

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт филологии и языковой коммуникации  
Кафедра теории германских языков и межкультурной коммуникации  
45.03.02 Лингвистика

УТВЕРЖДАЮ  
Заведующий кафедрой ТГЯиМКК  
\_\_\_\_\_ О.В. Магировская

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2020 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

**ДИСКУРСИВНЫЕ ОСОБЕННОСТИ МИКРОБЛОГОВ  
(НА МАТЕРИАЛЕ АМЕРИКАНСКИХ FITNESS АККАУНТОВ  
В СЕТИ INSTAGRAM)**

Выпускник

Д.В. Шабала

Научный руководитель

канд. пед. наук,  
доц. Е.В. Еремина

Красноярск 2020

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>ВВЕДЕНИЕ .....</b>	<b>3</b>
<b>ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИЗУЧЕНИЯ ИНТЕРНЕТ-ДИСКУРСА.....</b>	<b>6</b>
1.1. Дискурс в современных лингвистических исследованиях.....	6
1.2. Особенности интернет-дискурса .....	13
1.3. Микроблог как вид интернет-дискурса .....	18
<b>ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 1 .....</b>	<b>32</b>
<b>ГЛАВА 2 АНАЛИЗ ДИСКУРСИВНЫХ ОСОБЕННОСТЕЙ ТЕКСТОВ FITNESS-АККАУНТОВ .....</b>	<b>34</b>
2.1. Структурные особенности микроблога .....	36
2.2. Лингвистические особенности микроблогов .....	42
<b>ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 2 .....</b>	<b>52</b>
<b>ЗАКЛЮЧЕНИЕ .....</b>	<b>54</b>
<b>СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ.....</b>	<b>55</b>
<b>СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ .....</b>	<b>59</b>

## ВВЕДЕНИЕ

Современную жизнь трудно представить без функционирования в ней сети интернет. Общеизвестный факт, что изначально концепция данной сети была разработана в 60-е годы специалистами по вычислительной технике для военных целей в США на военной базе Пентагон [Павленко 2003]. Можно заметить, что идея уже давно переросла свое предназначение и используется для совершенно иных задач. Долгое время информативная функция интернета считалась главной, однако сегодня, вполне очевидно, что интернет несет в себе еще и коммуникативную функцию. Примером тому может послужить активное использование социальных сетей.

Язык адаптируется к изменениям в культуре и обществе, а значит, в интернет-дискурсе он также приобретает новые черты. Не возникает сомнений в том, что язык в интернете и язык в реальной жизни, или литературный язык сильно различаются.

Для данного исследования был выбран микроблог социальной сети *Instagram*, где ярко прослеживаются изменения и адаптация языка в интернет-дискурсе. В рамках данной работы проанализированы тексты микроблога и выявлены его основные лингвистические и структурные особенности. **Актуальность** данной работы объясняется тем, что новая коммуникационная среда, сформировавшаяся благодаря интернету, требует тщательного изучения. Бурное развитие информационных технологий принесло в жизнь новые реалии, которые требуют соответствующего обозначения. Данная работа представляет интерес для современного языкознания, поскольку она исследует законы развития языка в новых сферах коммуникации.

**Объектом** исследования является микроблог в социальной сети.

**Предметом** выступают особенности микроблога как особого жанра интернет дискурса.

**Целью** работы выявить и описать дискурсивные особенности микроблога в социальной сети.

В ходе исследования были поставлены следующие **задачи**:

1. Определить понятие дискурс, рассмотреть общие подходы к его изучению, выделить существующие классификации.
2. Изучить термин интернет-дискурс, дать основные его характеристики.
3. Рассмотреть микроблог как особый вид интернет-дискурса.
4. Выявить дискурсивные особенности микроблога в социальной сети *Instagram*.

**Методологической основой** исследования являются: дискурсивно-контекстуальный анализ, компонентный анализ, семантико-стилистический метод, лингвостилистический метод.

**Теоретической базой** исследования послужили основополагающие работы отечественных и зарубежных лингвистов. При составлении теоретической базы для понятия дискурса мы опирались на труды таких авторов, как: В.Е. Чернявская, Е.Н. Галичкина, В.И. Карасик, Н.А. Ахренова, и другие.

**Материалом для исследования** для исследования послужили тексты 20 женских блогов спортивной направленности, где количество подписчиков находится в диапазоне от 1,5 миллионов до 13 тыс. миллионов. Возраст владелиц анализируемых блогов варьируется от 24 до 33 лет, Количество проанализированных текстов составило 78 единиц.

**Практическая значимость** исследования заключается в том, что результаты исследования могут быть использованы в академических целях, а именно в курсах лексикологии и стилистики английского языка, а также при

разработке рекомендаций для улучшения и наибольшей эффективности интернет-общения.

Во **Введении** изложены цели и задачи, выполнение которых необходимо для достижения поставленной цели, определены методы, сформулирован объект, предмет, актуальность настоящего исследования и его новизна, представлена структура работы.

В **Главе 1** определяются основные понятия, использованные в исследовании. Описывается вся теоретическая база, которая послужила основой в ходе исследования. Рассматриваются такие понятия как дискурс, интернет-дискурс и подходы к изучению данного лингвистического феномена. Уделяется внимание таким терминам, как: социальная сеть, микроблог и языковые особенности, им присущие.

В **Главе 2** осуществляется анализ компонентов микроблога, а именно никнеймов и хештегов, которые используют интернет-пользователи. Особое внимание уделяется текстам *fitness*-аккаунтов.

# ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИЗУЧЕНИЯ ИНТЕРНЕТ-ДИСКУРСА

## 1.1. Дискурс в современных лингвистических исследованиях

Общение и социальная жизнь – это основополагающие критерии, отличающие людей от животных. На сегодняшний день наблюдается тенденция к исследованию различных видов дискурса. Данная область лингвистического знания раскрывается в работах многих русских и зарубежных ученых (М. Фуко, У. Маас, Т.А. ван Дейк, Ю.С. Степанов, В.И. Карасик, В.Е. Чернявская, Е.И. Горошко)

За время исследования, дискурс изучался в различных направлениях, впервые был использован в 1943 году Э. Бюиссансом в труде «Язык и дискурс». При разграничении позиций «речь» и «язык», ученый ввел третий термин «дискурс», определив его как «механизм перевода языка, как знаковой системы в живую речь» [Загуйко, 2012: 57]

Вначале 60-х данное понятие становится объектом изучения не только в лингвистике, но и заимствуется для исследования другими гуманитарными науками. Отождествляют это событие с появлением структурной лингвистики. Одним из главных ученых, изучающих дискурс, был М. Пеше. Он соединил несколько подходов к изучению дискурса, а именно лингвистический и идеологический подходы для дискурс-анализа. В своих исследованиях ученый определял дискурс как связующее звено между языком и идеологией. По мнению М. Пеше смыслы слов изменчивы и зависят от классовых позиций в политической борьбе [Загуйко, 2012]. С середины 1970-х годов в работах французского ученого Мишеля Фуко у дискурса проявляются ранее не присущие ему черты. В своих работах языковед справедливо замечает, что ранее привычный подход к изучению

дискурса как к изучению «совокупности знаков используемых для обозначения предметов и явлений» [Чернявская, 2006: 70] не может считаться полным. Ученый справедливо замечает, что дискурс стоит рассматривать «с точки зрения дискурсивного анализа», то есть «определить историческое место каждого дискурсивного события» [Чернявская, 2006: 74], какие предпосылки стоят за тем, почему коммуниканты именно таким образом выражали свои мысли. Позже, идеи предложенные Фуко, начали развивать другие ученые. Примечательно, что каждая научная школа приносила свои изменения в анализ дискурса, например, с точки зрения французской школы анализ «дискурса выходил за рамки лингвистического анализа текста», и имел больше исторический характер.

Говоря о дискурсе, как о прагматически направленном объекте, важным является упомянуть о концепции Э. Бенвениста. Именно он начал рассматривать данный элемент как комплексную лингвистическую структуру, где речь имеет элементы языка говорящего, т.е. это уникальное явление, что указывает на индивидуальность дискурса.

Начиная с 1990-х годов, интерес к дискурсивному анализу возрос, сменив собой анализ текста. Сама идея изучения оказалась продуктивной и привлекательной для ученых. Результатом данного изменения, мы можем наблюдать появление новых видов дискурса: политический, юридический; дискурс перестройки и т.д.

Ввиду тенденции к междисциплинарному исследованию языка, дискурс определяется по-разному, как правило, наполненность определения зависит от направления лингвистики, в котором работает ученый. Как уже было описано, подходы к пониманию дискурса различны, анализируя различные определения, можно выделить следующие идеи, что дискурс – это:

1. С точки зрения структурно-синтаксического подхода дискурс – текст, состоящий из нескольких предложений, связанных по смыслу;
2. В ключе структурно-стилистического подхода дискурс

рассматривается как речь в устной ее форме, с учетом ситуативности, высокой контекстности, стилистической специфики, а также ассоциативными связями.

3. С позиции коммуникативной лингвистики, дискурс трактуется как текст в аспекте коммуникации, при этом учитываются ее участники, объект, а также условия ее происхождения.

4. В рамках социально-прагматического подхода, дискурс – текст, происходящий в моменте общения, с учетом способа общения и цели коммуникации [Карасик, 1999: 5].

Проанализировав классификацию В.И. Карасика можно сделать вывод, что дискурс выделяется на трех уровнях:

- в типовых ситуациях общения;
- со стороны когнитивных процессов, происходящих во время коммуникации;
- со стороны самого текста.

Исследования, где сопоставляются текст и дискурс, дают нам следующие положения: дискурс – это текстовая единица, существующая в моменте речевого общения, состоящая из предложений, связанных между собой.

Необходимо упомянуть, что, изучая дискурс, ученые пришли к выводу, что дискурс и текст не взаимнообратны. Г. Уиддосоун считает, что дискурс – это модель, а текст – это конкретная реализация этой модели, тем самым, придавая тексту статус лингвистического продукта дискурса. Автор придерживается мнения, что в таком понимании текст не воспринимается как текст со всеми их лингвистическими свойствами, а всего лишь передает посредническую функцию между дискурсами. Тем самым, Г. Уиддосоун акцентирует внимание на значении текста для адресата [Widdowson, 2007: 150].



Общеизвестный факт, что любая коммуникация преследует определенную цель. Ввиду этого, ученые, рассматривающие дискурс в рамках социально-прагматического подхода, считают наличие коммуникантов и коммуникативной цели у говорящего существенными чертами присущими дискурсу. В основу исследований закладывается само речевое действие, т.е. ряд этапов коммуникативных действий индивида, которые обусловлены некоторыми внешними и внутренними факторами [Хурматуллин, 2009: 34]

В свою очередь Н.Д. Арутюнова определяет дискурс как связный текст со всеми его экстралингвистическими, социокультурными, прагматическими и психологическими факторами: «дискурс – это текст, взятый в аспекте событий; это речь, погруженная в жизнь» [Арутюнова, 1990: 136].

