

УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ
«МИНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УДК 81'272(476)(043.3)

БЕЛОВА
Ксения Александровна

**ИНТЕРНЕТ-ДИСКУРС БЕЛАРУСИ
В СОЦИОЛИНГВИСТИЧЕСКОМ АСПЕКТЕ**

Автореферат
диссертации на соискание ученой степени
кандидата филологических наук

по специальности 10.02.19 – теория языка

Минск, 2015

Научная работа выполнена в учреждении образования «Минский государственный лингвистический университет»

Научный руководитель: **Поплавская Татьяна Викторовна**,
доктор филологических наук, профессор,
заведующая кафедрой, УО «Минский
государственный лингвистический
университет», кафедра речеведения и теории
коммуникации

Официальные оппоненты: **Лукашанец Александр Александрович**,
доктор филологических наук, профессор, член-
корреспондент НАН Беларуси, первый
заместитель директора по научной работе,
ГНУ «Центр исследований белорусской
культуры, языка и литературы НАН Беларуси»

Детскина Раиса Владимировна,
кандидат филологических наук, доцент, доцент
кафедры, УО «Минский государственный
лингвистический университет», кафедра
информатики и прикладной лингвистики

Оппонирующая организация: **Белорусский государственный университет**

Защита состоится «10» февраля 2015 года в 12.00 на заседании совета по защите диссертаций Д 02.22.01 в учреждении образования «Минский государственный лингвистический университет» по адресу 220034, г. Минск, ул. Захарова, 21, e-mail: info@mslu.by, тел. ученого секретаря: (017) 284-47-48.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке учреждения образования «Минский государственный лингвистический университет».

Автореферат разослан «8» января 2015 года.

Ученый секретарь совета
по защите диссертаций

Т.В. Бобко

ВВЕДЕНИЕ

В условиях глобализации и развития новейших информационных технологий всемирная компьютерная сеть Интернет, будучи одним из самых значимых социальных явлений нашего времени, оказывает непосредственное влияние на развитие всех сфер жизни общества: экономики, политики, культуры, образования, языка и мн. др. В связи с необходимостью рационального использования расширяющихся возможностей Интернета одной из актуальнейших задач современной науки в целом и социолингвистики в частности становится многоаспектное изучение интернет-среды, языковой экспликацией которой является интернет-дискурс.

Для белорусской науки стратегически важным представляется исследование национального сегмента мировой Сети – Байнета. Как гетерогенная система, в центре которой стоит персона активного интернет-пользователя, белорусский интернет-дискурс динамично развивается, отражая общественную и языковую ситуацию в нашей стране. В прикладном отношении изучение и понимание происходящих в нем процессов призвано стать одной из составляющих развития современных технологий коммуникации, оптимизации способов результативного информационного воздействия на общество, корректировки целей и совершенствования методик учебной деятельности.

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Связь работы с крупными научными программами. Диссертация выполнена на кафедре речеведения и теории коммуникации УО «Минский государственный лингвистический университет» в рамках разработки трех крупных научно-исследовательских тем: 1) «Дискурсивные практики Беларуси: межкультурный аспект», государственный регистр № 2006 13–18, дата регистрации 05.06.2006 (2006–2010 гг.); 2) «Семантика и прагматика институционального дискурса Беларуси в сопоставительном аспекте», государственный регистр № 20111790, дата регистрации 30.06.2011 (2011–2013 гг.); 3) «Семантика и прагматика коммуникации в организациях Беларуси в сопоставительном аспекте», государственный регистр № 20142624, дата регистрации 16.10.2014 (2014–2015 гг.).

Цель и задачи исследования. Целью исследования является выявление социолингвистических характеристик интернет-дискурса национального сегмента Сети как существенных признаков развития языковой ситуации в Беларуси. Для достижения поставленной цели потребовалось решение ряда конкретных задач:

- 1) установить жанровые предпочтения белорусских пользователей при письменной интернет-коммуникации;
- 2) определить языковые и неязыковые коды интернет-общения пользователей Байнета и наиболее широко представленные в их сообщениях кодовые комбинации;
- 3) установить типы и подтипы кодовых включений, характерные для интернет-дискурса Беларуси;
- 4) выявить стратегии и тактики самопрезентации белорусских интернет-пользователей, языковые и неязыковые приемы их реализации;
- 5) определить пользовательские интернет-типажи, характерные для национального сегмента Сети.

Объектом изучения является интернет-дискурс белорусского сегмента сети Интернет.

В качестве **предмета анализа** выступают коды общения интернет-пользователей и языковые / неязыковые средства их самопрезентации в наиболее частотных жанровых разновидностях письменного интернет-дискурса Беларуси.

Материалом для исследования послужили интернет-тексты объемом 1500 страниц формата А4, а также результаты анкетирования 3760 человек. Ошибка репрезентативности¹⁾ при всех исследованиях с участием респондентов не превышает 2%, на базе языкового материала – 3%. Это позволяет сделать вывод о наличии у практически всей генеральной совокупности активных интернет-пользователей белорусского Интернета характеристик, идентичных характеристикам членов репрезентативной группы, а у их сообщений, соответственно, – особенностей, отмеченных у единиц языковой выборки настоящей диссертации.

В ходе исследования применялась комплексная **методика**, включающая метод сплошной выборки и регистрируемого наблюдения, сравнительно-сопоставительный и интерпретативный анализ, количественный метод обработки материала, анкетирование.

