

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХЕРСОНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Факультет української й іноземної філології та журналістики
Кафедра слов'янської філології та світової літератури імені
проф. О. Мішукова

**Лінгвістичні особливості російськомовної інтернет-комунікації
сучасної молоді (на матеріалі соціальної мережі «Фейсбук»)**

Кваліфікаційна робота
на здобуття ступеня вищої освіти «магістр»

Виконала: студентка 212-М групи
Спеціальності 035.Філологія
Освітньо-професійної програми
Філологія (Слов'янські мови та літератури
(переклад включно) перша – російська)
Бурова Вікторія Василівна

Керівник – доктор педагогічних наук, професор
Омельчук Сергій Аркадійович
Рецензентка – доцент
Гайдаєнко Ірина Василівна

Херсон – 2020

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. Зasadничі положення інтернет-лінгвістики	7
1.1. Наукові підходи до вивчення мови всемережжя	7
1.2. Місце мови всемережжя в системі національної мови	14
1.3. Специфіка інтернет-комунікації та її жанрові форми в соціальних мережах	23
РОЗДІЛ 2. Фонетичні, графічні й правописні особливості російськомовних висловів сучасної молоді в соціальній мережі «Фейсбук».....	33
2.1. Позначення в мові всемережжя фонетичного оформлення усно-писемних висловлень	33
2.2. Графічне вираження емоцій та експресії під час інтернет-комунікації	38
2.3. Орфографічні й пунктуаційні недоліки інтернет-висловів	45
РОЗДІЛ 3. Аналіз лексико-фразеологічного та граматичного мовних рівнів російськомовних фейсбучних висловів сучасної молоді	53
3.1. Специфіка використання лексико-фразеологічних одиниць мови всемережжя	53
3.2. Граматична своєрідність інтернет-дописів, коментарів і розмов у месенджері	62
ВИСНОВКИ	74
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	79

ВСТУП

На відміну від телефонної, радіо- чи телекомунікації, інтернет-комунікація спричинила суттєві мовні зміни: появу усно-писемної форми мовлення та специфічного різновиду мови – мови всемережжя.

Розвиток комп'ютерних технологій зумовлює впровадження все нових і нових інтернет-продуктів, що, у свою чергу, відбивається на мовленнєвих інтернет-жанрах. Так, із популярністю блогівих журналів розвивається жанр блогу, мода на соціальні мережі відкриває нові можливості для жанрів допису й коментаря, поширення різноманітних програм миттєвих повідомлень трансформує жанр розмови в «розмову в месенджері». Звісно, тексти кожного інтернет-жанру мають лінгвальні й позалінгвальні особливості, вплив яких на традиційне мовлення відчувається в кожній національній мові.

Російські й українські лінгвісти активно досліджують інтернет-комунікацію та мову всемережжя загалом і специфіку певних інтернет-жанрів або мовних явищ зокрема. Н. Ахренова [2], Л. Іванов [18], Л. Компанцева [28], М. Сидорова ґрунтовно вивчають загальні теоретичні питання інтернет-лінгвістики, О. Буторіна, О. Горошко [10; 13], О. Калита [20], Л. Компанцева [29] – проблеми інтернет-комунікації, О. Горошко, Т. Полякова [12], Н. Рогачева [38] – віртуальне жанрознавство; О. Голошубіна [8] – розмову в месенджері, С. Заборовська – інтернет-щоденники, Є. Карнуп [22] – мікроблоги у твіттері, С. Матвєєва [33] – сайт як жанр інтернет-комунікації, О. Павлова – інтернет-оголошення; Н. Асмус – мовну особистість інтернет-комунікатора та явище карнавалізації, І. Дерік – просодичні особливості ділових повідомлень, Е. Карпов [23] – функціонування сленгу, Г. Ходоренко – ніконіми та ін.

Останніми роками з'явилося чимало лінгвістичних розвідок на матеріалі соціальної мережі «Фейсбук». У частині з них розглянуто

певний жанр або тип тексту: у працях В. Карасика (2018) – репортатив, С. Нерян (2018) [36], В. Степанова (2014) – допис, О. Крижановської (2018) – текст з акаунту політичного журналіста, Є. Штукаревої (2020) [51] – маркетинговий текст. В інших проаналізовано окремі мовні рівні та явища: статтю А. Бобровської (2018) присвячено фразеологізмам і неологізмам, О. Вікторової (2018), С. Воропай (2016) – лінгвокреативному потенціалу загалом, О. Крижановської (2019) – способам вираження мовленнєвої агресії, М. Пільгун (2017, 2018, 2019) – лексико-семантичним ресурсам, О. Радюк і Н. Полякової (2017) – пресупозиції в рекламних мінітекстах.

Поширення комунікації сучасної російськомовної молоді у фейсбуці обумовлює потребу в узагальненні відомостей про інтернет-жанри допису, коментаря й розмови в месенджері та у вивченні мовної специфіки комунікації в цих жанрах саме молодій аудиторії користувачів усережжя. Оскільки наразі спеціальних досліджень такої проблематики, зокрема на матеріалі кількох популярних жанрів, немає, наша робота є доцільною та **актуальною**.

Зв'язок з науковими програмами, планами, темами.

Кваліфікаційну роботу виконано в межах наукової теми кафедри слов'янської філології та світової літератури ім. професора О. Мішукова ХДУ «Актуальні проблеми славістики й методик викладання слов'янських мов».

Мета дослідження – установити фонетичні, графічні, лексико-фразеологічні та граматичні особливості російськомовних висловів сучасної молоді, розміщених у соціальній інтернет-мережі «Фейсбук».

Для досягнення цієї мети реалізовано такі **завдання**:

- з'ясувати наукові підходи до вивчення мови всережжя;
- визначити місце мови всережжя в системі національної мови;
- описати специфіку інтернет-комунікації та її жанрові форми в соціальних мережах;

- схарактеризувати позначення в мові всемережжя фонетичного оформлення усно-писемних висловлень;
- класифікувати графічне вираження емоцій та експресії під час інтернет-комунікації;
- кваліфікувати орфографічні й пунктуаційні недоліки в інтернет-висловах;
- установити специфіку використання лексико-фразеологічних одиниць мови всемережжя;
- виявити своєрідність морфологічних і синтаксичних засобів інтернет-дописів, коментарів і розмов у месенджері.

Об'єктом дослідження виступає російськомовна комунікація в соціальній інтернет-мережі «Фейсбук», **предметом** – фонетичні, графічні, лексико-фразеологічні та граматичні особливості висловів сучасної молоді в інтернет-жанрах допису, коментаря й розмови в програмі миттєвих повідомлень.

Матеріалом для дослідження слугували 300 текстів, створених у соціальній мережі «Фейсбук» інтернет-користувачами віком від 18 до 30 років: 100 дописів, 100 коментарів і 100 реплік із розмов у програмі миттєвих повідомлень. З метою дотримання приватності ніконіми авторів аналізованих текстів у роботі не зафіксовано.

Методи дослідження. Для з'ясування засадничих положень інтернет-лінгвістики, крім загальнонаукових методів аналізу й синтезу, узагальнення, зіставлення тощо, обрано описовий метод та почасти методику лінгвостилістичного аналізу (під час визначення місця мови всемережжя в системі національної мови). Лінгвістичні особливості інтернет-висловів сучасної молоді охарактеризовано за допомогою описового, структурного методу, методик трансформаційного, компонентного, контекстного аналізу. Для обґрунтування результатів застосовано описовий і статистичний методи.

Наукова новизна одержаних результатів полягає насамперед у комплексності та багатоаспектності аналізу російськомовної інтернет-комунікації сучасної молоді, адже досліджено фонетичний, лексико-фразеологічний і граматичний рівні й графічне вираження емоцій та експресії в текстах усіх основних інтернет-жанрів фейсбука; крім того, у роботі визначено статус мови всемережжя в сучасній російській мові.

Практичне значення одержаних результатів: сформульовані положення й висновки можна використовувати в навчальних дисциплінах із культури мовлення, історії лінгвістики, лінгвістики тексту, лінгвістичного аналізу тексту (для здобувачів СВО «бакалавр»), з актуальних проблем розвитку російської мови (для здобувачів СВО «магістр»); за результатами лінгвістичного аналізу можливо організувати подальшу науково-дослідну роботу; здійснене дослідження може стати одним із базових елементів для розроблення нової навчальної дисципліни – інтернет-лінгвістики.

Апробація результатів дослідження. Основні теоретичні положення кваліфікаційної роботи обговорено на кафедрі слов'янської філології та світової літератури ім. професора О. Мішукова ХДУ. Результати дослідження викладено в 1 друкованій праці «Місце мови всемережжя в системі національної мови» [6].

Обсяг і структура. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, основної частини, що містить три розділи, загальних висновків, списку використаних джерел (56 найменувань). Загальний обсяг праці – 83 сторінки, основного тексту – 76 сторінок.

РОЗДІЛ 1

ЗАСАДНИЧІ ПОЛОЖЕННЯ ІНТЕРНЕТ-ЛІНГВІСТИКИ

1.1. Наукові підходи до вивчення мови всемережжя

Усемережжя слугує насамперед для комунікації (процесу обміну інформацією) між людиною й людиною, людиною та групою, групою й людиною, групою та групою, а також між людиною й комп'ютером. Відрізняючись від традиційних форм комунікації (особисте спілкування, листування, телефонна розмова тощо), такий процес, що відбувається в усемережжі, отримав назву «інтернет-комунікація». При цьому найголовнішим засобом комунікації для людства залишається мова, а найперша функція мови – комунікативна, отже, усемережжя реалізує своє призначення передусім через мову. Звісно, застосовуються також невербальні комунікативні засоби, але обсяги вербальної інформації та її специфіка зумовили виокремлення поняття «мова інтернету, або всемережжя». Відповідно науку, що вивчає цю мову, позначають терміном «інтернет-лінгвістика».

Услід за О. Горошко [14], яка 2007 року запропонувала виділити лінгвістику інтернету як окремий розділ науки про мову, інтернет-лінгвістику досліджують Н. Ахренова [2], Л. Компанцева [28], Т. Полякова [37] та ін. 2008 року Л. Компанцева обґрунтувала виокремленість інтернет-лінгвістики: виявлено типологічні особливості всіх рівнів інтернет-комунікації, сформовано специфічну інтернет-лінгвістичну терміносистему [28]. Згодом Т. Полякова підтримала цю думку, висновуючи, що в Україні інтернет-лінгвістика перебуває на етапі становлення [37, с. 151]. Зарубіжні дослідники почали говорити про інтернет-лінгвістику дещо раніше (напр., див. праці Д. Крістала (2001, 2005) [53; 54]).

В останніх дослідженнях Н. Ахренової (2018) констатовано, що найменування «інтернет-лінгвістика» багато вчених досі уживають як метафору, проте, на переконання авторки, цей термін і напярм дійсно існують і мають бути визнані всіма науковцями, так само як визнані політична лінгвістика, медіалінгвістика, етнолінгвістика та ін. [2, с. 43, 45]. Натомість у працях із питань лінгвістики всемережжя можна побачити наче більш звичні терміни «електронна комунікація», «інтернет-комунікація», «комунікація, опосередкована комп'ютером» (далі – КОК), а це – позначення лише об'єкта інтернет-лінгвістики як окремого лінгвістичного напрямку. Крім того, ці найменування не ідентичні.

Найперше здобула популярності назва «КОК» (англ. *Computer-Mediated Communication – СМС*), запропонована Н. Барон (1984) для позначення комунікації, яка здійснювалася за допомогою актуальних на той час сервісів: електронної пошти, дошки повідомлень і текстових конференцій (за [13, с. 445]), – а пізніше поширена завдяки друку в 1990-х рр. міжнародного журналу «*Journal of Computer-Mediated Communication*», який містив статті, присвячені комунікації в широкому розумінні, зокрема й мовою жестів, засобами аудіо- чи візуального мистецтва тощо. Переїнявши термін «КОК», лінгвісти між тим працювали тільки з природною мовою. Із занепадом інших мереж дещо усталилася назва «інтернет-комунікація», а поява мобільних телефонів, смартфонів, айфонів, електронних книг і т. ін. розриває асоціативний зв'язок комунікації в усемережжі лише з комп'ютером і зумовлює найменування «електронна комунікація», «цифрова комунікація». На думку Н. Ахренової [2, с. 46], яку ми цілком підтримуємо, саме термін «інтернет-лінгвістика» є найбільш логічним і доцільним для позначення напрямку, що вивчає функціонування природної мови в новому електронному середовищі – усемережжі, до того ж цей термін акцентує

на лінгвістичній, а не на технічній, соціологічній чи психологічній грані комунікації.

Д. Крістал вважає інтернет-лінгвістику за одночасний аналіз мови усіх сфер усемережжя, зокрема й електронної пошти, чатів, ігор, вебсторінок, а також пов'язаних із КОК галузей, наприклад, СМС-повідомлень [53, с. 1]. Н. Ахренова, як і раніше О. Горошко, визначає цю галузь як новий напрям лінгвістики інтегративного типу, що вивчає функціонування мови в просторі інтернет-комунікацій і поєднує в собі підходи й методи традиційної лінгвістики, соціолінгвістики, психолінгвістики, когнітивної лінгвістики, лінгвістики тексту, гендерної лінгвістики, лінгвопрагматики, герменевтики та формує на цій основі власний дослідницький інструментарій [2, с. 52; 10]. За Є. Карнуп, лінгвістика інтернету – це новий напрям лінгвістичного аналізу особливостей реалізації мови всемережжя з позицій лінгвістичного знання [22, с. 3]. Узагальнюючи ці та інші тлумачення, дефінуємо лінгвістику всемережжя як інтегративний лінгвістичний напрям, який вивчає функціонування мови в усіх різновидах інтернет-комунікації, добираючи підходи й методи вивчення до кожного різновиду відповідно.

Метою цього нового напрямку лінгвістики має стати опис і пояснення особливостей функціонування інтернет-мови з урахуванням складної взаємодії певного відкритого набору факторів і включеності людини до соціально-культурного контексту взаємодії в мережі. Об'єктом дослідження є комунікативна взаємодія в усемережжі, а предметом – мовні особливості інтернет-комунікації на різних рівнях: лексичному, морфологічному, синтаксичному, текстовому (на рівні тексту або сукупності текстів), комунікативному тощо [10, с. 34].

Усемережжя як комунікативне середовище має специфічні ознаки, що роблять його унікальним явищем і, відповідно, впливають на застосовувану мову:

1) поліфонічність (об'єднання різних типів дискурсу й мовленнєвих практик);

2) гіпертекстовість та інтерактивність (напр., гіперпосилання, що дозволяє читачеві здійснювати власну навігацію, а отже, змінювати процес сприйняття тексту);

3) анонімність і дистантність, а також фізична непередставленість комунікантів, можливість у будь-який момент розпочати або завершити комунікацію та відсутність інструментів примусу (ці фактори можуть спричинити стійке відхилення від норм поведінки й мовних норм – напр., явища спаму, тролінгу, «падонкіфську» мову);

4) підміна характеру спілкування, коли через брак інформації про комуніканта інший, щоб досягти своєї мети комунікації, добирає інформацію про нього побічно – з аватару, псевдоніму, указівок на статтю чи вік тощо;

5) емоційна насиченість компенсаторного типу (емоції доводиться виражати або за допомогою графічних вербальних засобів (заголовних літер, повторюваних пунктуаційних знаків та ін.), або спеціальних програмових графічних засобів (напр., емодзі));

6) добровільність і бажаність контактів, що разом із попередніми ознаками сприяють самопрезентації віртуальної мовної особистості та її творчій самореалізації (за О. Горошко [14]).

Д. Крістал указує на закономірну появу нових форм функціонування мови в просторі інтернет-комунікацій [54].

Мову всемережжя лінгвісти вивчають із різних сторін за різними підходами, обираючи їх згідно зі своїми науковими інтересами. Зокрема, Л. Щипіцина пропонує таку класифікацію напрямів досліджень з інтернет-лінгвістики (усі згадування науковців у переліку подано за Л. Щипіциною, бібліографічні описи їхніх праць можна переглянути в монографії-джерелі [52]):

– комунікаційний напрям: учені вивчають усережжя як канал комунікації за технічними характеристиками (Є. Рункель, П. Шлобінський, Т. Зівер, 1998) або за його окремими властивостями (С. Сагер, 1997);

– медіалінгвістичний напрям: досліджується робота інтернет-ЗМІ (С. Кушнерук, 2007; Т. Карпова, 2008); теоретичною базою таких досліджень зазвичай слугує теорія масової комунікації або журналістики;

– стилістико-мовний напрям: мова всемережжя аналізується за різними мовними рівнями (графічним, лексичним, граматичним) (Л. Іванов, 2000 [18], 2001, 2003; Д. Крістал, 2001 [54] та ін.);

– дискурсивний напрям: вивчається інтернет-комунікація в процесуально-діяльнісному аспекті (П. Кондрашов, 2004 [30]; Л. Компанцева, 2007 [29] та ін.);

– жанрознавчий напрям: увагу спрямовано на загальнотеоретичні питання дослідження жанрів усережжя (К. Кроустон, М. Вільямс, 2000; Л. Компанцева, 2008 [28], Л. Щипіцина, 2009) [52, с. 22–28].

Звісно, межі цих напрямів досить умовні, і наукові праці можуть стосуватися кількох із них. Крім того, дослідники подеколи обирають міждисциплінарний підхід, об'єднуючи лінгвістичний аспект проблеми зі психолінгвістичним (А. Петерс, 2003), культурологічним (Е. Вюрц, 2005; О. Волкова, 2007), дидактичним (І. Розіна, 2005), соціологічним (О. Горошко, 2009), з аспектом інформатики (Й. Вагнер, 2002) [52, с. 28]. У таких роботах, як правило, акцентовано на з'ясуванні можливостей практичного застосування результатів дослідження інтернет-комунікації під час створення комп'ютерних програм, вебсторінок тощо.

О. Горошко, дещо вдосконаливши класифікацію Л. Щипіциної, надає такий перелік наукових підходів до вивчення мови всемережжя (усі згадування науковців у переліку подано за О. Горошко,

бібліографічні описи їхніх праць можна переглянути в статті-джерелі [10]):

1) дослідження загальних питань функціонування мови в усережжі та мовного впливу на структуру комунікативного процесу, як-от: явища ускладнення та спрощення мовленнєвих засобів, конкурування стандартів писемного й усного мовлення, що зумовило появу в усережжі нової форми мовлення – усно-писемної (С. Йейтс, 1996). Водночас, за словами Л. Іванова [18, с. 44–45], однією з характеристик інтернет-комунікації є посилена диференціація одних мовних явищ і засобів та дифузність у застосуванні інших (докладніше про це див. у 1.2. – *В.Б.*), що найбільш чітко виявлено на лексичному й змістовно-тематичному рівнях (Іванов, 2000 [18]; Д. Крістал, 2001 [54]; О. Горошко, 2008; С. Геррінг, 2008 [55]);

2) описування жанрів та/або дискурсивних форматів усережжя – типових мовленнєвих форм, що репрезентують функційний стиль із певним набором конституційних ознак (О. Горошко, 2009);

3) вивчення інтернет-комунікативного середовища як із погляду користувачів мережі чи творців електронних ресурсів, так і в аспекті технологій, а також їхнього взаємовпливу на комунікативний процес. Напр., зараз досить інтенсивно досліджують особливості комунікативних процесів в усережжі, обумовлені специфікою певної інтернет-платформи (сервісу), – у соціальних мережах або в мікроблозі, зокрема у «Твіттері», «Фейсбуці» (Дж. Сандерсон, 2008; С. Тонг, Б. Хайде, Л. Лангвелл, Дж. Вальтер, 2008);

4) з'ясування особливостей комунікативних процесів, обумовлених фактором часу (К. Скотт, Х. Цянь, 2007) або ситуаційних обставин (напр., анонімністю) (Т. Паулус, 2008);

5) аналізування впливу культурного фактору (Е. Сегев, Н. Ахітув, К. Барзілай-Нахон, 2007) або зв'язку між певними культурними

практиками й поведінкою користувачів в режимі оф- або онлайн (А. Турнедж, 2008; Р. Гаррет, Дж. Данцигер, 2008);

б) дослідження контенту мереживних ресурсів, напр., Вікіпедії (О. Галавай, Д. Лаккаф, 2008).

