом, рассматривая жанровую классификацию текстов сети, следует обратить внимание на ситуации общения, поскольку это является важным аспектом при выборе стиля речи. Кроме того, в интернет-пространстве,

также как и при личном общении присутствует разграничение выражений по соответствию какому либо жанру¹⁶.

Языковое наполнение интернет-общения подталкивает исследователей к актуализации вопроса обособления форм речи по принципу контекста. В интернет-пространстве функционируют концептуально письменные (например, статья, официальные документы, которые переведены в электронный вариант) и концептуально устные (например, диалог в мессенджере), однако следует отметить, что в сети эти формы считаются условно письменными. Также тексты в сети подразделяются на те, которые были написаны накануне, подвергнутые предварительной обработке, и на те, которые были составлены быстро, не задумываясь, но способные отразить специфику написанного текста.

Кроме того, следует обратить внимание на возможность смешения стилей. Многие интернет-публикации, например, тексты СМИ, переписки на форуме или чате, рекламные тексты и информационные ресурсы наделены общей направленностью. В сети главными из таких направлений можно считать информационное и коммуникативное. Например, выражение информационного вектора можно наблюдать в новостных публикациях, поскольку, новость рассматривается как упоминание о каком-либо событии, которое считается новым и считается одним из важных условий появления текстов в сети. Системы поиска настроены именно на выявление актуальной на данный момент информации по запросу, пользователи интернета задаются интересующими их вопросами, могут дать ответ на поставленные вопросы с целью для того, чтобы донести до других новую информацию, также представители различных сообществ в сети имеют возможность представлять себя, и т.д., поэтому новостные сводки играют важную роль в рубриках различных сайтов в интернете. Желание поделиться новостями является важным элементом публикации, обеспечивая ее коммуникативность. Также еще одним вектором текстов сети можно назвать их ориентацию на большую аудиторию, исключением являются частные переписки пользователей, поскольку они не имеют публичного представления.

¹⁶ Тарасова А.Н. Жанровое разнообразие сетевых текстов. 2017. № 31. С. 8-15.

Говоря о роли сетевых СМИ следует отметить, что они являются важной составляющей интернет-среды, а также формируют информационное пространство. В настоящее время глобальная сеть является отображением человеческих взглядов, идей и видений повсеместных проблем и их решений через виртуальное пространство, посредством взаимодействия графики, анимации и звука. В 21 веке уже невозможно представить современную жизнь без постоянно прогрессирующего и обновляющегося интернет-пространства. Также нужно отметить, что любая информация, размещенная в интернете, остается там навсегда. Примером тому являются статьи журналистов, которые были написаны в уже ускользающем для нового обозревателя времени, но даже не смотря на это, данная информация всё ещё является объектом контент-памяти, которая может быть использована при необходимости.

Большая часть интернета является многофункциональным средством сбора, хранения, и распространения массовой информации, погружая пользователя в полифункциональную среду, начиная от развлечений вплоть до научных открытий, а также большое пространство для коммуникации, в котором его присутствие характеризуется монологическим, диалогическим и полилогическим форматами общения. По сравнению с традиционными СМИ, глобальная сеть вызывает чувство большей «отвязности» у людей, в своих высказываниях, публикациях и общении между собой. Виртуальный мир снимает ограничения неуверенных в себе людей, давая волю их общению, спонтанных идей и креативности. Говоря о журналистике, её представители также ощущают себя более открыто, чем вне интернета. Также можно отметить, что виртуальное общение, подразумевает под собой большую степень доверия основной массы пользователей ко всем текстовым ресурсам, что в свою очередь обязывает СМИ быть более внимательным к грамотности. Для того чтобы текст функционировал внутри сети, правильное написание слов является ключевым моментом, поскольку поисковые системы в своих алгоритмах ссылаются на ключевые слова, снижая шанс цитирования слов, в которых допущены ошибки.

Эпоха интернета в России началась во время поисков новизны в стилистических языковых средствах, а также их особенностях и бесспорных изменениях. Либерализация, упрощение языка и литературы с каждым днём проявляется всё чаще на просторах интернета. Всё чаще проявляется раздраженность общества, в связи с перераспределением ролей общественных группировок, которая не редко публикуется и в текстах журналистов, которые несомненно должны содержать в себе ясность и быть приятны для чтения всем большинству пользователей. В наше время СМИ всё чаще пренебрегают стандартам традиционной журналистики, позволяя себе смело самовыражаться, придерживаясь не официальному, разговорному стилю общения. В интернете русских пользователей, такой стиль общения называется просторечным, отталкивая русский язык и его речевые средства на второй план, позволяя интернет-интузиастам творить на том языке, на котором они общаются в реальном мире.

Сегодня Рунет можно идентифицировать как самостоятельный, сформировавшийся, национальный сегмент интернета, который обладает собственной культурой и характерными особенностями. Следует добавить что соблюдение норм сетевого речевого этикета является важной частью межличностного интернет-общения, собеседникам нужно уважать личное цифровое пространство друг друга, не забывая про свои цели и потребности, демонстрируя обоюдную равнодушность.

Ключевую роль в интернет-общении играет подбор темы и общее настроение беседы. Для людей в чате характерны два инструмента для поддержания разговора: определение общей темы, либо же разговор о разных темах. Однако собеседники придерживаются этих правил сетевого этикета, ставших по большей части сленгом для приветствия, прощания, и даже обращения друг к другу. Правила хорошего тона в общении, нормы морали, уважение к культуре и традициям собеседника, всё это составляет речевой сетикет, но для общения в глобальной сети также необходимы технические требования, без которых веб-общение состоится не может.

Для того чтобы поддерживать свою коммуникативную компетенцию, пользователь должен обладать этикетными формулами и фразами на практически любой случай, таким образом, приравнивая себя к интернет сообществу. Неформальное общение в сети рекомендует избегать выбора между ВЫ-общением и ТЫ-общением. Диалог или полилог ведется таким образом, чтобы не использовать прямых обращений, больше использовать стилистику комментария. В тех же случаях, когда необходимо обращение, демократичный стиль общения в интернете безусловно утверждает форму обращения на ТЫ как среди мужчин (для которых это более характерно в реальной среде), так и среди женщин (которые чаще используют вариант на ВЫ)¹⁷.

При выработке нормативных правил речевого поведения в интернете необходимо учитывать нормы, общие для устной и письменной форм речи, - лексические, грамматические, стилистические; специальные, относящиеся к орфографии и пунктуации, а также нормы, выработанные в реальности только для устной речи и касающиеся произношения ударения и интонации. Сохранение разговорных особенностей произношения в письменной фиксации высказываний участников веб-общения более всего затрудняет восприятие и понимание смысла. Орфография и пунктуация особенно важны для интернета, так как не существует дополнительных факторов, облегчающих восприятие речи и ее понимание, однако и времени на длительное осмысление высказывания также нет.

Попытки формулирования свода правил поведения в интернете многочисленны и касаются, в основном, взаимоотношений между контактерами. В том числе, авторы сетикета затрагивают и некоторые речевые особенности поведения в виртуальном пространстве. Прежде всего, они связаны с особенностями существования веб-сообщества в интернете, не затрагивают вопросов по созданию сайтов и обращены к сфере неформального, спонтанного общения, особенно, в режиме реального времени на чатах, либо незначительно отсроченного на форумах и в гостевых книгах. Подобные опыты регуляции речевого по-

¹⁷ Танабаева И. Р. Комментарий как особый жанр в интернет-общении. 2017. № 3. С. 7-14.

ведения предпринимаются самими участниками веб-общения, интуитивно осознающими необходимость выработки единого кодекса не только этических, но и таких языковых законов, которые дадут возможность урегулировать и нормализовать языковое пространство Рунета, минимизировать претензии к нему, как к «мировой помойке».

С лингвистической точки зрения, необходимо остановиться на нескольких наиболее важных моментах. Русский язык в интернете является единственным средством общения и единственным инструментом формирования российского сегмента, поэтому языковая грамотность и высокая культура речи особенно актуальны в виртуальном пространстве. Участник интернет-коммуникации должен постоянно совершенствовать свои знания в русском языке, чтобы уметь быстро и адекватно реагировать на обращенное к нему послание, правильно отбирать слова и грамотно их использовать. Это требование также обусловлено платной природой интернета. Написанные реплика, высказывание или текст в интернете требуют обязательной проверки, так как каждое слово в виртуальном пространстве может оказаться ключевым словом поискового запроса, который чаще всего формулируется в соответствии с правилами русского языка¹⁸.

Употребление в виртуальной речи фонетико-графических элементов языковой игры и пиктографических сокращений, ускоряющих темп высказывания, должны быть регламентированы, чтобы не препятствовать пониманию содержательной стороны виртуального текста. При формировании своих высказываний веб-коммуниканты должны ориентироваться на такие же правила функционально-прикладного разделения речи, как и реальной действительности, которые должны быть сопровождаемы рекомендациями по использованию стилистических средств при оформлении различных по своим целям высказываний в виртуальном пространстве.

Участники веб-коммуникации должны помнить, что на функционирование русского языка в интернете распространяются общие законы речевого по-

¹⁸ Кузнецова О. Л. Современная речевая ситуация. 2018. № 24. С. 13-18.

ведения. С правовой точки зрения, русский язык в сети имеет те же права, что и в реальной, офлайн-действительности, и его использование регламентируется реальными, действующими законами, как этического, так и юридического характера. (Насущная потребность юридического оформления правовых отношений в различных сферах функционирования Рунета усугубляет нормализации компьютерно-сетевой терминологии и правил речевого поведения в интернете)¹⁹.

Таким образом, интернет-коммуникация представляет собой многогранный процесс, представляющий собой обмен информацией через общение в сети, учитывая особенности киберкоммуникации и применение подходящего жанра общения в интернете.

1.3 Социальные сети в жизни современного человека

В связи с активным развитием с технологий интернет и общение в сети становится неотъемлемой частью жизни современного человека. Говоря о коммуникации в интернете, стоит отметить преимущества такого общения по сравнению с другими способами. Учитывая тот факт, что при личном общении играет роль перцептивная сторона, обеспечивающая восприятие информации через невербальные средства (жесты, мимика, и т. д.), наблюдается существенное различие по сравнению с сетевой формой общения, особенностью которой – опосредованность, т.е. коммуникация через текст, без паралингвистических способов общения.

Популярность сети непрерывно растет, как и количество ее пользователей. Это связано с тем, что интернет выполняет следующие функции:

- коммуникативную (реализуется через общение в чатах, форумах, и т. д.);
- познавательную (реализуется через получение нужной информации);
- развлекательную (реализуется через онлайн-игры, просмотры видео, прослушивание музыки, и т. д.)

¹⁹ Бадрах А. Н. К вопросу о функционировании русского языка в интернет-среде. № 60. С. 34-40.

Говоря об общении в интернете, следует рассмотреть основные формы сетевого общения:

Одна из таких форм – электронная почта (по-другому E-mail (сокращение от англ. electronic mail – «электронная почта»)) представляет собой средство общения, которое имеет сходство с традиционной почтой (наличие отправителя и адресата, почтового ящика, функции получения и отправки письма, и т.д.). Однако существенное отличие заключается в скорости передачи сообщения и возможности отправки сообщения не зависимо от расстояния и времени. Принцип общения по электронной почте заключается в том, что при помощи специальной программы отправитель пишет сообщение, указывает адрес электронной почты адресата и отправляет письмо. Далее адресат может дать ответ на сообщение, может переслать другим пользователям, и т.д. Также следует отметить, что отличие электронной почты от остальных форм сетевого общения – невысокая скорость реакции на отправленное сообщение. Это объясняется тем, что пользователь получает такую почту не по мере поступления, а в определенные моменты, когда это необходимо.

Следующей формой общения в сети является форум – совокупность сайтов, позволяющих пользователям обмениваться сообщениями со своих личных страниц. Обычно форум может иметь более узкую тематику. В большинстве случаев форумом можно назвать не полностью весь сайт, а только отдельный раздел для пользователей, где каждый может поучаствовать в обсуждении того или иного вопроса, задать свою тематику, комментировать высказывания других посетителей сайта, и т.д.

Общение на форуме не всегда может происходить быстро в связи с тем, что вопросы, замечания, ответы отправляются с небольшой задержкой, так как проверяются администратором форума во избежание оскорблений, нецензурных выражений, и т.д. Поэтому, пользователь вынужден немного подождать, прежде чем получить реакцию на свой вопрос или высказывание. Но следует отметить, что форум имеет большое практическое значение, ведь на нем можно

быстро найти нужную информацию, так как иногда задавать вопросы не имеет необходимости, поскольку ответы на него уже есть в обсуждении пользователей форума, достаточно зайти на тот, который интересен конкретному человеку.