Научная новизна исследования состоит в установлении ряда важных социолингвистических характеристик интернет-дискурса Байнета. Впервые определена степень активности использования белорусскими пользователями интернет-жанров и вариантов их реализации, или субжанров; выявлены наиболее употребительные языковые и неязыковые коды интернет-общения в национальном сегменте Сети и их комбинации в сообщениях коммуникантов.

¹⁾ При расчете ошибки репрезентативности использовалась формула: $m = \sqrt{\frac{p \times q}{n}}$, где m – ошибка репрезентативности, p – количество человек или количество единиц языкового материала с определенной характеристикой, выраженное в %, $q = (100 - p)$, n – количество всех респондентов или всех единиц языкового материала, составляющих репрезентативную выборку.

Впервые выделены типы и подтипы кодовых включений, установлена частота их встречаемости в сообщениях белорусских пользователей. Определены стратегии и тактики самопрезентации белорусов в Интернете, а также языковые и неязыковые приемы их реализации. Выделены интернет-типажи белорусских коммуникантов, универсальные модели самопрезентации представителей каждого типажа и общие для их сообщений языковые маркеры.

Основные положения диссертации, выносимые на защиту.

1. Для интернет-дискурса национального сегмента Сети характерно преобладание сообщений определенных субжанров каждого из наиболее коммуникативно значимых для белорусских пользователей интернет-жанров (электронного письма, чата, форума, блога), а именно: личного произвольно написанного электронного письма, тематического форума, группового чата, авторского блог-дневника. Жанровые предпочтения представителей аудитории Байнета указывают на существенный объем личностно-ориентированного интернет-общения в сфере интернет-коммуникации Беларуси.

2. Свойственная интернет-дискурсу национального сегмента Сети систематическая смена как языкового (естественные языки), так и неязыкового (знаковая система эмодзи) кодов в рамках одного текстового сообщения свидетельствует о выраженном поликодовом характере общения белорусских пользователей в сети Интернет. Высокая активность использования представителями аудитории Байнета определенных кодовых систем (русского, белорусского и английского языков, знаковой системы эмодзи) детерминирует преобладание в сообщениях белорусских коммуникантов следующих кодовых комбинаций: русский / белорусский языки в роли матричного кода и английский язык в роли гостевого кода, английский язык в роли матричного кода и русский язык в роли гостевого кода, русский / белорусский / английский языки в роли матричного кода и знаковая система эмодзи в роли гостевого кода.

3. Включения инокодовых единиц в сообщения белорусских пользователей имеют многовекторный характер, обуславливающий различия включений по ряду параметров: а) количество кодов, входящих в состав включения; б) языковая / неязыковая природа кодов включения; в) графический способ подачи включения; г) коммуникативная интенция пользователей при переходе с одного кода на другой; д) объем включения; е) лексико-семантическое наполнение включения; ж) адаптированность / неадаптированность включения к матричному коду сообщения. Наиболее многочисленными в национальном сегменте сети Интернет оказываются включения языковых кодов, содержащие один гостевой код. Большинство таких включений подаются буквами алфавита матричного кода сообщения.

Чаще всего во включениях используется общеупотребительная лексика, объем включений представлен морфемой или словом, и включения адаптируются к грамматической рамке матричного кода. Появление включений в сообщениях белорусских интернет-пользователей преимущественно предопределено стремлением участников общения к созданию юмористического эффекта и экономии речевых усилий и времени.

4. Самопрезентации коммуникантов национального сегмента Сети Беларуси содействует реализация ряда стратегий (самоназывание, предоставление личных данных, конструирование внешности и характера, демонстрация знаний / умений / эмоций / мнений, формирование собственной манеры письма), которые эксплицируются наборами как вербальных, так и невербальных тактик. Степень актуализации той или иной вербальной / невербальной тактики самопрезентации в сообщениях пользователей указывает на то, что самопредставление аудитории Байнета выражается чаще всего такими языковыми / неязыковыми средствами, как топонимы, зоонимы, фитонимы, астронимы, нарицательные имена существительные, прилагательные, причастия, прецедентные имена в качестве интернет-имени; глаголы со значением эмоционального состояния, существительные и глаголы, называющие хобби и увлечения, имена любимых реальных / вымышленных персонажей; описательные прилагательные со значением 'цвет', 'форма', 'размер', 'физические признаки', 'качества человека', имена существительные со значением 'части тела', 'свойства человека', 'поведение / поступки человека'; глаголы интеллектуальной и речевой деятельности, устойчивые словосочетания либо их аббревиатуры и разговорные выражения со значением 'выражение мнения / своей позиции'; многообразные лексико-семантические новообразования; пазиграфические знаки, аватары и фотографии.

5. В национальном интернет-сегменте Беларуси на основании наличия в сообщениях пользователей сходных языковых маркеров, использования ими идентичных моделей самопрезентации в виде комплекса стратегий и тактик представления себя интернет-сообществу, а также общих черт поведения в ходе интернет-общения выделяются положительные и отрицательные пользовательские интернет-типажи. Среди данных типажей наиболее распространенными положительными интернет-типажами в белорусском интернет-дискурсе оказываются три гендерно маркированных мужских типажа: помощник, защитник, инициатор и три женских типажа: жена / мама, женщина-друг, эрудит. Популярными отрицательными интернет-типажами в Байнете являются такие характерные для Глобальной сети в целом гендерно немаркированные девиантные типажи пользователей, как тролль (пользователь, намеренно провоцирующий раздражение других участников общения), спамер

(пользователь, рассылающий сообщения без согласия на то адресатов) и лерк (пользователь, анонимно просматривающий сообщения других коммуникантов без участия в интернет-общении).