Зауважимо, що вище подано підходи до вивчення мови всемережжя, описані у 2010 й 2012 роках. Трохи раніше, у 2008 році, С. Геррінг спрогнозувала напрями майбутніх досліджень [55]: по-перше, має значно збільшитися кількість робіт у галузі саме тих форматів, у яких переважає звукова або графічна інформація (соціальні мережі та мобільна інтернет-телефонія); по-друге, комунікативні процеси будуть розвиватися переважно у формі простого текстового обміну (що актуалізує лінгвістику мови всемережжя – *В. Б.*), оскільки переважання мультимедійних форматів КОК, про яке писали ще наприкінці ХХ ст., так і не відбулося й електронна пошта все ще залишається найпопулярнішою формою спілкування в усемережжі.

Констатуємо справдження такого прогнозу, принаймні в дослідженнях російськомовного сегменту всемережжя за останнє десятиліття:

– з’явилися фундаментальні праці, присвячені вивченню текстових інтернет-форматів (напр., О. Буторіна (2013) – ділова інтернет-комунікація; О. Павлова (2014) – інтернет-оголошення; Є. Карнуп (2015) – компресія повідомлень у твіттері; Е. Карпов (2016) – сленг в інтернет-медіа; О. Михальська (2016) – заголовки сайтів; К. Хан (2016) – інформаційно-аналітичні тексти; Н. Ахренова (2018) [Ахренова] – домінанти інтернет-лінгвістики);

– опубліковано велику кількість наукових розвідок щодо віртуального жанрознавства (О. Горошко, Т. Полякова (2015) [12], О. Горошко (2012, 2014, 2015, 2017, 2019)) та комунікації в соціальних мережах (С. Воропай (2016), О. Вікторова (2018) – лінгвокреативний потенціал фейсбука; О. Радюк, Н. Полякова (2017) – рекламні міні-

тексти у фейсбуці; М. Пільгун (2017, 2018, 2019) – лексико-семантичні ресурси фейсбука; О. Горошко (2012, 2014, 2017) – комунікація у твіттері; І. Ромашова (2014) – твіттер-комунікація корпорацій – і багато інших).

Зважаючи на сучасні загальносвітові обставини (пандемія, зростання значущості карантину й самоізоляції), можливо спрогнозувати збільшення досліджень усно-візуальної комунікації, напр., під час дистанційного навчання.

Розвиток інтернет-сервісів обумовлює розвиток мови всемережжя та створення нових напрямів інтернет-лінгвістики.

Отже, інтернет-лінгвістика – це інтегративний лінгвістичний напрям, який вивчає функціонування мови в усіх різновидах інтернет-комунікації, добираючи підходи й методи вивчення до кожного різновиду відповідно. Мову всемережжя досліджують за різними підходами: власне мовним, жанрово-дискурсивним, комунікативним в аспекті користувачів та технологій, комунікативним в аспекті обмежувальних обставин, культурологічним і контентним (за О. Горошко).

Наше дослідження спрямовано на реалізацію власне мовного підходу з залученням контентного: ми аналізуємо загальні питання функціонування мови в межах певного контенту та взаємовплив мови й структури комунікативного процесу. Водночас із метою найбільш повного розкриття теми ми вивчаємо праці, виконані за різними науковими підходами.

1.2. Місце мови всемережжя в системі національної мови

Будь-яка людина, розміщуючи в усмережжі репліку або текст, не лише виявляє свої лінгвістичні знання та правила культури, але й має змогу за допомогою мовних засобів і знаків (або завдяки відсутності

певних мовних знаків чи одиниць) реалізувати свої творчі поривання, образність мислення, потребу зекономити час, виявити прагнення до свободи думки та її висловлення, тяжіння до нонконформізму тощо. Так усемережжя – вільний простір для комунікації – породжує начебто новий тип мови.

Перед лінгвістами постало питання, чи це спеціальна субмова (як, наприклад, фахова мова), чи жаргон, чи функційний різновид (стиль) мови. До розв'язання цього питання долучилося багато науковців, зокрема Н. Ахренова [2], О. Горошко [10], Л. Іванов [18], Л. Компанцева [28], П. Кондрашов [30], Д. Крістал [54] та ін.

Деякі дослідники англійського сегменту всемережжя говорять про виникнення зовсім нової – мережевої, або електронної мови, позначаючи її термінами «Internet language», «e-language», «e-talk», «wired-style», «geekspeak», «netspeak» та ін. [54, с. 64]. Зауважимо, що термін «СМС – Computer-Mediated Communication» (далі українською – *КОК*) в англійській мові маркує не тільки комунікативне середовище функціонування мови, а й сам різновид мови.

О. Горошко називає мову всемережжя функційною субмовою, якій властиві інтенсивні зміни лексичного й графічного рівнів, застосування паралінгвальних засобів для вираження емоцій, спричинені анонімністю користувачів безмежні можливості для мовних експериментів з ідентичністю людини, а також певна конвенційність – наявність правил спілкування (мережевого етикету, т. зв. мережикету (рос. «сетикета»)) і високий рівень ситуаційної, часової та технологічної обумовленості [10].

Дослідниця комп'ютерного жаргону Л. Стрельбіцька вважає, що в усемережжі сформувалася й динамічно розвивається в розмовно-письмовій формі нова, комп'ютерна, підсистема мови [45, с. 38]. Думку про системність «комп'ютерної мови» підтримує І. Ковальчук, оскільки та функціонує за певними принципами, її кодифіковано (авторка вказує на словники комп'ютерної лексики, словники-довідники для різних груп

користувачів всемережжя), а її побудову підпорядковано протестові проти унормованості [26, с. 47].

Натомість П. Кондрашов визначає «комп'ютерну мову» (мову, яку використовують для вербальної комунікації, опосередкованої комп'ютером, тобто для повідомлень, набраних відправником на клавіатурі, обрамлених як текст на моніторі й надісланих одержувачеві, що перебуває на будь-якій відстані від відправника [30, с. 4]) як функційний (мовленнєвий) різновид мови, функційний стиль на стадії формування. На доведення цього положення науковець наводить такі аргументи: комп'ютерна мова так само, як і інші функційні стилі сучасної російської мови, має специфічну сферу застосування – інтернет-простір; переважною формою мовлення є писемна; основні типи комунікативної мети – передання інформації та власне спілкування; жанрові різновиди – інформаційні сайти, форуми, чати, програми миттєвого обміну повідомленнями, комп'ютерні ігри; мовні особливості – англомовні запозичення, засвоєні за російськомовними моделями, графічні засоби виразності [30, с. 18].

На думку Л. Іванова, мова всемережжя не є ні спеціальною субмовою, ні жаргоном, ні функційним різновидом мови. На підставі жанрової та функційної різноманітності, різноплановості впливів, що обумовлюють формування мови всемережжя, науковець стверджує, що це структура, розташована над субмовами й окремими функційними різновидами, яка поєднує в собі багато жанрових підсистем, розділених відповідно на окремі жанри [18].

Інколи вчені, аналізуючи певний жаргон усемережжя, називають його віртуальною мовою, інтернет-мовою й таким чином сплутують поняття жаргону та мови всемережжя.

Загалом, мережевий жаргон (сленг) має певні специфічні ознаки: 1) невідповідність написання слів сучасним нормам; 2) усталене й упізнаване написання слів; 3) застосування англійських акронімів навіть

: *RTFM* – *read the following manual*, *FAQ* – *frequently asked questions*, *TBONTB* – *to be or not to be...*; 4) використання емотиконів (смайлів); 5) уживання в іншомовних сегментах всемережжя варваризмів – традиційних англійських сленгових висловів, які можуть бути записані або англійською, або й іншою мовою: *Rulez* (захоплення), *must die*, *масдай*, *мастдай* (найгірше побажання); 6) активне використання комп'ютерних професіоналізмів і жаргонізмів: *клава*, *глюк* (збій), *мило*, *чайник* (за А. Калмиковим і Л. Кохановою [21, с. 227]).

Найбільш відомий жаргон російськомовного всемережжя – «падонкіфська», або «олбанська», «албанська», «албацька» мова, що виникла стихійно, вочевидь у відповідь на зауваги інших користувачів щодо правописних помилок та на підтримку користувачів, які отримували такі зауваги в інтернет-просторі, що уявляється втіленням волі й свободи вибору. Цей жаргон полягає в спеціально неправильному написанні слів, що звучать за такого написання в цілому адекватно (спеціальне порушення норм правопису – ератив). Напр., замість російських ненаголошених «е», «о» слід писати «и», «а» й навпаки (*висна*, *галава*), замість «те», «тьс», «дс» – «щц» (*делоецца*, *смияцца*), замість «жи», «ши» – «жы», «шы» (*нешы*, *жызынь*), замість «сч» – «щц» і навпаки (*ще тать*, *исчо*), замість початкового «я» – «йа» (*йаблака*), замість «в» – «ф» або «фф» (*афтар*, *аффтар*), замість оглушених дзвінких – глухі приголосні (*гласки*), а також написання слів разом (*кагдила?*, *нисмишно*) тощо. Крім того, для «падонкіфського» жаргону характерні обценна лексика й певні сленгові мовні штампи. Функціює він у двох різновидах: 1) власне «падонкіфська» мова (формування відбулося в середовищі із суттєвим впливом табуьованої лексики); 2) мова в стилі «превед» (застосовуються лише або переважно зміни фонетичного письма; реалізується на розважальних сайтах). Нині цей жаргон використовують не лише у віртуальності, через рекламні роліки,

фільми, телепередачі, пісні він потрапляє до нашої реальності (за І. Ковальчук [26, с. 46–47]).

Менш поширений жаргон російськомовного всемережжя – «луркояз» (рос.), або мова «Луркомор'я» (рос. – *Луркоморье*) – неформальної, позаформатної гумористичної онлайн-енциклопедії. Цьому жаргонові властиві пейоративна лексика (слова та словосполучення, що виражають негативну оцінку, осуд, презирство, іронію), художня образність (попри тип інтернет-ресурсу – енциклопедія), нелітературні й оригінальні мовні одиниці, що переважно створюють мовну гру (оказіоналізми, неологізми, ненормативна лексика, напр., *мицголить*, *гоблиноид*, *паханат*), деякі графічні прийоми (напр., літуратив – прийом закреслювання запису), а також окремі «падонкіфські» слова (за [17]). Є. Іванников доводить, що «луркояз» є інтернет-жаргоном, а будь-який «інтернет-жаргон можна розглядати як своєрідний соціолект, що має ознаки загального жаргону та функціонує не тільки в інтернет-комунікації, але й в усному розмовному мовленні» [17, с. 58].

Специфічною групою лексики інтернет-мови є діджиспек (англ. *digispeak*) – дослівно «цифрова мова» онлайн-комунікації, що складається з акронімів, які замінюють загальноприйняті вислови, напр.: *DIKU* (*Do I know you?*) замість «Ми знайомі?», «Я Вас знаю?», *FITB* (*Fill In The Blank*) замість «заповніть бланк», *IMHO* (*In My Humble Opinion*) замість «на мою скромну думку», що вже узвичаєно використовують як іменник середнього роду «имхо» (рос.), та багато інших [26, с. 47]. Зауважимо, що останню названу одиницю діджиспіку знає, мабуть, переважна більшість користувачів усемережжя, до того ж вона з мови всемережжя поступово переходить у традиційну: на неї можна натрапити в художніх творах сучасних авторів, у телепередачах, і навіть в аудіопродуктах її фонетичну форму легко ідентифікувати.

Мова всемережжя пропонує не лише своєрідні лексичні новоутворення, а й графічні, які слугують для вираження емоцій та

експресії: капіталізацію (використання заголовних літер), повторення пунктуаційних або інших знаків, застосування особливих друкованих знаків (хештегу, математичних – напр., знаку безкінечності замість цифри «8»), емотикони (смайли, почасти емодзі) тощо. Ці графічні засоби – надбання КОК – виконують у мові всемережжя ті самі функції, що й емоційно-експресивні засоби (фонетичні, лексичні, граматичні), а також стилістичні фігури та прийоми в традиційній мові.

Емотикон смайл (смайлик) (від англ. *smile* – «усмішка») – це «ідеограма, що передає емоції, а також статус, стан, інтенції, просту думку тощо» [49, с. 217]. Смайли є окремішніми візуально-смысловими конструкціями, не мають звукових відповідників і найбільш адекватно сприймаються на моніторі. Їх легко зобразити типографічними знаками, розміщеними на клавіатурі (головне, щоб комбінація знаків нагадувала живу мімічну реакцію, повернуту вліво), і дуже просто ввести в друкований текст, напр.: :-(- – «розчарування»; :-< – «злість»; ;-)) – «сарказм» [Ковальчук]. У російськомовному сегменті всемережжя усміхнений або сумний смайл часто редукується до дужки без позначень очей (двокрапки) і носа (дефіса), а інтенсивність емоцій передають редуплікацією:))))))) або ((([49, с. 218]. Така зручність і доступність, а також потреба інтернет-комунікантів у позначенні емоцій та експресії зумовили активне функціонування смайлів у віртуальній письмовій комунікації. Н. Ковальчук указує, що ці позначки, виражаючи експресію без жодних граматичних характеристик, дуже нагадують вигуки. Але значення вигука як експресивної одиниці усного мовлення передається за допомогою інтонації, натомість смайл виявляється суто письмовим вигуком, значення якого міститься в його графічній формі. Смайли схожі на слова також тим, що можуть виражати різні відтінки значення залежно від контексту. Проте, на відміну від слова, вони є піктограмами й належать до ідеографіки. «Такі знакові аналоги можна знайти в японській, китайській та корейській мовах, де ієрогліфи, як особливий

тип графічних символів, не відображають звучання слова, але однак вважаються словами» [27, с. 54–55]. Смайли не можна вважати окремою мовою (навіть попри їхнє поширення в усіх мовах світу), вони радше виступають як допоміжна система для писемних мов і є очевидним прикладом «візуального тексту в умовах тотальної комунікації чи можливостей повної трансформації форм і змісту самої комунікації в умовах тотальної комунікації чи можливостей повної трансформації форм і змісту самої комунікації» [27, с. 56–57].

Крім пунктуаційно-графічних смайлів, для вираження емоцій, міміки, жестів, стану, а також для уточнення інтонаційного малюнку вислову застосовують традиційні мальовані смайли (символьні обличчя – ☺) та емодзі (емоджі). Емодзі (від яп. 絵 — картинка і 文字 — знак, символ, ієрогліф; яп. вимова [emodzi]) – наступне після смайлів покоління емотиконів, це – невеликі зображення облич, предметів, тварин, природних явищ [24, с. 658]: ☀, ♥, 🎵. Зауважимо, що зі смайлами й мовним середовищем їх зближує те, що вони є знаками на позначення слів або словосполук (але не звуків, які позначені буквами), проте ця знаковість – мальована, анімаційна, тому, на нашу думку, мовної системи вони стосуються лише почасти – планом змісту, але не планом вираження.

За спостереженнями О. Китової, популярність смайлів та емодзі в інтернет-спілкуванні постійно зростає, проте їх не можна вважати «універсальною мовою» мережевого суспільства, вони виконують лише орієнтувальну функцію, указуючи, як слід інтерпретувати повідомлення. Ці знаки найчастіше стають у нагоді під час комунікації в чатах і на форумах, де повідомлення і створюються, і читаються швидко, «на ходу». Натомість емотикони не застосовують під час комунікації з людьми, що мають більш високий статус, із незнайомими або неприємними людьми, в офіційно-діловому спілкуванні [24, с. 662].

Узагалі, лінгвісти зазначають, що мовні зміни, зумовлені появою всемережжя, досить масштабні й стосуються практично всіх мовних рівнів і шарів: насамперед морфологічного (зокрема словотворення) та лексичного (інтернет-неологізми, кальки, запозичення тощо), а також прагматичного (явище мережетикету), соціолінгвістичного (напр., вплив соціальних характеристик користувачів усемережжя), лінгвокультурологічного (створення лінгвокультурних типажів, образів та особистостей) [28], графічного (напр., поєднання різних графічних систем – кирилиці, латиниці, цифрової: *коро4е*, *F2F* замість *face-to-face*, використання *F2F* у кириличному тексті тощо). Проте найбільш суттєво змінилася форма мовлення: інтернет-спілкування відбувається в уснописемній формі (за О. Горошко [10]).

Л. Іванов, дотримуючись концепції концептуальних і формальних форм мовлення, пояснює, що тексти можуть бути концептуально й формально усними (приятельська бесіда, телефонна розмова), концептуально й формально писемними (документ, монографія), концептуально письмовими, але формально усними (публічне читання написаних текстів), а також концептуально усними, але формально писемними (записки школярів, жанри всемережжя) [18].

Є. Іванніков позначає інтернет-мовлення терміном «писемна усність» (відповідно до *secondary orality* – «вторинна усність» У. Онга (1971)) [17, с. 8]

Також існує думка, що в усемережжі панує «усне зафіксоване мовлення», а тип інтернет-спілкування за кількістю учасників найкраще маркує назва «дуолог» – це «розмова, в якій немає обміну думками, тому що користувачі «слухають себе», свій внутрішній голос, а не комунікативного партнера» [26, с. 46].

Зазначимо, що форма мовлення залежить від комунікативної мети. Якщо мовець прагне, наприклад, точно донести офіційну інформацію,

він обере писемну форму, якщо ж на меті – неофіційне спілкування, мовлення буде усно-писемним.

В інтернет-середовищі зміни торкнулися не лише мовних рівнів і форми мовлення. Зокрема, Н. Агапова говорить про трансформацію системи функційних стилів російської мови під впливом інтернет-комунікації [1].

Усемережжя слід розглядати як комунікативне середовище, а отже, мова всемережжя, як і традиційна мова, виконує передусім комунікативну функцію. Відповідно мова всемережжя може реалізовувати такі різновиди комунікативної мети:

- невимушене спілкування (жанри: чат, форум, програма миттєвого повідомлення, особистий електронний лист, коментар тощо);

- передавання, зберігання й пошук інформації, а також навчання (електронний лист, пошукова система, онлайн-словник, онлайн-енциклопедія, електронна наукова стаття, електронний підручник, система дистанційного навчання, почасти блог тощо);

- передавання інформації та водночас вплив, спонування (продукт інтернет-медіа, інтернет-оголошення, опис в інтернет-магазині, реклама, почасти інтернет-допис, блог, коментар та ін.);

- регулювання ділових відносин (корпоративний чат, корпоративна електронна пошта, програма миттєвого повідомлення та ін.);

- створення образів і вплив за допомогою образів (мережева література (поезія, оповідання, повість, п'єса та ін.), почасти блог тощо).

Указані різновиди співвідносні з традиційними функційними стилями мовлення – розмовним, науковим, публіцистичним, офіційно-діловим та художнім, але втілюються в іншій, притаманній тільки всемережжю, системі жанрів і обумовлюють специфічні мовні ознаки.

