

## ИНТЕРНЕТ-ЖАНРЫ

УДК 811.161.1.37

ББК 81.2Рус-5

DOI: 10.18500/2311-0740-2018-3-19-218-225

К. М. Шилихина  
Воронеж, Россия

Ksenia M. Shilikhina  
Voronezh, Russia

ЛЕКСИЧЕСКИЕ МАРКЕРЫ ЖАНРОВ  
ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИLEXICAL MARKERS OF THE ONLINE  
COMMUNICATION GENRES

В статье обсуждаются методы выделения лексико-стилистических маркеров двух жанров интернет-коммуникации: блогов и бесед в группах в социальных сетях. Рассматриваются сильные и слабые стороны применения корпусных данных для выявления лексических единиц, характерных для монологической и диалогической онлайн-коммуникации. Исследование проводится на материале специально созданных микрокорпусов блогов и бесед, а также на материале Генерального интернет-корпуса русского языка (ГИКРЯ). Предварительные результаты исследования показывают, что для онлайн-дискурса характерно активное использование англицизмов. Кроме того, и монологическая, и диалогическая онлайн-коммуникация отличаются от письменного дискурса гораздо более высокой степенью орфографической вариативности. С устным дискурсом компьютерно-опосредованную коммуникацию также сближает формальный аспект использования лексики: и в блогах, и в беседах нередки случаи, когда на письме передается фонетическая, а не орфографическая форма слов. Другими тенденциями можно считать появление у слов новых значений, а также возникновение новых конструкций. И формальные, и содержательные особенности использования лексики в онлайн-дискурсе связаны с языковой игрой. Важно, что все названные тенденции часто реализуются внутри одного текста или диалога, что позволяет сделать вывод о том, что для онлайн-коммуникации в целом игра является одним из важнейших принципов организации дискурса.

**Ключевые слова:** блог, беседа, корпус, речевой жанр, орфографическая вариативность.

The article discusses methods of defining lexical and stylistic markers of the two genres of online communication, namely, blogs and group chats in social networks. Attention is paid to the strong and weak points of using corpus methods for finding lexical units which can be classified as genre markers of online monologues and dialogues. The research is based on the data obtained from snapshot corpora of blogs and group chats as well as from the General Internet Corpus of the Russian Language. Preliminary results demonstrate that, unlike traditional written discourse, online communication allows its participants to use a wide range of English borrowings. In addition, online communication is a lot more varied in terms of orthography. An important characteristic of online discourse is spelling which is closer to pronunciation rather than to orthographic norms of the Russian language. Yet another trends are the development of new word meanings and formation of new constructions. Both formal and semantic features of online communication are signs of language play. Quite often the texts demonstrate the use of a set of features, and this fact confirms the idea that language play can be considered as one of the most important principles of online discourse organization.

**Key words:** blog, online chat, language corpus, speech genre, orthographic variety.

**Сведения об авторе:** Шилихина Ксения Михайловна, доктор филологических наук, доцент кафедры теоретической и прикладной лингвистики.

Место работы: Воронежский государственный университет.

**E-mail:** shilikhina@rgph.vsu.ru

ORCID 0000-0002-2478-7296

**About the author:** Shilikhina Ksenia Mikhailovna, Doctor of Philology, Associate Professor of the Department of Theoretical and Applied Linguistics.

Place of employment: Voronezh State University.

**E-mail:** shilikhina@rgph.vsu.ru

ORCID 0000-0002-2478-7296

## 1. Жанры или форматы?

Интерес лингвистов к онлайн-дискурсу вполне закономерен: наряду с традиционными устным и письменным модусами общения компьютерно-опосредованный дискурс стал третьим модусом, в котором сегодня осуществляется значительная доля коммуникации [1–4]. Можно говорить о том, что благодаря своим технологическим особенностям, Интернет стал той средой, в которой на наших глазах получает новую «технологическую оболочку» явление, которое К. Ажеж назвал «человеком диалогическим» [5].

Особый интерес интернет-дискурс представляет с точки зрения жанровой специфики: новое коммуникативное пространство по-новому обострило проблему речевой системности, которая «... является ключевой не только для теории речевых жанров: не будет преувеличением сказать, что адекватное решение данной проблемы – задача-максимум и лингвистики текста, и теории дискурса» [6 : 78].