Расширение рамок дискурса, привело ученых к пониманию дискурса как коммуникации со всеми ее лингвистическими и экстралингвистическими факторами, включая сам текст [Дейк, 1989: 7]

Таким образом, нужным считается отметить, что дискурс – сложная лингвистическая реалья. Учеными совершаются попытки к изучению данного феномена с различных сфер лингвистической науки, поэтому не представляется возможным создать определение, которое максимально полно осветило бы всю суть дискурса. Все подходы, применяемые к попытке структуризации дискурса, не противоречат друг другу, а лишь наиболее точно освещают разноплановость данного понятия.

В данной работе предприняты попытки изучить дискурс в рамках социально-прагматического подхода. Говоря об определении, мы вслед за Т.А. ван Дейком под дискурсом понимаем «речевой поток» со всеми лингвистическими и экстралингвистическими факторами. Данное понятие отражает менталитет и культуру как общую, так и частную.

Выделить единую классификацию, которая могла бы, всеобъемлюще, охватить все аспекты дискурса пока не представляется возможным. Однако ввиду повышенного интереса ученых к его описанию появилось множество

классификаций, наполненность которых зависит от научного направления, которого придерживается ученый.

Говоря о дискурсе, с точки зрения общелингвистического подхода нужным является упомянуть классификацию, предложенную Д. Кристаллом.

Автор разделил понятие на два вида:

- устный (*spoken discourse*) [Кристалл, 2003: 288];
- письменный (*written discourse*) [Там же: 291].

Еще со времен М. Фуко противопоставление устного и письменного дискурсов является главенствующим, и общепринятым, поэтому данная классификация считается учеными основной.

Изучая дискурс с позиции социалингвистики В.И. Карасик выделяет:

- персональный дискурс;
- институциональный дискурс [Карасик, 2000: 5].

В персональном дискурсе коммуникант представляется как личность с богатым внутренним миром, а в институциональном как член какого-либо социального института.

Персональный дискурс разделяется на два подтипа разновидностями – бытовой (обиходный) и бытийный дискурс.

Отличительной особенностью бытового дискурса является то, что между говорящим и слушающим не должно быть недопониманий, должны присутствовать общие фоновые знания – пресуппозиции. Активная роль адресата позволяет адресанту менять тематику разговора, и способствует широкому использованию подтекстовой информации. Одной из главных отличительных черт данного вида дискурса является диалогичность.

В отличие от бытового, бытийный дискурс раскрывает внутренний мир говорящего. Бытийное общение в большинстве своем монологично, а благодаря смысловой наполненности, авторы художественных книг часто прибегают к использованию бытийного дискурса, тем самым раскрывая своих героев.

В.И. Карасик отмечает, что институциональный дискурс – это общение, которое регулируется в рамках статусно-ролевых и ситуативно-коммуникативных отношений [Карасик, 2000: 5].

Термин «институциональный дискурс» автор определяет следующим образом: «Институциональный дискурс есть специализированная клишированная разновидность общения между людьми, которые могут не знать друг друга, но должны общаться в соответствии с нормами данного социума» [Там же: 4].

В.И. Карасик классифицирует институциональный дискурс следующим образом:

- политический;
- дипломатический;
- административный;
- юридический;
- военный;
- педагогический;
- религиозный;
- мистический;
- медицинский;
- деловой;
- рекламный;
- спортивный;
- научный;
- сценический;
- массово-информационный [Там же: 6].

При этом ученым отмечается, что данная типология не конечна и может быть подвержена изменениям. Ввиду того, что социальные институты различны, они склонны к изменчивости и могут быть совмещены друг с другом.

Моделируя институциональный дискурс, можно выделить четыре группы признаков:

1) конститутивные признаки дискурса (определяют статусные роли людей, тем самым обуславливают условия, способы и материалы общения, а также мотивы и цели общения);

2) признаки институциональности (главный фактор, отличающий институциональный дискурс от персонального, представляют собой общение между людьми в заведомо обусловленных ролях);

3) признаки типа институционального дискурса;

4) нейтральные признаки (включают в себя признаки других дискурсов, являются личностно-ориентированными признаками).

Для описания какого-либо конкретного вида институционального дискурса В.И Карасик предлагает воспользоваться следующими критериями:

- участники;
- хронотоп;
- цели;
- ценности (в том числе и ключевой концепт);
- стратегии;
- материал (тематика);
- разновидности и жанры;
- прецедентные (культурогенные) тексты;
- дискурсивные формулы.

Проанализировав полученную информацию, можно заключить, что категория дискурса состоит из вербальной коммуникации, ее экстралингвистические составляющие различного характера. Термин «дискурс» многообразен и, как следствие, не существует детерминированных критериев, которые могли бы четко отделить один тип дискурса от другого.

Одной из жизненно важных функций в жизни человека является обмен информацией, т.е. общение. Каждый проживает свою жизнь, пытаясь

наладить какие-либо контакты. В различных типах общества роль социальной активности индивида варьируется от наивысшей степени к низшей. Ввиду того, что общество находится на пике технического прогресса, существует множество способов удовлетворить потребность в общении и электронная коммуникация является одним из них.

## 1.2. Особенности интернет-дискурса

В процессе своего формирования, общество переживало ряд «информационных эволюций» [Лутовинова, 2009: с. 16], которые по-разному влияли на процесс общения. Самыми авторитетными, на наш взгляд, оказались два процесса: первый, освоение микропроцессорных технологий и второй, создание глобальной сети Интернет. Оба эти события коренным образом поменяли весь процесс коммуникации и дали человечеству новые объекты для изучения, тем самым, расширив область научного познания.

Многие ученые склоняются к тому, что интернет-коммуникация пагубно сказывается на развитии языковой личности. Постигая мир, она взаимодействует с механизмами познания, которые корректируют процесс восприятия действительности. Ученые видят угрозу для таких параметров как: самоидентификация и чистота речи. Кроме того, возникает вопрос, какое место занимает человек в эру компьютерных технологий, является ли он продолжением электронно-информационных средств, или же сам – ядро мира информации.

На сегодняшний день, можно отметить, что наше общество становится более информационным, нежели индустриальным. О.В. Лутовинова, которая ссылается на А.Е. Жичкину и А.П. Белинскую, считает, что помимо того, что интернет выступает информационной средой, которой изначально задумывался, с развитием социальных сетей он также стал и средой для самоопределения человека. Как считает Т.У. Бальжирова: интернет – это

продолжение социальной жизни человека несмотря на то, что она проходит в онлайн-режиме, человек выполняет свои потребности в обмене информацией и общении в целом, то есть выполняет свои социальные функции [Лутовинова, 2009: 17]. В связи с этим, появилась потребность в определении такого явления как интернет-дискурс. По нашему мнению, наиболее полно подходит определение Е.Н Галичкиной, она рассматривает данный термин с социолингвистической точки зрения: «интернет-дискурс – представляет собой многожанровую функциональную разновидность публичной монологической и диалогической речи и характеризуется целым рядом специфических средств. Своеобразие речевого общения участников компьютерной коммуникации заключается не только в использовании профессионализмов, но и в комбинации лексических единиц, относящихся к разным стилям и регистрам, образованных в соответствии с прагматическими установками и целями общения в компьютерной сети» [Галичкина, 2001: 102].

Е.Н Галичкина отмечает, что: «компьютерный дискурс выделяется на основании канала общения» [Галичкина, 2001: 182]. То есть учитывается местонахождение коммуникантов, насколько они далеки друг от друга, а также учитывается, что именно является прибором для связи. При этом общение получает следующие отличия:

- виртуальность – возможность общения с незнакомым человеком;
- глобальность – способность найти собеседника в любой точке земли;
- гипертекстуальность – преимущество в выборе формы сообщения, то есть текстовая или мультимедийная форма сообщения [Горошко, 2007: 44].

Подытожив вышесказанное, можно сделать вывод, что интернет-дискурс это все та же речь, рассматриваемая в ситуации общения, но создана она путем использования электронных средств. А в качестве основных

коммуникативно-прагматических признаков ученые выделяют:

- наличие электронного канала общения – подразумевает технические средства, путем которых осуществляется коммуникация;
- виртуальность – подразумевает коммуникацию в режиме реального времени, т.е. онлайн, посредством электронных носителей;
- дистантность – подразумевает возможность ведения коммуникации из любой точки нашей планеты;
- наличие гипертекста – подразумевает присутствие активных гиперссылок в тексте;
- мультимодальность – подразумевает наличие смешанных семиотических осложненных текстов с вербальными и невербальными компонентами;
- статусное равноправие участников – подразумевает роли участников коммуникации;
- анонимность – дает коммуникантам возможность приукрасить себя в глазах окружающих;
- манипулятивность – подразумевает свойство личности, которое характеризуется склонностью к неявному управлению человеком или группой людей против их воли с целью изменить их поведение.

Анализируя все вышеперечисленное, мы можем заключить, что особенности присущие интернет-дискурсу многогранны. В системе дискурсов данный феномен занимает уникальное положение, благодаря жанровому и стилистическому своеобразие, а так же техническим условиям порождения.

Общение посредством электронных носителей является достаточно специфическим явлением, демаркирующим границы между устной и письменной формами коммуникации. Но язык, используемый в компьютерном дискурсе, обладает особенностью функционирования – он употребляется в печатной форме. Результатом этого является интернет-

дискурс с ранее не анализированными структурными и стилистическими свойствами.

Функционально-стилистическое разделение языка происходит по формам речи (письменная и устная) и ее видам (монологический и полилогический). Учеными выделяется пять основных функциональных стилей речи: деловой, научный, публицистический, художественный и разговорный. Для каждого из них существует область употребления и определяющие их признаки.

Упоминая интернет-дискурс, нужным является отметить, что это коррелирует устной и письменной речи с использованием просторечий, сокращений, молодежного сленга с жаргонизмами и ненормативными выражениями для усиления экспрессивности высказывания. Эмотивную функцию несут смайлики – эмотиконы, они помогают выразить эмоциональный спектр высказывания.

А.Н. Кияновская в своей работе говорит о том, что «ощущение реального времени и общения наполняет сообщения в интернет-общении различными оборотами разговорной речи, которая отличается непосредственностью, спонтанностью, т.е. отсутствием предварительной продуманности, с одной стороны, и с другой – эмоциональностью и экспрессивностью» [Кияновская, 2001: 30].

Синтаксический уровень в целом основывается на спонтанной речи и на подражании устной речи: простые предложения, не осложненные второстепенными членами, написание имен собственных со строчной буквы, отсутствие знаков препинания, парцелляция.

Л.П. Сон упоминает в своей работе, что «как правило, интеракция в интернете свободна от национальных диалектов, говоров, наречий, акцентов и т.д., что позволяет интерактантам быть раскрепощенными и свободно осуществлять коммуникацию online» [Сон, 2012: 95].



Язык интернет-дискурса отличен от литературного языка, языковые нормы носителями игнорируются. Можно выделить несколько категорий этого несоответствия [Абрамова, 2005]:

- разрушение графических границ слов;
- допущение орфографических ошибок;
- отсутствие знаков препинания и разделения высказывания на смысловые отрезки;
- несоответствие расстановки знаков препинания существующим правилам.

Характерной чертой синтаксиса языка является тенденция, состоящая в отклонении от синтаксических и пунктуационных норм литературного языка со автора текста.