Отже, мова всемережжя, використовуючи всі засоби традиційної мови, існує в писемній і в специфічній формі вираження – усно-

писемній, реалізує різновиди комунікативної мети, співвідносні з усіма основними функційними стилями, має своєрідні жаргони (напр., «падонкіфську» мову, «луркояз» (рос.), діджиспiк) та особливі групи графічних засобів (зокрема, емотикони). Ці характеристики доводять, що мова всемережжя – не окрема мова, не жаргон, не стиль, а підсистема національної мови, створена для інтернет-комунікації.

1.3. Специфіка інтернет-комунікації та її жанрові форми в соціальних мережах

Усемережжя – особливе комунікативне середовище, у якому кожен може обрати «сектор» відповідно до своїх уподобань або потреб: інтернет-ЗМІ, об'єкти ділових відносин, суб'єктів виявлення творчості, співрозмовників за різними групами інтересів і т.д.

Спілкування в усемережжі має певну специфіку, що обумовлює своєрідні принципи організації інтернет-комунікації, жанрові форми та тактико-стратегічні моделі [20, с. 102].

Для позначення комунікації, яка відбувається в усемережжі, науковці застосовують не лише термін «інтернет-комунікація», але й «електронна комунікація», «комп'ютерний дискурс», «КОК» тощо.

До терміна «електронна комунікація» вдається, зокрема, Є. Карнуп, позначаючи ним писемну міжособистісну комунікацію природною мовою, що здійснюється за допомогою комунікаційних сервісів у глобальних і локальних мережах [22, с. 8].

Дослідник комп'ютерного дискурсу П. Кондрашов трактує його як поведінкову систему мовлення, що характеризується динамічністю й процесуальністю, комунікативністю, персоніфікованістю, ситуаційною обумовленістю, конотативністю, соціальною та культурологічною маркованістю [30].

О. Горошко, обґрунтовуючи термін «КОК», інформує, що нині це найменування маркує всі види спілкування й інформування за допомогою комп'ютера, зокрема в усемережжі. Залежно від комунікативної мети в процесі комунікації можна виділити інформаційний етап (пошук та отримання інформації, англ. *informatics*) та власне комунікативний акт (англ. *conferencing*) (за [13, с. 445–446]). Пізніше, досліджуючи комунікацію, що відбувається саме в усемережжі, науковиця застосовує поняття інтернет-комунікації (напр., див. [10].)

Визнаємо, що описані поняття мають ширше значення, ніж «інтернет-комунікація», адже включають комунікацію в позаінтернетових локальних мережах, за допомогою зовнішніх накопичувачів інформації тощо. Аналізуючи комунікацію тільки в соціальних інтернет-мережах, використовуємо термін «інтернет-комунікація», що позначає, «взаємодію людей за допомогою глобального комп'ютерного Інтернет-середовища з метою взаємообміну інформацією, роботи з інформацією, наявною в Інтернет-джерелах (пошук, аналіз, презентація, оформлення та ін.)» (визначення О. Кущенко [31, с. 10]).

Деякі зарубіжні лінгвісти розкладають загальне поняття електронної комунікації на поняття-складники – від більш широкого до найбільш вузького за значенням:

- інтернет (Internet) як глобальне комунікаційне середовище, комунікативний простір);
- комунікація, опосередкована комп'ютером (Computer-mediated Communication (CMC));
- дискурс, опосередкований комп'ютером, або комп'ютерна комунікація за допомогою розміщених у мережі текстів (Computer-Mediated Discourse (CMD));
- розмова, опосередкована комп'ютером (Computer-Mediated Conversation (CMCs)), – це найменування за значенням наближається до

соціо-психолінгвістичного аналізу мовлення, характеристики якого залежать від формату комунікації (чат, форум, пошта, блог тощо);

– комп'ютерна синхронна й асинхронна текстова комунікація (Synchronous Computer-Mediated Communication (SCMC) and Asynchronous Computer-Mediated Communication (ACMC)) [56].

За такою диференціацією, ми в роботі вивчаємо передусім асинхронну текстову комунікацію (дописи й більшість коментарів користувачів фейсбука) і почасти синхронну (деякі коментарі).

Російські та українські науковці, які досліджують інтернет-комунікацію, кваліфікують такі її характерні ознаки:

1) комунікація відбувається між усіма користувачами всемережжя й навіть із комп'ютерними програмами [26, с. 46], тобто неможливо послуговуватися всемережжям і не бути комунікантом: кожен із нас або надає, або отримує інформацію, тим самим роблячи внесок у формування структури, жанрів або мови всемережжя. О. Калита зауважує, що будь-який суб'єкт інтернет-комунікації одночасно існує в багатьох реальностях і виконує багато ролей, тому комунікація набуває трансформаційної та кроскультурної організаційних характеристик [20, с. 104], О. Бегерська говорить про суспільний характер інтернет-комунікації [4, с. 20], а С. Матвєєва – про обумовленість соціальними факторами [33, с. 5];

2) змішування, поєднання або доповнювання жанрів, стилів, типів і видів мовлення, причому деякі з них зникають, а інші з'являються [20, с. 104]; «синтез принципів оформлення інформації та реалізації комунікативних цілей традиційних форм, моделей і різновидів комунікації» [33, с. 5]; будь-які об'єкти, потрапляючи з оффлайну в онлайн, і властивості суто мережевих явищ зазнають значних змін [15];

3) опосередкованість комп'ютером, дистантність і розділення в просторі та/або часі, що роблять інтернет-комунікацію

багатокомпонентною, унаслідок чого постають дві моделі її реалізації – асинхронна й синхронна [4, с. 20; 20, с. 104];

4) використання як засібу комунікації не тільки тексту, але й зображень, звуку та ін., що свідчить про розмиття меж поняття тексту: мережевий текст може складатися не лише з лінгвістичних одиниць, крім того, суттєво розширюється розуміння й значення контексту [Долгополов]; ця ознака увідповіднюється до розширення «діапазону каналів зв'язку й особлива їхня комплексна взаємодія» [33, с. 5];

5) застосування особливої форми мовлення – усно-писемної та, відповідно, створення нових норм, уживання спеціальних знаків і символів, можливість редагування розмовного тексту тощо [4, с. 20; 20, с. 106];

6) інтерактивність [4, с. 20; 20, с. 106; 33, с. 5];

7) особлива відкритість [20, с. 106; 33, с. 5],

– а також оперативна спрямованість (швидкість зворотнього зв'язку) [4, с. 20], вплив особливостей мотивації користувачів, можливість включення до комунікативного процесу лише окремої соціальної групи [15]; умовність, прагматична організованість, доступність [20, с. 106] та ін.

Кожен із типів сучасної комунікації (за О. Калитою – усна, писемна (документальна) та електронна [20, с. 103]) співвідноситься із певною системою жанрів. Науковці активно досліджують інтернет-жанр (жанр електронної комунікації) як сталі типи тексту, що обслуговують в усемережжі типову комунікативну ситуацію, а їхня комунікативна мета обумовлює форму тексту [12, с. 120].

Услід за розвитком технологій віртуальна жанрова система регулярно змінюється та поповнюється новими одиницями, тому й класифікації інтернет-жанрів складнішають і вдосконалюються.

Зокрема, Л. Іванов (2000) розподіляє інтернет-комунікативні жанри за двома групами: 1) загальноінформаційні (жанри новин),

науково-освітні та спеціальні інформаційні жанри; 2) художньо-літературні, розважальні, ділові й комерційні жанри [18]. Як бачимо, основним критерієм такого розподілу є тематичний, а деякі жанри залишаються поза ним, зокрема соціальні мережі, які на той час тільки-но почали з'являтися.

Іншого критерію дотримується П. Кондрашов (2004): він аналізує жанри за ситуаційною обумовленістю. За його спостереженнями, форуми вирізняються ситуацією довіри й зацікавленості, чати – стрімкого полілогу з елементами «карнавальності», у програмі миттєвих повідомлень (на той час – ICQ) панує ситуація дружньої бесіди з жартами та мовною грою, комп'ютерні ігри можуть будуватися на різних ситуаціях залежно від сценарію [30, с. 16]. Звісно, такий перелік жанрів є неповним, та все одно критерій ситуаційної обумовленості не можна застосувати до багатьох інших жанрів – сайтів, відеоконференцій, соціальних мереж тощо, оскільки різні інтернет-комуніканти можуть проектувати зовсім різні комунікативні ситуації в одному середовищі (жанрі).

3-поміж вторинних жанрів (первинними є традиційні мовленнєві жанри, як-от розмова, повідомлення, запит, порада, інструкція та ін.) Н. Рогачева (2011) вважає базовими для інтернет-комунікації лише блог, форум і чат та їхні структурні елементи – блог-допис і блог-коментар [38, с. 9]. Вочевидь, ідеться не стільки про комунікацію, скільки про спілкування як різновид обміну інформацією.

Дослідження з віртуального жанрознавства постійно доповнюються новими інтернет-жанрами. Зокрема, 2006 року С. Матвеева до основних жанрів зараховує сайт, електронну пошту, чат, відеоконференцію, форум, гостьову книгу, дошку оголошень, зазначаючи, що цей список є відкритим [33, с. 6]; 2012 року в праці О. Калити до такого переліку додано блог, домашню сторінку, електронний журнал, електронну бібліотеку, каталог, рекламний банер,

але так само з позначкою про можливість продовження реєстру [20, с. 106]; 2016 року Е. Карпов, поряд з електронною поштою, чатом, електронною дошкою оголошень та комп'ютерними конференціями, включає до жанрової класифікації вебінари, соціальні мережі («Вконтакте», «Однокласники», «Фейсбук»), програми миттєвих повідомлень (Вайбер, Вотсап) [23, с. 12]. Як бачимо, кількість жанрів постійно зростає, але їхнім класифікаціям бракує певної стрункості, чіткості.

Зауважимо, що деякі згадані жанри можуть містити в собі інші жанри, напр., соціальні мережі мають убудовані програми миттєвих повідомлень (загальна російська назва – «личка»: *написать в личку*) або відеодзвінків, деякі сайти – чати й чат-боти, усюди можна стикнутися з рекламними банерами. Тому найбільш логічним вважаємо ієрархічний підхід до опису жанрів інтернет-комунікації О. Горошко та Т. Полякової (2015), за яким слід розмежовувати гіпержанри всемережжя й інтернет-жанри, а також субжанри та жанроїди:

- гіпержанр усемережжя – це макроутворення, що супроводжує соціально-комунікативні ситуації та складається з декількох жанрів: сайт, блог, соціальна мережа, електронна бібліотека;

- інтернет-жанр: електронна пошта, форум, чат, електронна дошка оголошень, програми миттєвих повідомлень (уточнімо: розмови в програмах миттєвих повідомлень – *В. Б.*), віртуальна конференція, допис, коментар, рекламний банер [12, с. 123];

- субжанр – мінімальна жанрова одиниця, яка ще не є жанром;

- жанроїд – перехідна форма, що здається мовцям нормативною та поєднує в собі ознаки кількох жанрів [39, с.14–15].

Дослідники відзначають досить значний вплив інтернет-технологій на гіпержанри всемережжя, що спричиняє креолізованість текстів (комбінування засобів різних семіотичних систем), гіпертекстуальність, оперативність, інтерактивність тощо [12, с. 124].

Прикладом такого гіпержанру є одна з найвідоміших соціальних мереж – «Фейсбук», що працює на основі інтернет-технологій другого вебу (веб 2.0), за якого зміст можуть створювати й редагувати звичайні користувачі, і кількість таких інтернет-комунікантів необмежена.

У фейсбуці інформація (текстова, знакова, візуальна (світлина, малюнки, демотиватори), аудіо- та відеоконтент) групується за сторінками користувачів, а мовленнєва комунікація відбувається в різних жанрах, основними з яких є допис (рос. *пост*), коментар і розмова в програмі миттєвих повідомлень.

С. Нерян вважає, що **допис** посідає особливе місце в розгалуженій системі мовленнєвих жанрів соцмереж. Вивчаючи в соцмережах сторінки публічних або юридичних осіб, учена називає допис «оперативною реакцією на події в суспільстві і вираженням думок публічної особи з формулюванням власного ставлення до описаної ситуації» [36, с. 66], зазначаючи, що допис має синкретичний характер і нечіткість меж, трансформується від приватної репліки-реакції до публічної заяви, тому його складно дефінувати [36]. Зауважимо, що користувачі всемережжя, які не є публічними особами, більш вільно обирають форму й зміст допису: досить часто це просто світлина або малюнок, відео, можливо, із коротким написом або емотиконом.

Інтернет-допис є монологічним жанром, у якому виражається особистісна позиція автора щодо будь-якого питання, може містити аргументацію та здійснювати функцію впливу на читачів. За виконуваною комунікативною метою та іншими стилістичними характеристиками допис є синкретичним жанром і виявляє ознаки не тільки публіцистичного, а й розмовного, офіційно-ділового та художнього функційних стилів [36, с. 68].

Диференціюють такі різновиди дописів: допис-повідомлення, допис-пояснення, допис-прохання, допис-подяка, допис-емоція, допис-

вітання. Подана класифікація є відкритою, крім того, дописи можуть бути гібридними [36, с. 68–69].

Інший мовленнєвий інтернет-жанр соціальних мереж – **коментар**, або **комент** (рос. *комментарий* – *коммент, каммент, комент, камент*), альтернатива найменування якого виникла під впливом моди на графічну трансформацію слів [49, с. 123]. Цей жанр відрізняється від усіх відомих видів коментаря: наукового коментаря, коментаря-примітки, аналітичного коментаря, коментаря в ЗМІ, коментаря-протесту [48, с. 84], – оскільки він є реакцією не на традиційний текст або подію, тим паче не поясненням або тлумаченням, а реакцією на допис, часто – вираженням домінантної емоції читача без претензії на істинність. Інтернет-коментар як жанр виокремлює Т. Стексова, доводячи, що головна комунікативна мета такого коментаря (висловлення особистого ставлення, переважно негативного, до події чи її героя) перетворює його з інформативного жанру на оціночний, а подеколи – і на імперативний [43, с. 84].

Автором коментаря в соцмережі може виступити будь-який зареєстрований користувач цієї мережі. Тип його реакції на допис (емоційна реакція, ігрова, раціональна чи прагматична) обумовлює вибір мовленнєвої стратегії – іронічної, агресивної, конфліктної, стратегії співробітництва тощо. Коментар є відкритим жанром, адже може заохотити користувачів до подальшої комунікації та стати об'єктом наступних коментарів [43, с. 84–85; 48, с. 86]. Тобто цей жанр за своєю суттю є діалогічним, має потенціал для полілогічності, може складатися тільки з графічних знаків або емотиконів, а також містити різні формати комунікації (малюнки, світлини, відео тощо).

Програма миттєвих повідомлень слугує для обміну в усемережжі повідомленнями в реальному часі. Цей жанр має назву «**розмова в програмі миттєвих повідомлень**, або **в месенджері**» й відрізняється з-поміж інших жанрів соціальних мереж швидкістю передавання

інформації та, насамперед, приватністю. О. Голошубіна надає таке визначення: «це інформаційно-фатичний (фатичний – який виконує важливу етикетну функцію для встановлення або підтримання контакту – В. Б.) жанр мовлення у формі діалогу з невеликими за обсягом репліками, який здійснюється в режимі реального часу за допомогою служби (програми) миттєвого обміну повідомленнями» [8, с. 11]. Його специфічними комунікативними характеристиками називають діалогічність, усно-писемну форму мовлення, знижене мовлення та експресивність [11, с. 94]. Мовні особливості цього жанру обумовлені прагненням комунікантів (переважно двох, хоча можливі й полілогічні конференції) максимально наблизити писемне спілкування до невимушеної розмови, увідповіднивши доступну графіку до фонетичних явищ та емоційного забарвлення спонтанного мовлення, напр. навмисно не писати деякі букви на позначення голосних, показувати крик або підвищений тон заголовними літерами тощо [9, с. 211]. Так розмова в месенджері виявляється яскравим прикладом застосування усно-писемного мовлення. Як і усна комунікація, вона будується за законами зручності, простоти й економії зусиль, але як будь-яка писемна – має бути написаною (надрукованою) [11, с. 94].

Комунікація за допомогою програми миттєвих повідомлень вирізняється тематичною неоднорідністю, але переважають розмови за темами, пов'язаними з побутом або міжособистісними стосунками. Стосунки між комунікантами можуть бути не лише довірливими, дружніми, любовними, але й неприязними, ворожими тощо; як правило, це стосунки рідних або добре знайомих людей, рідше малознайомих або зовсім незнайомих [8, с. 10].

Отже, інтернет-комунікація як взаємодія людей за допомогою всемережжя з метою взаємообміну інформацією та роботи з інформацією, наявною в інтернет-джерелах, має певну специфіку, що обумовлює як своєрідні принципи організації комунікативного процесу,

так і жанрові форми. Характерними ознаками інтернет-комунікації є здійснення комунікації між усіма користувачами всемережжя й навіть із комп'ютерними програмами; змішування, поєднання або доповнювання жанрів, стилів, типів і видів мовлення; опосередкованість комп'ютером, дистантність і розділення в просторі та/або часі; застосування як засобу комунікації не тільки тексту, але й зображень, звуку та ін., посилення значущості контексту тощо.

Кількість інтернет-жанрів постійно зростає, вони можуть поєднуватися або перемішуватися, тому найбільш логічною є жанрова класифікація О. Горошко й Т. Полякової, за якою розмежовано гіпержанри всемережжя, інтернет-жанри, субжанри та жанроїди. Соціальна мережа – це гіпержанр, у ньому комунікація відбувається насамперед у жанрах допису, коментаря (коменту) й розмови в програмі миттєвих повідомлень (у месенджері). Інтернет-допис – це монологічний жанр, у якому виражається особистісна позиція автора щодо будь-якого питання, може містити аргументацію та здійснювати функцію впливу на читачів. Коментар (комент) є реакцією на допис, часто – вираженням лише домінантної емоції читача; за своєю суттю він діалогічний і має потенціал для полілогічності. Розмова в месенджері – діалогічний (за потреби користувачів може бути полілогічним) інформаційно-фатичний жанр, що вирізняється насамперед приватністю, а також швидкістю передавання інформації та реалізацією переважно в режимі реального часу.

РОЗДІЛ 2

ФОНЕТИЧНІ, ГРАФІЧНІ Й ПРАВОПИСНІ ОСОБЛИВОСТІ РОСІЙСЬКОМОВНИХ ВИСЛОВІВ СУЧАСНОЇ МОЛОДІ В СОЦІАЛЬНІЙ МЕРЕЖІ «ФЕЙСБУК»

2.1. Позначення в мові всемережжя фонетичного оформлення усно-писемних висловлень

Аналіз лінгвістичних особливостей російськомовних висловів сучасної молоді в соцмережі «Фейсбук» здійснено на матеріалі 100 дописів, 100 коментарів і 100 реплік із розмов у програмі миттєвих повідомлень, дібраних методом суцільної вибірки в облікових записах (акаунтах) інтернет-користувачів віком від 18 до 30 років. Оскільки в розмові в месенджері переважно неможливо виокремити діалоги (протягом років комунікації двох мовців відбувається, по суті, один діалог, у якому, наприклад, вітальні речення можуть бути віддаленими на кілька днів, тижнів, місяців), для дослідження цих розмов виділено змістові блоки й узято з них потрібну кількість реплік.

До вибірки не включено дописи, коментарі й репліки, які не містять знаків мовної графіки, а складаються лише з емотиконів або світлин, малюнків, відео тощо.