Жанровая структура компьютерно-опосредованного дискурса остается предметом дискуссий. В частности, исследователи компьютерно-опосредованной коммуникации задаются вопросом, насколько применимо само понятие *речевого жанра* к тем формам речевого взаимодействия, которые существуют в Интернете. Так, О. Ю. Усачева считает, что термин *речевой жанр* должен быть заменен термином *формат*, поскольку последний более точно отражает технологические особенности организации коммуникации в Интернете [7].

Сторонники использования термина *речевой жанр* применительно к коммуникации в Интернете опираются на определение речевого жанра, данное М. М. Бахтиным («относительно устойчивые тематические, композиционные и стилистические типы высказываний» [8 : 255]), однако В. М. Алпатов указывает на то обстоятельство, что концепция М. М. Бахтина осталась недоработанной, а само понятие жанра трактовалось весьма расплывчато вследствие расширенного понимания высказывания [9]. Многочисленные определения речевого жанра, уточняющие бахтинскую дефиницию [10–12], указывают на то, что речевой жанр – это, в первую очередь, *форма*, в рамках которой действуют участники коммуникации. В качестве примеров приведем лишь несколько дефиниций:

«Речевой жанр – это форма речевой реализации актов коммуникативной деятельности в коммуникативном событии» [10 : 32]. И далее: «Речевой жанр – это форма структурирования речевой продукции, иными словами, форма организации текста» [10 : 33];

«... мы определяем речевые жанры как вербально-знаковое оформление типических ситуаций социального взаимодействия людей» [12 : 8].

Несмотря на кажущееся многообразие вариантов общения в Интернете, онлайн-дискурс, как и реальное общение, может быть представлен именно как набор типизированных коммуникативных ситуаций. Поэтому представляется, что термин *речевой жанр* оказывается вполне удобным для описания этих ситуаций.

Одним из важных исследовательских вопросов является вопрос о том, как происходит формирование жанров онлайн-коммуникации. С одной стороны, значительная часть жанров, традиционных для устного и письменного дискурса, была перенесена в новую коммуникативную среду. С другой стороны, в результате появления новых технологических возможностей сформировались жанры, которые функционируют только в интернет-коммуникации в силу их технологической специфики.

Исследователи предлагают различные основания для классификации жанров, бытующих в интернет-пространстве (обзор классификаций см., например, в [13]). Для целей данного исследования мы предлагаем выделить *жанры монологической направленности* (например, блоги) и *жанры диалогической направленности* (в эту группу попадают любые формы диалогического общения, которое осуществляется в социальных сетях, мессенджерах и на форумах, а также в чатах). Есть и гибридные жанры, сочетающие в себе свойства монологического и диалогического общения. Например, гибридным можно считать жанр комментария к различного рода онлайн-публикациям, когда изначально монологический текст становится информационным поводом для диалога читателей.

Очевидно, что любой жанр, будучи *формой* организации речи в типизированной ситуации, в том числе жанры компьютерно-опосредованной коммуникации, должны обладать определенными стилистическими характеристиками. Одной из таких характеристик может быть сознательный отбор лексических средств. Естественно предположить, что различные жанры компьютерно-опосредованной коммуникации будут демонстрировать такие варианты использования лексики, которые будут отличать эти жанры и друг от друга, и от близких по формальным характеристикам жанров письменной или устной коммуникации. Представляется, что эти различия можно будет считать одним из «жанрообразующих» параметров.

Цель данного исследования – провести лексико-семантический анализ отдельных жанров компьютерно-опосредованного дискурса и посмотреть, существуют ли какие-либо языковые средства, которые можно считать своеобразными «жанровыми маркерами» онлайн-коммуникации? Иными словами, необходимо ответить на вопрос о том, отличаются ли жанры интернет-коммуникации с точки зрения лексического наполнения, есть ли такие языковые единицы, появление которых более вероятно именно в контексте общения в Интернете?

Поиск таких маркеров необходим, с одной стороны, для возможности определения жанровой принадлежности новых текстов. С другой стороны, данные о стилистическом «тяготении» лексических единиц к сфере интернет-коммуникации должно отражаться в современных словарях, например, в виде соответствующих стилистических помет.