Также еще одной формой сетевого общения является чат. В связи с тем, что интернет стал посредником в общении, а в интернет - пространстве стали возникать виртуальные сообщества. Особенно это проявляется в феномене чатов (от англ. chat – «беседа»). Чаты представляют собой программное обеспечение для передачи сообщений. Пользователи проводят много времени в чатах, поскольку они являются удобным средством общения и своеобразной формой замены живого общения. Тематика чатов достаточно разнообразна, одна можно выделить темы, встречающиеся чаще всего, например: быт, поиск людей для общения, личные проблемы, и т.д.

Самой распространенной формой общения в сети является социальная сеть. По причине того, что современное общество перешло в стадию постиндустриального (информационного), изменился формат коммуникации. В связи с этим большую популярность среди различных социальных и возрастных групп набирают социальные сети (социальные сети – это веб-страницы, предназначенные для общения, информирования и развлечения людей).

А. С. Дужникова рассматривает особенности социальных сетей:

- пользователю предоставляется возможность создать аккаунт и по желанию добавить личную информацию о себе;
- пользователь может взаимодействовать с другими людьми при помощи социальных сетей;
- социальные сети предоставляют возможность для самореализации в интернете²⁰.

Сущность социальных сетей состоит в создании профиля, личного аккаунта, который включает в себя информацию о пользователе (имя, фамилия,

²⁰ Социальные сети: современные тенденции и типы пользования. 2017. № 6. С. 42-47.

увлечения, и т. п.). Пройдя регистрацию на любом из сайтов, человек получает доступ к социальной сети и может получать различную информацию через просмотр фото, видео, чаты, новости, и т. д.

Популярность социальных сетей обусловлена многими причинами:

- социальные сети позволяют общаться и поддерживать отношения с родными, друзьями на дальнем расстоянии;
- социальные сети удобно применять для связей по учебе или работе. В связи с последними изменениями, связанными с эпидемиологической ситуацией, видна тенденция к развитию дистанционного образования, которое осуществляется через онлайн-платформы и социальные сети;
- используя социальные сети можно продвигать бизнес и размещать рекламу;
- социальные сети предоставляют возможность оперативно получать информацию и экономить время при общении;
- социальные сети являются инструментом для самовыражения, самообучения и самореализации.

Говоря о тенденции развития социальных сетей, одну из них обозначил научный сотрудник Московского государственного университета Войскунский А. Е. По его словам: «Социальная сеть – удачный продукт, поскольку он дает много возможностей для самораскрытия, саморекламы, самопрезентации»²¹. Действительно, социальные сети являются не только сайтами, где изложена определенная информация, но также данные интернет-ресурсы являются площадками, где можно преобразовывать информацию, генерировать и продвигать свои идеи, и т. д. Кроме того, существует тенденция применять социальные сети как средство для социального продвижения, поскольку пользователю предоставляется возможность заявить о себе, принять участие в различных конкурсах, проектах, и т. д.

Самым современным средством общения является короткое сообщение, которое отправляется через интернет-ресурсы с помощью мобильного телефона.

²¹ Социальные сети: к чему ведет интернет-общение?. 2018. № 12. С. 43-50.

В настоящее время во всем мире пишется множество сообщений. Это связано с частотой использования интернета для общения, а также с тем, что пользователи применяют социальные сети не только для отправки коротких сообщений, но и для проявления своих чувств, идей, эмоций через текст, вкладывая в него определенный посыл. В связи с этим, ученые рассматривают интернет-публикации как один из способов коммуникации.

Петренко А. П. в своей работе «Феномен SMS-языка» отмечает особенности данного явления: «Феномен коротких сообщений возник благодаря совпадению трех тенденций:

- распространение и доступность высоких технологий (интернета и мобильной связи);
- стремление человека к мобильности в бизнесе и жизни;
- увлечение новыми коммуникационными технологиями;
- стремление к рационализации языка за счёт экономии языковых средств и времени.»²².

Таким образом, возрастающие требования в сфере интернет-общения способствуют появлению моды на использование социальных сетей, так как пользователи сети нуждаются в постоянном обмене информацией, поддержании связи друг с другом, ведь общение является одной из потребностей людей. В связи с этим, социальные сети являются полезными ресурсами для современных пользователей интернета.

1.3.1 Социальные сети: характеристика материала исследования

Среди популярных социальных сетей можно выделить: «Vkontakte», «Instagram», «Twitter», «Facebook». Рассмотрим данные интернет-ресурсы подробнее:

«Vkontakte» считается одной из популярных социальных сетей. В последние годы наблюдается активное развитие данной социальной сети. Изначально она была создана для студентов российских университетов, но позже в её аудиторию включились пользователи разных возрастов. «Vkontakte» является вос-

²² Феномен SMS языка. 2017. № 51. С. 44-48.

требуемым средством коммуникации, предоставляющим пользователям возможность рассказывать о себе, делиться впечатлениями, организовывать группы по интересам, участвовать в обсуждениях разных тем, раскрывать творческий потенциал. Этот интернет-ресурс также позволяет отправлять не только приватные сообщения, но и оставлять свои комментарии, создавать текстовые публикации у себя на странице (или на странице другого пользователя), которые видны всем.

Также данная социальная сеть обладает определённым набором функций, который позволяет смотреть, слушать, передавать текстовые, аудио-, видео-, фото- или иные материалы, принимать участие во встречах и мероприятиях определённых социальных групп, вести переписку, играть в виртуальные игры.

Кроме того, «Vkontakte» можно применить в качестве инструмента для ведения блога на различную тематику. Пользователю предоставляется возможность создать свою группу или сообщество, с их помощью можно делиться своими мыслями и идеями, а также использовать в качестве рекламной площадки для продвижения своего продукта. Это связано с широкой аудиторией данного интернет-ресурса, что позволяет менеджерам продвигать продукты какой-либо компании.

Данная социальная сеть содержит большое количество разнообразной информации, что привлекает пользователей с разными интересами. Люди вступают в паблик, где участниками могут быть множества людей, чтобы получить последние новости, участвовать в обсуждении той или иной темы, и т. д. Чтобы ускорить процесс поиска необходимой информации или отыскать нужную группу, можно использовать удобную систему поиска. Это касается не только поиска сообществ, но также и других материалов (публикаций, видео, фото, и т. д.).

Кроме «Vkontakte» популярной социальной сетью принято считать «Instagram», которая отличается рекламной направленностью. Основной функционал приложения и сайта связан с просмотром, обработкой и размещением материалов пользователей. В «Instagram» можно публиковать рекламные фото- и ви-

деообъявления, создавать личные профили, писать комментарии, оценивать публикации с помощью так называемых «лайков». Короткие рекламные ролики «живут» 24 часа, но их можно повторять и постоянно обновлять, что привлекательно для рекламодателей, а пользователи имеют возможность сохранить понравившуюся информацию на личной странице. В данной сети возможно заходить на страницы друзей или знаменитых людей, делать фото, не выходя из программы, и обрабатывать снимки при помощи разных фильтров. В данной социальной сети, помимо перечисленных функций, следует выделить возможность пользователя создать не только личный профиль, но и бизнес-аккаунт. Это удобный инструмент для ведения бизнеса и для его продвижения, поскольку при создании такого рода аккаунта можно отслеживать статистику продаж, возрастной аудитории, популярности профиля, и т. д.

Также одной из популярных социальных сетей является «Facebook». Данная социальная сеть представляет собой зарубежный аналог «Vkontakte», однако «Facebook» начал функционировать раньше. Функционал этой сети заключается в возможности осуществления коммуникации среди пользователей, кроме того, в «Facebook» можно виртуально дружить со знакомыми людьми, создавать профессиональные контакты, расширять кругозор, подписываться на публичные аккаунты.

Часто «Facebook» используется как бизнес-инструмент для привлечения клиентов. Возможность получать оперативную обратную связь от клиентов и партнеров позволяет на «Facebook»:

- рекламировать товары и услуги;
- напрямую общаться с целевой аудиторией;
- размещать информацию о своей компании, ее деятельности;
- получать моментальные отзывы на информацию, которая публикуется;
- тестировать спрос на новые продукты или услуги.

Следует отметить, что «Facebook» также используют для поиска новых контактов как для дружеского, так и для делового общения не только в России, но и за рубежом. Это связано с удобной сегментацией пользователей по

социально-демографическому признаку и по кругу интересов. Исходя из этого, отдельному пользователю рекомендуются профили людей или групп, различные материалы, которые больше подходят по его предпочтениям.

К числу популярных социальных сетей стоит отнести «Twitter». «Twitter» (от англ. tweet – «чирикать», «щебетать») – социальная сеть, позволяющая зарегистрированным пользователям отправлять короткие текстовые сообщения, которые называются «твитами» (до 140 символов). Любой пользователь может добавлять и читать сообщения. Информация в «Twitter» о произошедших, происходящих и планируемых событиях распространяется быстрее, чем на других интернет-сайтах или в социальных сетях. Система «ретвитов», или повторных публикаций, – это способ сделать сообщение популярным среди пользователей.

Одним из параметров популярности пользователя в социальной сети «Twitter» является число фолловеров (людей, которые следят за публикациями конкретного пользователя) и количество ретвитов (повтор сообщения или публикации при использовании специальной функции «retweet»).

Таким образом, с изменением формата коммуникации наблюдается тенденция к развитию общения в интернет-пространстве, выделяются такие понятия, как «интернет-коммуникация» и «киберкоммуникация», возрастает роль социальных сетей в жизни современного человека. В настоящее время популярными социальными сетями считаются «Vkontakte», «Instagram», «Twitter», «Facebook». Каждая из них имеет свой функционал и свои особенности, однако главной их функцией является обеспечение коммуникации между пользователями, а также возможность получения и обмена различной информацией в виде фото-, аудио-, видео-материалов.

2 ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ СЛЕНГОВЫХ ЕДИНИЦ В ТЕКСТАХ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ

2.1 Сленговые единицы, заимствованные из английского языка

В процессе проведения исследования было выявлено 129 сленговых единиц (при просмотре 200 интернет-публикаций). Методика проведения исследования заключается в следующем:

- осуществление поиска новых интернет-публикаций;
- выявление в публикациях единиц, выходящих за рамки литературной нормы;
- выявление в публикациях единиц, имеющих экспрессивную окрашенность;
- выявление в публикациях единиц, отличающихся частотностью употребления (Приложение А).

Большую часть выявленных сленговых единиц составляют заимствования из английского языка (31 ед.):

ХАЙ (от англ. hi – «привет») – привет.

Хай, мои дорогие подписчики. («Instagram»).

РИЛИ (от англ. really – «реально») – правда/ реально.

Рили? Ты серьезно? («Vkontakte»);

Ты рили хороший человек. («Instagram»).

ГО (от англ. go – «идти») – идти / пойдём.

– *Го гулять?* – *Ну, го.* («Instagram»);

Го, го, давай – сделай это! («Vkontakte»);

Ребят, го играть по сети? («Twitter»).

ЛОЛ (от англ. «Laughoutloud» – «смеяться в голос») – используется как реакция на смешную ситуацию или шутку.

Хех, смешная шутка, лол («Instagram»);

Лол, ты просто этого не знаешь. («Vkontakte»).

МАНИ (от англ. money – «деньги») – деньги.

У него есть деньги, у него есть мани. («Twitter»).

ИЗИ (от англ. easy – «легко») – просто / легко.

О, это было изи. («Instagram»);

Эта игра просто изи. («Vkontakte»).

ХАЙП (от англ. hype – «навязчивая реклама») – ажиотаж вокруг какого-либо события.

Это все не правда, а грязный хайп. («Instagram»).

РЕЙВ (от англ. rave – «вечеринка») – организованная вечеринка.

Это был крутой рейв. («Instagram»).

СУПЕР (от англ. super – «супер») – здорово.

Все класс, все супер. («Vkontakte»);

Он супер-бой. («Instagram»).

ПИС (от англ. peace – «мир», «покой») – используется как «мир тебе».

Народ, всем пис! («Facebook»).

ПРАНК (от англ. prank – «шалость») – злая шутка или розыгрыш над кем-то.

Ха-ха, не бойтесь, это был пранк («Instagram»);

Это был не самый удачный пранк («Vkontakte»).

ДОНАТЫ (от англ. donate – «жертвовать») – добровольные пожертвования на какое-либо дело.

Смотрите мой стрим, отправляйте донаты, ставьте лайк, подписывайтесь на аккаунт! («Facebook»).