Метод суцільної вибірки надає репрезентативності статистичному аналізу як усього масиву отриманих даних, так і груп висловів за інтернет-жанрами, що обумовлює спосіб ілюстрування зафіксованих мовних явищ: для кожного аналізованого явища вказано приклади його реалізації в дописах, у коментарях, у репліках із розмов у програмі миттєвих повідомлень.

Усі приклади подано з точністю до кожного знака, зокрема й пропуску. Зауважимо, що анімовані емотикони (емодзі) зазвичай створено за допомогою коду, який у програмі «Microsoft Word»

відображається лише у вигляді прямокутника. Оскільки емотикони є важливим виражальним засобом мови інтернету, вислови з ними ми залишаємо без змін – чи то з пунктуаційними смайлами, чи то з прямокутниками замість емодзі, чи то подекуди з малюнком.

Основною формою міжособистісної мовленнєвої комунікації в усережжі є усно-писемна, тому вважаємо доцільним охарактеризувати позначення фонетичного вираження висловлювань, специфічне для інтернет-середовища. Описані далі особливості є фонетико-графічними, оскільки в тексті виявляються за допомогою графічних знаків.

Є. Штукарева до таких особливостей (щоправда, на матеріалі маркетингових текстів) зараховує передавання довготи голосних за допомогою повторюваних літер; вираження модуляції голосу шляхом комбінування заголовних і рядкових літер; вияв неповної вимови у фонетичних скороченнях; посилене інтонування через повторення окличних чи питальних знаків; досягнення виразності та значеннєвої актуалізації прийомом закреслення написаного, роботою зі шрифтом (змінення кольору, типу, розміру тощо), поєднанням заголовних і рядкових літер; зменшення обсягу повідомлень за допомогою графічних скорочень а також певних математичних знаків (+, =) [51, с. 187–188].

Натомість О. Широких виділяє явища фонетичного рівня (на матеріалі чату), не звертаючись до графіки: редукцію та збільшену довготу голосних, спрощення груп приголосних, втрату в деяких поширених словах певних звуків і звукосполук, словесний та логічний наголоси [50, с. 348].

Під час нашого дослідження в дібраних висловах зафіксовано не всі явища, зазначені Є. Штукаревою та О. Широких, що пояснюємо невисокою частотністю певних явищ в інтернет-мовленні молоді та специфікою віртуальних мовних особистостей авторів нашого фактичного матеріалу. Зокрема, в аналізованих висловах не трапляються явища позиційних чи комбінаторних модифікацій голосних і

приголосних фонем (крім слова *жись*, у якому, вірогідно, після усічення *н* відбулось оглушення кінцевого дзвінкого *з*: *жизнь – жизь – жись*), спрощення груп приголосних, виділення наголошеного складу або логічного наголосу.

Виявлено 9 випадків **втрати окремих звуків чи звукосполук** (стягнення, випадіння, усічення): по 1 в дописах (*Жись - боль* 😊 [емотикон]) і коментарях (*Добр веч* – імітація «проковтування» кінцевих звуків) та 7 у розмовах у програмі миттєвих повідомлень (напр., – *Ну эт мы можем*; – *Ну хош завтра, мне оно монописуально*; – *Бл*; – *Ну оке*; – *Как погода в х?*; – *ну че ты там*; – *Хех, спасиб, чё*)).

За Н. Рогачевою, усічення – це тип мовної гри, який надає спілкуванню тональності дружньої бесіди, а також допомагає економити час [38, с. 16]. Аналізовані фонетичні скорочення застосовано переважно для економії часу. Деякі з них можуть бути зрозумілими лише дуже обмеженому колу комунікантів (напр., *х* – *Херсон*), значення інших зрозуміло й без кінцевих звуків (*Добр веч*), а слова *хош* і *чё* – давні російські просторіччя, хіба що інтернет-комуніканти остаточно скоротили знак *ь* у кінці *хошь* (від *хочешь*).

Зафіксовано 7 слів зі **збільшеною довготою (розтягненням) голосних або протяжною вимовою сонорного звука**: у дописах – 4 одиниці (*БАКАЛАВР, eeee; Другими словами, мне ничего не нравится* 😊 [емотикон] *хоть в кино я люблю ходить oooooочень сильно* 😊 [емотикон]; *Швыдкисный поезд бляя* 😊 [емотикон]; *Ммммм вкусно*))))); у коментарях – 2 од. (*Боже красота то какаяяя!!!!!! Все краски цветааааа!!!!!!*); у розмовах у програмі миттєвих повідомлень – 1 од. (– *даааааа*). Розтягнення або протяжну вимову звука позначають повторюваними літерами, причому кількість повторів не регламентовано: у наших прикладах їх від 3 до 7. Оскільки розтягують не обов'язково наголошені голосні, а в такий спосіб інколи

просто виражають емоційні переживання чи експресію, описуване явище є фонетико-стилістичним.

У 3 висловах зареєстровано записи **фонетичних слів разом із проклітиками**: в 1 коментарі (*данунах*) і 2 репліках із розмов у програмі миттєвих повідомлень (– *ниада мангал*; – *Какжизньмолодая?*). Як бачимо, останнє речення складається з одного фонетичного слова, де повнозначна одиниця *жизнь* виконує функцію проклітика. Це явище зумовлене точним передаванням швидкого спонтанного мовлення.

Найчастіше автори аналізованих висловів письмово виражають такий просодичний засіб, як **оклична інтонація**, – у 29 випадках. Дописи містять 13 прикладів, як-от: *Уважение таким людям!; С днем рождения, Повелитель Бород!; во это гиганты!* 😊 [емотикон]; коментарі – 15, зокрема: *жуть, да уж, есть и такая сторона медали, нужно голосовать за!; Да дерьмо полное ! Только реклама и побольше льда !; Йоперный балет!))*); *Просто осенняя сказка!*; розмови в програмі миттєвих повідомлень – 1: – *Мангал Нада!*

Цікаво, що знак оклику в інтернет-спілкуванні має особливе значення: якщо мовець узагалі не любить застосовувати розділові знаки (прояв мовної особистості), то знак оклику наприкінці речення все-таки поставить (звісно, за наявності відповідної інтонації), напр.: *Спасибо Друг за замечательный подарок!!!*

Якщо збільшення довготи звуку позначають повторенням літер, то **посилення інтонації** передають повторюваним пунктуаційним знаком. Цього явища немає в аналізованих розмовах у месенджері (імовірно, у зв'язку з економією часу та високою швидкістю набирання тексту), але його зафіксовано в 5 дописах (напр., *Поздравляем с Днем рождения !!! Будь счастливой и любимой!!!!; Поздравляю нас всех с наступающими новогодними праздниками!!!! ... С Новым 2020 годом!!!*) і 9 коментарях (напр., *А вы о чем там говорите или решаете что? Почему решили такую движуху начать????!; Уже бы в бочках солили....зачем столько*

банок??; Кто ты такой дядя????); разом – 14 випадків. Кількість повторюваних знаків не регламентовано.

У соціальних мережах інтернет-комуніканти групуються за інтересами, родинними зв'язками, місцем роботи або навчання, а також за регіоном проживання. Крім того, «Фейсбук» актуалізує для користувача інформацію за такими самими параметрами. Тому авторами дібраного російськомовного матеріалу є переважно українці, зокрема жителі Херсонщини, а отже, у висловах трапляються українські слова, звучання яких передано або російською, або українською графікою.

Передавання україномовного звучання виявлено в 9 випадках: дописи – 2 од. (*Швыдкисный поезд бляяя* 🤔 [емотикон]; *Дякую Вам за то, что Вы есть!*); коментарі – 2 од. (*А шо не так?; мне – реве та стогне просится*))))); розмови в програмі миттєвих повідомлень – 5 од. (*– а може завтра?; – Шо; – соняшно, тепло; – та усталва; – И сделали "ластівку"*).

Отже, у російськомовних інтернет-висловах сучасної молоді виявлено такі фонетико-графічні особливості: окличну інтонацію – у 9,7 % від загальної кількості аналізованих висловів; посилення інтонації – у 4,7 %; втрату окремих звуків чи звукосполук – у 3 %; передавання україномовного звучання – у 3 %; збільшену довготу голосних звуків або протяжну вимову сонорного – у 2,3 %; запис фонетичних слів разом із проклітиками – в 1 %.

Автори дописів найчастіше вдаються до позначення окличної інтонації (це явище виявлено в 13 % від загальної кількості дописів), рідше – до посилення окличної або питальної інтонації (5 %) та розтягнення голосних і протяжної вимови сонорних звуків (4 %), зрідка – до передавання україномовного звучання (2 %) та втрати звуків і словосполук (1 %).

У межах коментарів спостерігаємо таке співвідношення: оклична інтонація – у 15 % від загальної кількості коментарів, посилення

інтонації – у 9 %, розтягнення голосних – у 2 %, україномовне звучання – у 2 %, втрата звуків і словосполук – в 1 %, а також запис фонетичних слів із проклітиками – в 1 %.

Натомість для розмов у програмі миттєвих повідомлень найбільш характерною фонетико-графічною особливістю є втрата звуків і звукосполук (7 % від загальної кількості реплік із розмов у месенджері), а також передавання україномовного звучання (5 %); зрідка трапляються запис фонетичних слів разом із проклітиками (2 %), розтягнення голосних (1 %) та оклична інтонація (1 %).

2.2. Графічне вираження емоцій та експресії під час інтернет-комунікації

Під час друкування за допомогою комп'ютера тексту дуже легко й зручно застосовувати різноманітні графічні засоби: напівжирний шрифт, підкреслення, закреслення, курсив, інший тип шрифту, кольоровий шрифт, заголовні літери, знаки з інших знакових систем, символи тощо. Навіть для повторення пунктуаційного знака не потрібно кілька разів виконувати рухи дрібної моторики (на відміну від написання тексту рукою), а достатньо один раз одним пальцем натиснути клавішу й потримати її. Така зручність зумовлює активне використання графічних засобів для передавання емоцій, що є вкрай важливим для інтернет-комунікації, і посилення експресії висловів. Звісно, подеколи ці засоби реалізуються через технічну невправність або неухажність, але переважно інтернет-комуніканти послуговуються ними свідомо.

У цьому підрозділі акцентуємо на застосуванні мовної графіки з метою вираження (або підсилення) емоційно-експресивного змісту інтернет-вислову. Зокрема, М. Загідуллїна однією з ознак комунікації періоду переходу до «післяграмотності» (термін авторки) називає розвиток т. зв. емописемності: сучасне усно-писемне мовлення інтернет-

комунікації рухається в бік емоційної репрезентації, відшукуючи в технологічно німій системі все нові способи передавання емоцій [16, с. 192].

Т. Коваль витлумачує графічні засоби експресивізації як «специфічні утворення, що супроводжуються графічними видозмінами переосмислюваного компонента, завдяки чому він більше увиразнюється й привертає увагу читача» [25, с. 13]. Інколи на позначення такого явища вживають найменування «графічні ігри» (за А. Каленською [19, с. 138]).

Ураховуючи результати досліджень А. Каленської [19], А. Мосцевенко [35], Є. Штукаревої [51] щодо специфіки графічного увиразнення мови всемережжя, ми проаналізували російськомовні дописи, коментарі й репліки з розмов у програмі миттєвих повідомлень в соцмережі «Фейсбук» і виявили такі особливості графічного вираження емоцій та експресії:

1. Капіталізація (написання слова, вислову, тексту заголовними літерами для експресивізації письмового тексту або для акцентування слова, вислову, речення тощо [19, с. 138]) – 18 випадків, а саме: у дописах – 10 (напр., *С Днем Рождения, Тём*); *10 изобретений, которые МОГЛИ ИЗМЕНИТЬ МИР, которые МЫ НЕ УВИДИМ никогда. ЗАПРЕЩЁННЫЕ технологии*), у коментарях – 7 (напр., *Это достояние Планеты!*) *Могучие Великаны*) [ідеться про дерева]; *Матушка ПРИРОДА, прекрасна в любом уголке ЗЕМЛИ и в любое время года!*), у розмовах у програмі миттєвих повідомлень – 1 (*Мангал Нада!*).

2. Виділення іншим шрифтом (напівжирним, курсивом, кольоровим тощо) – 4 випадки, причому всі однотипні: вітання виділено червоним кольором і напівжирним шрифтом. Таке явище зафіксовано лише в 1 дописі (*В последний день весны. Поздравляю!*) і 3 коментарях (*Поздравляем* 😊😊 [2 емотикони] і т.п.).

однакових висловів, 22 емотикони-емодзі «губи» й «троянда»; *Почему мне так смешно* 😂😂😂😂😂😂😂😂😂) і 3 репліках із розмов у програмі МИГТЄВИХ ПОВІДОМЛЕНЬ (напр., – *полежу, а там глянем*))))); – *Мазацупа* 🍌🍌🍌🍌).

7. **Комбінування літер із різних абеток** знайдено лише у 2 коментарях: *Фокусник был в аһуе* 🍷 [емотикон]; *Как же я их люблю... эти ваши ААХ Эксплоужены...* 🍷 [емотикон] (ААХ – назва фірми, що виробляє барабанні тарілки, латиницею, *Эксплоужены* – «вибухові» барабанні тарілки).

8. **Хештеги (#) і посилання** використовують автори 15 дописів, як-от: *...Лето в разгаре* 🌻 [емотикон] *Music Theater* [General Voice](#); *Прямо сейчас! Открытие фонтана в Потемкинском сквере.* [#свет от #slon_ivent](#) [#Креативная_мастерская_Слон](#); *...Авторы комикса - просто охренительно юморные ребята! Рекомендую* 😊 (=) <https://acomics.ru/~arthas/96>. Хештеги й посилання не лише експресивізують вислів, а дають змогу читачеві продовжити комунікацію за певними інтересами.

9. **Застосування особливих друкованих знаків або піктограм** (!), (!!!), (?), (* – для описування дій від 1 чи 3 особи, цензурування обценної лексики або коригування слова (за Н. Рогачовою, це – один із типів мової гри [38, с. 16]) зафіксовано у 2 репліках із розмов у програмі МИГТЄВИХ ПОВІДОМЛЕНЬ: – *?** (значення астериска не зрозуміло); [*– а твой*] – *твоя*?* (астериск позначає коригування слова).

10. **Емотикони (смайли, мальовані смайли, емодзі)** – найбільш поширений графічний засіб вираження емоцій та експресії – використано в 109 висловах: 55 дописах (напр., *привет именинник*))) *здравия и успеха!*; *Доброго утречка;*); *Не хватает;*); *Моё солнышко* 🌻 [емотикон] - *моя дьяволица* 😇❤️ [2 емотикони]; *Серия книг классная* 😊 :.) *рекомендую* 😊(;)...), 33 коментарях (напр., *Плачу, спасибо* 🙏❤️❤️❤️

♥ [9 емотиконів]; *Чудеса, да и только!* 😊 😊 😊 😊 😊 [5 емотиконів – різні дерева й пейзаж]; *Вот это красотища!!!уже хочу туда!* 😊 😊 😊 😊 😊 ; *Красотка* 🌻 🌻 🌻 🌻 🌻 [5 емотиконів]) і 21 репліці з розмов у програмі миттєвих повідомлень (– *огурчик рик*)); – *Маринуй*); – *Вчера в баре его нашли* 😊; – *Звучит и смешно и грустно* 😊). При цьому в 31 дописі (56,4 % дописів з емотиконами), 15 коментарях (45,4 % коментарів з емотиконами) та 5 репліках (23,8 % реплік з емотиконами) ужито більше ніж 1 емотикон – до 20 в дописах (як різних, так і повторюваних), до 22 у коментарях і всього лише до 4 у репліках.

Цікаво, що одна з реплік розмови в месенджері (*огурчик рик*)) складається, по суті, лише з емотикона: автор не знайшов знака, який би позначав саме Ріка Огірка (персонажа популярного серед молоді мультсеріалу «Дорослий плавець»), тому просто описав його.

Загалом, в аналізованих висловах інтернет-комуніканти позначають емотиконами здебільшого позитивні емоції, уживаючи смайли, що посміхаються, підморгують, емотикони-серця, емотикони, які вказують на свято або виражають піднесений настрій. Зрідка трапляються емотикони для маркування негативних емоцій, але через іронію, сарказм. Напр., допис *Илюха, у тебя фото "я - рыбка" не осталось?* 😊 😊 😊 доповнено трьома смайлами, що плачуть, проте у вислові не йдеться про трагічні події, такими їх можна вважати лише іронічно. Висновуємо, що для сучасних молодих інтернет-комунікантив не характерно публічно ділитися сумними новинами; вони прагнуть або промовчати, або приховати негативні емоції за іронією, сарказмом, або замістити стан іншими емоціями, а якщо й виговоритися, то приватно, у програмі миттєвих повідомлень.


11. Використання лише рядкових літер (мінімізація) – надбання мови всемережжя, що сприяє виявленню мовної особистості, а також створює атмосферу довіри, близькості, інтимності (пор. дописи *С Днем*

Рождения! 🍷🍷🍷🍷🍷 [5 емотиконів]; с днём рождения тебя 😊😊😊 [3 емотикони]). В аналізованих висловах виявлено 38 випадків заміни рядковими літерами нормативних заголовних: у дописах – 3 (напр., *привет именинник*))) *здравия и успеха!*), у коментарях – 9 (напр., *смысловые раскопки- такой аттракцион для мозга* 👍 [емотикон]; *во это гиганты!* 👍), у розмовах у програмі миттєвих повідомлень – 26 (– *у меня есть мяско; – посмотрим*); – *как ты резко однако*).

12. **Застосування крапок (...)** – досить поширений графічний засіб усемережжя. За О. Басалаєвою та М. Шпільман, в інтернет-комунікації проявляються такі функції та значення крапок: графічний показчик паузи; маркер недосказаності, незавершеності думки; показчик емоційно-прагматичного аспекту вислову; ідентифікатор мовної особистості (так, забагато використовують крапки насамперед емоційні мовці) [3, с. 250–252].

У досліджуваних висловах крапки (...) зафіксовано у 26 випадках: у 10 дописах, 14 коментарях, 2 репліках із розмов у програмі миттєвих повідомлень. Як графічний показчик паузи, зокрема й психологічної паузи як заклик звернути увагу на сказане (написане), задуматися над сказаним (написаним), крапки вжито в 4 дописах (напр., ... *И тут с дна постучали; Ну... У нас уже могли бы быть, дети и они уже ходили бы в школу; Я витать в облаках абстрактных понятий, ты - набираться энергии земли...*) і 4 коментарях (напр., *зима... только 3 месяца; Это и есть ПУТЬ*)... *а разочарование в ожиданиях-часть его*) 😊; – *В итоге...* [наступна репліка: – *Нашли в баре* 🤔]). Маркером недосказаності, незавершеності думки, а також відкритості ряду перелічень, відсутності правильного слова в разі утруднення вибору, заміщення ненормативного елемента крапки виступають в 1 дописі ((😊) *Почти как в старые добрые...*) і 4 коментарях (*Дол.оебы ..Может сразу мак ширку; Все так*

нахваляют муравьев... а то , что они разрушают чужой дом....; Ну пи...ц; Особенно посыл такой: мы любим и не любим, учимся и не учимся, работаем и бездельничаем....ходим гулять и просто идем у ветру... думаем и не думаем). Показчиком емоційно-прагматичного аспекту вислову, зокрема виразником експресії або емоційного стану мовця, як-от утаємниченості, загадковості, задумливості, сумніву, співчуття й навіть любові, крапки є в 5 дописах (напр., *Да ну это полный ПЭ...; Немного ностальгии....* (використано 4 крапки); *Дети телевизора и призраки коммунизма....Кто ещё верит, что Вирус возник сам, из неоткуда....?* (використано по 4 крапки); *Когда то давно.....* (використано 5 крапок)), 6 коментарях (напр., *Знаю одно видео, которое начинается похожим образом.....* (використано 5 крапок); *Бывает...*), а також 2 розмовах у месенджері (– *Яд, приехать? Я хотел...;* – *Работа найдётся, правда в херсе тяжковато с этим наверное...*). Кількість крапок не регламентовано. Крапки як ідентифікатор мовної особистості слід досліджувати за акаунтами окремих інтернет-комунікаторів.