Данное исследование ограничено двумя речевыми жанрами: блогом (жанром изначально монологическим) и беседой в социальной группе (диалогическим жанром). Такой выбор обусловлен тем, что, по нашей гипотезе, монологические жанры по своим лексико-стилистическим характеристикам могут отличаться; кроме того, монологическая коммуникация может быть по своим лексико-стилистическим свойствам приближена к письменной речи, а диалогическая – к устной.

## 2. Проблема отбора материала для исследования

Анализ интернет-коммуникации, как правило, проводится на материале, который исследователи собирают в ходе собственных наблюдений за общением в этой среде. Однако такие исследования неизбежно отличаются определенной степенью субъективности: во-первых, на основе наблюдений, пусть даже и достаточно длительных, трудно предсказать появление той или иной словоформы. Во-вторых, без анализа данных о частоте использования лексических единиц невозможно определить, действительно ли мы имеем дело с явлениями, которые отличают интернет-коммуникацию от письменной или устной речи. Наконец, зачастую жанровые особенности определяются не просто употреблением отдельных языковых единиц, а их комбинацией или концентрацией в диалогах или текстах. Поэтому наблюдение должно быть дополнено другими методами сбора данных.

Возможным решением проблемы может стать привлечение языковых корпусов. Однако и здесь исследователи сталкиваются с рядом сложностей (об этом см., например, [2]). Обра-

щение к Национальному корпусу оказывается продуктивным, если исследователь точно знает, какие словоформы, леммы, словосочетания или грамматические конструкции он ищет. В случае анализа лексических особенностей жанра лингвист может опираться только на гипотезы, основанные на собственной интуиции, а, как известно, интуиция и коллективный узус далеко не всегда совпадают.

Выходом из сложившейся ситуации может стать создание собственных микрокорпусов текстов интересующих нас жанров. Далее эти корпуса могут быть проанализированы с помощью конкордансеров: эти программы позволяют получать частотные списки словоформ, коллокаций, а также на основе сравнения двух текстовых массивов выявлять ключевые слова, характерные для каждого из них. Такой анализ предоставляет исходные качественные и количественные данные, которые могут быть использованы для подтверждения или опровержения интуитивных представлений исследователей. Исходя из этого в данном исследовании было принято решение в качестве исходного материала использовать собственные микрокорпуса блогов и онлайн-бесед (объем каждого корпуса – около 100 тыс. словоупотреблений). Далее микрокорпуса были проанализированы с помощью конкордансера AntConc. Полученные частотные списки словоформ стали отправной точкой для использования ГИКРЯ. Привлечение этого макрокорпуса обусловлено тем, что выявление лексических маркеров интернет-коммуникации оказывается нетривиальной задачей, поскольку, во-первых, мы имеем дело с большим тематическим разнообразием даже внутри исследуемых жанров. Во-вторых, в рамках одного жанра коммуникация может качественно отличаться, поскольку на выбор лексических средств и способов их использования влияют различные экстралингвистические параметры, например, принадлежность к определенной возрастной/социальной/профессиональной группе. Именно поэтому привлечены данные ГИКРЯ, которые, благодаря своему объему, в некоторой степени нивелируют социальные различия. В результате комбинация данных микро- и макрокорпусов позволяет обнаружить некоторые закономерности в отборе лексики в блогах и онлайн-беседах и далее проверить гипотезы о наличии или отсутствии лексико-стилистических особенностей в монологическом и диалогическом общении онлайн.

Необходимо сделать еще одно замечание относительно способа привлечения данных ГИКРЯ: поскольку данный корпус включает несколько подкорпусов, для сопоставления диалогического и монологического онлайн-дискурса привлекались данные подкорпуса

Живого Журнала (8720 млн словоформ) и подкорпуса ВКонтакте (9820 млн словоформ). Данные этих текстовых массивов позволяют сопоставлять лексический выбор участников монологического и диалогического онлайн-дискурса.

### 3. Анализ частотных списков и данных ГИКРЯ

На первом этапе исследования был составлен частотный список словоформ микрокорпусов блогов и бесед. Чтобы убедиться, что встретившиеся в микрокорпусах заимствования не являются единичными случаями, употребление этих словоформ было далее проверено на материале ГИКРЯ.