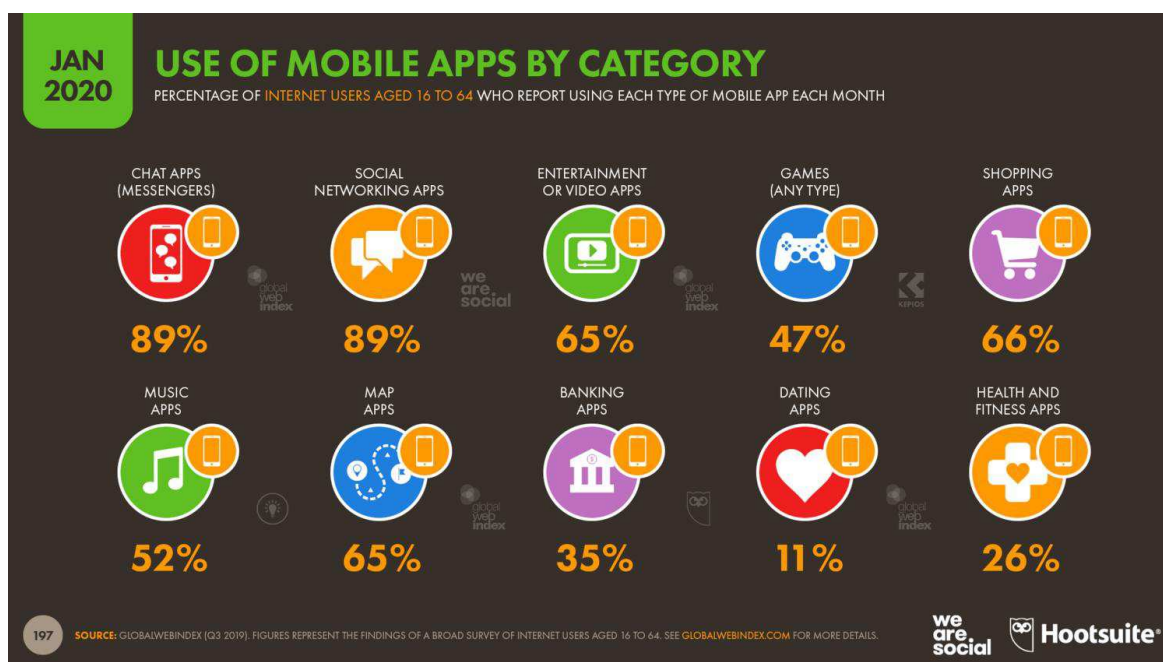
Исследуя особенности интернет-дискурса, следует вспомнить слова О.Е. Котовой: «на формирование элементов повседневного языка ординарных пользователей ПК существенным образом повлияла аббревиация» [Котова, 2001: 274]. На наш взгляд это происходит ввиду нескольких причин. Во-первых, огромное количество аббревиатур является профессионализмами, то есть терминами, которые используются программистами как часть профессионального языка и прочно вошли в лексикон. Вторая причина – это следствие экономии интернет-пользователями языковых средств ввиду ограничений по времени, так как коммуникация происходит в онлайн-режиме.

Опираясь на утверждение В.Е. Абрамова и Ю.А. Хуснуллиной о том, что «аббревиация в интернет-дискурсе позволяет заполнить лексические или словообразовательные лакуны в лексике, подтверждая потребность общества в назывании новой реалии», можно говорить о том, что «аббревиация выполняет не только коммуникативную, когнитивную, но и номинативную функции» [Абрамов, Хуснуллина, 2012: 28].

Одной из отличительных черт интернет-дискурса является использование различных видов информации: текстовая, визуальная и аудиальная. Письменную речь сопровождают невербальные, графические средства. В этом случае речь идет о таком явлении, как мультимодальный текст. «Это особый феномен, в котором вербальный и невербальный компоненты образуют одно визуальное, структурное, смысловое и функционирующее целое, что предполагает его комплексное прагматическое воздействие на адресата» [Анисимова, 1992: 71].

### 1.3. Микроблог как вид интернет-дискурса

Современные технологии, безусловно, облегчают нашу жизнь, а интернет-среда имеет колоссальное влияние на различные сферы социальной жизни: коммуникация, шопинг, развлечение, обучение. Ввиду этого, интернет-пользователи проводят большую часть своего времени в сети интернет. Совершенно неоспоримый факт, что спрос рождает предложение, поэтому на сегодняшний день существует масса платформ для удовлетворения подобного рода потребностей. По данным интернет-портала [www.hootsuite.ru](http://www.hootsuite.ru), 86% интернет-пользователь проводит в соцсетях от 6 часов



в день, социальные сети являются самыми часто запрашиваемыми.

### Рисунок 1.

Необходимо определить, что именно мы понимаем под словосочетанием «социальная сеть». Это платформа, на базе которой участники могут устанавливать отношения друг с другом [Патаракин, 2013: 505]

Ученые выделяют ряд свойств, которые присущи социальной сети:

- контент генерируется пользователями;
- в социальной сети есть страницы пользователя – профили, содержащие личную информацию о самом пользователе;
- сайт является автоматизированной платформой, в рамках которой пользователи могут взаимодействовать между собой;
- наличие возможности кооперации между пользователями (поиск друзей, ведение группового блога и т.д.) [Винник, 2012: 9]

Первичной целью создания данных сетей является «третичная социализация, сетевая инкультурация, самопрезентация и развлечение» [Лутовинова, 2007: 45]

Как замечает автор, при рассмотрении целей виртуального дискурса стоит начать с социализации. Как и в обычной жизни, попадая в «ранее не известную социокультурную среду», пользователь должен научиться взаимодействовать соответствующим образом с другими участниками интернет сферы. Впервые попав в виртуальный мир, интернет-пользователю, безусловно, сложно понять некоторые аспекты общения в сети, так как данная компетенция слабо развита или же вовсе отсутствует. О.В. Лутовинова вслед за А.В. Чистяковым считает, что при попытке прожить две жизни, обычную и виртуальную, у индивида развивается третичная социализация. Под третичной социализацией понимается процесс формирования внутренних структур человеческой психики, под влиянием определенного пройденного опыта и социальной роли, выполняемой

индивидом в сетевом сообществе, частью которого он является.

В равной мере, как и социализация, инкультурация является частью приспособления индивида к сетевому обществу. Инкультурация - срастание с родной культурой, становление человека воспитанного. Конечный результат инкультурации – интеллигент. Как считают П.И. Браславский и С.Ю. Данилов – индивид находит в сети прототип культуры и самостоятельно пытается стать ее частью. Однако под влиянием анонимности интернет-среды, участники интернет-сообществ пытаются играть те роли и примеряют на себя те маски, которые, как правило, противопоставлены их поведению в обычной жизни [Браславский; Данилов, 2004: 221].

Подытожив вышесказанное, стоит упомянуть определение, сформулированное социологом Д. Бойд. Социальные интернет-сети – это «сетевые услуги, которые позволяют частным лицам:

1. Строить общественные или полуообщественные профили в пределах ограничений, наложенных системой.
2. Определять список других пользователей, с которыми они могут общаться и делиться информацией.
3. Просматривать и связывать их список контактов с другими, созданными пользователями внутри системы» [Boyd, 2008: 22 – 37].

К основным целям нахождения в сети является поиск развлечения, как правило, пользователи проводят большую часть свободного времени в социальных сетях, от того, что им либо скучно и нечем заняться, либо для поиска авантюры, чтобы взбодриться. Популярность социальных сетей наделяет их особой важностью. Данный фактор обуславливает некоторые новые функции, которые выводят данную платформу на абсолютно новый уровень.

На этапе зарождения соцсетей, такого количества пользователей как сейчас не наблюдалось по ряду причин. Во-первых, компьютерные

технологии не были распространены. Во-вторых, интернет не был в широком доступе. С течением времени ситуация менялась и уже к 2010 году 96% населения земли, имеющего доступ к технологиям, имело доступ и к социальным сетям. На данный момент ученые отмечают, что большая часть коммуникации осуществляется при помощи электронных носителей, посредством различных социальных сетей.

Особый интерес пользователей влечет за собой строгий контроль со стороны властей, поэтому социальные сети и микроблоги становятся предметом, для особого наблюдения со стороны государства. Из вышесказанного следует, что свобода слова здесь скорее номинальная, нежели абсолютная и неоспоримая. Современная практика показывает, что люди привлекаются к ответственности за свои высказывания. Несколько лет назад было невообразимо, что в нашей стране данная практика будет столь же широко распространена, как и в странах запада. Новостные порталы освещают множество прецедентных случаев, где пользователи соцсетей были оштрафованы, заключались под стражу или домашний арест.

На сегодняшний день ученые выделяют различные функции социальных сетей. Мы, в свою очередь, в данной работе придерживаемся классификации Р.С. Селезенева и Е.И. Скрипака. Исследователями было выделено пять основных функций социальных сетей:

1. Самовыражение. Неоспоримый факт, что социальные сети помогают людям выразить свое я, дают возможность показывать свое творчество, делиться им. Они позволяют выкладывать фотографии и собственное творчество, делать текстовые посты, вступать в различные дискуссии, прослушивать музыку и делиться ею.

2. Коммуникация и социализация («киберсоциализация»). Главная функция социальных сетей, ради которой они и создавались – это общение, установление и поддержание коммуникации.

3. Развлечение. Неоспорим тот факт, что многие люди используют социальные сети с целью отвлечься от суеты. Необходимо заметить, что многие социальные сети имеют функцию публикации аудио и видео файлов, что является в большей степени развлекательным контентом.

4. Образование (профессиональная функция). Сети предоставляют широкие возможности для размещения разнообразной полезной информации, которая может быть использована в образовательных целях. В различных сообществах по интересам можно найти учебники и методические материалы, помогающие в обучении.

5. Информирование. Социальные сети стали своеобразным средством массовой информации, где она передается «из первых рук» и очень быстро и широко распространяется [Селезнев, Скрипак, 2013].

В настоящий момент наиболее крупными социальными сетями в России принято считать: ВКонтакте, Одноклассники, YouTube, Twitter и Instagram. На Западе более популярными являются Instagram, Snapchat, Facebook и Twitter.

Интеракция пользователей – одна из главных особенностей социальных сетей. Из этого следует, что интернет – это оптимальная среда для развития интернет-дискурса. Как пишет Е.И. Горошко: «интернет-пространство выступает как одна из форм существования информационно-коммуникативного общества, представляя определенную силовую конструкцию, создаваемую людьми, их социальными, культурными и коммуникативными практиками» [Горошко, 2009: 21]. В свою очередь такие онлайн-площадки как *Instagram*, *Snapchat*, *Facebook* и *Twitter* являются своего рода почвой для появления новых жанров интернет-дискурса. Как и другие виды дискурса, интернет-дискурс имеет свои жанры. Несомненно, классическое понятие речевого жанра и понятие интернет-жанра имеют свои различия. Так традиционное определение М.М. Бахтина гласит, что «жанр – это устойчивый тип текста, объединенный единой коммуникативной

функцией, а также сходными композиционными и стилистическими признаками» [Бахтин, 1986: 255]. Для определения интернет-жанра больше подходят дефиниции современных лингвистов. По мнению Л.Ю Шипициной, жанром можно считать «типовую модель речевого действия, опосредованного компьютером и специальными сетями и реализуемого с помощью устойчивого типа текста» [Шипицина, 2009: 172]. Мы согласны с автором данного определения, так как понимание жанров интернета без упоминания его самого не позволяет дать абсолютно полную картину, оставляя за гранью некоторые явления интернета, например, такие как социальная сеть. В свою очередь мы определяем микроблог, как один из жанров интернет-дискурса. Прежде чем определить понятие микроблог, стоит упомянуть, что микроблог – это одна из форм блогинга, то считается целесообразным определить понятие «блог».