У багатьох досліджуваних висловах спостерігаємо одразу кілька графічних способів вираження емоцій та експресії, напр.: *Супер Профессионалы своего дела! Рекомендуем!!!*
 [20 емотиконів] – графічне відокремлення семантично значущого фрагмента пропусками, капіталізація, повторення пунктуаційних знаків та емотиконів. Подеколи можна побачити поєднання фонетичних і графічних особливостей: *БАКАЛАВР, eeee* – капіталізацію (графічний спосіб) скомбіновано з розтягненням голосного звука (фонетична особливість).

Отже, у російськомовних висловах молодих інтернет-комунікаторів виявлено такі особливості графічного вираження емоцій та експресії: використання емотиконів – у 36,3 % від загальної кількості аналізованих висловів; послуговування тільки рядковими літерами – у 12,7 %;

повторення знаків (переважно емотиконів) – у 11,7 %; уживання крапок (...) – у 8,7 %, капіталізацію – у 6 %; приєднання хештегів і посилань – у 5 % (лише в дописах); навмисне спотворення графічної форми слів – у 2 %; виділення іншим шрифтом – у 1,3 %; комбінування літер із різних абеток – у 0,7 % (лише в коментарях); застосування особливих друкованих знаків або піктограм – у 0,7 % (лише в розмовах у програмі миттєвих повідомлень); графічне відокремлення семантично значущого фрагмента – у 0,3 % (лише в дописах); створення графічних okazіоналізмів – у 0,3 % (лише в дописах). У багатьох прикладах зафіксовано одразу кілька графічних способів емотизації та експресивізації.

Для дописів (як і для інших інтернет-жанрів «Фейсбуку») найбільш характерною графічною особливістю є використання емотиконів (виявлено в 55 % від усіх дописів), крім того, часто повторюються знаки (у 19 %), додаються хештеги й посилання (у 15 %), уживаються крапки (...) (у 10 %), капіталізуються літери (у 10 %); зрідка мінімізуються літери (у 3 %), навмисно спотворюються графічні форми слів (у 2 %), застосовується інший шрифт, відокремлюються семантично значущі елементи та з'являються графічні okazіоналізми (кожне з цих явищ трапляється в 1 % дописів).

Автори коментарів найчастіше послуговуються емотиконами (у 33 % від усіх коментарів), рідше – крапками (...) (у 14 %), повторенням знаків (у 13 %), тільки рядковими літерами (у 9 %), капіталізацією (у 7 %), зрідка – іншим шрифтом (у 3 %), у поодиноких випадках – комбінуванням абеток (у 2 %), спотвореними графічними формами слів (в 1 %).

Співрозмовники в програмах миттєвих повідомлень загалом найрідше вдаються до графічної емотизації та експресивізації, віддаючи перевагу способів мінімізації літер (зафіксовано у 26 % від усіх реплік) та використанню емотиконів (у 21 %); лише у 3 % висловів виявлено

повторювані знаки, ще в 3 % – спотворені графічні форми слів, у 2 % – астериски, ще у 2 % – крапки (...), в 1 % – капіталізовані літери.

2.3. Орфографічні й пунктуаційні недоліки інтернет-висловів

Досліджуючи вислови в усемережжі, зокрема усно-писемні, неможливо не звернути увагу на відхилення від чинного правопису. Подеколи ці відхилення є технічними огріхами інтернет-комунікантів, подеколи – виявом мовної особистості (як-от застосування лише рядкових літер, описане в підрозділі 2.2., або відмова від пунктуаційних знаків, про яку йтиметься далі), проте часто можна говорити про неграмотність мовців.

Орфографічні й пунктуаційні недоліки російськомовних висловів сучасної молоді у «Фейсбуці» ми диференціювали окремо за дописами, коментарями та репліками з розмов у програмі миттєвих повідомлень, згрупувавши допущені помилки за орфо- й пунктограмами.

До **орфографічних недоліків** зараховано такі: 1) орфографічні помилки; 2) орфографічно-технічні огріхи (описки).

1) Орфографічні помилки.

В 11 дописах допущено такі помилки (в одному дописі може бути кілька помилок): 4 випадки неправильного написання власних назв, зокрема назв творів, комп'ютерних ігор, закладів (*Илюха, у тебя фото "я - рыбка" не осталось? 😊😊😊; Для тех, кто понимает что-то в Варкрафте и немножечко - юморе; Новогодний концерт в General Voice; War Thunder - ММО нового поколения; Вместе с дорогой Анечкой в "Черном Гусе", Херсон*); 3 випадки бездефісного написання (*пожарно спасательной; Когда то; мини фильм*); 3 випадки неправильного написання під впливом української мови (*черезвычайно* – порушено правопис префіксів; *с кучей спецэффектов* – використано укр. *ефект* замість рос. *эффект*; *с дна* – слід застосовувати варіант прийменника *с* –

со); а також порушення правопису подвоєних літер, правопису суфіксів, часток, сполучників (*голівудсткой* – бракує подовження приголосної *л*, застосовано суфікс *-стк-* замість *-ск-*; *Вирус возник сам, из неоткуда* – заперечний прислівник із наголосом на другому складі утворюють за допомогою частки *ни-*; *Желаю ...что бы все наши планы и мечты сбылись* – сполучник слід писати разом із часткою).

У 14 коментарях виявлено більш різноманітні помилки: у 4 – 6 порушень правопису слів разом, окремо або з дефісом (*демо версией* – слід писати разом; *все таки*; *превратил 1 долларовую купюру в 100долларовую*; *суть была в другом вообще то, по вашему люди - насекомые?* – бракує дефісів); у 3 – порушення правопису дієслів (*держатся* *нужно друг за друга*; *не шьеш* – бракує літери *ь*; *не прийдеться* – зайва літера в корені), у 2 – недотримання правил правопису частки *не* (*Не фигу себе*; *[долгое хранение] может быть не безопасно*)); а також неправильне скорочення слова (*100 проц 😊*), порушення правопису подвоєних літер (*бюлетени*), голосних (*продефелировать*), власних назв, зокрема назв міст (*проКиев, Одессу, львов, житомер*), прийменників (*На счет Вируса правильно подметили*).

У 6 репліках із розмов у програмі миттєвих повідомлень найбільше помилок (5) у правописі власних назв, зокрема закладів і товарних знаків: (*– В Бидоне?*); (*– И сделали "ластівку"*); (*– В баффало* (офіційна назва – «Buffalo Bar»)); (*– Ахахах, а у нас в Фоксе отличная акция на егерь была* – власні назви слід писати в лапках із заголовної літери, офіційна назва напою – «Jägermeister», або (рос.) «Егермейстер» (проте в розмовному мовленні власну назву вживають як загальну)). Крім того, у 2 випадках порушено правопис суфіксів (*переписуемся*; *телек*), в 1 – прийменників (*– Давай не о оленях*)).

Зауважимо, що у всемережжі взагалі спостерігається безсистемність написання власних назв: кожен інтернет-комуніканти

самовільно поводитись з лапками, заголовними літерами й точною графікою назви, по-перше, віддаючи перевагу внутрішній формі (змісту слова) над зовнішньою, по-друге, таким чином самовиражаючись.

2) Орфографічно-технічні огріхи (описки).

Описок виявлено небагато: лише 2 – у дописах (*Скучаю по Наталке и бильярду 😊*;) и по *асем, кто тут есть 😊*; *Зачётный урок по украинской литературы.*); 7 – у коментарях (напр., *Только там можно помочь таким людям; Добр веч, скажите а на Карбышева 11!Где именно влзде чего?*); 5 – у репліках із розмов у програмі миттєвих повідомлень (– *нада шцямпурики*; – *ок, ятоько выхожу*; – *Я в краснлм*; – *Та такое приболел простл*; – *та усталва*).

Зауважимо, що помилки можуть викликати негативні емоції, зокрема невдоволення або роздратування, у грамотних користувачів усемережжя. Натомість огріхи (описки) часто сприяють виникненню в читача посмішки, а це, безперечно, позитивує сприйняття всього вислову.

Пунктуаційними недоліками досліджуваних висловів вважаємо такі: 1) пунктуаційні помилки; 2) відсутність пунктуаційних знаків.

1) Пунктуаційні помилки.

Зафіксовано 11 помилок у 9 дописах: у 3 реченнях зі вставними конструкціями (*Может по специальности я и не работаю...*; *В общем фильм стоит того...*) або словами, що не є вставними (*...спецэффекты, которые я, обычно, отодвигаю на самую последнюю ступень важности*); у 2 складнопідрядних реченнях (*Люди которые никогда не бывали в зоне комфорта, пытаются из нее выйти*; *Где романтика раёна там и твой любимый май ❤️* [емотикон]); у 2 – із невідокремленими обставинами (*На кончиках пальцев, вошла в мое сердце*; *Раскрывает аспект важности семьи, в жизни человека, и сплоченности социума как такового*)); а також в 1 випадку допущено пунктуаційну помилку між підметом і присудком та між частинами

складносурядного речення (*У нас уже могли бы быть, дети и они уже ходили бы в школу*) і в 1 – у конструкції зі сполучником *как* (*Все люди, как люди, а я - Super Бубочка 😊😊😊* [3 емотикони]).

Найбільшу кількість пунктуаційних помилок виявлено в коментарях – 27 випадків у 20 висловах: у 7 складних реченнях не виокремлено або неправильно виокремлено підрядну частину (*Главное чтоб нынешний год не был демо версией 2021 🤔* [емотикон]; *Жесть , если б в конце не сказали что это Харьевов ч б подумал проКиев, Одессу, львов, житомер любой другой город*)); *Как жаль что ваш ель нашей компании не по карману; Получается, ты добавила меня в друзья, спустя 4 месяца после того как мы жить стали вместе ?*)); *Даже насекомые понимают что держатся нужно друг за друга; Грибы надо съесть за один год, если их хранить больше может быть не безопасно; Добр веч, скажите а на Карбышева 11!Где именно влзде чего?*); у 6 реченнях поставлено зайві пунктуаційні знаки (8 випадків) – наприклад, помилково виділено синтагми, що вимовляються на одному подиху (*Получается, ты добавила меня в друзья, спустя 4 месяца после того как мы жить стали вместе ?*)); *Матушка ПРИРОДА, прекрасна в любом уголке ЗЕМЛИ и в любое время года!*; *Лицемерные шутки, с обесцениванием человеческой личности; Чудеса,да и только! 😊😊😊😊😊* [5 емотиконів]; *Женщин - тёлками , называет ..А они это - хавают ...; и получилось,гнездо для птиц*); у 3 випадках не відокремлено однорідні члени речення (*...подумал проКиев, Одессу, львов, житомер любой другой город*)); *Может сразу мак ширку; Где именно влзде чего?*); ще в 3 випадках бракує ком для виділення вставних слів (*Может сразу мак ширку; ...а передача не помню про моделей; Дате мне билет в одну сторону пожалуйста, и веселого попутчика ♥*); у 2 безособових реченнях смислові відношення між частинами позначено комою замість двокрапки, тире (*Сказка наяву, великаны и так*

удивительно красиво; *Найдёшь желающих, дай контакты*); 1 конструкція потребує оформлення або прямої мови, або складнопідрядного речення (*Хотела написать, а что это такое?*); в 1 випадку варто розмежувати речення й позначити знаком окличну інтонацію, надану окличним словом (*Просто рай, как хочется погулять по тропинку под деревьями*); в 1 реченні не відокремлено звертання (*Кто ты такой дядя????*); 1 речення, побудоване як «потік свідомості», крім переконструювання, потребує тире між підметом і присудком (*Это ж конкурс был, по телеку показывали, одеть много и продефелировать, это не мода, а передача не помню про моделей*).

У розмовах у програмі миттєвих повідомлень знайдено 11 реплік із пунктуаційними помилками: 6 – із невіокремленими або неправильно виокремленими вставними словами (– *а може завтра?*; – *Ну хош завтра, мне оно монописуально*; – *Думаю позже, надо ещё телек настроить*; – *Работа найдётся, правда в херсе тяжковато с этим наверное...*; – *Главное желание*; – *Говорю, если его нет в том баре, значит дома*); 3 – із невиділеними вигуками (– *Ебать мы сейчас переписуемся в разных социалках на разные темы, ору*); – *Ну в твой все вместе*; – *Ну эт мы можем*), по 1 – із невідокремленими однорідними членами речення з повторюваним сполучником (– *Звучит и смешно и грустно 😊*) і з відсутнім тире в неповному реченні (– *Я за*).

2) Відсутність пунктуаційних знаків.

Інколи інтернет-комуніканти свідомо відмовляються від знаків пунктуації – або для економії часу, або для самовираження, або через невпевненість у своїх знаннях. Це явище зафіксовано в 9 дописах (напр., *Мне кажется было бы чрезвычайно весело понаблюдать за действиями пожарно спасательной бригады...*; *Роднуля С днём рождения ❤️* [2 емотикони]), 10 коментарях (напр., *нет все было смешно*; *Название песни пожалуйста*; *Это что за мода для ненормальных*; *И куда так много ведь не шьеш*) і 4 репліках із розмов у

програмі миттєвих повідомлень (– Шо ; – Шалом рыжая); – Та такое приболел протл; – как ты резко однако).

Зауважимо, що в кінці висловів автори можуть поставити питальний або окличний знак (чи декілька), якщо того вимагає інтонація, а крапки ставлять безсистемно – коли згадають або за умови виробленої навички. Вочевидь, у всемережжі крапка як показник закінчення речення з оповідальною інтонацією, зокрема останнього у вислові, «відмирає», більшість користувачів про неї навіть не задумуються. Тому, вважаючи відсутність такої крапки за мовну інтернет-традицію, вислови без кінцевої крапки ми не фіксували як помилкові чи особливі.

Трапляється, не ставлять навіть питальний знак, якщо, наприклад, ужито питальний сполучник: – Шо.

Подеколи замість розділових знаків комуніканти застосовують емотикони: *Вот и все ☺ еще один этап моей жизни пройден 🏃 впереди еще много всего интересного, но свою студенческую жизнь я буду всегда вспоминать с улыбкой 😊 тут я нашла своих друзей, обрела хороший жизненный опыт. Ведь в нашей жизни ничего не происходит зря ❤️ Вперед за новыми победами 🏆* (використано 6 емотиконів замість деяких крапок, знаків оклику, коми); *Просто без комментариев 😊:) Гав шикарен*) (емотикони замість крапок).

Крім орфографічних і пунктуаційних помилок, в інтернет-текстах сучасної молоді можна побачити суто технічні огріхи, пов'язані насамперед із зайвими пропусками до чи після пунктуаційного знака або з браком потрібних пропусків, а також із використанням дефісного знака замість короткого тире, що інколи спричинено відсутністю пропуску після знака, який автоматично подовжує дефіс до тире, напр.: *Поздравляем с Днем рождения !!!Будь счастливой и любимой!!!* (зайвий пропуск до першої трійки знаків оклику та брак пропусків після неї);

Автори комикса - просто охренительно юморные ребята! (дефісний знак замість тире); *EVE Confidence код 93433: цена была 389--сейчас 129грн* (2 дефіса замість тире, бракує пропусків до й після цього «тире»), а також перед словом *грн*); *Дешевые, не все хотят поймать сыр в мышеловке* (зайві пропуски між двома словами) тощо.

Зазвичай орфографічні й пунктуаційні недоліки трапляються у висловах одних і тих самих інтернет-комунікантів, хоча технічні огріхи, звісно, можуть трапитися в кожного мовця. При цьому молоді інтернет-комуніканти здебільшого не задумуються про орфографічну та пунктуаційну нормативність своїх висловів, особливо спілкуючись у месенджері, і їхня грамотність / неграмотність будується на вже сформованих навичках.

Отже, до орфографічних недоліків, які зафіксовано в 15 % від усіх досліджених висловів, зараховано орфографічні помилки й орфографічно-технічні огріхи (описки); пунктуаційними недоліками, що наявні у 21 % висловів, є пунктуаційні помилки та відсутність пунктуаційних знаків.

Під час аналізу дописів отримано такі дані: орфографічні помилки допущено в 11 % від усіх дописів, пунктуаційні – у 9 %; автори ще 9 % дописів зовсім або майже не вживають розділових знаків, а 2 % висловів цього інтернет-жанру мають орфографічно-технічні огріхи (описки).

У коментарях за всіма позиціями виявлено найвищі показники: пунктуаційні помилки – у 20 % від усіх коментарів, орфографічні – у 14 %, розділові знаки випущено в 10 %, допущено орфографічно-технічні огріхи в 7 % висловів.

Натомість у розмовах у програмі миттєвих повідомлень знайдено найменшу кількість таких недоліків: в 11 % від усіх реплік – пунктуаційні помилки, у 6 % – орфографічні, у 5 % – описки, у 4 % – відмову від знаків пунктуації.

Типовими орфографічними помилками є неправильне написання власних назв, порушення правопису слів разом, окремо або з дефісом; подеколи трапляється неправильне написання під впливом української мови. Типові пунктуаційні помилки – це неправильне виокремлення підрядних частин, однорідних членів речення, вставних слів, а також наявність зайвих розділових знаків.

РОЗДІЛ 3

АНАЛІЗ ЛЕКСИКО-ФРАЗЕОЛОГІЧНОГО ТА ГРАМАТИЧНОГО МОВНИХ РІВНІВ РОСІЙСЬКОМОВНИХ ФЕЙСБУЧНИХ ВИСЛОВІВ СУЧАСНОЇ МОЛОДІ

3.1. Специфіка використання лексико-фразеологічних одиниць мови всемережжя

На лексико-фразеологічному рівні мови всемережжя виявляється не лише словниковий запас, але й загальнолюдська культура інтернет-мовців.

Характерною ознакою лексичних та фразеологічних (як і графічних, описаних у підрозділі 2.2.) засобів інтернет-комунікації, що впадає у вічі навіть без ретельного аналізу, є експресивність. Л. Іванов вказує, що мова всемережжя взагалі «чутлива до нових, нестандартних і девіантних лексико-семантичних явищ, якщо вони досить виразні» [18], це пояснює й активне застосування методів мовної гри.

Проаналізувавши **лексичні засоби** дописів, коментарів і розмов у програмі миттєвих повідомлень за активністю вживання, за сферою вживання та за стилістичними властивостями, ми з'ясували, що, як і в будь-яких традиційних текстах, переважає лексика активного вжитку, загальноновживана лексика й міжстильова (нейтральна) лексика. Специфікою інтернет-комунікації є вживання значної кількості неологізмів, соціальних діалектизмів (жаргонних одиниць) і слів зниженого плану, зокрема розмовно-просторічних та обценних.

Для визначення лексичного статусу й семантики слів, зокрема жаргонних, використано переважно онлайн-словники «Большой толковый словарь русского языка» (під ред. С. Кузнецова) [5], «Викисловарь» [7], «Словарь молодежного елэнга сленга» [40], «Словарь русского арго» [41], «Словоново» [42].