Частотные списки словоформ позволяют говорить о тенденциях, которые касаются не столько содержательной стороны коммуникации, сколько ее формальных характеристик. в частотных списках встречается большое количество англицизмов. Частота отдельных словоформ и в микрокорпусе блогов, и в микрокорпусе бесед в целом невелика, однако общее их количество позволяет говорить о том, что Интернет становится своеобразной площадкой для «обкатки» англоязычных заимствований, причем способы этой «обкатки» могут быть самые разные. Например, в частотных списках встретились контексты, в которых использовались аббревиатуры, записанные латиницей:

*Если вы выстроили грамотную **HR-стратегию**, вероятность того, что новички останутся в компании в течение трех лет, повышается на 58%.*

***Upd:** Из этой серии чехи также зажигают. У них женские фамилии обычно заканчиваются на «ова» – Вондрачкова и так далее. И я как-то купил журнал о кино на чешском, а там – Вупи Голдбергова, Шэрон Стоунова, Анджелина Джолинова.*

Частотный список словоформ показал, что наряду с использованием англоязычных аббревиатур авторы сообщений также используют транскрипцию, причем данный способ оказывается предпочтительным: по данным ГИКРЯ, в подкорпусе Живого Журнала содержится 24165 контекстов употребления транскрипции *апдейт*, а ее относительная частота составляет 2,072 вхождения на 1 млн словоупотреблений. Лексема употребляется в двух значениях: 1) *апдейт* – добавление новой информации к написанному ранее, часто в связи с изменением ситуации; 2) *апдейт* – обновление к компьютерной программе. Различать эти два значения помогает контекст: в первом значении слово используется как подзаголовок и сопровождается двоеточием.

*Я вот тут подумал, что хочу сделать карьеру Хью Хеффнера.)*

***Апдейт:** начал читать его карьеру и оказалось, что у него такое сочетание ТИГР+ОВЕН. Крайне продуктивное сочетание. Ротшильд тоже был из наших, да и много кто:) [ГИКРЯ, Живой Журнал].*

***Апдейт:** котейка пристроена! [ГИКРЯ, Живой Журнал].*

*История последних **апдейтов** показывает, что когда суповцы пытаются что-то улучшить или доработать, то оборачивается это внезапным “ддосом”, отвалившимися настройками и прочими глюками разной степени глобальности ГИКРЯ, Живой Журнал].*

Вместо аббревиатуры HR авторы Живого Журнала часто используют написание *эйчар*, реже – *эйч ар*. В подкорпусе Живого Журнала содержится 1838 контекстов с леммой «эйчар» (относительная частота – 0,166) и около 40 контекстов для словосочетания «эйч ар»:

*Сидела я сидела, и решила что все таки денег мне мало, а хотелок меньше от этого не становится. Пошла разослала резюме по всяким **эйч ар**. Посмотрим. Наверное, там кадровики поржут над резюме юриста, ищущего вакансию наборщика текста, например [ГИКРЯ, Живой Журнал].*

*В конце мая дизайнер, фотограф, ИП или даже офисный персонал берет свою бухгалтерию, маркетинг или **эйчари** они едут в Италию [ГИКРЯ, Живой Журнал].*

В подкорпусе социальной сети ВКонтакте лемма *эйчар* используется гораздо реже – 240 контекстов обеспечивают ей относительную частоту всего в 0.017 вхождений на 1 млн словоформ.

Еще один пример заимствования – лексема *абьюзер*, которая дважды встретилась в микрокорпусе блогов:

*Или наоборот – все замужем, а ее теперь не очень-то охотно зовут в гости, ведь семейные пары обычно дружат с парами. Или она только-только выбралась из многолетних отношений с **абьюзером**, который по классической схеме запрещал ей вообще с кем-то дружить.*

По данным ГИКРЯ, слово *абьюзер* встречается в подкорпусе ВКонтакте 164 раза (относительная частота – 0,014), в подкорпусе Живого Журнала – 265 раз (относительная частота – 0,028):

*Узнала новое слово – **абьюзер**. И знаете, по моей статистике их очень много [ГИКРЯ, ВКонтакте].*

*Разрушив границы жертвы, сломив волю, забрав все возможные ресурсы, **абьюзер**, который желает только одного – играть чувствами, попивать кровушку, тянуть эмоциональные силы, пытаться, терзать – начинает*

ту ролевою игрою, которая ему близка. Романтический **абьюзер** играет в люблю-нелюблю, жжет на личном уровне. Политически окормленный **абьюзер** хочет иных развлечений. Эмоциональный абьюз уже не удовлетворяет его, он любит власть, ужас и контроль. Власти над жалкой жертвой ему мало. Нужна слава и желательна героическая. Размах и масштаб. Насилие над обществом, чтобы доказать. Доказать собственное превосходство. Странная логика, но **абьюзерами** не от большого ума становятся [ГИКРЯ, Живой Журнал].