ТОКСИК (от англ. toxic – «токсичный»/ «ядовитый») – таким словом называет черту человека, когда он ведет себя «токсично», т. е. по злему.

Ты просто токсик, не веди себя так. («Instagram»).

КРАШ (от англ. crush – «сокрушить») – человек, который очень нравится.

О, этот актер мой самый главный краш! («Instagram»).

КРИНЖ (от англ. to cringe – «сжежиться») – нечто пугающее, стыдное.

Фу, смотрела это видео, там полный кринж («Vkontakte»).

ЛАЙК (от англ. like – «нравиться») – отзыв пользователя в виде знака или комментария, который означает, что пользователю нравится какая-либо фотография, видео, или публикация.

Обязательно ставьте лайк под этим видео и оставьте комментарии!
(«Instagram»).

БАН (от англ. ban – «запрещение») – своего рода наказание за нарушения правил какого-либо сообщества.

Либо вы соблюдаете правила сообщества, либо отправляетесь в бан.(«Vkontakte»).

РИЛ ТОК (от англ. real talk – «реальный разговор») – применяется в значении «чистая правда».

Это рил ток, точно говорю. («Twitter»).

ВАЙБ (от англ. vibe – «вибрация») – атмосфера, создаваемая каким либо событием или атмосфера определенного места.

В этом заведении свой особый вайб. («Instagram»).

ОЛДЫ (от англ. old – «старый») – так называют людей старшего поколения.

У меня классные олды, я их люблю! («Twitter»).

ГУДЖОБ (от англ. good job – «хорошая работа») – так называют хорошо выполненную работу.

Ребят, вы молодцы, гуджоб.(«Vkontakte»).

ЛУК (от англ. look – «вид», «внешность») – образ, внешний вид человека, созданный одеждой.

Как тебе мой лук? («Vkontakte»).

ГИВЫ (от англ. giveaway – «раздавать») – розыгрыши, акции, которые проводят популярные личности в социальных сетях.

Участствуйте в гиве, получайте призы! («Instagram»).

СТРИМ (от англ. stream – «поток») – транслирование себя на камеру в прямом эфире.

Стрим проведу во вторник вечером, подключайтесь!

(«Instagram»). *Этот стрим был хорош.* («Facebook»).

КАМОН (от англ. come on to – «давай») – применяется при мотивации кого-либо к действию.

Камон, пошли гулять! («Vkontakte»).

БУЛЛИНГ (от англ. bullying – «травля») – издевательство, насмешки над кем-либо в социальных сетях.

Буллинг считается очень важной проблемой современности. («Instagram»).

ФЕЙК (от англ. fake – «фальшивка») – так называют что-то ложное и неправдивое, в частности это касается новостных заметок в социальных сетях.

Блин, это фейк, а не новость. («Instagram»).

ЛАЙФХАК (от англ. lifehack «маленькая хитрость») – советы или рекомендации, которые помогают быстрее и легче разрешить какую-либо проблему.

Это хороший лайфхак, сам знаю. («Vkontakte»).

ТРАБЛ (от англ. trouble – «неприятность») – какая-либо жизненная проблема или неприятность.

Не думай о своих траблах, отвлекись. («Instagram»).

СКИЛЛ (от англ. skill – «навык») – навык персонажа какой-либо компьютерной игры.

Хочу повысить свой скилл в этой игре. («Vkontakte»).

ПРУФ (от англ. proof – «доказательство») – используется в социальных сетях как доказательство чего-либо.

Хочешь, чтобы тебе поверили – предъяви пруфы. («Instagram»).

Таким образом, сленговые единицы, заимствованные из английского языка, составляют большую часть выявленных сленговых единиц, чаще всего встречаются в таких социальных сетях, как «Instagram» и «Vkontakte», так как большая часть аудитории данных интернет-ресурсов является молодыми людьми, которые используют сленговые единицы при общении в сети (рисунок 1):

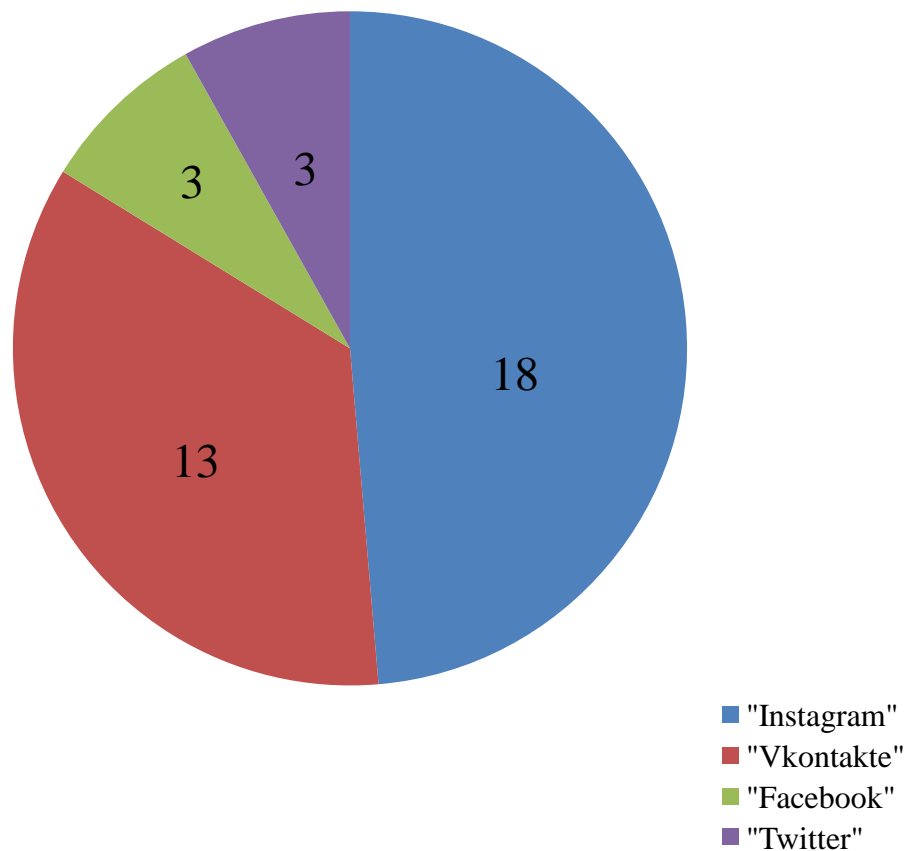


Рисунок 1– Количество употреблений сленговых единиц, заимствованных из английского языка, в интернет-публикациях социальных сетей

2.2 Сленговые единицы по способу словообразования

Кроме признака происхождения, сленговые слова интересны в словообразовательном отношении. По способу словообразования были выделены сленговые единицы следующих групп:

Сленговые единицы, образованные из начальных букв слов, составляющих атрибутивные словосочетания, а также путём сокращения основы целого слова (19 ед.).

ЧС – черный список.

Мне надоело с ним общаться, кину его в ЧС («Vkontakte»);

ЧС – отличный способ ограничить контакты с людьми («Facebook»);

Мальчик, лети в ЧС! («Instagram»);

Похоже, меня занесли в ЧС («Twitter»).

ПЛЗ – пожалуйста. У тебя есть зарядка? Дай плз. («Vkontakte»).

БРО (сокращение от англ. brother) – брат/ человек, близкий по духу как брат.

Ты мой главный бро. («Vkontakte»).

ЖИЗА (сокращение от слов «жизнь, жизненно») – употребляется при оценке знакомой многим жизненной ситуации.

Видела мем, который ты скинула, это просто жиза («Vkontakte»).

ЛД – лучший друг.

Мы всегда вместе, он мой ЛД. («Vkontakte»);

ЛД всегда придет на помощь («Facebook»);

Все думают, что знают меня, но знает меня только ЛД («Twitter»). Доверяю только ЛД. («Instagram»).

ЛП – лучшая подруга.

Моя ЛП самая лучшая! («Vkontakte»);

То самое чувство, когда только ЛП может сходить с тобой по магазинам («Instagram»);

Мы с ЛП как сестры («Twitter»).

ХЗ – сокращение выражения «хрен знает».

ХЗ что с этим делать, я не знаю («Vkontakte»).

ДР – день рождения.

– Привет, нас Аня зовет на ДР, ты идешь? – Здорово, ну го! («Vkontakte»).

Кто подскажет где можно отметить ДР? («Instagram»);

Не люблю ДР, не такой уж это и праздник. («Twitter»).

СПС – спасибо.

– Сфоткай меня, плз. – Ок, щас сфотаю – Спс. («Vkontakte»).

ЩАС – сейчас.

Щас все будет, погоди. («Vkontakte»).

НГ – НОВЫЙ ГОД.

Как НГ отмечать будете? («Vkontakte»).

ДЗ – домашнее задание.

Ты идешь делать ДЗ? («Vkontakte»).

МЕРЧ (сокращение от англ. merchandize – «товар») – продукция с символом или логотипом какой-либо известной марки.

Купила классный мерч у блогера. («Vkontakte»).

СИГНА (сокращение от англ. signature – «подпись») – применяется для определения оригинальности пользователя социальной сети.

Предъяви свою сигну, чтобы было понятно, что это ты. («Vkontakte»).

ИМБА (сокращенно от англ. imbalance (ИМБА)–«дисбаланс») – используется для обозначения несбалансированного процесса в компьютерной игре.

Зашел персонаж на карту, имба просто. («Twitter»).

КЕК (сокращение выражения Kekeke, обозначающее злобный смех) – злорадный смех.

Лол, кек, чебурек. («Vkontakte»).

СПОК (сокращение от словосочетания «спокойной ночи») – пожелание спокойной ночи.

Всем спок, я спать. («Vkontakte»).

КОМП – сокращение слова «компьютер».

Дашь в комп поиграть? («Vkontakte»);

Без компа сейчас никуда. («Twitter»);

Продаю комп, недорого. («Facebook»).

НОРМ – нормально.

– Как дела? – Да норм, твои как? («Vkontakte»);

Норм тема сидеть дома. («Facebook»).

Подобные сокращения помогают пользователям экономить время при написании сообщений. Сленговые единицы, образованные из начальных букв

слов, составляющих атрибутивные словосочетания, а также путём сокращения основы целого слова чаще всего встречаются в социальной сети «Vkontakte», поскольку данные сленговые единицы используются в шуточных картинках-публикациях этой сети (рисунок 2):

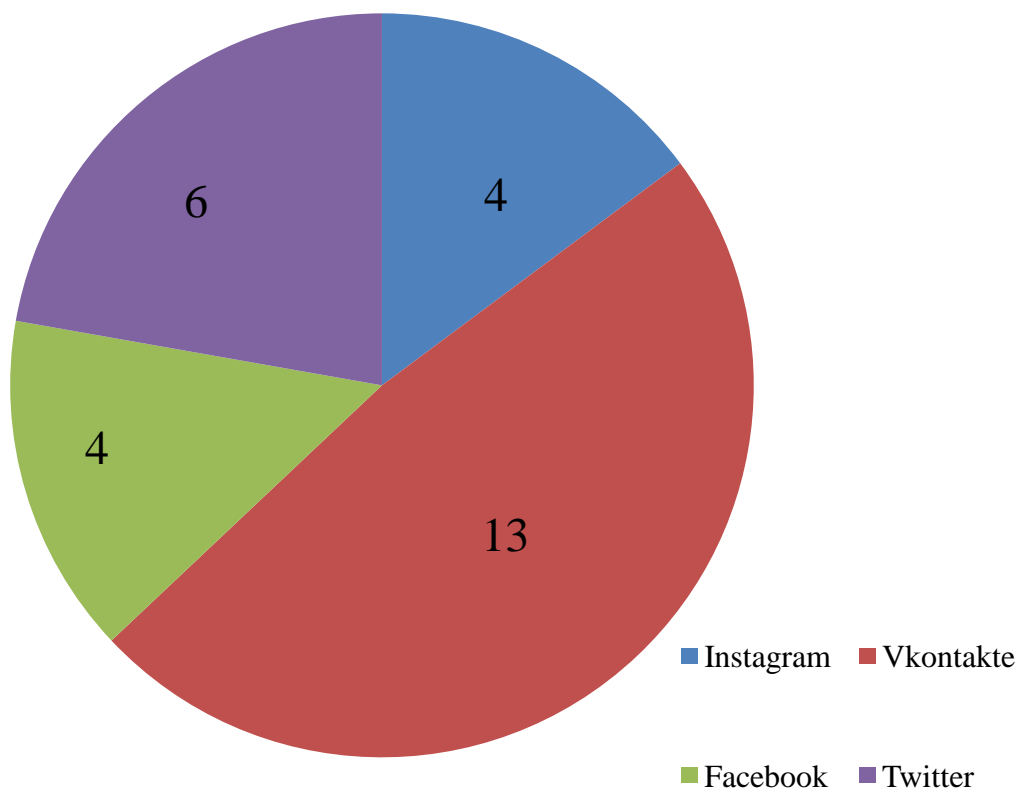


Рисунок 2 – Количество употреблений сленговых единиц, образованных способом сокращения, в интернет-публикациях социальных сетей

Также в ходе исследования была выявлена группа сленговых единиц, образованных суффиксальным способом от транслитерированной основы заимствованного из английского языка слова (5 ед.).