Личный вклад соискателя состоит в том, что положения и выводы, изложенные в диссертационном исследовании, получены автором самостоятельно и являются результатом анализа большого фактического материала.

Апробация результатов диссертации. Ключевые вопросы диссертационного исследования были представлены в докладах и сообщениях на Ежегодной научно-практической конференции преподавателей и аспирантов МГЛУ (21–22 апреля 2009 г., 27–28 апреля 2010 г., 13–14 мая 2014 г., Минск); Четвертой международной научной конференции «Гендер и проблемы коммуникативного поведения» (28–29 октября 2010 г., Новополоцк); Международной научной конференции «Язык – когниция – коммуникация» (3–6 ноября 2010 г., Минск); Международной научной конференции «Актуальные проблемы теоретической и прикладной лингвистики» (15–16 июня 2010 г., Минск); Международной научной конференции «Коммуникативные стратегии» (21 ноября 2013 г., Минск); I Международной научно-практической конференции «Компьютерно-опосредованная коммуникация и дискурс» (30–31 мая 2014 г., Минск).

Основные положения и результаты исследования были представлены в форме доклада на Межвузовском круглом столе «Постклассическая стилистика и дискурсивный анализ текста» (11 декабря 2008 г., Минск); развернутых научных отчетов на заседаниях кафедры речеведения и теории коммуникации УО «Минский государственный лингвистический университет» (2008–2014) и кафедры профессионально ориентированной английской речи УО «Белорусский государственный экономический университет» (2008–2014).

Опубликованность результатов исследования. Основные положения и результаты диссертации изложены в 15 публикациях автора: 4-х статьях в рецензируемых научных изданиях (общим объемом 2,15 авт. л.), 2-х статьях в сборниках научных статей (общим объемом 0,72 авт. л.), 9 публикациях в виде тезисов в сборниках материалов научных конференций (общим объемом 2,09 авт. л.). Общий объем опубликованных материалов – 4,96 авт. л. Публикации выполнены без соавторов.

Структура и объем исследования определены поставленной целью и задачами. Диссертация состоит из введения, общей характеристики работы, двух глав, заключения, списка использованных источников (233 наименования) и списка публикаций соискателя (15 наименований), приложения, содержащего 2 таблицы (6 страниц), 1 анкету (6 страниц), 31 рисунок (22 страницы). Текст

диссертации изложен на 115 страницах, из которых 7 страниц занимают 7 рисунков и 11 таблиц. Библиографический список занимает 24 страницы. Полный объем диссертации составляет 173 страницы.

Во **введении** обосновываются выбор темы диссертационного исследования и ее актуальность, приводится краткий обзор проблемного поля исследований в области интернет-дискурса, определяются лакуны изучения интернет-дискурса Беларуси. В **общей характеристике** работы определяются цель и задачи исследования, его объект и предмет, формулируются положения, выносимые на защиту. В **первой главе** рассматриваются общие вопросы теории интернет-дискурса: терминология, критериальные признаки интернет-дискурса как самостоятельного дискурсивного типа, жанровая система интернет-дискурса. Составляется социальный портрет типичного активного интернет-пользователя белорусского сегмента Сети, определяются жанровые предпочтения при письменной интернет-коммуникации белорусов. Во **второй главе** рассматриваются вопросы переключения кодов при интернет-общении, устанавливаются стратегии самопрезентации и интернет-типажи белорусских пользователей. В **заключении** подводятся итоги исследования, даются рекомендации по их практическому использованию. **Приложение** включает сводно-статистический и иллюстративный материал.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

В первой главе «**Интернет-дискурс как особая коммуникативная среда**» рассматриваются такие вопросы, как терминологическая вариативность номинации интернет-дискурса и интернет-жанра, критериальные признаки интернет-дискурса как отдельного дискурсивного типа и его жанровая система. На основании статистических данных исследований интернет-аудитории выделяются социальные характеристики типичного активного белорусского интернет-пользователя. По результатам собственного анкетирования и анализа выборки интернет-текстов устанавливаются жанровые предпочтения белорусов при письменной интернет-коммуникации.

В разделе «**Терминологическая вариативность номинации дискурса интернет-среды**» осуществляется обзор работ ряда ученых (Е. Н. Галичкиной, Е. И. Горошко, Е. А. Земляковой, Л. Ю. Щипициной, Д. Кристала, С. Херринг и мн. др.) на предмет понимания ими сущности коммуникации посредством Интернета и оперирования определенным терминологическим аппаратом в ходе исследования данной коммуникативной среды. Предпочтительными для диссертационного исследования представляется термин *интернет-дискурс* – речевая деятельность, обладающая специфическим лингвистическим и

экстралингвистическими планами, что обусловлено ее функционированием в коммуникативном пространстве Интернета, а также термины, включающие описательный компонент «интернет» (например, *интернет-общение, интернет-пользователь, интернет-жанр* и т. п.).

В разделе **«Категориальные признаки интернет-дискурса как особого дискурсивного типа»** предпринимается анализ отличительных признаков интернет-дискурса, выделяемых в трудах исследователей, с позиции ряда общедискурсивных параметров (канал связи, среда, хронотоп, жанровое наполнение, характеристики коммуникантов, языковое воплощение). В работе предлагается разделять признаки на первичные, обуславливающие статус интернет-дискурса как самостоятельного дискурсивного типа (гипермедийность, жанровое многообразие, вариативность количества и эксплицированности коммуникантов и др.), и вторичные, свойственные и другим типам дискурса (электронный сигнал для передачи данных, техническая опосредованность, специфическая этика и др.).