Еще один пример – слово **баттл**: в микрорепублике блогов оно встретилось только в одном контексте:

Мне жанр «**баттла**» напоминает джаз с его бесконечными импровизациями, но только в данном случае не звуковыми, а словесными.

Однако в ГИКРЯ он встречается 2975 раз (относительная частота – 0,250) в Живом Журнале и 5505 раз – в текстах сети ВКонтакте (относительная частота – 0,436):

Друзья, **танцевальный баттл** состоится 21 декабря в воскресенье – в кафе Барабас... [ГИКРЯ, ВКонтакте].

Я проиграл баттл в рамках Фристайла [ГИКРЯ, ВКонтакте].

Интересно, что в контекстах из подкорпуса Живого Журнала можно наблюдать многозначность слова **баттл**: оно может означать либо «соревнование в каком-либо умении, состязание, часто вербальное», либо «бутылка с напитком, как правило, алкогольным»:

Намедне случился у нас **чизкейк баттл** с другом. Думала-думала какой чизкейк приготовить и решила, что классику ее ж ничем нельзя побороть [ГИКРЯ, Живой Журнал].

Другой мой друг вернулся с Белого моря. Привез сувенир. Баттл местной водки «Похьяла». Девиз на **баттле** следующий – «Мы Карьяла, нам – похьяла!» [ГИКРЯ, Живой Журнал].

Еще одна тенденция, свойственная преимущественно диалогической онлайн-коммуникации, – отражение фонетической редукции, свойственной устной речи, на письме. Фактически пользователи решают проблему транскрипции устной речи, когда пишут *прям*, *пасиб*, *чота* (*чо-та*), *ваще*, *седня/седни*, *да ланна*, *нг*, *крч* и т. д. Вот несколько примеров из микрокорпуса бесед:

я **чѐт** не понял какого хрена устная часть ин яза сдаѐтся два дня

Ладна. Я в магаз. Скоро вернусь. Пишите в личку.

Можно говорить о том, что для лексического оформления высказывания в онлайн-диалоге характерна информационная компрессия, т. е.

сжатие плана выражения при сохранении плана содержания [14 : 241].

В онлайн-диалогах существует тенденция усечения определенных классов слов в соответствии с тем, как они произносятся в устной речи. Так, часто сокращению подвергаются орфографические формы личных и неопределенных местоимений:

– А теперь для тех, кому лень слушать. Кто успеет к след среде подготовить физику? Чтобы она как в прошлом году обиду не кинула.

– Чего она ждѐт, что в среду все придут готовые?! Лан **эт** все лирика.

А так у **мнулап**топ увели и бродбанд, ну и крч.

– Мы завтра **че** то пишем?

– Сочинение по литре.

– На уроке тип?

– Да.

Другая группа слов, регулярно употребляющихся в усеченной форме в диалогической онлайн-коммуникации, – дискурсивные маркеры. Ярким примером здесь является дискурсивный маркер *крч* (*короче*): в подкорпусе ВКонтакте он встречается в 25971 контексте (относительная частота – 2,304 вхождения на 1 млн словоформ), а вот в ЖивомЖурнале – только в 380 контекстах (относительная частота – только 0,037):

Высказавца что ль:) **Крч** эротика – это хрен пойми что. Ни **фига** это не искусство [ГИКРЯ, ВКонтакте].

Заметим, что использование в игровых целях фонетических форм вместо орфографических характерно для инфинитивов (*высказавца*, *побаиваться*). Кроме того, отдельные слова чаще других подвергаются намеренному орфографическому искажению: так, встретившиеся однократно в микрокорпусах словоформы *вапще* и *ващце*, а также и другие варианты написания слова *вообще* регулярно встречаются в ГИКРЯ (таблица).

Абсолютная частота вхождения вариантов написания слова *вообще* в подкорпусах Живого Журнала и ВКонтакте ГИКРЯ

Absolute frequency of variant of spelling of the word occurrence in general (Sub corps of LiveJournal and VKontakte)

Вариант написания	Живой Журнал	ВКонтакте
<i>вапще</i>	21149	2104
<i>ващце</i>	5009	562
<i>воопще</i>	1686	940
<i>вааще</i>	159	32

Загадочная женщина загадит жизнь **ващце** кому угодно [ГИКРЯ, Живой Журнал].