Зауважимо, що приклади подано зі збереженням авторських орфографії, пунктуації та графічних особливостей.

Оскільки лексичні засоби проаналізовано за різними ознаками, деякі одиниці записано водночас до кількох груп.

Лексика пасивного запасу трапляється у 18 висловах.

До **неологізмів** ми зарахували 5 авторських та 11 загальнономовних (із них 2 – в одній репліці), що з'явилися протягом останніх 10-15 років.

У дописах ужито 2 авторські неологічні найменування особи (*Повелитель Бород*; *SuperБубочка*) і 6 загальних назв: *антиковидный* (проти вірусу Covid-19); *бакалавр* (як ступінь вищої освіти); *барбер-парикмахер* (ненормативне слово, оскільки побудовано з двох паронімів: *барбер* (від лат. *barba* – «борода») – перукар для чоловіків, який уміє працювати з вусами й бородами, і *парикмахер* – перукар); *барбершоп* (салон краси для чоловіків); *пост* (допис); *секси* (сексуально привабливий).

Коментарі мають 2 неологізми – по 1 авторському й загальному: *усмысляться* (імовірно, вдумуватися, заглиблюватися в значення); *демоверсія* (пробний варіант, слово здобуло поширення на початку ХХІ століття завдяки розвитку комп'ютерних технологій).

У репліках із розмов у програмі миттєвих повідомлень фіксуємо 2 авторські неологізми – власні назви, створені методом мовної гри зі слів *кряк* і *цыпа* (*Мазакряка*; *Мазацыпа*) та застосовувані суто з емоційно-ігровою метою; а також 4 загальні неологізми в 3 репліках: *Огурчик Рик* (власна назва героя популярного серед молоді мультсеріалу; допомагає виражати позитивні емоції, комічність та оригінальність) і жаргонні неологізми *бирпонг* (алкогольна гра для любителів пива); *социалка* (соціальна мережа) та *орать* (отримувати задоволення, веселитися, виражати радість) у вислові *Ебать мы сейчас переписуемся в разных социалках на разные темы, ору*).

Зауважимо, що нині нового звучання набувають слова *маска*, *масочный*, *дистанция*, *вирус*, напр.: *Кто ещё верит, что **Вирус** возник сам, из неоткуда....?*

У поодиноких випадках використано архаїзми, як-от *здравие*, *ибо*. Останнім часом у жаргоні відроджується застаріле слово *респект*. Цей іншомовний виразник поваги застосовують як окремим висловом (замість *Уважаю!* – ***Респект!***), так і в складі іменникових сполук на кшталт ***Респект** авторам*.

Лексику обмеженого вживання представлено передусім у соціальних діалектизмах і подекуди – у професійних.

На **соціально обмежену жаргонну лексику** натрапляємо в 41 вислові.

У 7 дописах зареєстровано 9 жаргонізмів: *жись* (життя); *задрот* (нікчемна людина); *зацепить* (*цеплять* – схвилювати, привернути увагу); *охрнительно* (дивовижно, напрочуд); *тренья* (тренування); а також елементи падонкіфської мови – *девачьки*; *пы сы* (від лат. *post scriptum* – після написаного); *раён*; *рулить* (бути в чому-небудь краще за інше або кращим за інших).

У коментарях – 17, а саме: *бубочка* (комплімент, зменшено-пестливе звертання до дівчини); *движуха* (соціальна активність, діяльність); *(не) зайти* ((не) сподобатися); *зачёт* (чудово, дивовижно); *круто* (чудово, дивовижно); *норм* (нормально); *палить* (виявляти когось-небудь, видавати чий-небудь секрет або таємну діяльність); *проц* (проценти); *тёлка* (дівчина, молода жінка); *пятка* (цигарка, у яку набивають наркотичну сировину); *ширка* (наркотики для внутрішнього введення); а також елементи падонкіфської мови – *агонь*; *данунах* (від обценного вислову *да ну нахуй*; крайній ступінь незгоди, подиву); *ёпта* (обценний вигук, від *ёб твою мать*); *жесть* (вираження сильного здивування); *пиз* (від обценного вислову *полный пиздец*); *респект* (вираження поваги).

У 17 репліках із розмов у програмі миттєвих повідомлень виявлено 15 жаргонізмів: *бирпонг* (гра для любителів пива); *гидрик* (гідропарк); *егерь*, а також *олени* (марка пива «Jägermeister», або (рос.) «Егермейстер», на етикетці намальовано оленів; вочевидь, жаргонізм додатково обмежений торговельною пропозицією, адже пивний асортимент може відрізнятися в різних областях або країнах); *монописуально* (все одно, евфемізм від обценного вислову *однохуйственно*); *нормасик* (нормально); *орать* (отримувати задоволення, веселитися, виражати радість, уживають зазвичай у 1 особі однини: *ору*); *социалка* (соціальна мережа); *споки* (добраніч); *херс*, а також *х* (від *Херсон*; жаргонізм додатково обмежений соціальними або родинними зв'язками); *шо* (тут: жаргонне слово російськомовної української молоді; також притаманне т. зв. гопникам); *яд* (вигук захоплення, оцінка події як чудової); а також елементи падонкіфської мови – *нада*, *нинада* (від (рос.) *надо*, *не надо* – треба, не треба).

Цікаво, що в 300 проаналізованих висловах жаргонізми майже не повторюються (крім одиниць *гидрик*, *жесть* і *шо*), натомість подеколи трапляються варіативні (*норм* – *нормасик*, *херс* – *х*), синонімічні (*егерь* – *олени* (контекстуально), *зачёт* – *круто* – *охренительно*).

У поодиноких випадках трапляються професійні діалектизми – терміни (*капот*, *ММО* – масова багатокористувацька онлайн-гра, *мышка*, *ссылка*), професіоналізми (*эксплоужены* – «вибухові» барабанні тарілки; слово-варваризм).

Подеколи (у 9 випадках) вжито українські слова, записані як українською, так і російською графікою: *дякую*, *ластівка*, *може*, *реве та стогне*, *соняшно*, *та*, *швыдкисный*, *шо* (двічі). Утім, не вважаємо це проявом територіально обмеженої лексики, а радше – явищем суржикізації мовлення.

У межах стилістично забарвленої лексики функціують насамперед слова зниженого плану («низького» стилю) – у 39 з усіх досліджуваних висловів.

Розмовно-просторічну лексику зафіксовано у 20 фейсбучних висловах, а саме: у 12 дописах (15 випадків), як-от: *этот фильм заценил и всем советую; ...с кучей спецэффектов; Серия книг классная 😊*);... *Особенно понравилась "Девушка с косой", но и остальное цепляет; Завтра будет пьянка*)); *Дистанционное обучение рулит!*; *Гав шикарен*); *Шикарный сюжет!*, а також речення з частками *ну, прямо (прям) (Прям как все мои мечты*)); ...*что бы все наши планы и мечты сбылись ну прям все все; ...ну, а рисовать приходится нам самим та ін.*); у 7 коментарях (8 випадків): *Мне уже ничего не лезет. Я после карантина из дома буду выкатываться; Классно, сколько же раз вы ездили в лес?!; Мощное фото*); *Это что за мода для ненормальных; Реклама прям как издевательство...; Ну пи...ц; Ну да ..*; у 18 репліках із розмов у програмі миттєвих повідомлень (22 одиниці): *Не-а, один номер; Не* (двічі); *ок* (двічі), також *оке* (від *окей*); *Иногда пересекались на пиво; ...надо ещё телек [телик] настроить; ну че ты там; Хех, спасибо, чё*), а також речення з частками *давай, ну, прямо (прям) (напр., – Давай не о оленях)*; – *Прямо нашли?*); – *Прямо да*; – *ну ладно та ін.*

Грубі й вульгарні лексичні одиниці виявлено в 5 висловах: у 3 дописах (*Авторы комикса - просто охренительно юморные ребята!*; ...*на чей капот в темноте падает потом эта фигня; если ты из тех задротов, которые смотрят...*) і 2 коментарях (*Да дерьмо полное !; Женщин - тёлками , называет ..А они это – хавают...*).

Обсценна лексика виконує переважно емоційно-експресивну функцію у 12 висловах: 4 дописах (6 випадків): ...*в основном люди снимают хуйню...*, ...*смотрят всякую хуйню...* (дурниці, те, що не варте уваги [32]); ...*типа мстителей и прочей голливудской поеботы* (вочевидь, у такому самому значенні); *Настроение: маленький,*

уставший от жизни енотик, которого всё заебало; Ваша оплаченная демократия уже **заебала** (дієслово описує деструктивні дії [32]); Швыдкисный поезд **бляяя** 😊 (ужито в суто емоційній функції, не має прагматичної мети [32], причому емоцію підсилено повторенням букви й емотиконом); 5 коментарях: **Дол.оебы..** (пейоратив, що оцінює розумові якості або вміння адресата; не має прагматичної мети, лише експресивну та конотативну [32]); Ну **ни...ц** [тиздец] (виражає результат деструкції [32]); **Это какой-то ниц** (від *полный тиздец*); а також елементи падонкіфської мови **данунах** (від обценного вислову *да ну нахуй*; крайній ступінь незгоди, подиву); **ЁПТА!!! Браво!!** (від *ёб твою мать*); 3 репліках із розмов у програмі миттєвих повідомлень: **Ебать мы сейчас переписуемся в разных социалках на разные темы, ору** (емоційно-експресивний вигук, ужито в суто емоційній функції [32], що підтверджується жаргонним емоційно-експресивним вигуком наприкінці речення й емотиконом); **Бля** та його варіант **Бл** (емоційно-експресивний вигук, у двох випадках складає все речення, ужито в суто емоційній функції [32]).

Зрідка емоційно-експресивного забарвлення інтернет-висловам надають слова піднесеного плану («високого» стилю) (напр., книжні *чрезвычайно, ностальгия*, поетизм *во имя* та деякі інші). Досить часто цю функцію, зокрема позитивізацію, виконують слова зі зменшено-пестливими суфіксами (*Анечка; девчуля; енотик; кусочек; Леночка; мяско; роднуля; солнышко; утречко; фонарики; шампурики* тощо) та слова, які містять емоційну оцінку в лексичному значенні (*молодец; красotka; чудо* та ін.). Негативізації (напр., за допомогою слів *тяжковато; фууу*) ми майже не спостерігаємо. Загалом молоде інтернет-товариство налаштоване позитивно.

Фразеологічні засоби, ужиті у 28 випадках, також зазвичай виконують емоційно-експресивну функцію. Розглянемо окремо власне фразеологізми, прислів'я та приказки, крилаті вислови.

Власне **фразеологізми** фіксуємо в 15 висловах, а саме:

у 7 дописах: *взять всем* (розм., експрес. [47, с. 40]); *витать в облаках* (ірон. [47, с. 78]); *вот и все* (експрес. [47, с. 94]); *краем глаза* (розм., експрес. [47, с. 319]); *с замиранием сердца* (експрес. [47, с. 245]); інтернет-фразеологізм *полный ПЭ...* (у значенні «жахливо, знущально»; походить, імовірно, від назви фільму 1993 р. «Полный п. [пиздец]» (рос.) (англ. *Totally F***ed Up*), здобув поширення завдяки студії «Полный Пэ», що виробляє популярні серед інтернет-комунікантів, особливо молодих, т. зв. гоблінські кінопереклади); жаргонний фразеологізм *быть (жить, общаться, ходить, начинать, заканчивать) на позитиве*;

у 5 коментарях – одиниці зниженого плану: *да и только* (розм., експрес. [47, с. 685]); *не по карману* (розм., експрес. [47, с. 288]); *ни фигу себе* (*ни фигу* – грубо-просторічне [47, с. 715], вважаємо вульгарним); жаргонні фразеологізми *йоперный балет* (або *ёперный театр*; як вигук позначає здивування, роздратування [34, с. 659], евфемізм від обценного слова, вважаємо вульгарним) і *быть в ахуе* (у вислові – *в ахуе*; сильно дивуватися, заціпеніти; від обценного слова *охуеть* (у падонкіфській мові – *ахуеть*); вважаємо обценним);

у 3 репліках із розмов у програмі миттєвих повідомлень: *быть в курсе*; *наше вам с кисточкой* (привітання просторічне, гумористичне [47, с. 401]) та, на нашу думку, новий інтернет-фразеологізм *Какжизньмолодая?* (стійка словосполука-привітання, що може мати, а може й не мати особливе графічне накреслення, регулярно відтворюється в усіх формах мовлення, часто поширюється як хештег).

Приказку виявляємо в 1 дописі: *призраки коммунизма*, – цю одиницю зафіксовано в словникові приказок як страшні уявлення про комунізм із позначкою «іронічне», подано джерело: частина цитати з «Маніфесту комуністичної партії» К. Маркса та Ф. Енгельса [34, с. 533].

Знайдені **прислів'я** (1 – у дописі, 1 – у коментарях) мають специфічну, трансформовану форму вираження (т. зв. антиприслів'я):

Чем тише омут, тем профессиональнее в нём черты (трансформовано фразеологізм *В тихом омуте черти водятся*; уживається в багатьох інтернет-висловах, але автора не з'ясовано); *С кем поведешься – так тебе и надо!* (трансформовано *С кем поведешься – от того и наберешься*; уживається в багатьох інтернет-висловах, автор – А. Белянін).

Крилаті вислови, як і прислів'я та приказки, не відтворено в аналізованих розмовах у програмі миттєвих повідомлень. Найбільше їх реалізовано в дописах, оскільки в усмережжі триває мода на «красиві» або «розумні» слова, які інтернет-комуніканти видають за власні (у дописах – щоб побачило більше людей), не вказуючи справжнього автора. Деякі вислови настільки поширені, що автора вже встановити неможливо.

У дописах зафіксовано 9 крилатих висловів, у жодному авторство не зазначено: ... *И тут с дна постучали* (від *Когда я думал, что достиг дна, снизу постучали* або *Я думал, что опустился на самое дно, как вдруг снизу постучали...*; автор – С. Лец); *Как молоды мы были* (пісня на слова М. Добронравова; у висловах молодих мовців набуває іронічності); *«Если хаос – твоя подлинная природа, сосуд, в который он заключен, должен быть совершенным и надежно закупоренным»* (с) (автор – М. Фрай); один допис складається з вірша *«Если б знал, что тебя не увижу, я бы крепче тебя держал...»*, авторство не вказано (справжній автор – К. Крамар); *Не навязывайтесь людям. Лучше быть в одиночестве, чем с тем, кому ты не нужен* (автора не з'ясовано, але вислів скопійовано в багатьох інтернет-комунікантив, що можна з'ясувати за допомогою інтернет-пошуковика); *Каждая жизнь – это картина. Родители дают холст, судьба – рамку, общество – краски, ну, а рисовать приходится нам самим* (автора не з'ясовано); *Настроение: маленький, уставший от жизни енотик, которого всё заедало* (трансформовано поширений у всемережжі вислів *Настроение:*

маленький, уставший от жизни енотик, от которого все чего-то постоянно хотят; автора не з'ясовано); притча про 100 чорних і 100 червоних мурах (автора не з'ясовано); а також трансформований крилатий вислів *Все люди, как люди, а я - Super Бубочка* 😊😊😊 (трансформовано слова пісні «SuperSTAR» С. Лободи: *Все люди как люди, а я – Суперзвезда*). У коментарях – 1 крилатий вислів: *Тогда мы идём к вам* 😊 (із реклами прального засобу: *Вы все еще кипятите? Тогда мы идем к вам!*).

Виявлені жаргонні одиниці, розмовно-просторічні, грубі й вульгарні, обценні, фразеологічні (зокрема також жаргонні, вульгарні та обценні), безперечно, є показниками близькості інтернет-мовлення до розмовного мовлення.

Отже, лексико-фразеологічний рівень російськомовних висловів молодих інтернет-комунікантів у «Фейсбуці» вирізняється досить активним використанням стилістично забарвлених одиниць зниженого плану – розмовно-просторічних, грубих і вульгарних, обценних (виявлено у 18 % від усіх аналізованих висловів), жаргонізмів (у 13,7 %), сучасних неологізмів (у 5 %), а також відтворенням фразеологізмів (у 9,3 %), зокрема й крилатих висловів.

Для дописів найбільш характерними є слова зниженого плану, які зафіксовано у 19 % від усіх досліджуваних дописів (переважають розмовно-просторічні – у 12 % дописів), і фразеологізми (зокрема й крилаті вислови), визначені у 18 % дописів; неологізми поширено у 8 %, жаргонізми – у 7 % дописів.

Специфіка лексики коментарів полягає насамперед в уживанні жаргонізмів (у 17 % від усіх аналізованих коментарів) і слів зниженого плану (в 14 % коментарів, причому найбільше – у 7 % висловів – виявлено обценних лексичних одиниць); у 7 % реалізовано фразеологізми, у 2 % – неологізми.

У розмовах у програмі миттєвих повідомлень найбільше зареєстровано слів зниженого плану – у 21 % від усіх досліджуваних реплік (розмовно-просторічні слова трапляються у 18 % реплік), а також жаргонізмів – у 17 % реплік; крім того, у 5 % реплік використано неологізми, у 3 % – фразеологізми.

3.2. Граматична своєрідність інтернет-дописів, коментарів і розмов у месенджері

Якщо орфографічне й пунктуаційне оформлення висловів пов'язано, зокрема, із якістю правописних навичок та уважністю мовців, а лексичний складник – зі словниковим запасом і загальною культурою, то добір граматичних засобів, крім того, у більшій мірі корелюється з метою висловлювання, жанром і предметом мовлення.

Слід нагадати, що в усемережжі реалізується усно-розмовна форма мовлення, для якої характерні спонтанність, швидкість продукування, але при цьому – необхідність друкувати текст, що зумовлює потребу в економії часу. Узагалі, у спонтанному мовленні основну увагу приділяють «тематичному, змістовому компоненту мовлення, внаслідок чого виникають неправильності, неузгодженості, незакінчені конструкції, перебивання самого себе, повернення до вже відомої інформації» [44, с. 182]. Усе це призводить до спрощення мовленнєвої поведінки, збіднення мовних засобів.

Аналіз морфологічних засобів російськомовних інтернет-висловів сучасної молоді у «Фейсбуці» (за традиційною частиномовною класифікацією) дозволяє говорити про такі **морфологічні особливості**:

1. **Наявність іменника** – однієї з центральних частин мови – пов'язана з потребою мовців у номінуванні. Тому в дописах, де автори виражають особистісну позицію щодо будь-якого питання й подеколи прагнуть вплинути на читачів, іменники наявні в 93 випадках; у

коментарях як реакціях (емоційній, ігровій, раціональній чи прагматичній) на дописи – у 83 випадках; а от у репліках із розмов у програмі миттєвих повідомлень, за своєю сутністю найбільш наближених до невимушеного мовлення з інформаційно-фатичною функцією, іменники містяться лише в 49 випадках. Наведемо приклади безіменникових висловів: *Я рада, что мы ДРУЖИМ!!!! 😊😊😊*; *Это точно про меня))))*; 😊 *Почти как в старые добрые...* (дописи); *Можно прийти послушать?*; *Тогда мы идем к вам 😊*; *Хотела написать, а что это такое?*; *Мы там были, круто очень* (коментарі); – *твоя*?*; – *А ты там что?*; – *Ок*; – *Передумали*; – *я скоро* (розмови в месенджері).