Блог (сокращение от *web log*) чаще всего определяется следующим образом – интернет-дневник, персональный хронологический журнал мыслей пользователя, публикуемый на веб-странице. Структурно блог состоит из основного сообщения (поста), вокруг которого разворачивается дискуссия, и комментариев к нему [Ахренова, 2011: 120].

Контентом блогов являются текстовые записи – посты, которые выстроены в хронологическом порядке, как правило, от свежееопубликованных записей, к более старым. Как показывает практика, блоги доступны для прочтения и комментирования всем пользователям, данный факт отождествляет блог со средой сетевого общения и интернет-дискурса.

Содержание блогов, т.е. контент можно подразделить на текстовые блоги (превалируют текстовые заметки), фото-блоги (в большей степени тип контента визуальный), арт-блоги (мультимодальный текст, где есть изображение и текст), видео блоги, блоги на основе подкастов.

Среди разновидностей блогов принято выделять:

- блоги с постами, где автор пишет заметки;
- мониторинговые блоги, где присутствуют ссылки на другие источники;
- цитатные блоги, состоящие из репостов;
- сплоги, вид блогов, где контент формируется сам, при поддержке специальных технологий [Ахренова, 2015: 15].

В. Артамонов выделяет пять факторов, которые присущи интерне-блогам.

- форма контента. Для блогов характерны короткие заметки, в то время как на обычных сайтах размещают достаточно объемный текст или статью. Кроме того, заметки для блога пишутся за меньшее количество времени, поэтому они более субъективны и менее продуманы, чем статьи на сайте;

- высокая интерактивность. Механизм публикации блога обеспечивает высокую скорость (и простоту) размещения записи, ведение комментариев и быструю обратную связь;

- временной фактор. Частота обновлений блога может быть достаточно высокой - как правило, несколько записей в день, в то время как сайт редко обновляется несколько раз в день (речь идет об авторских, а не о коллективных сайтах);

- актуальность. Записи в блогах, как правило, актуальны один-два дня, после чего быстро теряют свою остроту («записи-однодневки»). Статьи на сайте теряют актуальность за больший срок;

- формат представления контента. Блоги формируют непрерывную ленту контента, а сайты больше ориентированы на иерархическую структуру. На сайтах на первую страницу чаще выносятся списки обновлений контента, а в блогах – сам контент (он же лента новостей) [Артамонов, 2003].

Внутри жанра блога, выделяют особый поджанр микроблога. Под микроблогом подразумевается одна из форм ведения блога, которая дает



пользователям писать короткие заметки, расположенные в порядке от свежееопубликованных записей к более старым. Каждая такая запись может быть просмотрена и прокомментирована в режиме чата либо кем угодно, либо ограниченной группой лиц, которые могут быть выбраны пользователем. Эти сообщения могут быть переданы различными способами, включая текстовые сообщения и мгновенные сообщения.

Маркером успешного блогера является большое количество подписчиков и активность аудитории, чем эти критерии выше, тем серьезнее влияние блогера и его авторитет. На сегодняшний день, блогеры приобрели статус негласных журналистов, с непредвзятым мнением, поэтому реклама, опубликованная в постах таких специалистов особенно эффективна, и пользуется спросом среди корпораций, звезд, писателей.

Прежде чем начать вести блог, перед автором встает ряд вопросов: какая тематическая направленность будет у странички, насколько будет процент интимизации общения высок. В связи с этим ученые совершали попытки классифицировать блоги по типу информационных материалов:

- lifestyle блог;
- заметки эксперта в какой-либо тематической области;
- отбор и классификация новостей;
- личное мнение блогера по поводу каких-либо событий

[Алексеева, 2006].

Социальные сети и микроблоги помогают людям коммуницировать и взаимодействовать между собой. Налаживают и создают социальные связи между людьми, что привлекает внимание исследователей.

На сегодняшний день Instagram занимает лидирующую позицию среди социальных сетей в мире. Данная платформа включает в себя элементы микроблога, мессенджера, и электронной почты. Пользователи могут делиться графическими, анимационными изображениями на различную тематику, также имеется возможность публикации видео- и аудиофайлов.

Важным является заметить, что Instagram это среда для взаимной интеракции. Пользователи могут осуществлять подписки, наблюдать за лентой новостей друг друга, оставлять лайки и комментировать посты. По статистике на 2020 год число зарегистрированных пользователей составляет 1,1 млрд человек, что показывает популярность данной социальной сети.

Особенностью сервиса является краткость публикуемых текстов, пользователи могут размещать сообщения не более 2000 символов. Доступ к размещению информации не ограничен, зайти на платформу можно как со смартфона, так и со стационарного компьютера.

Говоря о направленности сообщений, размещаемых в сети, условно можно выделить несколько их типов:

1. Заметки личного характера.
2. Афоризмы и цитаты.
3. Репосты из других источников.
4. Видео и мультимедиа файлы [Титлова, 2016: 470].

В рамках социальной сети *Instagram* профиль пользователя имеет следующие составляющие: количество публикаций, подписчиков и подписок, информацию о самом пользователе, далее мы можем наблюдать новостную ленту с публикациями.

Структурно, опубликованный пост выглядит следующим образом:

- никнейм;
- текст поста;
- хештеги.

Выбирая себе имя пользователя, блогеры могут работать под своим собственным именем или же прибегать к использованию псевдонима. Условно псевдонимы могут быть разделены на три подгруппы:

1. Эквицентрические прозвища, где антропонимический и нарицательный компоненты близки по значению. Как правило, антропонимический компонент является одним из подлинных имен человека,

представляя собой главный индивидуализатор личности, нарицательный компонент в свою очередь предстает некой характеристикой по внешности, или же роду деятельности.

2. Псевдонимы, представляющие собой слова-гибриды, состоящие из имени и фамилии блогера.

3. Яркие звучные наименования, которыми пользуются блогеры, данные названия можно считать никнеймами, так как при ссылке на блог, упоминаются именно названия блогов, а не их реальные имена [Ахренова, 2015: 19].

Анализируя структуру поста, можно выделить некоторые особенности его построения. Зачастую началом текста является яркий иногда парадоксальный заголовок. Необходимо заметить, поскольку в социальной сети Instagram визуальный компонент является основополагающим, авторы дополняют свой текст аудио или видео компонентом, что может служить заменой оглавлению. Данный визуальный компонент должен коррелировать с основной направленностью поста. Далее следует композиционно выстроенный текст. Для удобства в навигации, блогеры зачастую прибегают к использованию хештег-текстов. В данном случае, они подразделяются на авторские, обладающие особой уникальностью или же, могут быть, общеупотребительными, что помогает посту появиться в разделе популярное.

Использование хэштегов началось сравнительно недавно, однако пользуется особой популярностью. Под хэштегом подразумевается «специальная пометка или знак, которая употребляется для того, чтобы указать тему или внести ключевое слово, к которому относится текущее высказывание» [Трайковская, 2015: 76]. А.П. Атягина вычленяет пять основных функций хэштегов:

- обозначение модели ситуации в целях компрессии;
- включение в общий контекст/тренды;
- актуализация и экспрессия;

- самопрезентация;
- продвижение (реклама товаров, услуг) [Атягина, 2014].

На сегодняшний день, стал очевидным факт, что Instagram, несет коммуникативную функцию. Об этом говорит структура данной социальной сети. Под постом с фотографией есть графа для описания, а также графа для комментария, что подразумевает некую интеракцию между интернет-пользователями.

Общение посредством электронных носителей является достаточно специфическим явлением, демаркирующим границы между устной и письменной формами коммуникации. Но язык, используемый в компьютерном дискурсе, обладает особенностью функционирования – он употребляется в печатной форме. Результатом этого является интернет-дискурс с ранее не анализированными структурными и стилистическими свойствами.

Синтаксический уровень в целом основывается на спонтанной речи и на подражании устной речи: простые предложения, не осложненные второстепенными членами, написание имен собственных со строчной буквы, отсутствие знаков препинания, парцелляция.

К определяющим чертам микроблога можно отнести:

- высокий уровень разговорности;
- спонтанность;
- неофициальность;
- диалогичность;
- ситуативная закреплённость;
- тенденция к краткости и экспрессивности.

Сообщения этого жанра в принципе не предполагают использования усложненных предложений, так как в микроблоге преобладает разговорный стиль речи.

Е.И. Горошко считает микроблог, уникальным жанром интернет-дискурса «с ярко выраженной новостной (функция информирования) и социальной (контактоустанавливающая, социализирующая и репрезентативная функция) составляющими» [Горошко, 2011: 11-21].

Исследуя особенности интернет-дискурса, следует вспомнить слова О.Е. Котовой: «на формирование элементов повседневного языка ординарных пользователей ПК существенным образом повлияла аббревиация» [Котова, 2001: 274]. На наш взгляд это происходит ввиду нескольких причин. Во-первых, огромное количество аббревиатур является профессионализмами, то есть терминами, которые используются программистами как часть профессионального языка и прочно вошли в лексикон. Вторая причина – является следствием, экономии интернет-пользователями языковых средств ввиду ограничений по времени, так как коммуникация происходит в онлайн-режиме.

Опираясь на утверждение В.Е. Абрамова и Ю.А. Хуснуллиной о том, что «аббревиация в интернет-дискурсе позволяет заполнить лексические или словообразовательные лакуны в лексике, подтверждая потребность общества в назывании новой реалии», можно говорить о том, что «аббревиация выполняет не только коммуникативную, когнитивную, но и номинативную функции» [Абрамов, Хуснуллина, 2012: 28].

Одной из отличительных черт интернет-дискурса является использование различных видов информации: текстовая, визуальная и аудиальная. Письменную речь сопровождают невербальные, графические средства. В этом случае речь идет о таком явлении, как мультимодальный текст. «Это особый феномен, в котором вербальный и невербальный компоненты образуют одно визуальное, структурное, смысловое и функционирующее целое, что предполагает его комплексное прагматическое воздействие на адресата» [Анисимова, 1992: 71].

Исходя из общего положения и принимая во внимание совокупность всех вышеперечисленных факторов, можно заключить, что социальные сети и микроблоги помогают людям взаимодействовать между собой. Помимо речевой функции, они несут информативную функцию, предоставляя читателю сведения об окружающем его мире. Важно заметить, что Instagram это рядовой фоторедактор. Приложение уже давно переросло свое предназначение и на сегодняшний день является онлайн-платформой для бизнеса, развлечения и общения. Для нашего исследования самой важной особенностью Instagram является возможность коммуникации с другими пользователями посредством комментариев или функции Direct messages, которая представляет собой диалоговое окно для чата с другими пользователями онлайн-сервиса. Именно этот аспект позволяет выделить отличительные черты интернет-дискурса в рамках этого сайта. Лингвистическими особенностями интернет-дискурса микроблогов являются: употребление цифровых и буквенных обозначений, использование языковых средств, элементы устной разговорной речи, цитаты. Экстралингвистические приемы эмоционального воздействия выражены также различными языковыми средствами: художественно-графическим и цветовым оформлением, мультимодальным текстом. Во второй главе нашего исследования мы хотим проверить, какие дискурсивные особенности присущи именно *fitness*-блогам Instagram аккаунтов.

## ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 1

В данной главе термин дискурс был рассмотрен как «речевой поток» со всеми лингвистическими и экстралингвистическими факторами. Было выделено понятие Т.А. ван Дейка, где под дискурсом понимается «коммуникативное событие, происходящее между говорящим, слушающим (наблюдателем и др.) в процессе коммуникативного действия в определенном временном, пространственном контексте. Это коммуникативное действие (КД) может быть речевым, письменным, иметь вербальные и невербальные составляющие».

Так же был проанализирован термин интернет-дискурс как особая разновидность речи, характеризующаяся целым рядом специфических средств. Мы, вслед за Е.И. Галичкиной, считаем, что особенность речевого общения участников компьютерной коммуникации заключается в различных аспектах. К таким аспектам можно отнести использование профессионализмов, применение комбинаций лексических единиц, различающихся по стилю и регистру речи, на создание которых влияют прагматические установки и цели, которые преследуют коммуниканты. Некоторые исследователи считают, что понятие интернет-дискурса можно сопоставить с понятиями «виртуальный дискурс», «компьютерный дискурс», а также «электронный дискурс». Именно этой точки зрения мы придерживаемся в данном исследовании.

При изучении такого феномена как микроблог, мы понимаем одну из форм ведения блога, которая дает пользователям писать короткие заметки, расположенные в порядке от свежее опубликованных записей к более старым. Каждая такая запись может быть просмотрена и прокомментирована в режиме чата либо кем угодно, либо ограниченной группой лиц, которые могут быть выбраны пользователем. Микроблог отражает жизнедеятельность человека в режиме реального времени. Такой тип взаимодействия дает

возможность добавлять всевозможные подписи к графическим изображениям – это то, на чем основаны данный вид интернет-дискурса.

Изучение вышеизложенного теоретического материала послужит основой для дальнейшего исследования. Таким образом, во второй главе нашей работы мы опишем особенности микроблога во второй главе настоящей работы.



## ГЛАВА 2 АНАЛИЗ ДИСКУРСИВНЫХ ОСОБЕННОСТЕЙ ТЕКСТОВ FITNESS-АККАУНТОВ

Специфика социальных сетей заключается в сочетании различных видов онлайн-коммуникаций. Иными словами, на базе социальных сетей могут функционировать форумы, чаты, блоги, микроблоги. Выбор для анализа микроблогов на базе социальной сети *Instagram* обусловлен тем, что ученые принимали множество попыток анализировать и систематизировать особенности языка, формируемого в текстах микроблогов *Twitter*, *Facebook*. В свою очередь микроблоги на базе *Instagram* являются относительно новой сферой для изучения. Ввиду вышеупомянутой особенности, данные микроблоги, обладают особым интересом для изучения.

*Instagram* – социальная сеть, объединяющая множество блогов с различной тематикой. Аудитория данной платформы достаточно обширна. Владельцами блогов являются люди различных возрастов, полов, национальностей. Как правило, интернет-пользователи занимаются различными видами деятельности. Социальное взаимодействие людей посредством данного сервиса порождает новый вид языка, формирующийся под влиянием различных особенностей интернет-коммуникации.

Многие исследователи ставят под сомнение коммуникативную функцию *Instagram*, так как изначально, данное приложение считалось рядовым фоторедактором с возможностью публикации фотографий и описания к ним на широкую аудиторию. Популярность социальной сети возрастала, и разработчики увеличили количество допустимых знаков до 2200. На сегодняшний день пользователям доступны такие функции как комментарии и *direct messages*. Комментарии в свою очередь помогают делиться своим мнением по поводу контента. *Direct messages* позволяют писать сообщения, делиться видео и фотографиям уже в приватной атмосфере диалога. Эти коррективы дают нам полное право считать, что коммуникация здесь происходит. Самым главным образом, она развивается и,

в свою очередь, язык в данной среде претерпевает изменения. Это, собственно, и обуславливает наше предпочтение данных микроблогов остальным.

По данным статистического сайта [www.hootsuite.ru](http://www.hootsuite.ru), предоставленным на рисунке 2, *Instagram* занимает шестое место среди социальных сетей и мессенджеров по количеству посещений в день. Число пользователей, проверяющих социальную сеть, составляет один миллиард человек в 24 часа по всему миру. Это позволяет говорить о популярности данной платформы.

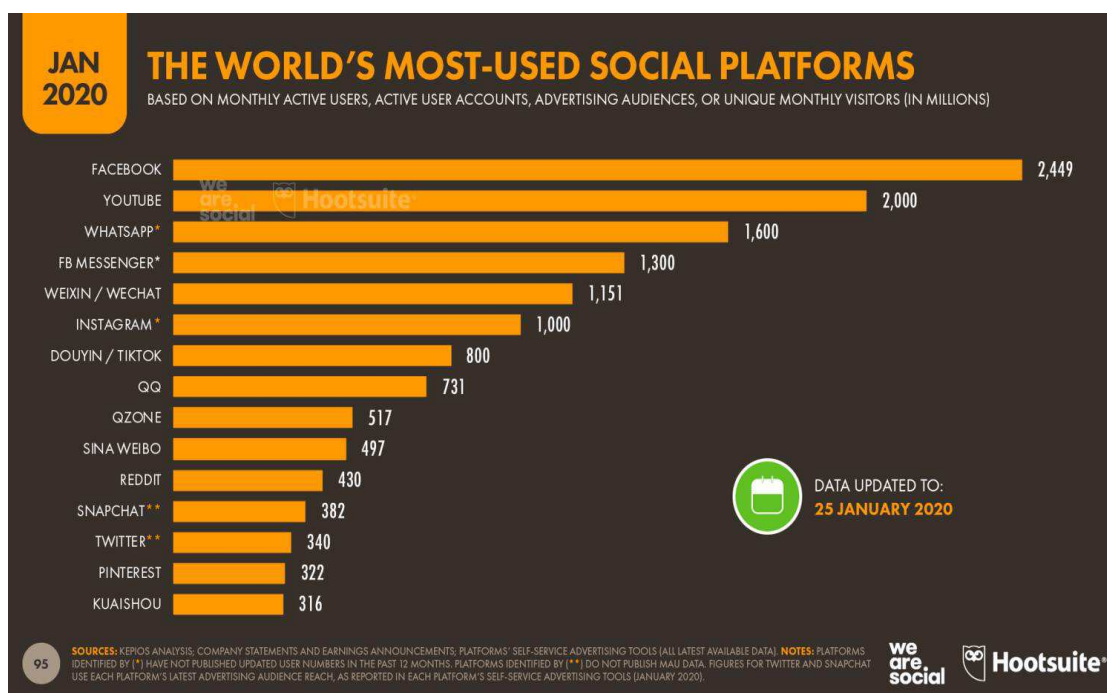


Рисунок 2.

Говоря о нашем исследовании, всего нами было проанализировано 20 женских микроблогов спортивной направленности. Тренд на ведение здорового образа жизни прослеживается по всему миру. Он активно пропагандируется, его неотъемлемой составляющей выступает правильное питание, которое должно быть не только полноценным, но и, в идеале, экологически чистым. Зримым подтверждением этого является открытие фитнес-центров, спортивных клубов и специализированных продуктовых магазинов. Данного рода тренд перешел из реальной жизни в виртуальную, эти изменения обуславливают появление *fitness*-среды в социальных сетях. Среди аудитории популяризируется вышеизложенная идея, а, как известно,

спрос рождает предложение. Ввиду чего и появляются *fitness*-аккаунты. Основной причиной предпочтения *fitness*-аккаунтов является систематическое их обновление. Также немаловажным фактором для выбора, послужило количество подписчиков. В исследуемых нами блогах количество подписчиков находится в диапазоне от 1,5 миллионов до 13 тыс. миллионов. Возраст владельцев анализируемых блогов варьируется от 24 до 33 лет, Количество проанализированных текстов микроблогов составило 78 единиц.

## 2.1. Структурные особенности микроблога

Прежде чем описывать и анализировать лингвистические особенности микроблогов целесообразным является рассмотреть структурные особенности микроблогов. Мы разделяем позицию ученых в том, что именно структурные особенности позволяют различать один жанр от другого. К структурообразующим компонентам микроблога мы относим:

1. Никнейм;
2. Тело поста;
3. Хэштег.

Далее в данном параграфе настоящей работы мы отдельно проанализируем каждую вышеупомянутую структурную особенность микроблогов.

Ввиду того, что никнейм – это один из первостепенных компонентов микроблога, разумным является начать именно с него. В нашей работе было проанализировано 20 никнеймов *fitness*-аккаунтов. В данном параграфе мы отметим виды никнеймов, способы их образования и проиллюстрируем данные положения примерами. Стоит отметить, что именная система интернета является одной из интереснейших сфер для лингвистического анализа. Совершенно очевидно, что между процессом именованья в реальной и виртуальной жизни существует множество различий. В реальной жизни

имя дается при рождении, оно формируется родителями или родственниками, лишь в прецедентных случаях в течение жизни человек может поменять свое имя ввиду ряда факторов. В виртуальной среде человек придумывает свое сетевое имя самостоятельно. Это результат его творческой деятельности.

При выборе никнейма, блогеры могут работать под своим собственным именем или же прибегать к использованию псевдонима.

В первом случае это истинные, реальные имена блогеров. *Jen Selter, Alexia Clark.*

Многие блоги ведутся под псевдонимами (никами). Условно ники могут быть разделены на две подгруппы:

1. Сочетания никнеймов, где коррелируют антропонимический и нарицательный компоненты. Здесь антропоним является реальным именем человека, а нарицательный компонент характеризует своего носителя, представляя собой главный индивидуализатор личности по внешности, или же роду деятельности - *mirandacohernfit, lisafit.*

2. Никнеймы, где нет никакой связи с подлинным именем и фамилией интернет-пользователя. Зачастую при ссылке на блог упоминаются именно эти наименования, а не реальные имена блогеров. Например, *the iron giantess, fitgulrnel, Qween of home workouts.*

В ходе анализа мы выяснили, что структурно никнеймы могут быть простые и составные (*getfitwithcabi*). К составным мы относим никнеймы, которые состоят из двух и более слов (*the fit ninja*), в данную группу также вошли никнеймы, которые пишутся без пробелов, но имеют в составе два однозначных слова(*stronggurl*):

- существительное + существительное (*fitness addict*);
- существительное + прилагательное (*young athlete*);
- глагол + существительное (*liftyourbooty, weight loose journey*).