А еще Баффет подошел к шторе и пометил ее. Прямо у меня на глазах. Нормально **ващце**? А сейчас свернулся клубочком и лежит в кресле, как ни в чем не бывало [ГИКРЯ Живой Журнал].

Блин, **ващце** не понимаю, что я делаю в вк! [ГИКРЯ ВКонтакте].

а мне **ващце** ничего не видно – квадратик красной вместо фотки: ([ГИКРЯ ВКонтакте].

Но **воооще** очень даже миленько... [ГИКРЯ Живой Журнал].

Использование фонетического облика слова вместо орфографического уже давно является стилистической особенностью русскоязычной онлайн-коммуникации. Результатом такой активной игры пользователей с языком стала большая орфографическая вариативность, иногда доходящая до того, что слово может стать неузнаваемым. Например, слово *вообще-то* в блогах и беседах может выглядеть как *тащемта* либо *тащемто*:

В этот так сказать лунный день **тащемта** всем желаю счастья в жизни, мозга в голову и сала [ГИКРЯ, Живой Журнал].

**Тащемто** всех девушек с 8 марта! [ГИКРЯ, ВКонтакте].

*Тащемта* встречается 3658 раз в Живом Журнале и 878 раз в подкорпусе ВКонтакте, *тащемто* – 87 раз в Живом Журнале и только 14 раз в подкорпусе ВКонтакте.

В результате возникновения такого орфографического многообразия поиск информации затрудняется, а у рядовых пользователей создается ощущение неустойчивости языковой системы.

Назовем еще две тенденции использования лексики в онлайн-коммуникации: использование слов в новых значениях и появление новых конструкций. Примером первой тенденции является диалог, в котором словоформа *вынес* употребляется в значении «победил»:

- **А:** Вы там победили??
- **В:** Да?
- **А:** Уоооо?
- Красава?
- Уважаю?
- Скорнякову вынес, 80 шк вынес?
- Боженька?

**В:** Спасибо, я как раз их девочку на 7,4 прорцензировал?

**А:** Красава.

В качестве примера новой конструкции можно привести выражения *ну такое/такое себе*:

**Ну такое**, давай ты там доклад расскажешь и все.

– Предварительно – вы в Питер едете?

– Ну честно говоря **такое себе**. Если уровень слабее... У меня всё таки 11 класс, лучше

мне кажется подготовиться к егэ . А так я попозже скажу.

Наконец, для онлайн-дискурса характерна концентрация названных явлений в одном тексте, что хорошо иллюстрируют следующие примеры из ГИКРЯ и микрокорпуса блогов:

Но **воооще** очень даже миленько... Секретарша с оскалом № 3, злобная тетя бухгалтер, дядьки в костюмах, прикольный начальник и гламурные **деффки**-коллеги. Впрочем **деффки** очень даже позитивные. Кружки с чаем возле компа, открыточки, записульки и сменная обувь под столом. **АЙ ЛАЙК ИТ** [ГИКРЯ Живой Журнал].

Сегодня утром захожу в управу – а у нас там самый «сурьезный» охранник сидит. Здоровуюсь – получаю вопрос «ВН! А чейтаты всегда на позитиве?» Ответ **естессна** был дан исчерпывающий «А **патамушта** это, Коленька, тебя сильно выбешивает!» И ведь признался **гамт**, что это действительно так – в общем стороны «обменялись рукопожатиями», но когда я от вахты уходил – Коля улыбался счастливой улыбкой начинающего идиота.

Приведенные фрагменты демонстрируют реализацию практически всех описанных выше тенденций в использовании лексики в онлайн-коммуникации. Последовательное использование фонетических форм вместо орфографических, транскрипция англоязычной фразы в первом контексте дополняется уменьшительными формами (*открыточки*, *записульки*), что создает игровой эффект. Во втором примере автор блога не только намеренно искажает орфографический облик слов, но также использует прецедентные высказывания (обменялись рукопожатиями), что также является сигналом языковой игры, которая в данном контексте придает ироничность высказыванию.