Дуже зрідка використано **субстантивовані іменники**: таке явище зафіксовано в 5 дописах (напр., *Наши хвостатые 😊*; *Гав шикарен*), 2 коментарях (*Поздравляю вас, дорогие*); *Это что за мода для ненормальных*) та 1 репліці з розмови в програмі миттєвих повідомлень (– *Я в красилм*).

Іменники – власні назви функціують у різних варіантах графічного накреслення. Не всі слова, написані з заголовної літери, є власними назвами (слід виключати капіталізацію), і навпаки. Найбільше відхилень у написанні власних назв зафіксовано в розмовах у месенджері, коли добре знайомі комуніканти розуміють один одного й без заголовних літер або лапок. Власні іменники містяться у 18 дописах (як-от, *Херсон*; *Когда в АТБ сказали...*; *Торт «Херсон v.2» кокосовый в Каховке. 😊😊*), 7 коментарях (напр., *Ради этого парка стоит поехать в Америку*; *...ч [я] б подумал про Киев, Одессу, львов, житомер любой другой город))))*) та 11 репліках з розмов у програмі миттєвих повідомлень (напр., – *огурчик рик*)) (ім'я мультгероя Ріка Огірка); – *А твой Киевстар ещё один номер привязать можно ъ*; – *В баффало* («BUFFALO Bar»); – *Как погода в х?*(місті Херсоні)).

Хоча інтернет-комуніканти й прагнуть зекономити час, але **іменники-аббревіатури** практично не вживають (виявлено лише в 1 дописі: ...**ММО** нового покоління (ММО – (рос.) массовая многопользовательская онлайн-игра).

2. **Прикметники** в досліджуваних висловах представлено слабо (присвійні не представлено взагалі). Зокрема, **якісні прикметники** зафіксовано у 22 дописах, із яких 2 – із прикметником у ступені порівняння (напр., *Купил новую мышку; Интересный аксессуар*); *Чем тише омут, тем профессиональнее в нём черти* 😊); *Наилучшие пожелания* 🍀), в 11 коментарях, 2 з яких також містять прикметники в ступені порівняння (як-от, *Мощное фото*); *Ты очень красивая* 🍷🍷; *В данный момент Харьков - один из красивейших городов Украины; ...парки не менее интересные и красивые*), у всього лише 3 репліках із розмов у програмі миттєвих повідомлень, прикметників у ступені порівняння немає (напр., – *Хороший паб*).

3. **Кількісні числівники** (як розряд саме слів) у мові всемережжя, по суті, майже не вживаються. Кількісні значення інтернет-комуніканти зазвичай передають за допомогою цифрової знакової системи, як-от: *Абсолютно новые, размер 38*; *зима... только 3 месяца*; *-Где-то к 9*. Зрідка вжито числівники один, два, миллион: у 2 дописах (*Правда, есть миллион других способов запомниться; еще один этап моей жизни пройден* 😊); 2 коментарях (*Грибы надо съесть за один год...; Дате мне билет в одну сторону...*) і 4 репліках із розмов у програмі миттєвих повідомлень (напр., – *Там только один номер можно?*; – *Или можно платить условно на 50грн больше и два тела?*).

У сполуках із числами, записаними цифрами, трапляються граматичні помилки: *Дистанция 1.5 метров* (множина замість однини).

4. Хоча всі аналізовані вислови є особистими, загалом у мовленні інтернет-комуніканти немає «якання»: для оповіді від першої особи

однини часто застосовують односкладні означено-особові речення. Займенник **я** (у різних відмінках) ужито в 16 дописах (напр., *свою студенческую жизнь я буду всегда вспоминать с улыбкой 😊*; [фестиваль] стал для **меня** по-настоящему целительным...), 7 коментарях (як-от, **Я** тоже хочу такую прическу; **Мне** уже ничего не лезет), 13 репліках із розмов у програмі миттєвих повідомлень (напр., – **Я** в гидрике; – *то есть ты мне звонить не будешь?*). Усі інші займенники функціують без обмежень.

5. Не в усіх функційних різновидах мови й не в усіх жанрах можливе використання **наказової форми дієслова**, але її містять усі досліджувані інтернет-жанри соціальної мережі «Фейсбук». Наказові дієслова зафіксовано в 7 дописах (напр., *Правда, есть миллион других способов запомниться: **посадите** дерево, **сделайте** кому-то подарок, **прыгните** с моста, наконец; **Пройди** по ссылке, **зарегистрируйся** и **получи** подарок*; а також випадок застосування дієслова дійсного способу в значенні наказового: *пы.сы. девачьки, **записываемся** на фотосессию 📷*); 4 коментарях (як-от, ...**дай** контакты; *И часы посещения тренировки **подскажите**...*); 4 репліках із розмов у програмі миттєвих повідомлень (напр., – **Маринуй**); – **Напиши**, как будешь возле моста на тот берег гидрика; – **Жди**); – **спи**, красавица).

Використання дієприкметників і дієприслівників дуже обмежене. Дієприкметники відтворено в 6 дописах (напр., *Вот и все 😊 еще один этап моей жизни **пройден** 😊*; ...сосуд, в который он **заключен**, должен быть совершенным и надежно **закупоренным**), а дієприслівник – лише в 1 дописі (*[вы] смотрите ввысь, **перебирая** пальцы своих любимых...*).

Інші форми дієслова функційних обмежень не мають.

У межах дієслів виявлено ненормативні розмовно-просторічні форми дієслів *переписываемся* (**переписуемся**), *хочешь* (– *Ну **хои** завтра...*) – додатково із ненормативним написанням, яке щодалі

закріплюється серед молоді, а також *садить* (... *за живое пиво садили в тюрьму слышал*).

6. **Прислівники** застосовано без обмежень (напр. *Завтра будет пьянка*)); *Очень красиво* 😊; – *Ну хош завтра, мне оно монописуально*), а от форми ступенів порівняння відприкметникових прислівників трапляються в поодиноких випадках: у 2 дописах (*Лучше быть в одиночестве, чем с тем, кому ты не нужен; Целовал бы всё ниже и ниже...*), 2 коментарях (...*если их хранит больше может быть не безопасно; Только реклама и побольше льда*) і 2 репліках із розмов у програмі миттєвих повідомлень (–...*платит условно на 50грн більше...*; – *Думаю позже, надо ещё телек настроить*).

Зафіксовано вживання стилістично нейтрального прислівника *там* у розмовному значенні «потім, згодом» [БТС]: *полежу, а там глянем*)).

7. 3-поміж знайдених у висловах прийменників майже всі – непохідні. **Похідні прийменники** використано лише в 1 дописі (*Работаю на уровне барбершопов* (прийменниковий еквівалент)) та 4 коментарях (*На счет Вируса правильно подметили...* (нормативне написання – разом: *насчет*); *вы лично готовы, чтобы по вашей голове и спине кто-то ходил во имя социума?*; ...*ты добавила меня в друзья, спустя 4 месяца после того как...*; *люди расходятся... с момента галочки в бюлетени* (прийменниковий еквівалент, антонімічний до еквівалента до момента (чего?)).

8. **Сполучники** реалізуються без обмежень. В 1 дописі й 1 коментарі кваліфіковано ненормативний (застарілий) сполучник *ибо*: *Редко фильмы смотрю ибо нет времени; Ибо жить придется на улице...*

9. Відзначимо вживання підсилювальних часток: у 19 дописах (напр., *Авторы комикса - просто охренительно юморные ребята!*; *Чего только в жизни не бывает!*)), 11 коментарях (як-от, *Уже бы в бочках солили....зачем столько банок??; Даже насекомые понимают что*

держатся нужно друг за друга...), 14 репліках із розмов у програмі миттєвих повідомлень (– **Прямо** нашли?; – *Мы в том году толком и не общались с ним*).

Зафіксовано застосування розмовних часток *давай, ну, прямо (прям)* (див. підрозділ 3.1.).

10. Більшість зареєстрованих вигуків – емоційні, що виражають позитивні емоції. У негативному значенні використовують підсилений повторенням літер **Фууу!**, жаргонний **Жесть!**, вульгарний **Йоперный балет!**, обценні **Бля!**, **Данунах!**. Емоційні вигуки виявлено в 4 дописах (напр., **БАКАЛАВР, eeee; Ммммм** вкусно)); **Ох, это лучшее, что я слышал в 2020**), 7 коментарях (як-от, **Не** [нормативно – ни] **фига себе** подскажите и мы так подготовимся; **Боже** красота то **какаяяяя!!!!!!**; **ЁПТА!!! Браво!!**), 8 репліках із розмов у програмі миттєвих повідомлень (напр., – **Ахахах, а у нас в Фоксе отличная акция на егерь была**; – **Ебать** мы сейчас переписуемся в разных социалках на разные темы...; – **Хехкхехе**).

У всіх досліджених жанрах функціують також **етикетні вигуки**: у 2 дописах (зокрема, **привет именинник**))), 2 коментарях (напр., **Добр веч, скажите...**), 7 репліках із розмов у програмі миттєвих повідомлень (як-от, – **Споки**; – **Шалом рыжая**); привітання-фразеологізми – **наше вам с кисточкой**; – **Какжизньмолодая?**). Вигуків волевиявлення не кваліфіковано.

Специфіку синтаксису російськомовної інтернет-комунікації сучасної молоді у «Фейсбуці» досліджено в кожному окремому реченні. Оскільки інтернет-вислови складаються не лише з 1 речення (це характерно насамперед для реплік із розмов у месенджері), а й із 2, 3, 4 і навіть 12, підрахунки виявили в дописах 171 речення, у коментарях – 135, у розмовах у програмі миттєвих повідомлень – 100 (2 вислови – із позначеним словами емотиконом і пунктуаційним знаком без слів – ми

не аналізували) (разом – 406). За цими даними у висновках буде визначено відсоткове вираження мовних явищ.

Зауважимо, що досить часто трапляються речення з пунктуаційними недоліками (див. підрозділ 2.3.). У деяких випадках реченнєві типи з'ясувати нескладно (напр., цілком зрозуміло, що мета висловлювання в реченнях – *Шо; – ну че ты там* – питання), натомість в інших ми можемо лише припустити авторський задум і відповідно кваліфікувати синтаксичні явища (як-от, у реченнях *Только реклама и побольше льда; Вы это на продажу вот молодец; Просто рай, как хочется погулять по тропинку под деревьями*). Зрідка трапляються конструкції, складні для розуміння через результати мовної гри: – *Я перейти по мосту* (зміст відтворюється контекстуально з попереднього речення: – *Напиши, как будешь возле моста на тот берег гидрика*).

Послугуючись традиційною класифікацією речень, ми фіксуємо такі **синтаксичні особливості**:

1. **За метою висловлювання**, звісно, переважають розповідні речення, проте інші типи також представлено. **Спонукальні речення** використано в 9 дописах (напр., *Когда вы запускаете эти романтические фонарики в ночное небо и с замиранием сердца смотрите ввысь, ...подумайте о людях за рулем, на чей капот в темноте падает потом эта фигня; Будь счастливой и любимой!!!*), 6 коментарях (як-от, *В Настройках поправьте; Название песни пожалуйста* – речення з еліптованим присудком-імперативом), 5 репліках із розмов у програмі миттєвих повідомлень (напр., – *Жди*); – *Давай не о* [нормативно – об] *оленях*) – імперативність виражено за допомогою частки *давай*).

Питальні речення знайдено в 7 дописах (напр., *-Сколько мы с тобой уже знакомы?; Прежде чем сражаться, мы должны спросить себя: кто встряхнул банку?*), 19 коментарях (як-от, *Ты тоже туда ходишь?; Осиное гнездо???*), 16 репліках із розмов у програмі миттєвих повідомлень (напр., – *В Бидоне?*); – *Сколько?*).

2. **За інтонацією** в інтернет-висловах переважають неокличні речення, однак **окличних речень** ужито досить багато, що пов'язано з емоційністю та експресивністю інтернет-комунікації: у 23 дописах (напр., *Спасибо Друг за замечательный подарок!!!; Как быстро летит время*), 20 коментарях (як-от, *ЁПТА!!! Браво!!; Это достояние Планеты!*)) і лише в 1 репліці з розмови в програмі миттєвих повідомлень (– *Мангал Нада!*).

3. **За структурою** більшість речень – прості (зокрема, 93 речення з розмов у месенджері), а складні розподілено так:

– **складносурядних речень** у дописах – 4 (напр., *Я стрелец, а вы кто?))*); *Особенно понравилась "Девушка с косой", но и остальное цепляет*), у коментарях – 2 (*Это и есть ПУТЬ)... а разочарование в ожиданиях-часть его*) ☺ (крапки – показник психологічної паузи); *Не [нормативно – ни] фигу себе подскажите и мы так подготовимся*), у репліках із розмов у програмі миттєвих повідомлень – 2 (– *полежу, а там глянем*))))); – *Мы пошли на 3 его точки, а его нет*);

– **складнопідрядних речень** у дописах – 24 (напр., *Где романтика раёна там и твой любимый май ♥*; *Лучше быть в одиночестве, чем с тем, кому ты не нужен*), у коментарях – 11 (як-от, *Может, люди поэтому и люди, что перестали быть стадом и шестернями?*; *Знаю одно видео, которое начинается похожим образом.....*), у репліках із розмов у програмі миттєвих повідомлень – 2 (– *Напиши, как будешь возле моста на тот берег гидрика*; – *Говорю, если его нет в том баре, значит дома*);

– **безсполучникових речень** у дописах – 6 (напр., *Ты на юго-запад, я - на северо-восток...; Серия книг классная 😊*;) *рекомендую 😊*;) – розділові знаки замінено емотиконами), у коментарях – 11 (напр., *Найдешь желающих, дай контакты*; *суть была в другом вообще то, по вашему люди - насекомые?*), у репліках із розмов у програмі миттєвих повідомлень – 3 (як-от, – *Думаю позже, надо ещё телек настроить*);

– **складні синтаксичні конструкції** виявлено в 5 дописах (напр., *Вот и все 😊 еще один этап моей жизни пройден 🎉 впереди еще много всего интересного, но свою студенческую жизнь я буду всегда вспоминать с улыбкой 😊 тут я нашла своих друзей, обрела хороший жизненный опыт*) і 4 коментарях (напр., *Даже насекомые понимают что держатся нужно друг за друга, а не идти по отдельности, а вот люди этого понять не могут*). Для розмов у месенджері такі конструкції не характерні.

4. **Ускладнюються** речення нечасто. Зафіксовано ускладнення **однорідними членами речення** (20 речень у дописах й 11 – у коментарях, напр.: *здравия и успеха!*; *Дате мне билет в одну сторону пожалуйста, и веселого попутчика*), **вставними та вставленими словами й конструкціями** (8 речень у дописах, 12 – у коментарях, 8 – у репліках із розмов у програмі миттєвих повідомлень, як-от: *Может по специальности я и не работаю...*; *Как жаль что ваш эль нашей компании не по карману*; – *Работа найдётся, правда в херсе тяжковато с этим наверное...*), **звертаннями** (8 речень у дописах, 3 – у коментарях і 2 репліки з розмов у програмі миттєвих повідомлень, зокрема: *Спасибо Друг за замечательный подарок!!!; Кто ты такой дядя????; – Шалом рыжая*)), зрідка – **відокремленими членами речення** (5 речень у дописах, по 1 в коментарях і репліках із розмов у програмі миттєвих повідомлень, напр.: *Желаю нам... что бы все наши планы и мечты сбылись ну прям все все; ...тогда как настоящий враг - это человек, потрясший сосуд; – такое приболел простл*).

5. Також зафіксовано **слова-речення**, зокрема й фразеологізовані: у дописах – 1 (*привет именинник*)) – етикетний вигук, ускладнений звертанням), у коментарях – 7 (як-от, *Ну да ..; Фууу...; Йоперный балет!*), у репліках із розмов у месенджері – 18 (напр., – *наше вам с кисточкой; – даааааа; – Споки; – Хеххехе* тощо).

6. Під час аналізу простих речень і предикативних частин складних виявлено значну кількість **неповних та еліптичних речень**. У дописах ужито 42 неповних і 24 еліптичних речення (напр., *Не хватает*(; 😊 *Почти как в старые добрые...*; *В последний день весны* (неповні); *с днём рождения тебя* 😊 😊 😊; *Наилучшие пожелания* 🌸; *Мира нам наконец и благополучия каждому из нас!* (еліптичні)); у коментарях – 24 неповних та 10 еліптичних речень (як-от, *Усмислялись*; *100 проц* 😊; *Дешевые, не все хотят поймать сыр в мышеловке* (неповні); *Костя снова ремонт*)?; *зима... только 3 месяца*; *Респект авторам* (еліптичні)); у репліках із розмов у програмі миттєвих повідомлень – 38 неповних і 6 еліптичних речень (напр., *– а може завтра?*; *– посмотрим*); *Не-а, один номер* (неповні); *– Я на острове около душа*; *– Я в краснлм*; *– Как погода в х?* (еліптичні)).

7. У межах **односкладних** речень або предикативних частин переважають **безособові й інфінітивні** (zareєстровано загалом 38 випадків використання, напр.: *Чего только в жизни не бывает!*)); *Почему мне так смешно* 😊 😊 😊 😊 😊 😊; *– А твой Киевстар ещё один номер привязать можно ь?*) та **означено-особові** (zareєстровано 35 випадків використання, напр.: *Давно хотела снять мини фильм про свой любимый фестиваль, на который езжу каждый год*; *Ищу снежинку на НГ*; *– Погулять вышел вот*).

8. У 2 дописах застосовано **вокативні речення**: *Дорогие мои родственники, друзья, коллеги и знакомые все все все!!!!*; *Девчули, которые делают нашу рабочую сторону медали «золотой»!* В інших досліджуваних жанрах такого виду речень не знайдено.

Як бачимо, повноцінному сприйняттю речень часто заважають граматичні й пунктуаційні недоліки. Л. Іванов ще 2000 року вказував, що характерною ознакою синтаксису мови всемережжя є тенденція до відхилення від синтаксичних і пунктуаційних норм – т. зв. аграматизму.

Причому самі інтернет-комуніканти ставляться до цього явища досить толерантно. Аграматизм в інтернет-висловах учений убачав насамперед у недостатності або неправильності розділових знаків, а також (рідше) у порушенні формально-синтаксичних зв'язків між словами (анаколуф) та перериваннях висловлювань (апосіопеза) або усіченнях їхніх початкових частин (просіопеза) [18]. На нашу думку, у сучасних інтернет-висловах аграматизм посилюється, а новий тип читання, що розвинувся в інтернет-комунікантив, – *зчитування* інформації замість *вчитування* в текст (за М. Загідуллою [16, с. 191]) зумовлює лише подальше його посилення й поблажливе ставлення мовців до цього.

Отже, на граматичному рівні мови інтернет-висловів сучасної російськомовної молоді виявлено такі особливості:

- повсюдну реалізацію модальних підсилювальних часток (у 14,7 % від усіх аналізованих висловів) і вигуків, зокрема емоційних (у 6,3 % висловів); поширення безіменникових висловів (іменники відсутні у 25 % висловів); застосування наказових форм дієслова (у 5 % висловів); попри особистісність мовлення – стриманість у використанні займенника першої особи однини (зафіксовано лише у 12 % висловів); обмеженість уживання субстантивованих іменників, дієприкметників і дієприслівників, форм ступенів порівняння прикметників і прислівників, похідних прийменників;

- значну частку питальних і спонукальних речень (zareєстровано відповідно в 10,3 % та 4,9 % від усіх аналізованих речень), інтонаційно – окличних речень (у 10,8 %); застосування слів-речень (у 6,4 %); переважання простих речень (у 81,8 %), а в межах складних – складнопідрядних (у 50 % від усіх складних речень) і безсполучникових (у 27 % від усіх складних речень); ускладнення реченнєвої структури передусім однорідними членами або вставними словами й сполуками (відповідно в 7,6 % і 6,9 % від усіх речень); активну реалізацію неповних та еліптичних речень (відповідно 104 і 40 предикативних одиниць);

превалювання в межах односкладних речень безособових та інфінітивних (38 предикативних одиниць), а також означено-особових (35 предикативних одиниць);

– поширення аграматизму, що подеколи спричиняє цілковиту незрозумілість або неправильну інтерпретацію висловів.