В разделе **«Социальный портрет активного белорусского интернет-пользователя»** по результатам анализа данных нескольких независимых исследований интернет-аудитории (2002–2011 гг.), статистической информации переписи населения (2009 г.) и ответов респондентов, полученных в ходе собственного анкетирования (2012–2014 гг.), определяются социальные характеристики активного белорусского пользователя. Таким пользователем считаем человека, самостоятельно использующего разнообразные интернет-сервисы и регулярно общающегося посредством Интернета в письменной форме. Среди прочих его социальными характеристиками являются: возраст – 18–35 лет (75,3% человек из 3760 респондентов); место жительства – столица (42,5%) или крупный областной город (30,6%); пол – почти равнозначно мужской (51,2%) и женский (48,8%); цели обращения к Интернету – поиск информации (92,5%), общение (87,3%), покупка / продажа товаров и услуг (67,2%), денежные операции (64%), знакомство (48,2%) и мн. др.

В разделе **«Жанровая репрезентация интернет-дискурса»** осуществляется обзор интерпретаций понятия «жанр» в русле интернет-лингвистики и предлагается рабочее определение, согласно которому интернет-жанр – это специфическая форма технологической организации интернет-контента, детерминированная конкретным набором технических, функциональных и языковых параметров. В разделе приводится список интернет-жанров, описанных в работах отечественных и зарубежных ученых. Проанализировав жанры из данного списка на предмет наличия у них специфических технических (формат визуального отображения параметров пользовательского интерфейса и место в структуре жанровой системы

интернет-дискурса), функциональных (назначение интернет-жанров) и языковых (многообразные маркеры текстов интернет-жанров) характеристик, которые бы детерминировали отнесение их к самостоятельным жанрам (с позиции понимания сущности интернет-жанра автором диссертации), делаем вывод о том, что отдельными жанрами можно считать лишь следующие: чат, электронное письмо, блог, форум, доска объявлений, многопользовательский мир, каталог, гостевая книга, баннер, часто задаваемые вопросы. Для дальнейшего исследования из приведенного перечня исключаются доска объявлений, каталог и баннер в связи с тем, что в их рамках отсутствует возможность письменного обмена сообщениями.

Согласно результатам собственного анкетирования, шкала активности использования интернет-жанров белорусскими пользователями при создании письменных сообщений варьируется от 11,7% до 98,2% человек из общего числа представителей репрезентативной группы настоящего исследования. На основании данного факта делается вывод о существовании частотных жанров, используемых более 50% пользователей (электронное письмо – 98,2%, форум – 84,4%, чат – 77,6%, блог – 54,5%), и менее частотных, обращение к которым осуществляют не более 30% коммуникантов (гостевая книга – 29,2%, часто задаваемые вопросы – 13,6%, многопользовательский мир – 11,7%).

С опорой на тезис о том, что интернет-жанр реализуется в многообразии своих вариантов, или субжанров, в работе определяется номенклатура субжанров наиболее частотных жанров, а именно: электронного письма, форума, чата, блога. Критериями выделения субжанров становятся: коммуникативная цель (все названные частотные жанры), наличие или отсутствие темы (форум), контентное наполнение (блог), количество коммуникантов (чат, блог), степень участия человека в создании сообщения (электронное письмо). Количественный анализ сообщений каждого из выделенных субжанров показывает, что наиболее многочисленными в выборке материала исследования являются сообщения следующих жанровых разновидностей: личное произвольно написанное электронное письмо (46,5% в поле всех субжанров электронного письма), тематический форум (83,7% в поле всех субжанров форума), групповой чат (61,2% в поле всех субжанров чата), авторский блог-дневник (41,3% в поле всех субжанров блога). Полученные количественные данные указывают на наличие у аудитории Байнета жанровых предпочтений, которые свидетельствуют о значимости личностно-ориентированного общения в общем объеме интернет-коммуникации Беларуси. Дальнейшее исследование осуществляется на материале названных субжанров.

Во второй главе **«Коды общения и самопрезентация белорусских интернет-пользователей»** устанавливаются наиболее частотные коды общения

в Байнете и их комбинации в сообщениях пользователей, приводится типология кодовых включений. Выявляются стратегии, тактики, языковые и неязыковые приемы самопрезентации белорусских пользователей. Определяются интернет-типажи белорусов, общие для их сообщений языковые маркеры и модели самопрезентации.

В разделе «**Кодовое переключение в интернет-дискурсе Беларуси**» на основании собственного анкетирования определяется, что в поле наиболее употребительных в национальном сегменте кодов 84,8% всех представителей репрезентативной группы исследования используют неязыковой код знаковой системы эмодиконов, русский язык – 80,5%, белорусский язык – 57%, английский язык – 55,2%. Количественные данные (8,2%) об использовании коммуникантами других кодов (языков представителей этнических групп, проживающих на территории Беларуси, иностранных языков помимо английского) свидетельствуют об их невысокой представленности в Байнете. Анализ выборки интернет-текстов показал, что 67,3% всех сообщений содержат кодовое переключение, понимаемое в работе как использование единиц одного кода в высказывании на другом коде. Английский язык является наиболее частотным кодом включений в сообщениях как на белорусском (60,8% всех сообщений языковой выборки, содержащих инокодовые включения), так и на русском языке (61,4%), русский язык – в сообщениях на английском (82,6%). Белорусский язык выступает в качестве кода включений чаще всего в сообщениях на русском языке (22,4%), реже – в сообщениях на английском языке (13,2%). Наряду с этим в качестве кода включений в невысоком проценте случаев используются немецкий, украинский, польский, латинский, турецкий, французский, китайский и др. языки. Знаковая система эмодиконов выполняет исключительно функцию гостевого кода при переключении, что одинаково характерно для сообщений на русском, белорусском и английском языках (примерно в 40% всех сообщений выборки языкового материала на каждом из указанных языков). На основании всех приведенных фактов делается вывод о том, что интернет-общение белорусских пользователей имеет выраженный поликодовый характер.