Подводя итоги, стоит отметить, что никнейм – это главный индивидуализатор блога. В ходе анализа было отмечено, что среди никнеймов *fitness*-аккаунтов преобладают составные никнеймы. Никнеймы

помогают отобразить отдельные черты характера (iron devil), психологического склада (selflovejourney), показать уровень интеллектуального развития и осведомленность в каких-либо сферах жизнедеятельности человека (fitness coach, health coach). Никнейм – это первый аспект, который отвечает за популярность блога. Большинство никнеймов образны (justget.fit), однако, некоторые из них и вправду характеризуют человека по внешности и возрасту (strong muscles teen girl).

Еще одной структурной особенностью для анализа в нашем исследовании является пост. Пост – это сообщение, публикуемое в микроблогах. Для работы в данном параграфе было рассмотрено 78 текстов постов. Как у любой другой исследуемой реалии у поста есть своя структура построения. К таким особенностям можно отнести:

- аватар+ никнейм;
- основной текст поста;
- хэштег.



### Рисунок 3. Пост в социальной сети *Instagram*.

По структуре поста мы можем сделать вывод, что он формируется как гипертекст, т.е. особая форма организации письменного текста, опосредованная компьютерной средой и характеризующаяся процессом нелинейного письма и чтения. Также структурной особенностью поста на рисунке 3 – количество используемых символов (160 знаков). В данном примере проиллюстрирована высокая степень интерактивности и нацеленность на адресата. Отображается она путем использования символа «@», здесь же мы можем наблюдать сфокусированность на определенных тематических рубриках, интересующих пользователей.

Подводя итоги, можно сделать вывод, что пост – это одна из структурных единиц микроблога, обладающая свойствами гипертекста. Посту присущи такие особенности как:

- личностный характер;
- большая степень социальности.

Посты выполняют следующие функции: поделиться информацией, получить ответную реакцию, узнать мнение виртуального собеседника. Какой бы направленности ни были посты, их цель – привлечь внимание собеседника формой или содержанием. Далее в разделе 2.2 нашей работы мы рассмотрим лингвистические особенности постов более подробно.

Следующая структурная особенность микроблога хэштег. В современном интернет-пространстве хэштег является одним из активных механизмов категоризации, он позволяет тематически группировать сообщения разных пользователей, а также отслеживать тренды в микроблоге. Хэштеги позволяют формировать информационную волну, состоящую из сообщений на определенную тему. Информационная волна образует тренд. Также под хэштегом мы подразумеваем элементы, которые кратко отображают содержание публикации. Стоит заметить, что хэштег – это гиперссылка, которая структурирует все публикации в рамках одного Интернет-ресурса. В свою очередь текст хэштега зачастую является ярким и

лаконичным, задающим определенный мотив и тем самым привлекающим внимание пользователей.

Для работы в данном параграфе было рассмотрено 517 хэштег-текстов, мы выделили 136 уникальных хэштегов, работающих в микроблогах о фитнесе и здоровом образе жизни.

При помощи хэштегов пользователи могут группировать публикации, объединенные общей тематикой. Например:

- *#workoutvids (публикации с силовыми тренировками на улице);*
- *#gymworkouts (публикации с силовыми тренировками в спортивном зале);*
- *#legexercises (упражнения на мышцы ног);*
- *#absworkout (группа тренировок на мышцы пресса);*
- *#bootyworkouts (группа тренировок на ягодичные мышцы);*
- *#backworkouts (группа тренировок на мышцы спины);*
- *#chestworkouts (группа тренировок на грудные мышцы).*

Следует отметить, что хэштеги могут быть выражены грамматическими средствами разных уровней:

- морфологии (словами): *#muscle, #health;*
- синтаксиса (словосочетаниями и предложениями): *#fitnessaddict, #iwillbuildabetteryou.*

В хэштегах допустимо использовать только буквы, цифры и эмодзи. Например: *#8WeekBodySculptor, #like4like, #follow4follow, #sundayfunday* 🌞

Для адекватного функционирования хэштегов, существует ряд ограничений, так функцию пробелов в данном случае выполняют знаки нижнего подчеркивания. Знаки препинания не поддерживаются, поэтому запятые, точки, восклицательные, вопросительные знаки и др. в хэштегах отсутствуют. Например: *#healthy\_lifestyle, #gym\_motivation, #insta\_sport, #gym\_shark\_women.*

Орфографическое оформление хэштегов является свободным, однако, в микроблогах можно встретить использование прописных букв. На наш

взгляд интернет-пользователи прибегают к использованию данного приема для удобства чтения хэштегов. Например: *#SelfLove*, *#ShapeBodyShop*, *#NikeFashion*.

Несмотря на это преимущество, в микроблогах *Instagram* преобладает тенденция использования строчных букв (*#squatbooty*, *#fitgirls*, *#upperbody*, *#gympics*), в том числе в именах собственных (*#arnoldsportsfestival*). Это можно объяснить стремлением авторов к единому написанию блока хэштегов при помощи нижнего регистра.

В ходе анализа была предпринята попытка выделить категории групп эмпирического материала. В данном исследовании хэштеги были разделены на условные четыре подгруппы:

1. Хэштеги-рубрики. Зачастую, в рамках своего блога пользователи ведут какие-либо рубрики, будь то посты с отзывами, советы или же реклама. К особенностям данных тегов относится их уникальность, как правило, авторы их создают сами: *#intermittentfasting*; *#cookingwithcourtney*; *#liveGIANT*; *#buffbunny*.

2. Хэштеги мероприятий/брендов. Как уже известно, мнение блогеров с большим количеством подписчиков сравнимо с влиянием СМИ. Поэтому зачастую различные корпорации, звезды, писатели и режиссеры прибегают к подобной презентации товаров и услуг. По тегам мероприятий люди ищут фото и новости. Часто встречаемыми тегами явились: *#lululemon*; *#adidaswomen*; *#laflair*; *#gymshark*.

3. Тематические хэштеги. Самими популярными являются тематические хэштеги в сфере фитнеса. Блогеры используют простые смысловые хэштеги, обозначающие основную направленность блогов: *#holistichealth*; *#stronggirls*; *#powerlifting*; *#igfitdaily*; *#trainhard*.

4. Общепопулярные хэштеги в *Instagram*. Данная группа позволяет пользователю вывести свою публикацию в топ-группу. Однако публикации по данным хэштегам зачастую превышают десятки тысяч: *#instadaily*; *#instalike*; *#doubletap*; *#20likes*.



Подводя итоги, можно заметить, что не все блогеры используют хэштеги на своих страничках. Однако те, кто прибегает к их помощи, как правило, выбирает определенный набор хэштегов, что говорит об определенной структурной направленности постов внутри микроблога. Структурирование хэштегами облегчает навигацию по странице.

Подводя итоги раздела 2.1, отметим, что выделенные специфические особенности микроблога, позволяют рассматривать его как самостоятельную форму речевой коммуникации.

## 2.2. Лингвистические особенности микроблогов

Как уже было замечено в главе 1, с появлением новых реалий в нашей жизни язык – это одна из первых структур, которая откликается и претерпевает различного рода изменения, будь то образование новых слов, либо же напротив прекращение их функционирования ввиду ненадобности.

Таким образом, ряд ученых утверждают, что появление платформ для интернет-коммуникации не оказывает положительного влияния на развитие коммуникации в целом, обедняя ее.

Следующим этапом нашей работы стал анализ лингвистических особенностей микроблогов. Методом сплошной выборки было отобрано 78 *Instagram*-постов, для того чтобы определить, какие характерные черты им присущи. Были рассмотрены синтаксические, фонетические, лексические, семантические и грамматические особенности в 20 микроблогах *fitness*-направленности. Рассмотрим более подробно каждую из особенностей.

При анализе нами были выделены следующие особенности микроблогов на синтаксическом уровне. По структуре основная часть высказываний представляет собой восклицательные и вопросительные предложения.

*I'm on a flippin Billboard in Times motha flippin Square!!! OKKK WOW!*

*I love doing these home workouts for you babes on all of my GYM FREE Training Programs. Here's a few moves to challenge yourself!*

*NEW Contest EVERY Week!!!*

*Вопросительные предложения*

*When will I see results? How long will it take? Can I get to my goal weight before my birthday trip? Are there any tricks to speed the process?*

*First of all, who did I think I was?*

В данных примерах мы видим, что авторы микроблогов прибегают к обильному использованию вопросительных и восклицательных конструкций, дабы привлечь внимание читателей.

Еще одним из распространенных приемов на синтаксическом уровне оказался эллипсис – намеренное опущение компонента высказывания или же члена предложения, легко восстанавливаемого из контекста. Например:

*I'm here because you're frozen... [ ] Because you're terrified. [ ] Because you're scared to try. [ ] Because everything in you says you'll fail. Because you have time and time again. I was, too. I'm here for that. [ ]*

В данном примере, очевидно, опущена конструкция *i am here* для усиления значимости слов автора и большей выразительности.

К фонетическим особенностям мы относим использование рифмы в микроблогах и звукоподражание.

Для большей узнаваемости микроблогов авторы прибегают к различным приемам. В данном случае рифма не является исключением. Созвучие в окончаниях слов помогает ритмическому звучанию, и делают высказывания более узнаваемыми.

*To remind the world that coquettish smiles and sweet whispers do not make us weak. Maybe they have forgotten for they paint maternal as meeek subtle as subservient, and patient as passive [ ] [ ]*

Пример показывает рифму в словах weak и meek.

В ходе анализа было отмечено, что иногда в текстах микроблогов прослеживаются признаки фонетического письма, иными словами,

существуют примеры написания слов, так как они слышатся. В таблице 1 представлены традиционные написания слов и словосочетаний, и также варианты их написания в текстах микроблогов.

Очевидным является факт, что данный список не является полным, однако фиксация написаний такого рода доказывает сближение устной и письменной речи в рамках интернет-дискурса.

Таблица 1. Сравнение традиционного написания слов и словосочетаний и вариантов их написания в текстах микроблогов

Традиционное написание	Написание, встречающееся в текстах микроблогов	Примеры употреблений
Questions	<i>Q's</i>	<i>Any <u>Q's</u> please ask!</i> 😊
You all	<i>Y'all</i>	<i><u>Y'all</u>. I can't believe this pic was taken a year ago this upcoming weekend 🤪 it's crazy how time can be our most valuable teacher.</i>
Ever	<i>Evvva</i>	<i>There are two very exciting things about this photo. Number 1, this is the best pre-workout meal <u>evvva!</u></i> 😍
Jesus	<i>Geez</i>	<i>I would legit never take these things off) get on the scale every morning and night, <u>geez</u> and let's my mention if I started putting on healthy weight or my abs weren't as "visible" aka gain 3-5 lbs I would panic and just start judging myself and not feel good about ME!</i>
Ya	<i>You</i>	<i>The beautiful khaki set along with so many others I posted up on the story! The fit is again on these super high waisted and "holds it in" if <u>ya</u> know what I'm sayinnnn</i> 😂
Wanna	<i>Want to'</i>	<i>Look back at it 🍑🤪 <u>Wanna</u> know what's cool?! How I started</i>

		with <a href="#">@nickkomodina</a> & my carbs were low and then randomly my body said “HEY MIRANDA YOU NEED TO FEED ME MORE BUT YOU CAN STILL LOSE WEIGHT AND LEAN UP” and now I get hella carbs 😍
--	--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Ввиду того, что базой для исследования является информационно-коммуникационная среда, мы можем наблюдать, как происходит определенного рода оптимизация используемого языка. К одной из особо выраженных особенностей текстов микроблогов на лексическом уровне мы можем отнести экономию языковых средств. Данная особенность может отображаться на различных уровнях языка. Зачастую, принцип экономии отображается одинаково – это сокращение речевой цепи, а, следовательно, и экономия затрачиваемых усилий и времени.