Грамматичною специфікою дописів насамперед вважаємо найбільш вагоме представлення іменників (наявні в 93 % від усіх аналізованих дописів), якісних прикметників (у 22 % дописів), підсилювальних часток (у 19 %), дієприкметників (у 6 % дописів), речень – складних (22,8 % від усіх аналізованих речень, що складають дописи), зокрема складнопідрядних (14 % речень із дописів), спонукальних (5,3 % речень із дописів), різних типів реченнєвих ускладнень (у 24 % речень із дописів), а також велику кількість неповних та еліптичних предикативних одиниць.

Коментарі в більшості позицій дослідження мають середні показники, проте можна відзначити найслабше представлення власних іменників (зафіксовано лише в 7 % від усіх аналізованих коментарів) і займенника першої особи однини (так само лише в 7 % коментарів); а також – найбільше залучення окличних речень (14,8 % від усіх аналізованих речень, що складають коментарі) та безособових й інфінітивних предикативних одиниць.

Розмови в програмі миттєвих повідомлень виділяються спрощеною, динамічною та емоційною граматиною: у більшості висловів не вжито іменники (у 51 % від усіх аналізованих реплік), використано найбільше підсилювальних часток (у 14 % реплік) та емоційних вигуків (у 8 % реплік), мовлення реалізовано переважно в простих реченнях (93 % від усіх аналізованих речень розмов у месенджері), утворено значну кількість питальних речень (16 % речень із реплік), слів-речень, зокрема фразеологізованих (18 % речень із реплік), застосовано багато неповних предикативних одиниць, речення

ускладнюються зрідка (11 % речень із реплік), зазвичай вставними словами.

ВИСНОВКИ

Інтернет-комунікація – усталене явище в житті сучасної людини, для обслуговування якого функціює мова всемережжя. Здійснений аналіз цієї мови, зокрема в межах інтернет-жанрів соціальної мережі «Фейсбук», уможлиблює формулювання таких висновків:

Мова всемережжя є предметом вивчення інтернет-лінгвістики – інтегративного лінгвістичного напрямку, у якому дослідження здійснюють за такими підходами: власне мовним, жанрово-дискурсивним, комунікативним в аспекті користувачів і технологій, комунікативним в аспекті обмежувальних обставин, культурологічним і контентним (за О. Горошко). У нашому дослідженні зреалізовано власне мовний підхід із залученням контентного: ми аналізували загальні питання функціонування мови в межах певного контенту.

Виявлені характеристики мови всемережжя доводять, що це – не окрема мова, не жаргон, не стиль, а підсистема національної мови, що використовує всі засоби традиційної мови, має, крім писемної, специфічну форму вираження – усно-писемну, є сферою функціонування своєрідних жаргонів (напр., «падонкіфської» мови, «луркояза» (рос.), діджиспіку) та особливих груп графічних засобів (зокрема, емотиконів), а головне – реалізує різновиди комунікативної мети, співвідносні з усіма основними функційними стилями.

Характерними ознаками інтернет-комунікації є спілкування між численними користувачами всемережжя й навіть із комп'ютерними програмами; опосередкованість комп'ютером, дистантність і розділення в просторі та / або часі; поєднання або доповнювання жанрів, стилів, і типів мовлення; застосування не тільки тексту, але й зображень і звуку.

У соціальних мережах комунікація відбувається насамперед у таких жанрах: допису (має монологічний характер), коментаря (коменту)

як реакції на допис (має діалогічний характер) й розмови в месенджері (має діалогічний інформаційно-фатичний характер).

Загалом, вислови російськомовних інтернет-комунікантів, реалізовані в усіх жанрах соцмережі «Фейсбук», мають такі особливості (подано у % від загальної кількості аналізованих висловів / одиниць):

1. Фонетико-графічні: оклична інтонація (9,7 %); посилення інтонації (4,7 %); втрата окремих звуків чи звукосполук (3 %); передавання україномовного звучання (3 %); збільшена довгота голосних звуків або протяжна вимова сонорного (2,3 %); запис фонетичних слів разом із проклітиками (1 %).

Для графічного вираження емоцій та експресії застосовують емотикони (36,3 %); тільки рядкові літери (12,7 %); повторювані знаки (переважно емотикони) (11,7 %); крапки (...) (8,7 %), капіталізацію (6 %); хештеги й посилення (5 %, лише в дописах); навмисне спотворену графічну форму слів (2 %); інший шрифт (1,3 %); літери з інших абеток (0,7 %, лише в коментарях). У багатьох прикладах зафіксовано одразу кілька графічних способів емотизації та експресивізації.

2. Лексико-фразеологічні: використання стилістично забарвлених одиниць зниженого плану – просторічних, грубих і вульгарних, обценних (18 %), жаргонізмів (13,7 %), фразеологізмів, зокрема крилатих висловів без указування автора (9,3 %), неологізмів (5 %).

3. Граматичні: реалізація модальних підсилювальних часток (14,7 %), вигуків, зокрема емоційних (6,3 %), безіменникових висловів (іменники відсутні у 25 %); стриманість у використанні займенника першої особи однини (його зафіксовано лише у 12 %); значна частина речень є питальними або спонукальними (відповідно 10,3 % та 4,9 %), окличними (10,8 %); наявні слова-речення (6,4 %); переважають прості речення (81,8 %), а в межах складних – складнопідрядні (50 % від усіх складних речень); реченневої структури ускладнено однорідними

членами або вставними словами й сполуками (відповідно 7,6 % і 6,9 %); а також ужито неповні та еліптичні предикативні одиниці.

4. Правописно-граматичні: наявність пунктуаційних недоліків (21 %) – виокремлення підрядних частин, однорідних членів речення, вставних слів, уживання зайвих розділових знаків, повна або часткова відсутність їх; а також орфографічних недоліків (15 %) – написання власних назв, порушення правопису слів разом, окремо або з дефісом. Помилки подеколи спричиняють неправильну інтерпретацію або й цілковиту незрозумілість висловів.

До особливостей інтернет-жанру допису зараховуємо посилення окличної або питальної інтонації, розтягнення голосних і протяжна вимова сонорних звуків; використання повторюваних знаків, крапок (...), додавання хештегів та посилань, капіталізацію літер; найбільш вагоме серед досліджуваних жанрів представлення іменників, якісних прикметників, підсилювальних часток, дієприкметників, складних речень (зокрема складнопідрядних), спонукальних речень, різних типів реченнєвих ускладнень, а також значної кількості неповних та еліптичних предикативних одиниць.

Лінгвістична своєрідність інтернет-жанру коментарів полягає в позначенні посиленої інтонації; функціюванні крапок (...), повторенні знаків, мінімізації та капіталізації літер; в обмеженні займенника першої особи однини; найбільш активному серед усіх аналізованих жанрів залученні окличних речень, безособових та інфінітивних предикативних одиниць.

Специфічним для розмов у програмі миттєвих повідомлень є втрата звуків і звукосполук, передавання україномовного звучання (суржикізація мовлення); мінімізація літер; у більшості висловів не вжито іменники, проте багато підсилювальних часток та емоційних вигуків; переважають прості речення, неповні предикативні одиниці; частотні питальні речення й слова-речення.

Лінгвістичні особливості інтернет-комунікації обумовлені характером дібраного фактичного матеріалу. Оскільки в нашій вибірці багато дописів-привітань із днем народження, коментарів до красивих світлин людей і природи, коротких реплік щодо домовленостей про зустрічі, а більшість текстів складається з одного речення, відсоткове вираження виявлених особливостей не можна проєктувати на весь масив інтернет-висловів. Проте можна говорити про тенденції переважання того чи того мовного явища. Прогнозуємо, що для матеріалу певної тематики або більшого обсягу, будуть характерні такі самі лінгвістичні особливості, але з іншими відсотковими показниками.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Агапова Н. Активные процессы, происходящие в системе русского языка под влиянием Интернет-коммуникации: трансформация системы функциональных стилей : [видеолекция] URL: <https://ru.coursera.org/lecture/russian/aktivnyie-protsiessy-proiskhodiashchiie-v-sistiemie-russkogho-iazyka-pod-nFHOU>. (дата обращения: 03.10.2020).
2. Ахренова Н.А. Доминанты современной интернет-лингвистики : дисс. ... д-ра филол. наук : 10.02.19. Москва, 2018. 363 с.
3. Басалаева Е.Г., Шпильман М.В. Многоточие как объект языковой рефлексии в интернет-дискурсе. *Сибирский филологический журнал*. 2015. № 3. С. 248–255.
4. Бегерська О.В. Особливості інтернет-комунікації. *Проблеми семантики слова, речення та тексту*. К. : Вид. центр КНЛУ, 2017. № 38. С. 17–20.
5. Большой толковый словарь русского языка / гл. ред. С.А. Кузнецов. СПб, 2014. URL: <http://gramota.ru/slovari/info/bts/>. (дата обращения: 12.10.2020).
6. Бурова В. Місце мови всемережжя в системі національної мови. *Магістерські студії*. Херсон, 2020. С.
7. Викисловарь : свободная энциклопедия; многоязычный открытый словарь. URL: <https://ru.wiktionary.org/wiki/>. (дата обращения: 10.10.2020).
8. Голошубина О.К. Комплексное моделирование речевого жанра "разговор в мессенджере" : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01. Омск, 2017. 20 с.
9. Голошубина О.К. Разговор в мессенджере как специфический жанр интернет-коммуникации. *Вестник Омского университета*. 2015. №1. С. 208–212.

10. Горошко Е.И. Современная интернет-коммуникация: структура и основные параметры. *Интернет-коммуникация как новая речевая формация* : коллект. монография / науч. ред. Т.Н. Колокольцева, О.В. Лутовинова. М. : Изд-во Наука, Изд-во Флинта, 2012. С. 9–52. URL: <http://www.textology.ru/article.aspx?aId=232>. (дата обращения: 28.09.2020).

11. Горошко Е.И., Землякова Е.А. Полиформатный мессенджер как жанр 2.0 (на примере мессенджера мгновенных сообщений Telegram). *Жанры речи*. 2017. №1 (15). С. 92–100.

12. Горошко Е.И., Полякова Т.Л. К построению типологии жанров социальных медик. *Жанры речи*. 2015. № 2 (12). С. 119–127.

13. Горошко Е.И. К уточнению понятия «компьютерно-опосредованной коммуникация»: проблемы терминоведения. *Образовательные технологии и общество*. 2009. Том 12. Вып. 2. С. 445–454.

14. Горошко Е.И. Лингвистика Интернета: формирование дисциплинарной парадигмы. *Жанры и типы текста в научном и медийном дискурсе*. Орел : Картуш, 2007. Вып. 5. С. 223–237.

15. Долгополов А.Ю. Свойства и признаки объектов гуманитарного Интернета. *RELGA. Научно-культурологический журнал*. 2004. № 11 (101). URL: <http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tguwww.woa/wa/Main?textid=279>. (дата обращения: 03.10.2020).

16. Загидуллина М.В. Русский язык в эпоху постграмотности: вперед в прошлое. *Русский язык в Интернете: личность, общество, коммуникация, культура* : сб. статей I Междунар. научно-практ. конфер. Российский университет дружбы народов. М., 2017. С.189–194.

17. Иванников Е.Б. Языковая рефлексия в интернет-жаргоне : дисс. ... канд. филол. наук : 10.02.01. С.-Пб, 2020. 179 с.

18. Иванов Л.Ю. Язык Интернета: заметки лингвиста. *Словарь и культура русской речи*. М. : Азбуковник, 2000. С. 35–45. URL:

<http://www.honestnet.ru/chisty-yazyk/yazyk-interneta-zametki-lingvista.html>. (дата обращения: 29.09.2020).

19. Каленська А.С. Графічні засоби експресивізації мови сучасних турецьких інтернет-видань. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Філологічна»*. Острог : Вид-во НаУОА, 2017. Вип. 67. С. 137–140.

20. Калита О.М. Електронна комунікація: мовнокомунікативні особливості й жанрова диференціація. *Науковий часопис Національного педагогічного університету імені М.П. Драгоманова. Серія 10: Проблеми граматики і лексикології української мови*. 2012. Вип. 9. С. 102–105. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nchnpu_10_2012_9_32. (дата звернення: 03.10.2020).

21. Калмыков А.А., Коханова Л.А. Интернет-журналистика : учеб. пособие. М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2005. 383 с.

22. Карнуп Е.В. Многоязычная коммуникация в сети интернет как сфера реализации механизмов компрессии сообщений: на материале микроблогов системы Твиттер : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.21. СПб, 2015. 24 с.

23. Карпов Э.С. Функционирование сленга в дискурсе интернет-коммуникаций : дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10. М., 2016. 164 с.

24. Китова Е.Б. Общение в интернет-среде и «универсальный язык» эмодзи. *Вопросы теории и практики журналистики*. 2016. Т.5, №4. С. 654–664.

25. Коваль Т.Л. Засоби експресивізації українського газетного дискурсу початку ХХІ ст. : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.01. Запоріжжя, 2011. 19 с.

26. Ковальчук І.А. Мовна специфіка спілкування в Інтернеті. *Магістеріум*. 2009. Вип. 37 : Мовознавчі студії. С. 45–48.

27. Ковальчук Н.П. Смайли як візуально-сміслові конструкції культури віртуального спілкування. *Наукові записки [Національного*

університету "Острозька академія"]]. Сер. : Філологічна. 2011. Вип.21. С. 50–57.

28. Компанцева Л.Ф. Интернет-лингвистика: когнитивно-прагматический и лингвокультурологический подходы : монография. Луганск : Знание, 2008. 528 с.

29. Компанцева Л.Ф. Интернет-комунікація: когнітивно-прагматичний та лінгвокультурологічний аспекти : автореф. дис. ... д-ра філол. наук : 10.02.02. К., 2007. 36 с.

30. Кондрашов П.Е. Компьютерный дискурс: социолингвистический аспект : автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19. Краснодар : КГУ, 2004. 19 с.

31. Кущенко О.С. Формування культури Інтернет-комунікації майбутніх учителів засобами інформаційно-комунікаційних технологій : автореф. дис. ... канд. пед. наук : 13.00.04. Запоріжжя, 2008. 20 с.

32. Левин Ю.И. Об обценных выражениях русского языка. *Избранные труды. Поэтика. Семиотика*. М. : «Языки русской культуры», 1998. С. 809–819. URL: <http://www.philology.ru/linguistics2/levin-98.htm>. (дата обращения: 10.10.2020).

33. Матвеева С.А. Сайт як жанр Інтернет-комунікації (на матеріалі персональних сайтів учених) : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.15. Донецьк, 2006. 20 с.

34. Мокиенко В.М., Никитина Т.Г. Большой словарь русских поговорок. М. : ЗАО «ОЛМА Медиа Групп», 2007. 784 с.

35. Мосцевенко А.Ю. Паралингвистические средства выражения экспрессивности в интернет-коммуникации (на материале англоязычных блогов). *Психолінгвістика*. 2010. Вип. 5. С. 189–197.

36. Нерян С. Допис у соцмережі як мовленнєвий жанр інтернет-комунікації. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Лінгвістика»*. Вип. 34. Том 1. Херсон, 2018. С. 66–70.

37. Полякова Т.Л. Интернет-лингвистика как новое направление языкознания. *Психолінгвістика*. 2011. Вип. 8. С. 146–152.

38. Рогачева Н.Б. Структура и функционирование вторичных речевых жанров интернет-коммуникации : на материале русского и английского языков : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.19. Саратов, 2011. 23 с.

39. Седов К.Ф. Человек в жанровом пространстве повседневной коммуникации. *Антология речевых жанров: повседневная коммуникация* : моногр. изд. / под общ. ред. К. Ф. Седова. М., 2007. С. 7–38.

40. Словарь молодежного ~~еяня~~ сленга / гл. ред. М. Кордонский. URL: <https://teenslang.su/>. (дата обращения: 29.09.2020).

41. Словарь русского аргю. *Terminy.info* : энциклопедии, словари, справочники – онлайн. URL: <http://www.terminy.info/russian-language/dictionary-of-russian-slang/>. (дата обращения: 03.10.2020).

42. Словоново : [словарь новой лексики]. URL: <http://www.slovonovo.ru/>. (дата обращения: 29.09.2020).

43. Стексова Т.И. Комментарий как речевой жанр. *Жанры речи*. Саратов : Изд-во ФГБОУ ВО "СГУ имени Н.Г.Чернышевского", 2014. №1–2 (9–10). С. 81–88.

44. Стеріополо О.І. Система принципів і засобів організації фонетичного дослідження підготовленого і спонтанного мовлення. *Вісник Київського національного лінгвістичного університету*. Серія: Філологія. 2014. Том 17, №1. С.176–187.

45. Стрельбіцька Л. Інтернет як полігон розвитку природної мови. *Вісник Нац. ун-ту «Львівська політехніка»*. Серія «Проблеми української термінології». 2005. № 538. С. 33–38.

46. Травин А. Толковый словарь "Термины и жаргон Интернета" КГБ: Киевская городская библиотека : электронная библиотека. URL: <https://lib.misto.kiev.ua/INTERMET/termwww.dhtml>. (дата обращения: 03.10.2020).

47. Фёдоров А.И. Фразеологический словарь русского литературного языка : ок. 13 000 фразеологических единиц. 3-е изд., испр. М. : Астрель: АСТ, 2008. 878, [2] с.

48. Форманова С.В. Коментар у соціальних мережах як мовленнєвий жанр. *Вісник Львівського університету. Серія філологічна*. 2019. Вип. 70. С. 78–90.

49. Хайдарова В.Ф. Краткий словарь интернет-языка : ок. 350 ед. / под. ред. С.Г. Шулежковой. М. : ФЛИНТА, 2013. 326 с.

50. Широких О.В. Лінгвістична специфіка комунікації в світовій інформаційній мережі. *Наукові записки [Національного університету "Острозька академія"]*. Сер. : Філологічна. 2010. Вип. 16. С. 343–349.

51. Штукарева Е.Б. Языковые особенности маркетингового текста в социальных сетях. *Вестник МГЛУ. Гуманитарные науки*. Вып. 2 (831) / 2020. С. 184–194.

52. Щипицина Л.Ю. Компьютерно-опосредованная коммуникация: Лингвистический аспект анализа. М. : КРАСАНД, 2010. 296 с.

53. Crystal D. The scope of Internet linguistics. Paper given online to the American Association for the advancement of Science meeting, February 2005. URL: <http://www.davidcrystal.com/Files/BooksAndArticles/-4113.pdf>.

54. Crystal D. Language and the Internet. Cambridge : Cambridge University Press, 2001. 272 p.

55. Herring S.C. Language and the Internet. *International Encyclopaedia of Communication*. Blackwell Publishers, 2008. pp. 2640–2645. URL: <https://ella.sice.indiana.edu/~herring/lg.inet.pdf>. (03.10.2020).

56. Simpson J. 'Discourse and Computer-Mediated Communication: A Study of an Online Community', PhD thesis, University of Reading, URL: http://www.education.leeds.ac.uk/research/james_simpson-thesis.pdf.