В ходе анализа языкового материала было установлено, что включения инокодовых единиц отличаются друг от друга по ряду разновекторных параметров, на основании чего в работе предлагается распределять инокодовые включения по 7 типам, каждый из которых представлен набором подтипов. К первому типу относим включения, различающиеся количеством кодов, входящих в их состав (включения с одним гостевым кодом, с двумя, с тремя и более). Ко второму типу причисляем включения, различающиеся природой кодов (включения языкового и неязыкового кода). В третий тип

выделяем включения, различающиеся графическим способом подачи (буквенные алфавитно-однородные и алфавитно-неоднородные, небуквенные и комбинированные включения). Четвертый тип объединяет включения, различающиеся коммуникативной интенцией пользователей при переходе с одного кода на другой (включения как способ создания юмористического эффекта, экономии речевых усилий и времени, установки и поддержания контакта, акцентирования и сокрытия смысла, компенсации незнания необходимых лексических единиц и непереводимости названий иноязычных реалий). К пятому типу относим включения, различающиеся своим объемом (включения морфем, слов, словосочетаний и предложений). К шестому типу причисляем включения, различающиеся лексико-семантическим наполнением (включения общеупотребительной лексики, сокращений / усечений / аббревиатур слов и предложений, единиц компьютерного жаргона и молодежного сленга, устойчивых сочетаний / фразеологических единиц или их элементов, лексики с национально-культурными / геополитическими / географическими символами и смыслами, слов-терминов). Седьмой тип объединяет включения, различающиеся адаптированностью / неадаптированностью к матричному коду сообщения (адаптированные и неадаптированные включения).

Анализ количественной представленности каждого подтипа включений в выборке сообщений с переключением кодов позволяет сделать вывод о том, что наиболее многочисленными в интернет-дискурсе Беларуси являются включения языковых кодов (57,6% всех сообщений с переключением), содержащие один гостевой код (76,8%). Чаще всего встречаются включения морфем (35,6%) или слов (33,8%). С точки зрения лексико-семантического наполнения наиболее репрезентативными в сообщениях выборки языкового материала оказываются включения общеупотребительной лексики (31,4%). Большинство включений являются буквенными (47,2%) с преобладанием алфавитно-однородных (74,6%) и адаптируются (64%) к грамматической рамке матричного кода. Появление включений в сообщениях белорусских интернет-пользователей преимущественно обусловлено стремлением к созданию юмористического эффекта (63,8%) и экономии речевых усилий и времени (51,6%). Например, *Оу, хау крутафул!!!; redelat' eto nado bystro!!!; хочу **рест** сильно хочу; спасибо за интересную беседу, **дабранач**; сиводня **кулее** чем вчера.*

В разделе «**Стратегии самопрезентации белорусских интернет-пользователей**» на основании ответов респондентов, анализа речевого поведения и сообщений коммуникантов в рамках наиболее частотных субжанров интернет-дискурса Байнета (личного произвольно написанного

электронного письма, тематического форума, группового чата, авторского блог-дневника) выделяются 5 стратегий (далее – С) самопрезентации.

С а м о н а з ы в а н и е (С1) актуализируется посредством одной из трех тактик (далее – Т): употребление стандартных вариантов Ф.И.О. – Т1, нестандартных вариантов Ф.И.О. – Т2 и псевдонима, не связанного с Ф.И.О. – Т3 (наиболее частотная). Т1 и Т2 эксплицируются через Ф.И.О. и их варианты, при Т3 употребляются имена, отличные от Ф.И.О. Т2 и Т3 реализуются следующими приемами: стяжение, усечение и сокращение слов; аффиксация; добавление топонимов, цифр и знаков; выделение букв и слов; замена букв на буквы другого алфавита или спецсимволы; набор имени на регистре другого языка. Кроме того, для Т3 характерны онимизация, трансонимизация, прецедентные имена и случайный набор букв. Например, *Витя Сажев* – С1_{Т1}; *=^Irina^=*, *Ал_Ив* – С1_{Т2}; *всеСИЛЬнАя*, **Othello** – С1_{Т3}.

Предоставление личных данных (С2) эксплицируется с помощью тактики сообщения информации (Т1), как правдивой (28,4% всех представителей репрезентативной группы исследования), так и вымышленной (71,6%), и имеет пять вариантов (далее – В). В1 – сообщение информации о профессиональной занятости (название профессий, организаций и т. п.; использование переходных и непереходных глаголов со значением профессионально-трудовой деятельности). В2 – сообщение о семейном статусе (существительные со значением ‘семейное положение’, ‘степень родства’ + эпитет). В3 – сообщение о возрасте (количественные числительные + аппроксиматоры; устойчивые словосочетания со значением ‘возраст’); В4 – сообщение о месте жительства и/или национальности (топонимы и этнонимы). В5 (наиболее частотный вариант Т1) – сообщение о хобби и личных предпочтениях (глаголы со значением эмоционального отношения; названия спортивных направлений, фильмов, имена любимых героев и т. п.). Например, *а в свободное время оператором подрабатываю* – С2_{Т1←В1}; *Беларус з Беларусі пачынае гэты блог!!* – С2_{Т1←В4}; *I'm old enough to decide myself!!!! ☺* – С2_{Т1←В3}.