В таблице 2 приведены некоторые сокращения и акронимы, к использованию которых наиболее часто прибегают пользователи микроблогов. Для наглядности предоставленных материалов таблица разделена на три части, само сокращение, его расшифровка и пример его использования.

Таблица 2. Сокращения и акронимы, к использованию которых наиболее часто прибегают пользователи микроблогов

Сокращение	Расшифровка	Пример использования
LOL	Laughing out loud	<i>Just hiding behind these plants like I am my insecurities. <u>LOL</u> jusssss kidding let’s talk about them! I don’t care what anyone says...</i>
RDL	Romanian Deadlift	<i>single leg <u>RDL</u>. I’ve ALWAYS done these since the very beginning of my training that started 7 years ago. <u>RDL</u>’s help tighten the back of your hamstrings like no other and the tighter that is the “higher” your booty will look</i>

Сокращение	Расшифровка	Пример использования
Abs	Abominal muscle	<i>Body Dysmorphia - Body Image Issues - Eating Disorder - Obsessive ... whatever you call it, in all three of these photos I had this overwhelming body image issue. I would go the gym pinch where I thought I had fat (skin) always take pictures of my <u>abs</u></i>
Aka	<i>Also known as</i>	<i>I used to be soooo self conscious of my big curly hair! Ever since I was a little girl I would beg my mom to use her “magic air” <u>aka</u> the blow dryer to straighten it out!</i>
PIC	Picture	<i>On Wednesdays... we hike. Pretending to look out into the distance for a really “natural” looking Instagram <u>pic</u>, but your boyfriend is behind the camera tellin you what angles your booty looks best.</i>

Помимо широкого использования аббревиатур и сокращений авторы микроблогов прибегают к употреблению редуцированных форм в своих записях.

*Friday got me feelin' oh so fine just like these açai bowls! 😍 You really can make homemade smoothie bowls SO incredibly easy & get fun with it! Fruits of choice, some greens, ice to make it thicker, superfoods & I like adding plant protein or collagen.*

Приведенный пример иллюстрирует редуцирование буквы 'g' в окончаниях глаголов '-ing'. На месте буквы 'g' может стоять апостроф, либо она может быть утеряна без его добавления.

Еще одной особенностью на лексическом уровне мы считаем использование профессионализмов в микроблогах. К профессиональной лексике в данном случае мы относим наименования различных групп

упражнений. В таблице 3 представлены наиболее часто используемые обозначения.

Таблица 3. Примеры профессиональной лексики

Слово	Обозначение
<i>Core workouts</i>	<i><b>Core exercises</b> are those that use your trunk without support, like push-ups, sit-ups, and abdominal crunches. These <b>exercises</b> strengthen and train your lower back, hips, abdomen and pelvis to work together for better balance and stability.</i>
<i>DB workout</i>	<i>The Lateral Raise <b>dumbbell exercise</b> is the best way to specifically target your shoulder muscles, specifically your outer (middle) deltoid muscles. This <b>exercise</b> can also be performed while sitting down or with your back supported.</i>
<i>Lateral squat walk</i>	<i>Get into a half <b>squat</b> position with your thigh parallel to the floor. Keep your arms extended in front of you. Take a step to the <b>side</b> with the left leg trying to lift your hips and body as little as possible. Pull the right leg to the left leg, coming back to the start position.</i>
<i>Squat jumps</i>	<i>Squat jumps and plyometric jumps are basic drills that improve agility and power as well as help improve an athlete's <u>vertical jump</u>. This exercise is often used as the beginning movement to develop proficiency in the vertical jump, high jump, long jump, and <u>box jumps</u>.</i>
<i>Butt kick jumps</i>	<i><b>Butt kicks</b> are a type of plyometric, or <b>jump</b> training, exercise. ... In particular, <b>butt kicks</b> may help increase the speed of hamstring contractions, which can help you run faster.</i>
<i>Rack pulls</i>	<i>The <b>rack pull</b> is a variation of the deadlift performed from an elevated height, either using boxes, safety pins, or the safeties in a squat <b>rack</b>. It targets all the same muscles as the deadlift, including the glutes, hamstrings, upper back, lower back, and grip.</i>
<i>Pull-ups</i>	<i>An exercise involving raising oneself with one's arms by pulling up against a horizontal bar fixed above one's head.</i>
<i>Pendlay row</i>	<i>The <b>Pendlay Row</b> is a variation of the <b>Barbell Row</b> where the weights start on the ground and the <b>row</b> is performed without any movement or momentum from the legs.</i>

В ходе анализа на семантическом уровне мы выделили такие особенности как: интертекстуальность микроблогов, метафоризация и эмоциональность. Именно на этом уровне человеческий мозг отображает речевые конструкции на понятия и образы, устанавливая отношения между объектами и обозначающими их словами.

Интертекстуальность используется для отражения взаимосвязи одного текста с другим в процессе их функционирования, для расширения содержания произведения:

*Flowers grow back even after they're stepped on. So will you. Don't be shy, be yourself.*

В данном примере мы можем увидеть вариант использования интертекстуальности, фраза «*Flowers grow back even after they're stepped on. So will you*» заимствована из песни «*with enough time*» исполнительницы Libby Tiddley, однако изначально в песне она звучит как «*Flowers grow back even after they're stepped on. So will I?*»

*'Women are like tea bags. Don't know how strong they are until they get in hot water'. No excuses I am ironing.*

Приведенный нами пример также иллюстрирует интертекстуальность, фраза: «*Women are like tea bags. Don't know how strong they are until they get in hot water*» принадлежит Элеонор Рузвельт.

Еще одной интересной особенностью на семантическом уровне является – метафора:

*Motivate to get motivated. Kids are sponges, they're always watching, copying, they're soaking up all our habits. And as parents we're like giant kids wingin it, just doing our best every day.*

Автор высказывания использует выражение «Kids are sponges», при буквальном переводе оно звучит как «дети – губки», в данном случае это проявление метафоры, под вышеупомянутым выражением автор подразумевает феноменальную способность детей запоминать и копировать действия взрослых.

Характерными чертами для грамматического уровня является отклонение от общепринятых норм.

Тенденция к аграмматизму – одна из особенностей, которая встречается в текстах микроблогов.

WANT RESULTS LIKE THESE IN THIRTY DAYS?!? GAG ME

В приведенном нами примере мы видим отклонение от грамматических норм литературного языка со стороны продуцента текста. Быть точнее, в предложении пропущен вспомогательный глагол *do*, что нарушает порядок слов в вопросительном предложении.

@eldjaam has made amazing progress!! I'll be sharing more about her journey on my story later today! Dont miss it!

В данном примере опущен знак апострофа, где устойчивой формой написания сокращенной формы *do not* является *don't*.

На наш взгляд, к семантическому уровню можно отнести не только словесное представление речи, но и эмоции, выражаемые человеком. Еще одной отличительной чертой микроблогов является – эмоциональность. Интернет-пользователи лишены двух особо важных каналов передачи информации, которые присущи устному дискурсу: просодии, которая включает в себя паузацию, тон, темп и громкость, а также невербальных компонентов, которые включают в себя мимику и жестикуляцию. В связи с этим в интернет-системе образовались различные способы выражения эмоций.

Очевидно, что самый яркий способ выражения эмоций в онлайн-среде это – эмоджон. Эмоджоны не воспроизводят текущую речь, не имеют ни грамматических, ни фонетических особенностей естественного языка. Их мы в данном исследовании относим к паралингвистическим средствам онлайн-среды. Они не являются речевыми единицами, но дополняют общий смысл и конкретизируют его. Эмоджоны предназначены для уточнения экспрессивно-интонационной окраски. В следующих примерах проиллюстрирована данная их особенность.

*Shoulders!! 🦵 your shoulders will feel so pumped after the first exercise! That's why it's one of my favourites! You don't need to go heavy with it, but boyyyyy do your shoulders feel pumped after 😂😂😂*



В данном примере автор текста употребляет эмоджон, который обозначает лицо в холодном поту, тем самым намекая, что тренировка будет изматывающей, а руки и плечи будут в буквальном смысле отниматься.

*Boo<sup>y</sup>y burnerrr🔥🔥! Tag a friend you wanna do this workout with! 🍑  
don't underestimate it! Gahhh my glutes were feeling some serious heat🔥🔥🔥I  
hope you enjoy it!*

В вышеприведенном примере мы видим использование нескольких эмоджионов. Эмоджон огонь в данном случае усиливает значение фразы boo<sup>y</sup>y burnerrr. Также мы можем наблюдать эмоджон огня рядом со словом heat, в данном случае эмоджон употреблен для усиления значения слова. В таком случае вышеприведенный пример подразумевает, что автор имел ввиду, что мышцы после тренировки будут чрезмерно гореть.

Также широко используется капитализация. Данный прием используется для передачи эмоционального состояния автора, расставления акцентуальных ударений, добавления экспрессии и усиления интенсивности речи:

*So one of my #BootyBuilding tips to shape your legs and glutes would be ...  
drumroll please 🙌🏼 TIME UNDER TENSION! Yup, you might have heard it might  
have not, but the best way I can put it is when you're doing any exercise movement  
really focus on not just going through the motions, but actually holding, squeezing  
and feeling the movements you are doing! That is why you see so many people now  
a days doing banded movements and exercises with a lot of tension and still getting  
in a great workout!*

В вышеприведенном примере мы можем наблюдать усиление эмоционального напряжения путем использования капитализации. В данном случае капитализация замещает собой такой просодический элемент как паузацию.

Таким образом, мы выделяем следующие черты присущие языку микроблогов: экономия (сокращения, аббревиатуры, редуцированные формы

глаголов с целью экономии речевых усилий), эмоциональность и экспрессия (использование эмотиконов, капитализации) которые доказывают, что в микроблогах происходит сближение устной и письменной речи.

## ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 2

В ходе нашего исследования были сделаны следующие выводы: микроблог это одна из разновидностей интернет-дискурса. Микроблог позволяет пользователям оставлять заметки, комментировать и оценивать их. Микроблог имеет свои структурные особенности:

1. Никнейм.
2. Пост.
3. Хештег.

Под никнеймом в данной работе подразумевается имя виртуальной личности, результат ее самономинации. Никнейм имеет особую структуру постижения. По итогам нашего исследования, никнеймы отражают субъективную информацию о владельце и могут подразделяться на эквицентрические прозвища, где антропонимический и нарицательный компоненты близки по значению, а также могут быть выражены яркими звучными наименованиями и к реальному имени человека не иметь никакого отношения.

Пост рассматривается в современной лингвистике как композиционная часть микроблога. Пост – это структурно выстроенная единица. Посты имеют личностный характер. Данная структура наделена большой степенью социальности.