СОРЯН (от англ. sorry – «прости, извини» и суффикс ян) – извини.

Не могу тебе помочь, сорян. («Vkontakte»).

БОЙЧИК (от англ. boy – «мальчик», «парень») – молодой парень.

Посмотри, какой классный бойчик! («Instagram»).

ТОПЧИК (от англ. top – «верхний, вершина» и суффикс чик) – так называют кого-нибудь или что-нибудь, что считается лучшим, это касается человека, музыки, еды, одежды и т.д.

Это средство топчик за свои деньги. («Instagram»);

Этот телефон топчик, советую («Twitter»).

МАНИК (от англ. manicure – «маникюр» и суффикс ик) – используется в контексте «сделать маникюр».

Завтра не могу, я записалась на маникюр. («Vkontakte»).

КРИПОВА (от англ. creepy – «жуткий» и суффикс ов) – таким словом называют что-то ужасное, страшное.

– Ты посмотрел этот новый ужастик? – Да, было крипова. («Vkontakte»).

Большинство сленговых единиц представляет собой глагольные образования (20 ед.):

ЧИЛИТЬ (от англ. to chill – «расслабляться» и суффикс и) – отдыхать или впустую проводить время.

Чилить будем сегодня? («Vkontakte»).

ФИКСИТЬ (от англ. to fix – «чинить» и суффикс и) – используется в значении «исправлять ошибки».

Неплохой способ релаксации - фиксать свои же ошибки. («Facebook»).

ХЕЙТИТЬ (от англ. hate – «ненавидеть» и суффикс и) – высказывать негодование по какому-либо поводу.

Не стоит хейтить людей за внешность. («Twitter»);

Недовольные люди всегда будут хейтить, это нормально. («Instagram»).

РОФЛИТЬ (от англ. rolling on the floor laughing (ROFL) и суффикс и – «кататься по полу от смеха») – шутить над кем-либо, смеяться над чем-то.

Да ладно, не обижайся, я просто рофлю («Instagram»).

Не надо рофлить, если не умеешь. («Twitter»).

ФОРСИТЬ (от англ. *forse* – «сила», «влияние» и суффикс *и*) – продвигать какую-либо тему в интернет-пространстве. *Тема уже давно форсится в интернете («Instagram»);*

Сколько можно это форсить? («Vkontakte»).

АПНУТЬСЯ (от англ. *up* – «вверх» и суффикс *ну*, постфикс *ся*) – перейти на более высокий уровень.

Когда ты успел так быстро апнуться? («Facebook»).

ВОЙСИТЬ (от англ. *voice* – «голос» и суффикс *и*) – обмениваться голосовыми сообщениями в социальных сетях.

Хватит войсить, я на парах, пиши текстом. («Instagram»).

ЧЕКАТЬ (от англ. *check* – «проверить» и суффикс *а*) – проверять, уточнять какую-либо информацию.

Надо чекать информацию и проверять. («Twitter»).

АГРИТЬСЯ (от англ. *angry* – «сердитый» и суффикс *и*, постфикс *ся*) – злиться, раздражаться.

Не надо агриться, все сказано по фактам. («Vkontakte»).

ЧЕКИНИТЬСЯ (от англ. *check in* – «регистрироваться», «отмечаться по прибытию» + суффикс *и*, постфикс *ся*) – отмечать свое местоположение в социальной сети.

Обычно он чекинится в разных местах. («Vkontakte»).

ШАЗАМИТЬ – (от англ. *shazam* и суффикс *и*) – искать музыку в приложении «Shazam».

Классно, что теперь можно шазамить любую музыку. («Instagram»).

ОФФНУТЬ (от англ. *off* – «выключить» и суффикс *ну*) – отключить что-либо / победить врага в компьютерной игре.

Я легко оффнул этого «босса». («Facebook»).

ГАМАТЬ (от англ. *game* – «игра» и суффикс *а*) – играть / проводить время за игрой.

Сегодня вечером будем гамать в КС («Twitter»).

ШЕЙМИТЬ (от англ. shame – «стыд» и суффикс и) – пристыдить кого-либо.

Блогеров могут шеймить за что угодно («Instagram»).

ФЛЕКСИТЬ (от англ. flex – «сгибать» и суффикс и) – используется в литературном значении «важничать» или в просторечном «выпендриваться». *Да, конечно! Скоро будем флексить. («Instagram»).*

ЮЗАТЬ (от англ. use – «пользоваться» и суффикс ать) – использовать что-либо.

Я уже долго юзаю эту программу. («Facebook»).

СВАЙПИТЬ (от англ. to swipe – «проводить не отрывая» и type – «набирать текст» и суффикс и) – проводить пальцем по экрану.

Вся информация в комментариях, свайпай вверх! («Instagram»).

ТЕГНУТЬ (от англ. tag – «ярлык», «этикетка» и суффикс ну) – означает отметить профиль другого пользователя.

Я тегну тебя у себя в профиле. («Instagram»).

БАЙТИТЬ (от англ. to bite – «кусать» и суффикс и) – копировать что-то у другого человека (стиль, манеру поведения, и т.д.).

Хватит его байтить! («Instagram»).

Сленговые единицы, образованные суффиксальным способом от транслитерированной основы заимствованного из английского языка слова и глагольные образования чаще встречаются в социальной сети «Instagram» и «Vkontakte», так как данные единицы используются прежде всего молодыми людьми, которые в частности являются пользователями данных интернет-ресурсов (рисунок 3):

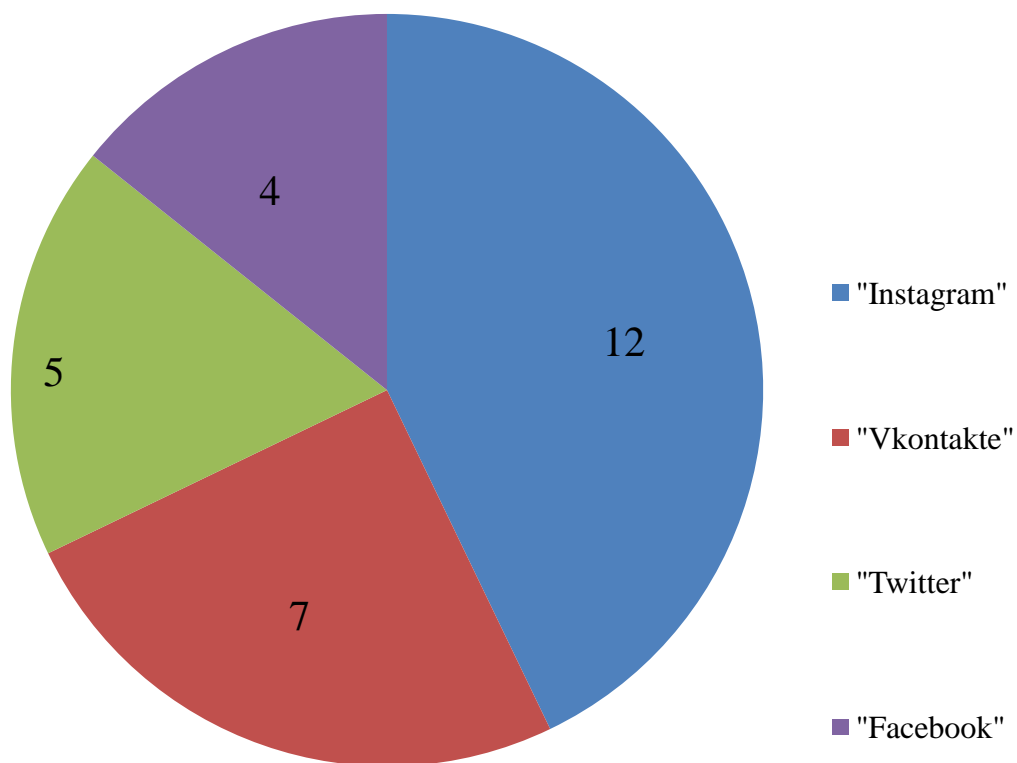


Рисунок 3 – Количество употреблений сленговых единиц, образованных суффиксальным способом, в интернет-публикациях социальных сетей

Таким образом, по словообразованию были выявлены сленговые единицы, образованные из начальных букв слов, составляющих атрибутивные словосочетания, а также путём сокращения основы целого слова, меньшую часть слов этой группы составили сленговые единицы, образованных суффиксальным способом от транслитерированной основы заимствованного из английского языка слова, а большую часть составляют глагольные образования.

2.3 Тематическая характеристика сленговых единиц

Выявленные сленговые единицы можно сгруппировать в тематические группы:

Первая группа – сленговые единицы студенческой тематики, образована. Они активно используются в речи студентов. Большая часть единиц образована способом усечения основы самостоятельного слова или слова в составе слово-

сочетания и способом усечения основы слова или зависимого слова в словосочетании с одновременным прибавлением суффикса (14 ед.):

КАФА – кафедра.

На кафу зайди, там подкажут. («Instagram»).

КОНФА – конференция; занятие, которое проводится в формате видеоконференции.

Препоод написал, что нужно будет зайти в конфу на пару. («Instagram»).

Организую конфу в 17.00, подключайтесь. («Twitter»).

БАЧОК (бакалавриат, к//ч и суффикс ок) – пренебрежительное прозвище бакалавра, обычно применяется к бакалавру, который по различным причинам отказывается от продолжения обучения в магистратуре для получения степени магистра.

Ты будешь в магу поступать или ты бачок? («Vkontakte»).

УНИВЕР – университет.

Желаю поступить в тот универ, в который ты хотел («Vkontakte»).

АБИТУРА – абитуриент.

О, смотри, абитура поступает! («Vkontakte»).

ПРЕПОД – преподаватель.

Что-нибудь слышно об этом преподе? («Vkontakte»).

ХВОСТ – долг по учебе.

Нужно хвосты закрыть, а то препоод к экзамену не допустит. («Vkontakte»).

СТЕПА – стипендия.

Когда стена придет? («Vkontakte»).

АКАДЕМ – академический отпуск.

Я решил уйти в академ, нет времени на универ («Facebook»).

ЛАБА – лабораторная работа.

Ты лабу сделал? Скинь, плз («Vkontakte»).

МАГА – магистратура.

Когда магу заканчиваешь? («Vkontakte»).

КУРСАЧ – курсовая работа и суффикс ач.

Ты курсач написал? («Vkontakte»).

ВЫШКА – высшее образование и суффикс к.

Скоро я закончу универ, и у меня будет вышка! («Instagram»).

ЗАЧЕТКА – зачетная книжка и суффикс к.

Какие оценки у тебя в зачетке? («Vkontakte»).

Сленговые единицы студенческой тематики чаще встречаются в социальной сети «Vkontakte», поскольку большая часть аудитории данного интернет-ресурса является студентами и использует эту сеть не только для развлечений и общения, но и для учебного процесса, так как данная социальная сеть считается удобным инструментом для этого.