Конструирование внешности и характера (С3) осуществляется через тактики прямого (Т1) и косвенного (Т2) самоописания. Т1 оказывается наиболее частотной и реализуется посредством прилагательных со значением ‘цвет’, ‘форма’, ‘размер’, ‘физические признаки’, ‘качества человека’; имен существительных со значением ‘части тела’, ‘свойства человека’, ‘поведение / поступки человека’. Т2 актуализируется через использование имен прецедентных персонажей, сравнительных оборотов, представления от 3-го лица. Например, *мой антымізм дазваляе надзеяцца на сустрэчу!* – С3_{Т1}; *Как солнышко, могу радовать, а могу и обжечь...* – С3_{Т2}.

Демонстрация знаний / умений / эмоций / мнений (С4) реализуется тактикой сообщения (Т1) и тактикой комментирования (Т2). Т1 имеет 4 варианта. В1 – сообщение о знаниях (словосочетания / предложения со значением ‘обладать знанием о чем-то’ с переходными глаголами интеллектуальной деятельности; идиоматические выражения со значением ‘владеть информацией’; глаголы с переносным значением ‘разбираться в чем-либо’). В2 – сообщение об умениях (словосочетания / предложения со значением ‘могу / умею делать что-то хорошо’ с глаголами возможности, к которым добавляются переходные глаголы различной семантики и обстоятельства образа действия). В3 – сообщение об эмоциях (глаголы и прилагательные / наречия со значением эмоционального состояния, переживания, отношения и внешнего проявления эмоций, а также эмоционально окрашенные междометия). В4 (наиболее частотный вариант Т1) – сообщение о мнениях (глаголы интеллектуальной и речевой деятельности; устойчивые словосочетания либо их аббревиатуры и разговорные выражения со значением ‘выражение мнения / своей позиции’). Т2 эксплицируется приемами: повторение ключевых слов / фраз / предложений или собственная вербализация основной идеи комментируемого сообщения в сочетании с предлогами *про, по, насчет, относительно / пра, наконт, адносна / as for, on, about, concerning*; слова / словосочетания / предложения со значением ‘согласие / несогласие’ либо несущие оценку комментируемого. Например, *в теме всегда!* – С4_{Т1←В1}; *плачу кожны раз як гляджу гэтки момант...* – С4_{Т1←В3}; *your talking to her was a bad idea!!* – С4_{Т2}.

Формирование собственной манеры письма (С5) предполагает систематическое использование определенного орфографического варианта написания слов и грамматического оформления высказываний, а также своеобразной лексики. С5 представлена тремя тактиками. Т1 – нарушение орфографических норм правописания слов (фонетическое письмо; замена букв на цифры, спецсимволы, буквы другого алфавита по принципу внешнего подобия или сходства по звучанию; использование жаргона / сленга с собственными нормами правописания). Т2 – нарушение грамматических норм построения словосочетаний и предложений (именительный падеж вместо косвенных, употребление нетипичных предлогов или их опущение; универсальная падежная форма *мну* вместо форм *Я*, формы третьего лица вместо первого и второго; инверсия). Т3 (наиболее частотная) – словотворчество (морфемная и семантическая деривация; разговорно-сниженная и нецензурная лексика; интернет-мемы и прецедентные тексты). Например, *ты ШУ BEST ГЯЕИД – единственный и самый лучший ☺* – С5_{Т1}; *мну сення др* – С5_{Т2}; *санечна сиводня D) и фрэшечна очень* – С5_{Т3}.

Невербальные тактики (далее – НТ) в разной степени характерны для всех установленных стратегий самопрезентации в Сети. НТ1 (частотная) – использование пазиграфических знаков в составе вербальных высказываний (цифровое обозначение; употребление математических символов и знаков \$, @, #, *, _ и т. п.; использование эмотиконов). НТ2 – шрифтовое и цветовое оформление высказывания / сообщения (варьирование шрифта и цвета). НТ3 – нестандартное употребление знаков пунктуации (серийность знаков, нетипичное использование знаков и их игнорирование). НТ4 (частотная) – использование иконических средств (аватар и фотолегенда). Например, *канечна же 90-60-90!!!* – НТ1; *вездЕ бАнят – хоть здЕсь вЫгаварюсь :D* – НТ2; *flowers jewelry opera ticket whatever you can think of will work for her* – НТ3.

В разделе «Интернет-типажи белорусских пользователей» на основании анализа поведения коммуникантов при интернет-общении, общности языковых маркеров сообщений и моделей самопрезентации выделяются 9 наиболее репрезентативных в национальном сегменте Сети интернет-типажей белорусских пользователей: «помощник», «защитник», «инициатор» – мужские положительные типажи; «жена / мама», «женщина-друг», «эрудит» – женские положительные типажи; «тролль», «спамер», «лерк» – гендерно нейтральные отрицательные типажи.