Хэштег в данном исследовании мы рассматриваем как специальную пометку, которая делает акцент на ключевой информации. В нашей работе мы выделили четыре основные группы хэштегов:

- хештеги рубрики;
- рекламные хештеги;
- фитнес хештеги;
- общеупотребительные хештеги инстаграма.

В разделе 2.2. нашей работы был проведен анализ лингвистических особенностей микроблогов. В ходе исследования мы выяснили, что язык, используемый пользователями блогов краток и экспрессивен, чаще всего он близок к разговорной речи. Интернет-пользователи не считают онлайн-коммуникацию как сферу, где применим стандартный английский язык (General American). К особенностям на синтаксическом уровне мы относим широкое использование восклицательных и вопросительных предложений. Также в текстах микроблогов встречается эллипсис. Фонетическими особенностям на фонетическом уровне являются рифма и фонетическое письмо. Лексические особенности: сокращения и использование усеченных форм слов. Семантические особенности микроблога проявляются в использовании приемов интертекстуальности, метафоризации и эмоциональности (в нашем случае это использование эмоджикона).

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, результатом нашего исследования стали, следующие выводы. Дискурс является сложным коммуникативным явлением, которое включает в себя ряд прагматических, социокультурных, психологических факторов. Одной из его разновидностей является интернет-дискурс, который определяется как интернет опосредованная коммуникация, которая формируется под влиянием специфических средств. Интернет-дискурс подразумевает наличие нескольких отдельных жанров. Одним из таких жанров интернет-дискурса, набирающих популярность является микроблог, который мы определили как одну из структурных единиц блога, позволяющую вести своего рода сетевой дневник.

В ходе проведенного исследования нами были выделены следующие структурные особенности микроблога:

- Никнейм;
- Пост;
- Хэштеги.

К лингвистическим особенностям микроблога можно отнести:

1. Синтаксические особенности (использование простых, эллиптических предложений; восклицательных и вопросительных конструкций; тенденция к аграмматизму);
2. Лексические особенности (частотное обращение к сокращениям, аббревиациям и профессиональной лексике);
3. Семантические особенности (интертекстуальность; метафоризация и эмоциональность выраженная в использовании капитализации и соответствующего эмотикона)
4. Грамматические особенности (отклонение от норм литературного языка)

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Аврамова А.Г. Электронный дискурс в зеркале оппозиции «устный» «письменный» // Вестник МГУ. Серия: 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2004. № 3. С. 119–126.
2. Анисимова Е.Е. Лингвистика и межкультурная коммуникация. М.: Академия, 2003. 122 с.
3. Арутюнова Н.Д. Дискурс // Лингвистический энциклопедический словарь. М.: Сов. энциклопедия, 1990. С. 136–137.
4. Асмус Н.Г. Лингвистические особенности виртуального Коммуникативного пространства: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19. Ч., 2005. 265 с.
5. Ахренова Н.А. Интернет-дискурс как глобальное межкультурное явление и его языковое оформление: автореф. дис. ... д-ра филол. наук: 10.02.19. М., 2009. 36 с.
6. Ахренова Н.А. Лингвистические особенности сетевых имен // Вестник Челябинского государственного университета. 2009. № 34 (172) Вып.36. С. 5–10.
7. Ахренова Н.А. Лингвистические особенности микроблогов // Альманах современной науки и образования. 2011. № 9(52). С. 119–122.
8. Бабичева А.Ф. Интернет-дискурс как особая разновидность дискурса // «Молодежный научный форум: Гуманитарные науки. Электронный сборник статей по материалам XXV студенческой международной заочной научно-практической конференции. Москва: МЦНО, 2015. № 6 (24). С. 41–47.
9. Бахтин, М.М. Проблема речевых жанров // Эстетика словесного творчества. М.: Искусство, 1986. 424 с.
10. Борботько В.Г. Элементы теории дискурса. Грозный: Чечено-Ингуш. гос. ун-та, 1981. 113 с.

11. Васюкова И.А. Словарь иностранных слов. М.: АСТ-ПРЕСС, 1998. 416 с.
12. Вишнякова Е.А. Функциональные особенности семиотического потенциала электронного сообщения в процессе передачи информации // Вестник Самарского государственного университета. 2013. №5. С. 44–49
13. Галичкина Е.Н. Специфика компьютерного дискурса на английском и русском языках (на материале жанра компьютерных конференций): дис. ... канд. филол. наук: 10.02.20. А., 2007. 212 с.
14. Горошко. Е.И. Теоретический анализ Интернет-жанров: к описанию проблемной области [Электронный ресурс]. [URL: http://www.internet-history.org.ua/](http://www.internet-history.org.ua/) (дата обращения 18.03.2018).
15. Карасик В.И. О типах дискурса // Языковая личность: институциональный и персональный дискурс: Сб. науч. тр. В.: Перемена, 2000. - С. 5–20.
16. Касумова М.Ю. Компьютерный дискурс как новый вид коммуникации // Вестник КГПУ им. В.П. Астафьева. 2009. Вып. 3. С. 61–65.
17. Кондрашов П.Е. Компьютерный дискурс: социолингвистический аспект: автореф. дис ... канд. филол. наук: 10.02.19. К., 2004. 189 с.
18. Кубрякова Е.С. Эволюция лингвистических идей во второй половине XX века: опыт парадигмального анализа // Язык и наука конца XX в. / под ред. Ю.С. Степанова. М.: Институт языкознания РАН, 1995. С. 144–238.
19. Леонтович О.А. О типах дискурса // Языковая личность: институциональный и персональный дискурс: Сб. науч. тр. В.: Перемена, 2000. С. 191–200.
20. Лепшеева Н.А. Жанровые особенности компьютерного дискурса // Вестник ЧелГУ. 2009. №49 (181). С. 88–94
21. Лутовинова О.В. Лингвокультурологические характеристики виртуального дискурса. В.: Перемена, 2009. 476 с.

22. Лутовинова О.В. Языковая личность в виртуальном дискурсе автореф. дис ... д-ра филол. наук: 10.02.19. Волгоград, 2013. 22 с.
23. Макаров М.Л. Основы теории дискурса. М.: Гнозис, 2003. 280 с.
24. Максимова Т.О. Блог в интернет-коммуникации: структура, функции, литературный потенциал // Вестник Череповецкого государственного университета. 2017. №1 С. 124–131
25. Мишиева Е.М. Дискурсивные маркеры в молодежной онлайн-коммуникации (На материале английского языка): дис. на соискание ученой степени кандидата филол. наук. 10.02.04. 2015. 223с.
26. Наволока Ю.С. Хештег-текст как новый формат текста в интернет-пространстве (На примере социальной сети Инстаграм). Тамбов: Грамота, 2018, №12 (90). Ч.3. С. 568–573
27. Николаева Т.М. Краткий словарь терминов лингвистики. М.: Прогресс, 1978. 480 с.
28. Ожегов С.И., Шведова Н.Ю. Толковый словарь русского языка: 80000 слов и фразеологических выражений. М.: Азбуковник, 1999. 944 с.
29. Павленко Г. История Интернета (достижения и ошибки). [Электронный ресурс]. 2003. [URL: http://www.internet-history.org.ua/](http://www.internet-history.org.ua/) (дата обращения 18.03.2018).
30. Распопина Е.Ю. Дифференциальные и жанровые особенности компьютерного интернет-дискурса // Вестник ИГЛУ. 2010. Вып.4 (8). С. 125–131.
31. Рюкова А.Р. к вопросу о классификации дискурса // Вестник БГУ. 2016. Т. 21. №1. С. 115–119.
32. Селезнев Р.С., Скрипак Е.И. Социальные сети как феномен информационного общества и специфика социальных связей в их среде // Вестник КемГУ. 2013. Т.3 № 2 (54). С. 125–131.




33. Сеницына И.Е. Лингвостилистические особенности социальной сети и микроблога TUMBLR. СПб, 2018. 62 с.
34. Словарь Терминов Интернет [Электронный ресурс]. URL:<http://your-hosting.ru/terms/> (дата обращения 07.04.2020).
35. Степанов Ю.С. Альтернативный мир, Дискурс, Факт и принцип Причинности // Язык и наука конца XX века: сб. ст. / под ред. Ю.С. Степанова. М.: РГГУ, 1995. С. 35–73.
36. Трофимова Г.Н. Языковой вкус Интернет-эпохи в России: Функционирование русского языка в Интернете: концептуально сущностные доминанты: дис. ... д-ра филол. наук: 10.02.01. М., 2004. 509 с.
37. Чернявская В.Е. Лингвистика текста //Лингвистика дискурса. М.: Флинта: Наука, 2013. С. 58.
38. Чернявская В.Е. Дискурс власти и власть дискурса // Проблемы речевого взаимодействия. М.: Флинта, 2006. 128 с.
39. Щипицина, Л.Ю. Текстовая организация социальной сети как гипержанра Интернет-коммуникации // Субъект познания и коммуникации: языковые и межкультурные аспекты: сб. науч. тр. / отв. ред. Л.В. Цурикова, Л.Ю. Щипицина. Воронеж: «НАУКА-ЮНИПРЕСС», 2014. С. 211-225.
40. Щурина Ю.В. Жанровое своеобразие социальной сети Instagram // ЖАНРЫ РЕЧИ. 2016. №1. С. 156–168.
41. Huan Chen. College-Aged Young Consumers' Perceptions of Social Media Marketing: The Story of Instagram // Journal of Current Issues & Research in Advertising. — 2017. Т. 39, вып. 1. - С. 22–36. [Электронный ресурс]. URL: <https://goo-gl.ru/581V> (дата обращения 17.03.2020).
42. Widdowson H.G. Discourse Analysis. Oxford: Oxford Introduction to Language Study ELT, 2007. 152 p.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Словарь Терминов Интернет. [Электронный ресурс]. URL:<http://your-hosting.ru/terms/> (дата обращения 07.04.2020).
2. The Oxford Illustrated Dictionary. [Электронный ресурс]. URL: <https://dictionary.cambridge.org/ru> (дата обращения 05.02.2020).
3. Webster's New World Dictionary of the American Language. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.merriam-webster.com/> (дата обращения 10.03.2020).
4. Webster's New World Dictionary of the American Language. The world Publ. Co: 1957. P. 417.
5. www.Humansnauka.ru. [Электронный ресурс] URL: <http://human.snauka.ru/2013/06/3384> (дата обращения 02.05.2020).
6. www.Instagram.com [Электронный ресурс] URL: <https://www.instagram.com/> (дата обращения 19.05.2020).
- 7.

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт филологии и языковой коммуникации  
Кафедра теории германских языков и межкультурной коммуникации  
45.03.02 Лингвистика

УТВЕРЖДАЮ  
Заведующий кафедрой ТГЯиМКК  
 О.В. Магировская  
«23» июня 2020 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА  
**ДИСКУРСИВНЫЕ ОСОБЕННОСТИ МИКРОБЛОГОВ  
(НА МАТЕРИАЛЕ АМЕРИКАНСКИХ FITNESS АККАУНТОВ  
В СЕТИ INSTAGRAM)**

Выпускник



Д.В. Шабала

Научный руководитель



канд. пед. наук,  
доц. Е.В. Еремина

Красноярск 2020