К примеру, студентам предоставляется возможность обмениваться документами, помогать друг другу с домашними заданиями, и т. д. (рисунок 4):

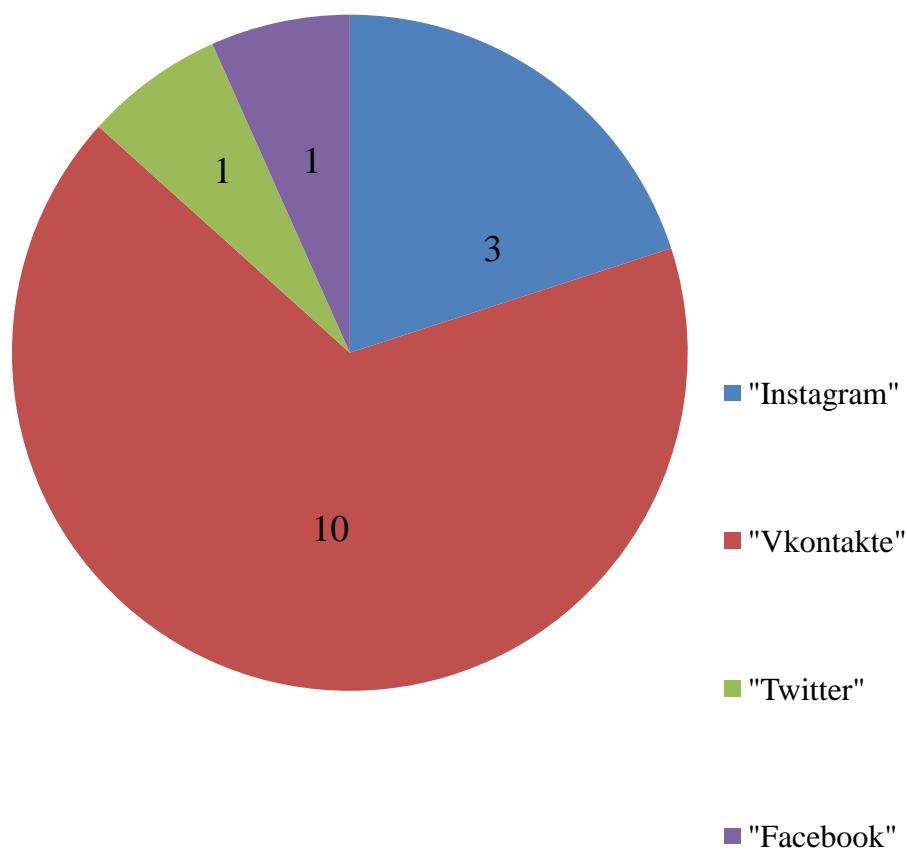


Рисунок 4 – Количество употреблений сленговых единиц студенческой тематики в интернет-публикациях социальных сетях

Вторая тематическая группа – сленговые единицы спортивной тематики. В связи с тем, что в обществе появилась тенденция вести здоровый образ жизни и быть физически активными, пользователи социальных сетей при общении в интернете используют слова спортивной тематики (8 ед.).

ФИТОНЯШКА (сложение слов сокращенного «фитнесс» и «няшка») – так называют девушку, которая активно занимается фитнесом и ведет здоровый образ жизни.

Все эти фитоняшки помешаны на спорте и питании. («Twitter»);

Хотелось бы выглядеть как фитоняшка, однако спорт не люблю. («Instagram»).

КАЧ (сокращение от слова «качок») – молодой человек, который активно занимается в спортзале, имеет спортивное телосложение.

Хочу тоже выглядеть как кач. («Vkontakte»).

ТРЕНЯ (уменьшительно-ласкательное от слова «тренировка») – тренировка в спортзале.

Сегодня собираюсь на треню, го со мной? («Vkontakte»).

КРАНЧ (от англ. crunch – «хруст») – модное название комплекса упражнений на пресс.

Чтобы быстрее накачать пресс – используйте кранч. («Instagram»).

ЧИТИНГ (от англ. cheat – «обманывать» + суффикс инг) – прием силовой тренировки, при которой упражнение выполняется с нарушением техники.

До сих пор идут споры по поводу пользы читинга в спорте («Instagram»).

ЛОСИКИ (уменьшительно-ласкательное от слова «лосины» + суффикс ик) – плотные облегающие штаны для занятий спортом.

Где можно купить такие лосики? («Instagram»).

ПАМП (от англ. pump up – «накачивать») – комплекс силовых упражнений с использованием штанги.

Для того чтобы накачать мышцы обычно используют памп. («Facebook»).

СУШКА (от слова «сушить») – так называют этап тренировочного цикла, в период которого спортсмен избавляется от лишнего жира в организме с целью сделать мышцы более рельефными.

Надоел лишний вес, нужно перейти на сушку. («Facebook»).

Сленговые единицы спортивной тематики чаще встречаются в социальной сети «Instagram», поскольку данная социальная сеть активно продвигает тренд на ведение активного образа жизни и занятий спортом (рисунок 5).

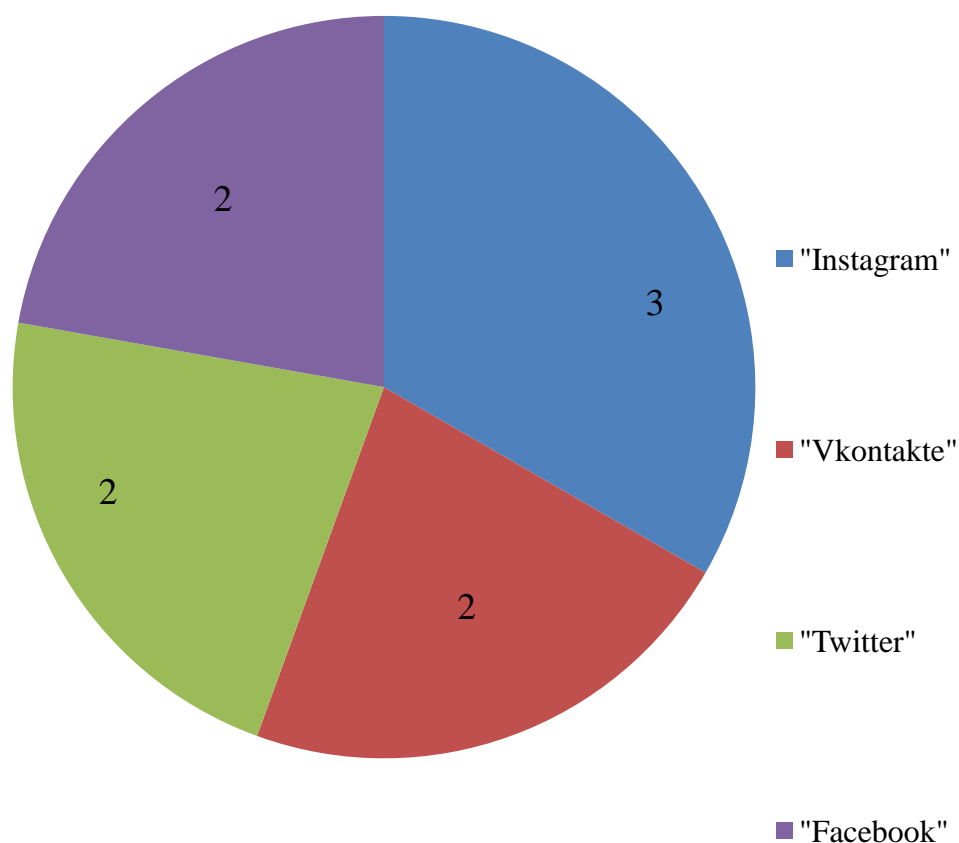


Рисунок 5 – Количество употреблений сленговых единиц спортивной тематики в интернет-публикациях социальных сетей

Третья тематическая группа – сленговые единицы игрового жаргона. Использование сленговых единиц данной группы обусловлено актуальностью компьютерных игр среди пользователей разных возрастных групп. Выявлен-

ные жаргонизмы встречаются в тематических сообществах социальных сетей. Рассмотрим примеры слов данной лексико-семантической группы (12 ед.):

БАН (от англ. ban – «запрещать» / «объявлять вне закона») – временное отстранение игрока за нарушения правил игры.

Не используй коды, а то получишь бан («Vkontakte»).

ГАЙД (франц. guide – «гид», «проводник») – инструкция / руководство к игре.

Посмотри гайд, может там что найдется («Facebook»);

Блин, я не пойду без гайда («Vkontakte»).

НУБ (от англ. noob – «новичок») – новый игрок в любой игре.

Ты чего такой нуб? («Twitter»);

Не будь нубом, учись грать («Facebook»).

МАНА (от англ. mana points – «очки маны») – баллы, энергия, ресурс персонажа, которые могут расходоваться на атаку в игре.

В этом месте можно собрать еще маны («Facebook»).

ХИЛ (от англ. healer – «целитель») – персонаж, который может добавить уровень здоровья остальным персонажам в игре.

Можно дать хил своему персонажу через другого («Vkontakte»).

ДАМАГ / ЗАДАМАЖИТЬ (от англ. damage – «урон») – нанести урон, отнять начисляемые очки здоровья у противника.

Один из способов победить – задамажить врага сразу («Vkontakte»).

ЭКСПА (от англ. experiencepoints – «очки опыта») – численное выражение достижений игрока.

У меня много экспы, сам глянь («Twitter»).

ЛУТ (от англ. loot – «добыча») – то, что можно забрать после победы над противниками, например, ресурсы, предметы и т.д.

Столько лута нашел после победы над монстром, класс («Facebook»).

КВЕСТ (от англ. quest – «поиск») – жанр компьютерной игры, направленный на поиск предметов и достижение конкретной цели.

Я бы точно поиграл в этот квест, он захватывающий («Vkontakte»).

ДЕЙЛИК (сокращение от англ. daily quests – «ежедневные задания» + суффикс ик) – небольшое однодневное задание (миссия) в игре.

О, в игре «Heartstone» можно проходить крутые дейлики («Twitter»).

ДАНЖ (сокращение от англ. dungeon – «подземелье») – отдельные скрытые локации в компьютерной игре.

Объясните где найти данж в «Minecraft»? («Vkontakte»).

ДД (от англ. damage dealer – «дилер повреждений») – персонаж, наносящий большой урон врагу.

Тот маг самый настоящий ДД, лучше им играть («Facebook»).

Сленговые единицы игрового жаргона чаще встречаются в социальных сетях «Vkontakte» и «Facebook», так как есть возможность обмена быстрыми короткими сообщениями (рисунок 6):

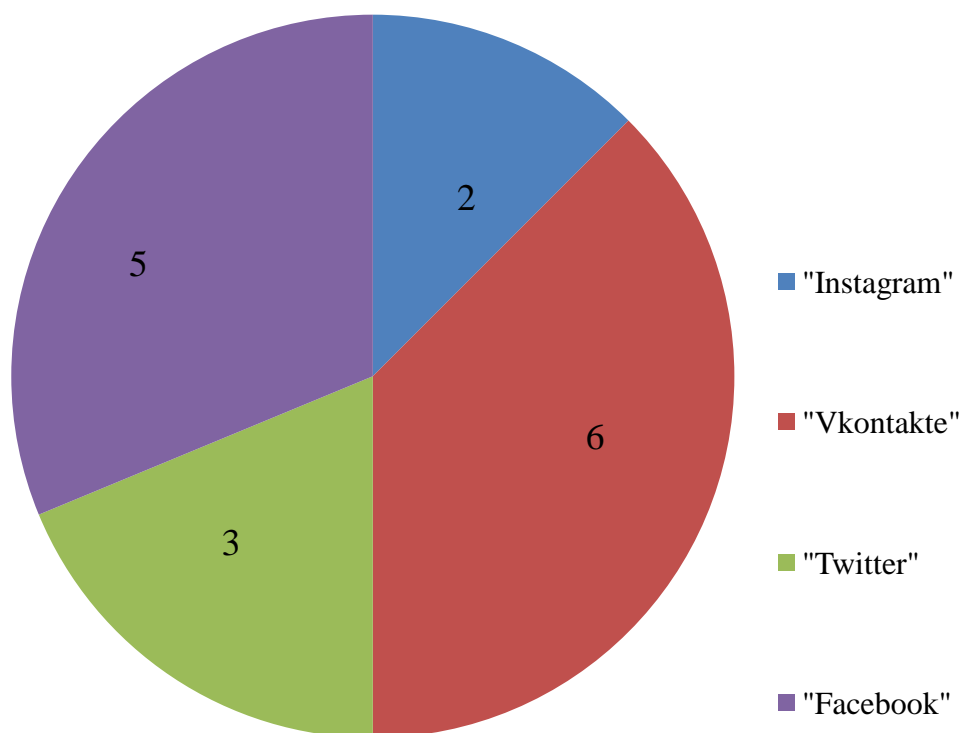


Рисунок 6 – Количество употреблений слов игрового жаргона в интернет-публикациях социальных сетей

Четвертая группа – тематическая группа «Коронавирус». В связи с пандемией пользователи социальных сетей стали активно употреблять неологизмы, которые можно объединить в тематическую группу «Коронавирус». Часть неологизмов представляет собой заимствования: пандемия (греч.), коронавирус (англ.- лат.), обсервация (лат.), ковид, локдаундумскролинг (англ.) и др. Часть новых слов можно определить, как сленговые, так как они имеют эмоционально-экспрессивную коннотацию и высокую частотность употребления.

КОВИДНИКИ – больные коронавирусом или больница для зараженных коронавирусом.