П о м о щ н и к: поведение – помощь другим в получении информации; языковые маркеры – указательные местоимения и наречия места, существительные со значением ‘ссылка’, этикетное междометие *пожалуйста / кали ласка / please*, глаголы со значением ‘смотреть’, ‘читать’ ‘делиться’, ‘получать в свое распоряжение (для последующего предоставления в пользование другим)’; модель самопрезентации – $(C1_{T1,2,3} + C2_{T1 \leftarrow B1,3,4,5} + C4_{T1 \leftarrow B1,4} + C5_{T1,2,3}) + НТ1,3,4$. **З а щ и т н и к:** поведение – защита других пользователей от нападков интернет-сообщества; языковые маркеры – глаголы со значением ‘приводить в эмоциональное состояние’, ‘защищать’, ‘помогать’, словосочетания и предложения со значением ‘пользователь X прав или знает, что говорит’; модель самопрезентации – $(C1_{T1,2,3} + C2_{T1 \leftarrow B1,3,4,5} + C3_{T1} + C4_{T1 \leftarrow B4; T2} + C5_{T1,2,3}) + НТ1,3,4$. **И н и ц и а т о р:** поведение – модерирование общения; языковые маркеры – глагольные конструкции со значением ‘начало совместного действия’, ‘предложение совместного действия’, ‘правила поведения’; модель самопрезентации – $(C1_{T1,2} + C2_{T1 \leftarrow B1,2,3,4,5} + C4_{T1 \leftarrow B4; T2}) + НТ1,4$.

Ж е н а / м а м а: поведение – проявление интереса к темам «быт / семья»; языковые маркеры – предложения со значением ‘делать что-то для мужа / ребенка или вместе с ними’, ‘действия и состояния мужа / ребенка’; модель самопрезентации – $(C1_{T2} + C2_{T1 \leftarrow B2} + C4_{T1 \leftarrow B3}) + НТ1,2,4$.

«Женщина - друг»: поведение – установление контакта с мужской аудиторией в дружеских целях; языковые маркеры – специализированные термины, традиционно употребляемые мужчинами, и грубая / нецензурная лексика, словосочетания и предложения со значением ‘мне это действительно интересно’, ‘я могу что-либо делать, потому что знаю / разбираюсь’, ‘эксперт в чем-либо’; модель самопрезентации – $(C1_{T2,3} + C2_{T1 \leftarrow B1,4} + C4_{T1 \leftarrow B1,2,4} + C5_{T1,2,3}) + NT1,3,4$. Э р у д и т: поведение – повсеместное выражение мнения со ссылкой на субъективно-авторитетные источники; языковые маркеры – словосочетания и предложения со значением ‘мне что-то известно из такого-то источника’, ‘личный опыт’, прецедентные высказывания в форме прямых / не прямых цитат известных людей / организаций; модель самопрезентации – $(C1_{T1,2} + C2_{T1 \leftarrow B1,2,3,5} + C3_{T2} + C4_{T1 \leftarrow B1,4;T2}) + NT2,4$.

Т р о л л ь: поведение – намеренное раздражение других участников общения; языковые маркеры – ситуативно-противоречащие высказывания; модель самопрезентации – $(C1_{T3} + C4_{T1 \leftarrow B4;T2} + C5_{T1,2,3}) + NT1,3,4$. С п а м е р: поведение – рассылка сообщений различного характера без согласия на то адресата; языковые маркеры – фатическая лексика, речевые формулы с наречиями места и конструкции предлог + существительное, подчеркивающие гиперссылку, названия организаций, наименования товаров / услуг; модель самопрезентации – $(C1_{T3} + C5_{T2}) + NT1,2,3$. Л е р к: поведение – анонимное просматривание сообщений других участников интернет-общения без непосредственного участия в дискуссии; языковые маркеры – слова с семой ‘аноним’; модель самопрезентации – $C1_{T3} + C2_{T1 \leftarrow B3,4}$.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Основные научные результаты диссертации

С позиций задач социолингвистики изучение белорусского интернет-дискурса позволяет выявить важные в нашем обществе процессы, динамично развивающиеся в русле мировых тенденций интернет-коммуникации, среди которых: возрастное расширение пользовательской интернет-аудитории с преобладанием молодежного вектора; преимущественно письменная форма коммуникации; тяготение активных интернет-пользователей к определенным жанрам интернет-дискурса; сосуществование и активное взаимодействие языковых и неязыковых кодов интернет-общения; сформированность определенного гендерного и этико-ролевого баланса в сфере самопрезентации пользователей, осуществляющих сознательный отбор стратегий и тактик поведения и самопредставления в сети Интернет, нередко характеризующегося стремлением скрыть свою реальную личность.

Проведенное исследование позволило сделать следующие выводы.

1. Для национального интернет-сегмента Беларуси характерно количественное преобладание сообщений определенных жанровых разновидностей (субжанров) таких наиболее частотных при письменной интернет-коммуникации Байнета интернет-жанров, как электронное письмо, форум, чат, блог. Номенклатура субжанров детерминирована комплексом разнопорядковых критериев. Основным критерий, коим для всех названных жанров является коммуникативная цель, сочетается с одним или двумя дополнительными. В качестве дополнительного критерия для жанра «форум» выступает наличие или отсутствие темы, для жанра «блог» – контентное наполнение, для жанров «чат» и «блог» – количество коммуникантов, для жанра «электронное письмо» – степень участия человека в создании сообщения. Жанровые предпочтения белорусских пользователей, которыми оказываются личное произвольно написанное электронное письмо, тематический форум, групповой чат, авторский блог-дневник, отражают факт активного использования сети Интернет в Беларуси для личностно-ориентированного общения [3; 5; 9; 15].