#### 4. Предварительные итоги

Даже фрагментарный анализ корпусных данных позволяет говорить о том, что лексико-стилистическим маркером онлайн-коммуникации можно считать вариативность формы слова. Если в разговорной речи «... смысловая организация высказываний гораздо важнее формальной» [6 : 23], то в ряде жанров интернет-коммуникации форма оказывается не менее важной, чем содержание.

Если в устном и письменном модусах жанры – это образцы, которым следуют, то в компьютерно-опосредованной коммуникации свойством некоторых жанров является нарушение существующих образцов. Поэтому орфографическая вариативность онлайн-коммуникации оказывается значительно выше той, что наблюдается в традиционном

письменном дискурсе. Регулярная игра с орфографической формой слов и словосочетаний указывает на то, что коммуникация в Интернете, несмотря на письменную фиксацию, по семиотическим свойствам далека от традиционного письменного дискурса. Ср. мнение А. Соломоника о семиотических свойствах письменности: «Правила их использования очень ригидны, значительно меньше энтропии наблюдается в операциях с буквами, чем, допустим, в операциях со словами (при записи мы не можем отклоняться от правил правильного письма, в разговоре существует масса возможностей для комбинаций с одним и тем же словом)» [15 : 102].

Наконец, можно сделать методологический вывод о том, что создание микрокорпусов текстов определенных жанров может быть первым шагом в обнаружении лексико-стилистических маркеров интернет-коммуникации: анализ таких корпусов при помощи конкордансеров позволяет обнаружить основные тенденции в использовании лексики. Эти тенденции могут быть далее проверены на материале макрокорпуса.

*Работа выполнена при финансовой поддержке РФФИ (проект № 17-04-00421 «Лингвистическая подготовка и создание электронного “Живого стилистического словаря русского языка”»).*

*This work was financially supported by the Russian Foundation for Basic Research, according to the Order number 17-04-00421 «Linguistic preparation and creation of the electronic “Live stylistic dictionary of the Russian language”»*

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Сидорова И. Г. Коммуникативно-прагматические характеристики жанров персонального интернет-дискурса (сайт, блог, социальная сеть, комментарий) : автореф. дис. ... канд. филол. наук. Волгоград, 2014. 24 с.
2. Дементьев В. В., Степанова Н. Б. Корпусная генеристика : проблема ключевых фраз // Жанры речи. 2016. № 1. С. 24–41.
3. Колокольцева Т. Н. Диалогичность в жанрах интернет-коммуникации (чат, форум, блог) // Жанры речи. 2016. № 2. С. 96–104.
4. Панченко Н. Н. Жанровое своеобразие стеба в интернет-коммуникации // Жанры речи. 2016. № 2. С. 116–122.
5. Ажеж К. Человек говорящий : Вклад лингвистики в гуманитарные науки. М. : Едиториал УРСС, 2003. 304 с.
6. Дементьев В. В. Теория речевых жанров. М. : Знак, 2010. 600 с.
7. Усачева О. Ю. К вопросу о жанрах интернет-коммуникации // Вестн. МГОУ. Сер. Русская филология. 2009. № 3. С. 55–65.
8. Бахтин М. М. Эстетика словесного творчества. 2-е изд. М. : Искусство, 1986. 444 с.

9. Алпатов В. М. Проблема речевых жанров в работах М. М. Бахтина // Жанры речи : сб. науч. ст. Вып. 3. Саратов : ГосУНЦ «Колледж», 2002. С. 92–104.

10. Борисова И. Н. Русский разговорный диалог : структура и динамика. М. : КомКнига, 2005. 320 с.

11. Гайда С. Жанры разговорных высказываний // Жанры речи : сб. науч. ст. Саратов : ГосУНЦ «Колледж», 1999. Вып. 2. С. 103–111.

12. Седов К. Ф. Человек в жанровом пространстве повседневной коммуникации // Антология речевых жанров : повседневная коммуникация. М. : Лабиринт, 2007. С. 7–38.

13. Митягина В. А., Сидорова И. Г. Жанры персонального Интернет-дискурса : коммуникативные экспликации личности // Жанры речи. 2016. № 2. С. 105–115.

14. Валгина Н. С. Теория текста. М. : Логос, 2004. 280 с.

15. Соломоник А. Семиотика и лингвистика. М. : Молодая гвардия, 1995. 345 с.