В этой больнице лежат только ковидники («Twitter»).

ПОГУЛЯНЦЫ – те, кто не соблюдает карантин.

Из-за этих погулянцев мы все заразимся! («Vkontakte»).

ЗУМИТЬСЯ или ЗУМБИТЬСЯ (образовалось от названия программы «Zoom») – означает общаться в «Zoom», выйти в видеочат в этой программе.

В это непростое время только и приходится зумиться (Instagram»).

УДАЛЁНКА – работа сотрудников из дома.

Наша компания переходит на удаленку со следующей недели («Facebook»).

ДИСТАНЦИОНКА – обучение студентов в дистанционном формате (данное слово появилось в связи с условиями пандемии).

Школы и вузы переходят на дистанционку с середины марта («Facebook»).

ШАШЛЫЧНИКИ – нарушители самоизоляции, устраивающие пикники.

Теперь из-за шашлычников приходится сидеть на самоизоляции! («Instagram»).

Отдельную группу неологизмов образуют сленговые композиты, произведённые в результате контаминации, агглютинации, а также сложения двух целых слов или основ слов (13 ед.).

МАКАРОНОВИРУС (сложение слов «макаронны» и «вирус») и ГРЕЧКО-ХАЙП (сложение слов «гречка» и «хайп») – нездоровый ажиотаж вокруг закупки макарон и гречки впрок.

Остановим макороновирис и маскобесье! («Vkontakte»).

МАСКОБЕСЬЕ (сложение слов «маска» и «бес») – шуточное название ситуации, когда человек носит медицинскую маску там, где он никого не заразит, либо где это неуместно.

Когда уже это маскобесье закончится? («Facebook»).

КОРОНАПАНИКА (сложение слов «корона» и «паника») – общее состояние паники людей в начале эпидемии.

Не стоит поддаваться коронапанике в это время (Twitter).

КОРОНАФЕЙКИ (сложение слов «корона» и «фейк») – ложные публикации о коронавирусе в СМИ.

В связи с коронавирусом появилось много коронафейков в социальных сетях, будьте осторожны («Twitter»).

КОВИДИОТЫ – (слово произошло в результате слияния слова «ковид» и слова «идиот»). Ковидиотами стали называть людей, которые либо преуменьшают опасность коронавируса, в результате чего пренебрегают масочным режимом и социальной дистанцией, либо, напротив, излишне паникуют, бояться заразиться.

Коронавирус не страшен, это мое мнение, можете считать меня ковидиотом («Facebook»).

КОВИДАРНОСТЬ (сложение слов «ковид» и «солидарность») – выражение людьми солидарности в период эпидемии.

Россияне проявили ковидарность во время пандемии («Facebook»).

КОРОНОЙЯ (сложение слов «корона» и «паранойя») – паранойя из-за боязни заразиться коронавирусом.

Всех, у кого коронойя, просьба не беспокоить! («Facebook»).

КАРАНТИКУЛЫ (сложение слов «карантин» и «каникулы») – режим нерабочих дней россиян в период коронавируса; вынужденные каникулы.

Спасибо президенту за эти карантикулы (Twitter).

ИНФОДЕМИЯ (сложение слов «информация» и «пандемия») – распространение ложной информации о пандемии.

Инфодемия стала уже хуже пандемии (Twitter).

КОРОНАФОБИЯ (сложение слов «корона» + «фобия») – неадекватная боязнь коронавируса.

Друзья, не страдайте коронафобией! («Vkontakte»).

КОВИД-ДИССИДЕНТ (сложение слов «ковид» и «диссидент») – человек, отрицающий существование коронавируса.

Опасно быть ковид-диссидентом («Vkontakte»).

КОРОНАСКЕПТИК (сложение слов «корона» и «скептик») – человек, считающий, что опасность коронавируса преувеличена.

Развелись коронаскептики везде!; (Twitter).

КОРОНАЭНТУЗИАСТ (сложение слов «корона» и «энтузиаст») – человек, осознающий опасность коронавируса и придерживающийся правил личной безопасности.

Если ты коронаэнтузиаст – то ты на правильном пути (сложение слов «Facebook»).

Сленговые единицы тематической группы «Коронавирус» чаще встречаются в социальных сетях «Facebook» и «Twitter», поскольку тема коронавируса была актуальной и активно обсуждалась пользователями именно в этих интернет-ресурсах (рисунок 7):

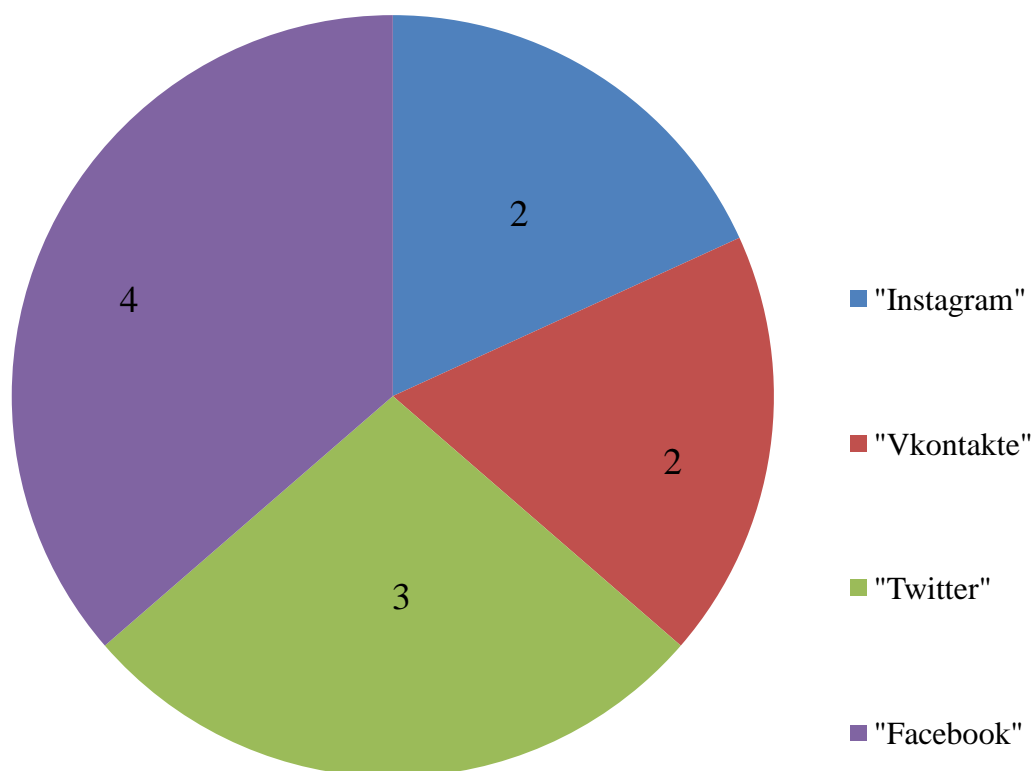


Рисунок 7 – Количество употреблений сленговых единиц тематической группы «Коронавирус» в интернет-публикациях социальных сетей.

Таким образом, в ходе проведения исследования были выявлены сленговые единицы, заимствованные из английского языка, сленговые единицы по словообразованию, а также сленговые единицы, которые можно сгруппировать в тематические группы: сленговые единицы студенческой тематики, сленговые единицы спортивной тематики, игровой жаргон, тематическая группа «Коронавирус».

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Данная тема актуальна, поскольку в настоящий момент русский язык развивается, следовательно, сленг является важной подсистемой современного русского языка.

В ходе написания магистерской работы была достигнута ее основная цель, решены основные задачи, что позволяет сделать следующие выводы:

Понятие «сленг» нельзя считать однородным, поскольку его можно рассматривать с разных сторон. Следует разграничивать такие понятия, как «жаргон», «социальный диалект», «арго», однако они связаны с понятием «сленг».

Сленговые единицы – это лексические элементы разговорной речи. Их специфика состоит:

- в литературной аномативности;
- в экспрессивной окрашенности;
- в словообразовательной структуре.

Также отмечается частотность употребления этих единиц в речи пользователей социальных сетей, которую можно объяснить действием современного закона экономии речевых усилий.

В настоящее время общение переходит в формат «онлайн», поэтому выделяются такие понятия, как «интернет-коммуникация» и «киберкоммуникация», социальные сети как инструмент поддержания связи набирает популярность и играет большую роль в жизни современных людей, поскольку выполняют функцию обеспечения коммуникации, а также предоставляют доступ к получению различной информации. Из этого следует, что главным условием функционирования сленговых единиц следует считать изменение формата коммуникации, что повлекло за собой смещение живого общения в интернет-пространство.

Анализируя материалы популярных социальных сетей («VKontakte», «Instagram», «Twitter», «Facebook»), можно сделать вывод, что они имеют разное назначение, а отсюда и разное языковое наполнение. Наибольшее количество

сленговых единиц, в первую очередь, отмечается в тех социальных сетях, которые служат площадкой для межличностной коммуникации.

Заимствования из английского языка составляют большую часть выявленных сленговых единиц (рисунок 8):

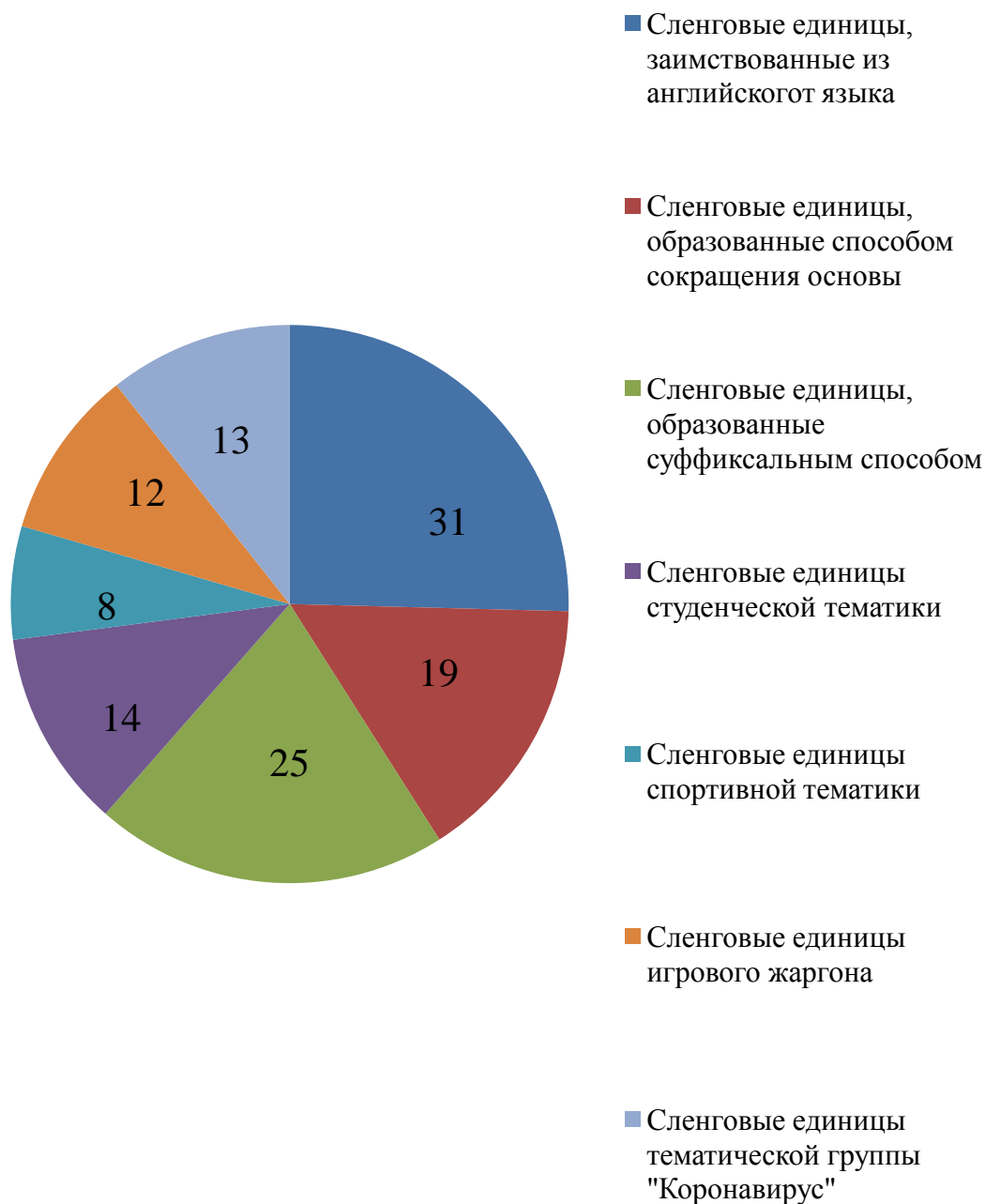


Рисунок 8 – Количество выявленных сленговых единиц

Слова данной группы чаще встречается в таких социальных сетях как «VKontakte» и «Instagram», поскольку данными интернет-ресурсами пользуются большое количество молодых пользователей.

По словообразованию выделяются:

– сленговые единицы, образованные из начальных букв слов, составляющих атрибутивные словосочетания, а также путём сокращения основы целого слова;

– сленговые единицы, образованные суффиксальным способом от транслитерированной основы заимствованного из английского языка слова составляют меньшую часть выявленных слов, а также глагольные образования составляют меньшую часть выявленных слов.

Также следует отметить, что единицы данной группы чаще встречаются в социальных сетях «Вконтакте» и «Instagram», реже всего встречаются в социальной сети «Facebook».

Кроме того, выявленные сленговые единицы можно объединить в следующие тематические группы:

- сленговые единицы студенческой тематики;
- сленговые единицы спортивной тематики;
- сленговые единицы игрового жаргона;
- тематическая группа «Коронавирус».

Большую часть из них составляют сленговые единицы студенческой тематики, поскольку, чаще всего пользователями социальных сетей являются студенты, меньше всего встретились слова спортивной тематики. Также следует отметить, что сленговые единицы студенческой тематики встречаются в каждой социальной сети, сленговые единицы спортивной тематики чаще всего встречаются в социальной сети «Instagram», сленговые единицы игрового жаргона обычно встречаются в социальных сетях «Twitter» и «Facebook».

Таким образом, на основе анализа текстов русскоязычных сайтов («Вконтакте», «Instagram», «Facebook», «Twitter»), можно сделать вывод об активном

функционировании сленговой лексики в речи пользователей социальных сетей. Выявленные сленговые единицы в большинстве своём представляют собой заимствования из английского языка и интересны для дальнейшего изучения в плане деривации.

В заключение нельзя не сказать о том, что даже при быстром темпе развития нашей современной жизни, следует отдать предпочтение литературному языку, нежели разговорной лексике и сленгу.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- 1 Авандеева, С. С. Влияние английских заимствований на лексику русского языка / С. С. Авандеева, О. Ю. Сурженко // Молодой ученый. – 2015. – №1 – С. 146-147.
- 2 Аксёнова, М. Д. Энциклопедия для детей / М. Д. Аксёнова. – 2-е изд., испр. – М.: Аванта+, 1999 – С. – 679.
- 3 Алимова, Г. Ю. Молодежный сленг и разговорная речь в современной лингвистике / Г. Ю. Алимова // Молодой ученый. – 2017. – №12. – С. 606-608.
- 4 Алые паруса [Электронный ресурс] : офиц. сайт. – 01.02.15 – Режим доступа : <https://nsportal.ru/ap/library/literaturnoetvorchestvo/2015/02/01/sovremennyyu-molodezhnyu-sleng-ego-vliyanie-na-rech>. – 25.10.2020.
- 5 Апетян, М. К. Особенности виртуальной коммуникации / М. К. Апетян // Молодой ученый. – 2015. – № 3. – С. 939-941.
- 6 Баранова, Л. Р. Интернет –сленг [Электронный ресурс] // Киберленика: Официальный сайт. – 21.02.2016. – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/internet-sleng-1>. – 20.05.2020.
- 7 Бардина, Г. И. США: история, география, традиции / Г. И. Бардина – М.: Айрис-пресс, 2013. – 320 с.
- 8 Беликов, В. И. Социоллингвистика : учебник для бакалавриата и магистратуры / В. И. Беликов, Л. П. Крысин. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2019. – 337 с. – (Серия : Авторский учебник). – ISBN 978-5-534-00876-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – Режим доступа : <https://www.biblio-online.ru/book/sociolingvistika-433389> – 20.05.2020.
- 9 Бойко, С. А. Англицизмы в современном русском языке: лингво-экологический аспект / С. А. Бойко // Экология языка и коммуникативная практика. – 2014. – № 2. – С. 32-43.

- 10 Будылина, Д. И. Особенности компьютерной лексики в современном интернет– пространстве / Д. И. Будылина, А. В. Бряцева // Юный ученый. – 2017. – № 4 .– С. 9-10.
- 11 Буркова, С. С, Дергабузов, А. И. Англицизмы в современном русском интернет-языке / С. С. Буркова, А. И.Дергабузов // Молодой ученый.–2018.–С. 11-13.
- 12 Бурнаева, Е. М. Сленг в социальных сетях как способ самовыражения молодежи [Электронный ресурс] // Киберленика: Официальный сайт.–23.03.2018. пробел – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/sleng-v-sotsialnyh-setyah-kak-sposob-samovyrzheniya-molodezhi> – 15.04.2021.
- 13 Бутенина, Е. К. Специальный сленг как объект лингвистического анализа и изучения / Е. К. Бутенина // Молодой ученый. – 2018. – №44. – С. 304-306.
- 14 Вагенляйтнер, Н. В. К вопросу о взаимодействии устной и письменной форм речи в интернет– коммуникации / Н. В. Вагенляйтнер, А. А. Лупаревич. // Молодой ученый. –2017. –№ 4.– С. 277-279.
- 15 Гальперина, Э. Я. Слово живое и мёртвое / Э. Я. Гальперина. –М.: АСТ, 2017. – 416 с. – (Тайны науки).
- 16 Гамов, А. Н. Основные способы формирование лексики сленга в английском языке [Электронный ресурс] // Киберленика : Официальный сайт. – 16.01.2018. – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/osnovnye-sposoby-formirovaniya-leksiki-slenga-v-angliyskom-yazyke>.– 20.05.2020.
- 17 Герасименко, И. Е, Чжан, Ц. Особенности современных неологизмов / И. Е. Герасименко, Ц. Чжан // Молодой ученый. – 2016. – №13.2. – С. 25-26.
- 18 Голованова, Д. С, Якименкова, И. Н. Влияние интернет-сленга на речевую культуру современной молодежи / Д. С. Голованова, И. Н. Якименкова // Юный ученый. – 2019. – №3. – С. 1-3.

- 19 Горчеева, А. И. Аббревиация в интернет-языке как социолингвистическое явление / А. И. Горчеева // Молодой ученый. – 2018. – №2. – С. 241-245.
- 20 Горшков, А. И. Русская словесность : От слова к словесности. 10-11 кл / А. И. Горшков. – М.: Дрофа, 2001. – 464с.
- 21 Гриценко, Л. М. Особенности виртуального дискурса / Л. М. Гриценко // Молодой ученый. – 2011. – № 6 – С. 17-20.
- 22 Дещеня, Д. М. SMS – сокращения в английском и русском языках. Их сходства и различия / Д. М. Дещеня. // Молодой ученый. –2016. –№ 17.1 (121.1). – С. 85-88.
- 23 Доронина, П. Д. О языке подростков в социальных сетях / П. Д. Доронина // Вестник Рязанского государственного университета им. С. А. Есенина. –2017.– № 3.– С. 9-11.
- 24 Дубина, Л. В. Тенденции развития русского языка в условиях Интернет – коммуникации / Л. В. Дубина // Вестник Томского государственного педагогического университета. 2013. – № 2. – С.177 – 181.
- 25 Евтюгина, А. А Мурзинова Я. А Иноязычная лексика в современном русском языке / А. А. Евтюгина, Я. А. Мурзинова // Молодой ученый. — 2016. – №7.5. – С. 8-10.
- 26 Ермоленко, Н. Н. Современный сленг как норма взаимопонимания в пространстве общения в подростковом возрасте [Электронный ресурс] // Киберленка : официальный сайт. – 19.01.2015. – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennyy-sleng-kak-norma>. – 20.05.2020.
- 27 Заболотный, В. М. История, география и культура англоязычных стран / В. М. Заболотный – М. : Университетская книга, 2014.–306 с.
- 28 Захарченко, Т. Л. Английский и американский сленг / Т. Л. Захарченко – Издательство 1000 бестселлеров, 2018г.–487 с.
- 29 Звариченко, Е. Д. Основные способы словообразования в русском и английском интернет-сленге / Е. Д. Звариченко // Молодой ученый. – 2016. – №11. – С. 1692-1694.

- 30 Инглиш.Дом [Электронный ресурс] – офиц. сайт – 26.01.17 – Режим доступа : <https://www.englishdom.com/blog/top-50-slov-iz-anglijskogo-slenga/> – 25.10.19.
- 31 Исрафилова, А. Х. Сленг в речи современного подростка / А. Х. Исрафилова, Н. П. Котельникова // Юный ученый. – 2017. – № 1 – С. 1-3.
- 32 Каверина, Д. А. Сравнительный анализ американского и британского сленга / Д. А. Каверина // Молодой ученый. – 2014. – №20. – С. 718–721.
- 33 Каверина, Д. А. Экспрессивность сленга американской молодежи / Д. А. Каверина // Молодой ученый. – 2014. – №21. – С. 770-773.
- 34 Как сделать ВКонтакте [Электронный ресурс] : офиц. Сайт – 27.07.17 – Режим доступа : <http://kak-vk.ru/terminy-vkontakte/> – 25.10.2020.
- 35 Кальгаев, Р. А. Сленг подростков. Или как понять молодежь / Р. А. Кальгаев – Издательские решения, 2018.–349 с.
- 36 Карпов, Э. С. Функционирования сленга в контексте медиапространства интернета / Э. С. Карпов // Вопросы языкознания.– 2015. – С.150.
- 37 Козловский, Б. Т. Максимальный репост / Б. Т. Козловский – Альпина Паблишер, 2018. – 201 с.
- 38 Кокина, И. А. О некоторых особенностях интернет – коммуникации как новой форме общения / И. А. Кокина // Молодой ученый. – 2016. – № 7. – С. 11-13.
- 39 Колесников, А. Е. Язык сети. Интернет и американизация русского языка / А. Е. Колесников // Молодой ученый. – 2018. – №20. – С. 446-448.
- 40 Колмакова, В. В. , Федоненко, К. В. Влияние СМИ на речевую культуру / В.В. Колмакова, К. В. Федоненко // Молодой ученый. – 2016. – №7.4. – С. 14-17.
- 41 Комсомольская правда [Электронный ресурс] : офиц. сайт – 23.11.17. – Режим доступа : <https://www.amur.kp.ru/daily/26761.3/3790678/> – 25.10.2020.
- 42 Колокольцева, Т. Н. Разговорная речь и разговорный стиль интернет – эпохи [Электронный ресурс] // Киберленика: официальный сайт.–

10.10.2016. – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/razgovornaya-rech-i-razgovornyy-stil-internet-epohi/viewer>. – 20.05.2020.

43 Комаров, В. А. Игровой сленг в современном русском языке [Электронный ресурс] // Киберленика: Официальный сайт. – 07.06.2019. – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/igrovoy-sleng-v-sovremennom-russkom-yazyke>. – 20.05.2020.

44 Кондрашева, Е. В. Новая лексика языка интернета: способы образования, причины появления [Электронный ресурс] // Киберленика : Официальный сайт. – 23.09.2019. – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/novaya-leksika-yazyka-interneta-sposoby-obrazovaniya-prichiny-poyavleniya>. – 20.05.2020.

45 Кронгауз, М. И. Русский язык на грани нервного срыва. [Текст] / М. И. Кронгауз. – М.: Языки славянских культур, 2007. – 90 с.

46 Кузина, Л. А. Классификация и анализ современного компьютерного и интернет – сленга [Электронный ресурс] // Киберленика : Официальный сайт. – 20.03.2019 – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/klassifikatskla-i-analiz-sovremennogo-kompyuternogo-i-internet-slenga>. – 20.05.2020.

47 Кузнецов, А. В. Письменная разговорная речь в онлайн – коммуникации / А. В. Кузнецов // Молодой ученый. – 2011. – № 3. – С. 24-26.

48 Кулажко, С. А. Англоязычные заимствования как основной способ образования компьютерного сленга / И. В. Кулажко // Молодой ученый. – 2012 – № 7 – С. 158-160.

49 Лазаревич, С. В. Жаргонизмы с оценочным значением в современном молодежном сленге [Электронный ресурс] // Киберленика. Официальный сайт. – 19.10.2017 Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/zhargonizh-s-otsenochnym-znacheniem-v-sovremennom-molodezhnom-slengi> – 20.05.2020.