#### REFERENCES

1. Sidorova I. G. Kommunikativno-pragmatische kharakteristiki zhanrov personal'nogo internet-diskursa [Communicative and pragmatic features of genres of personal Internet discourse]. Thesis Diss. Cand. Sci. (Philol.). Volgograd, 2014. 24 p. (in Russian).
2. Dementiev V. V., Stepanova N. B. Korpusnaya genristika : problema kluchevykh fraz [Corpus genre research : the problem of key phrases]. *Zhanry rechi* [Speech Genres], 2016, no. 1, pp. 24–41 (in Russian).
3. Kolokol'tseva T. N. Dialogichnost' v zhanrakh internet-kommunikatsii [Dialogism in genres of online communication]. *Zhanry rechi* [Speech Genres], 2016, no. 2, pp. 96–104 (in Russian).
4. Panchenko N. N. Zhanrovoye svoebraziye steba v internet-kommunikatsii [Genre features of banter in online communication]. *Zhanry rechi* [Speech Genres], 2016, no. 2, pp. 116–122 (in Russian).
5. Hagege C. *Chelovek govoryashchij : Vklad lingvistiki v gumanitarnye nauki* [L'Homme de paroles. Contribution linguistique aux sciences de l'homme]. Moscow, Editorial URSS Publ., 2003. 304 p. (in Russian).
6. Dementiev V. V. *Teoriya rechvykh zhanrov* [Theory of speech genres]. Moscow, Znakh Publ., 2010. 600 p. (in Russian).
7. Usacheva O. Y. K voprosu o zhanrakh internet-kommunikatsii [On the issue of genres of online communication]. *Vestnik MGOU. Ser. "Russian Philology"*, 2009, no. 3, pp. 55–65 (in Russian).
8. Bakhtin M. M. *Estetika slovesnogo tvorchestva* [Esthetics of verbal creativity], 2<sup>nd</sup> ed. Moscow, Iskusstvo Publ., 1986. 444 p. (in Russian).
9. Alpatov V. M. Problema rechvykh zhanrov v rabotakh M. M. Bakhtina [The problem of speech genres in M. Bakhtin's works]. *Zhanry rechi : sb. nauch. tr.* [Speech Genres : coll. of sci. art.], iss. 3. Saratov, GosUNTs "Koledzh", 2002, pp. 92–104 (in Russian).
10. Borisova I. N. *Russkij razgovornyj dialog : struktura i dinamika* [Russian spoken dialogue : structure and dynamics]. Moscow, KomKniga Publ., 2005. 320 p. (in Russian).
11. Gaida S. Zhanry razgovornykh vyskazyvanij [Genres of spoken utterances]. *Zhanry rechi : sb. nauch. tr.* [Speech Genres : coll. of sci. works]. Iss. 2. Saratov, GosUNTs "Koledzh", 1999, pp. 92–104 (in Russian).

12. Sedov K. F. Chelovek v zhanrovom prostranstve povsednevnoj kommunikatsii [Human in the space of genres of everyday communication]. In: *Antologiya rechvykh zhanrov: povsednevnyaya kommunikatsiya* [Anthology of speech genres: everyday communication]. Moscow, Labirint Publ., 2007, pp. 7–38 (in Russian).

13. Mityagina V. A., Sidorova I. G. Zhanry personal'nogo internet-diskursa: kommunikativnye eksplikatsii

lichnosti [Genres of personal online discourse: personality communicative explications]. *Zhanry rechi* [Speech Genres], 2016, no. 2, pp. 105–115 (in Russian).

14. Valgina N. S. *Teoriya teksta* [Theory of the text]. Moscow, Logos Publ., 2004. 280 p. (in Russian).

15. Solomonik A. *Semiotika i lingvistika* [Semiotics and linguistics]. Moscow, Molodaya gvardiya Publ., 1995. 345 p. (in Russian).

**Статья поступила в редакцию 26.12.2017**

#### БИБЛИОГРАФИЧЕСКОЕ ОПИСАНИЕ СТАТЬИ

Шилихина К. М. Лексические маркеры жанров интернет-коммуникации // *Жанры речи*. 2018. № 3 (19). С. 218–225. DOI: 10.18500/2311-0740-2018-3-19-218-225

#### For citation

Shilikhina K. M. Lexical Markers of the Online Communication Genres. *Speech Genres*, 2018, no. 3 (19), pp. 218–225. DOI: 10.18500/2311-0740-2018-3-19-218-225