50 Лимарова, Е. В. Интернет сленг: словообразовательные процессы (на материале русского и английского языков) [Электронный ресурс] // Киберленика : Официальный сайт. – 04.08.2018. – Режим доступа :

<https://cyberleninka.ru/article/n/internet-slang-slovoobrazovatelnye-protsessy-na-materiale-angliyskogo-i-russkogo-yazykov>. – 20.05.2020.

51 Лингвистов. Английский по скайпу [Электронный ресурс] : офиц.сайт – 17.03.2018 – Режим доступа : <https://www.lingvistov.ru/blog/spoken-english/instagram-slang/> – 25.10.19.

52 Магомедова, А. Н., Хайбулаева, А. М. Сленг как индикатор социального статуса / А. Н. Магомедова, А. М. Хайбулаева // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2013. – Т. 3. – С. 551–555.

53 Маковский, М. М. Современный английский сленг. Онтология, структура, этимология/ М. М. Маковский. – Обложка, 2016. – 273 с.

54 Марушкина, Н. С., Неупокоева В. Ю. Молодежный сленг как языковое явление / Н. С. Марушкина, В. Ю. Неупокоева // Молодой ученый. – 2015. – №23.2. – С. 103-105.

55 Матющенко, Е. Е. Современный молодежный сленг: формирование и функционирование: автореф. дис...канд. филол. наук: 10.01.02 / Е. Е. Матющенко. – Волгоград: Изд-во Волгогр. гос. пед. ун-та, 2007. – 188.

56 Менов, М. А, Никулин, Д. В. Заимствования в современном русском языке / М. А. Менов, Д. В. Никулин // Юный ученый. – 2018. – № 4. – С. 3-6.

57 Михайличенко, Е. С. Социальные сети как особый вид интернет – коммуникации. Лексический аспект [Электронный ресурс] // Киберленика : Официальный сайт. – 11.05.2016. – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/cotsialnye-seti-kak-osobyu-vid>. – 20.05.2020.

58 Моисеенко, Л. В. Модализация сообщения в социальных сетях [Электронный ресурс] // Киберленика: Официальный сайт. – 12.03.2018. – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/modalizatsiya-soobscheniya-v-sotsialnyh-setyah> . – 20.05.2020.

59 Могилевская, Г. И. Формирование «новояза» в современном российском обществе / Г. И. Могилевская // Молодой ученый. – 2016. – №3. – С. 1040-1043.

- 60 Москва 24 [Электронный ресурс] : офиц. сайт – 27.06.19 – Режим доступа : <https://www.m24.ru/news/obshchestvo/27062019/81032> – 25.10.2020.
- 61 МТС. Медиа [Электронный ресурс] : офиц. сайт – 06.08.15 – Режим доступа : <https://media.mts.ru/society/102708/#top> – 25.10.19.
- 62 Научно-образовательный портал IQ [Электронный ресурс] : офиц. сайт – 02.11.18 – Режим доступа : <https://iq.hse.ru/news/226623236.html> – 20.05.2020.
- 63 Низиков, А. А. / Русская лингвистика. Английские заимствования на новый «русский» лад в молодёжном сленге / А. А. Низиков // Молодой ученый. – 2016 – №4 – С.9-14.
- 64 Никитина, Т. Г. Ключевые концепты молодежной культуры. Тематический словарь сленга / Т. Г. Никитина – СПб. : Дмитрий Буланин, 2013. – 863 с.
- 65 Никитина, Т. Г. Современный молодежный лексикон в лингвокультурологическом и лексикографическом аспектах : моногр. / Т. Г. Никитина. – Псков : Псковский государственный университет, 2012. – 328 с.
- 66 Ожегов, С. И. Словарь русского языка: 57000 слов / С.И. Ожегов, Н.Ю. Шведова. – М.: Русский язык, 1984. – С.382.
- 67 Павленко, В. Г. Особенности употребления молодежного сленга в современном русском и английском языках / В. Г. Павленко // Гуманитарные научные исследования. – 2017. – № 2. – С. 4-6.
- 68 Преплей [Электронный ресурс] : офиц. сайт – 01.03.18 – Режим доступа : <https://preply.com/blog/2018/03/01/40-samyh-zapominayushhihsya-slengovyh-vyrazhenij-dlya-izuchayushhih-britanskij-anglijskij-yazyk-v-kachestve-vtorogo-yazyka/> – 25.10.2020.
- 69 Разуваева, Т. Н. Сленгизмы в американском варианте современного английского языка: особенности образования и функционирования [Электронный ресурс] // Киберленика: официальный сайт. – 09.09.2016. – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/slengizmy-v-amerikanskom-variante-sovremennogo-angliyskogo-yazyka-osofunktsionirovaniya>. – 20.05.2020.

70 Родионова, Е. С. Особенности сленга в английском языке функционирования [Электронный ресурс] // Киберленика : официальный сайт.–10.07.2018. – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/slengizmy-v-amerikanskom-variante-sovremennogo-aosofunksionirovaniya>. – 20.05.2020.

71 Российское информационное агентство [Электронный ресурс] : офиц. сайт – 13.07.15 – Режим доступа : <https://ura.news/articles/1036265313> – 25.10.2020.

72 Рубцова, Е. А. Молодежный сленг как противоречивое явление в лингвистике [Электронный ресурс] // Киберленика : официальный сайт.– 08.04.2016. – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/razgovornaya-rech-i-razgovornyy-stil-internet-epohi/viewer>. – 20.05.2020.

73 Руденко, М. Ю. Исследование арго, жаргона и сленга. Вопросы терминологии [Электронный ресурс] // Киберленика : официальный сайт. – 08.04.2016. – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/issledovanie-argo-zhargona-i-slenga-voprosy-terminologii>. – 20.05.2020.

74 Савельев, М. А. К вопросу о молодёжном сленге (на примере молодёжного сленга обучающихся колледжа) / М.А. Савельев // Молодой ученый. – 2018. – №14. – С. 84-87.

75 Седова, М. К. Молодёжный сленг в современном английском языке / М. К. Седова, Я. О. Белова, С. В. Сырескина // Филология и лингвистика. – 2016. – № 2 (4). – С. 34-36.

76 Сизов, С. Д. , Сизова, Ю. С. Понятие и функции сленга / С. Д. Сизов, Ю. С. Сизова // Юный ученый. – 2016. – №5. – С. 32-34.

77 Снегирёв, Ф. В. К вопросу об определении понятия «сленг» / Ф. В. Снерерёв // Молодой ученый. – 2018. – №9. – С. 199-202.

78 Соболева, Л. С. Феномен «Instagramm» / Л. С. Соболева – М: АТС, 2017.– 561 с.

79 Современный русский язык в интернете [Электронный ресурс] / Я. Э. Ахапкина, А. С. Бердичевский, А. А. Бонч-Осмоловская [и др.] ; под ред. Я. Э. Ахапкина, Е. В. Рахилина. – Электрон.текстовые данные. – М. : Языки сла-

вянской культуры, 2014. – 326 с. – Режим доступа : <http://www.iprbookshop.ru/35704.html> – 23.03.2021.

80 Сорокина, Л. П. Языковые интервенции как причины снижения грамотности молодежи [Электронный ресурс] // Киберленика : официальный сайт. – 07.04.2016.– Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/yazykovye-interventsii-kak-prichiny-snizheniya-gramotnosti-u-molodyozhi>. – 20.05.2020.

81 Сумкин, К. С., Тараненко, Л. О. Анализ страницы пользователя социальной сети «ВКонтакте» / К. С. Сумкин, Л. О. Тараненко // Молодой ученый. – 2016. – №12. – С. 189-194.

82 Сумцова, О. В. Причины использования англицизмов в русском молодежном сленге / О. В. Сумцова // Молодой ученый. – 2012. – №4. – С. 247-250.

83 Сырескина, С. В., Щелкунов, И. В. Неологизмы в современном английском языке / С. В. Сырескина, И. В. Щелкунов // Молодой ученый. – 2017. – №42. – С. 207-210.

84 Теория и практика [Электронный ресурс] : офиц. сайт – 14.04.14 – Режим доступа : <https://theoryandpractice.ru/posts/8805-language-revolution> – 21.04.2021.

85 Тетерлева, Е. В. Терминологическое соотношение "Сленг-Жаргон-Арго" / Е. В. Тетерлева // Вестник ТвГТУ. – 2015 – №3. – С. 85-87.

86 Трофимова Г. Н. Языковой вкус интернет-эпохи в России. Функционирование русского языка в Интернете. Концептуально-сущностные доминанты [Электронный ресурс] : монография / Г. Н. Трофимова. – Электрон.текстовые данные. – М. : Российский университет дружбы народов, 2009. – 40 с. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/11547.html> – 02.05.2021.

87 Ухова, П. С. Оценочный потенциал лексических единиц молодежного сленга [Электронный ресурс] // Киберленика : Официальный сайт. – 12.03.2018. – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/otsenochnyy-potentsial-leksicheskikh-edinits-molodezhnogo-slenga>. – 11.05.2020.

- 88 Федорова, В. А. Сленг и жаргон: проблема терминологической неопределенности / В. А. Федорова // Молодой ученый. –2021. – № 15. – С. 389-392.
- 89 Хорольцева, В. С. Активные процессы заимствования англицизмов в русском и чешском языках / В. С. Хорольцева // Филология и лингвистика в современном обществе: материалы II междунар. науч. конф. – М.:Буки-Веди. – 2014. – С. 116-119.
- 90 Чигина, Н. В. Англицизмы в современном русском языке [Электронный ресурс] // Киберленка : Официальный сайт.–16.03.2016.– Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/anglitsizmy-v-sovremennom-russkom-yazyke>. – 20.05.2020.
- 91 Чурсина, Т. Н. 1000 самых нужных слов. Разговорник. Сленг. Английский язык / Т. Н. Чурсина – Рипол-Классик, 2013.– 117 с.
- 92 Шуст, А. Н. О мой блог!/ А.Н. Шуст – МИФ, 2019.– 321 с.
- 93 Activity.edu [Электронный ресурс] : офиц. сайт – 26.09.18 – Режим доступа : <https://activityedu.ru/Blogs/interesting/molodezhnyu-sleng-/>. – 25.10.2020.
- 94 Colman, Julie. The Life of Slang / Julie Colman. –Oxforduniversitypress, 2014.–431 с.
- 95 Facebook [Электронный ресурс] : офиц. сайт –22.12.16 – Режим доступа : <https://www.facebook.com/AELCRussian/posts/1159327120771242> / – 25.10.2020.
- 96 FB [Электронный ресурс] : офиц. сайт –21.03.17 – Режим доступа : <https://fb.ru/article/363626/sotsialnyie-dialektyi-opredelenie-i-primeryi> – 20.05.20.
- 97 Jenkinsam, Henry. Spreadable Media: Creating Value and Meaning in a Networked Culture / Henry JenkinsSam – New York University Press, 2017.– 309 с.
- 98 King, Richard. Redskins: Insult and Brand /Richard. King – University of Nebraska Press, 2016.–210 с.
- 99 Philologu.ru : Русский филологический портал [Электронный ресурс] : – М., 2004. – Режим доступа : <http://www.philology.ru/linguistics2/krysin-04c.htm> – 25.10.2020.

100 Sternheimer, Karen. *Connecting Social Problems and Popular Culture: Why Media Is Not the Answer* / Karen. Sternheimer – Westview Press, 2016. – 243 c.

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Частотность употребления сленговых единиц тематической группы «Коронавирус»

Выборка была сделана из 200 просмотренных публикаций. Сленговые единицы данной группы встретились в 46-ти из них.

- КОВИДНИК(И) – 20 раз
- ПОГУЛЯНЦЫ – 10 раз
- ЗУМИТЬСЯ или ЗУМБИТЬСЯДИСТАНЦИОНКА – 7 раз
- ШАШЛЫЧНИКИ – 8 раз
- МАКАРОНОВИРУС – 6 раз
- МАСКОБЕСЬЕ – 6 раз
- КОРОНАПАНИКА – 9 раз
- ГОЛОМОРДЫЕ – 5 раз
- КОРОНАФЕЙКИ – 10 раз
- КОВИДИОТЫ – 8 раз
- КОВИДАРНОСТЬ – 5 раз
- КОВИДЕО – 8 раз
- КОРОНОЙЯ – 7 раз
- КАРАНТИКУЛЫ – 5 раз
- ИНФОДЕМИЯ – 8 раз
- КОРОНАФОБИЯ – 5 раз
- КОВИД-ДИССИДЕНТ – 12 раз
- КОРОНАСКЕПТИК – 10 раз
- КОРОНАЭНТУЗИАСТ – 9 раз