2. Сосуществование в белорусском сегменте Интернета нескольких кодов общения как языковой, так и неязыковой природы, результатом взаимодействия которых является систематическое переключение с одного кода на другой в пределах одного текстового сообщения, свидетельствует о выраженном поликодовом характере интернет-общения белорусских пользователей в Сети. Языковая ситуация Беларуси, одной из особенностей которой является преобладание русского языка во всех сферах общения, детерминирует ведущую роль русского языка в Байнете. При этом, однако, белорусский язык, для которого Интернет становится платформой естественного развития, используется более чем половиной интернет-аудитории Беларуси. Как и в Глобальной сети в целом, наиболее популярным иностранным языком интернет-общения является английский, а знаковая система эмодиконов выступает в качестве неязыкового кода. Активное использование белорусскими интернет-пользователями названных кодовых систем предопределяет функционирование в сообщениях Байнета определенных кодовых комбинаций. Наиболее многочисленными являются следующие сочетания кодов: русский / белорусский языки как матричный код + английский язык как гостевой код, английский язык как матричный код + русский язык как гостевой код, русский / белорусский / английский языки как матричный код + знаковая система эмодиконов как гостевой код. Присутствие иных кодов (языков малых этнических групп в Беларуси и иностранных языков помимо английского) в национальном сегменте Сети носит фрагментарный характер [2; 4; 11; 15].

3. Свойственные белорусскому Интернету инокодовые включения в сообщения пользователей характеризуются разнообразием как в количественном, так и качественном плане на основании широкого диапазона разновекторных параметров. Количество кодов в составе включения, языковая / неязыковая природа кодов включения, графический способ подачи включения и коммуникативная интенция пользователей при переходе с одного кода на другой детерминируют дифференциацию включений как естественных языков, так и знаковой системы эмодиконов на четыре соответствующих типа, каждый из которых представлен набором подтипов. Помимо этого включения языковых кодов распределяются по типам и подтипам согласно различиям в плане объема включения, его лексико-семантического наполнения и наличия или отсутствия способности адаптироваться к матричному коду сообщения. Количественное преобладание в Байнете тех или иных подтипов включений указывает на высокую частоту использования пользователями включений со следующими характеристиками: представленность одного кода в составе включения, языковая природа кода включения, подача включения посредством букв алфавита матричного кода, использование включения инокодовых единиц преимущество для создания юмористического эффекта и экономии речевых усилий и времени, употребление морфем и слов иных кодов в качестве включения, использование общеупотребительной лексики во включении, адаптированность кода включения к матричному коду сообщения [2; 4; 11].

4. При осуществлении самопредставления белорусские интернет-пользователи прибегают к пяти стратегиям самопрезентации (самоназывание, предоставление личных данных, конструирование внешности и характера, демонстрация знаний / умений / эмоций / мнений, формирование собственной манеры письма), которые реализуются посредством как вербальных, так и невербальных тактик. Названные тактики имеют разную частоту актуализации, что предопределяет высокую степень экспликации в сообщениях аудитории Байнета определенных языковых / неязыковых приемов самопрезентации. Среди таких приемов наиболее частотными при самоназывании оказываются: использование в качестве интернет-имени топонимов, зоонимов, фитонимов, астронимов, нарицательных имен существительных, прилагательных, причастий, прецедентных имен. В ходе предоставления личных данных чаще всего белорусские интернет-пользователи сообщают о хобби и личных предпочтениях с помощью глаголов со значением эмоционального состояния, существительных и глаголов, называющих хобби и увлечения, имен любимых реальных / вымышленных персонажей. Прибегая преимущественно к прямому описанию своей внешности / характера, коммуниканты употребляют описательные прилагательные со значением 'цвет', 'форма', 'размер',

‘физические признаки’, ‘качества человека’ и имена существительные со значением ‘части тела’, ‘свойства человека’, ‘поведение / поступки человека’. Активное выражение белорусскими пользователями в интернет-среде мнений, способствующее их самопрезентации, происходит за счет глаголов интеллектуальной и речевой деятельности, устойчивых словосочетаний либо их аббревиатур, а также разговорных выражений со значением ‘выражение мнения / своей позиции’. Собственная манера письма участников интернет-общения в Байнете проявляется преимущественно в систематическом употреблении многообразных лексико-семантических новообразований. Помимо этого самопредставлению белорусских коммуникантов содействует использование пазиграфических знаков в составе вербальных высказываний, а также иконических средств (аватаров, фотографий) [1; 6; 7; 8; 10; 14].

5. Маркированность поведения большинства пользователей в процессе интернет-общения сходными действиями, в ходе самопредставления – использованием определенных моделей самопрезентации, при создании сообщений – употреблением общих языковых маркеров позволяет установить номенклатуру пользовательских интернет-типажей белорусских коммуникантов. Вся совокупность типажей распадается на положительные и отрицательные. При этом в количественном плане представителей типажей первой группы незначительно больше по сравнению с представителями типажей второй группы (52% и 48% соответственно), что свидетельствует о балансе позитивно и негативно окрашенных типажей пользователей в среде Байнета. Положительные пользовательские типажи национального сегмента Сети гендерно маркированы, в то время как отрицательные преимущественно гендерно нейтральны. Наиболее репрезентативными в численном плане в белорусском Интернете являются три мужских положительных типажа: помощник (оказание помощи в получении информации), защитник (защита других пользователей от нападков интернет-сообщества), инициатор (модерирование общения) и три женских положительных типажа: жена / мама (проявление интереса к бытовым и семейным темам), женщина-друг (установление контакта с мужской аудиторией в дружеских целях), эрудит (повсеместное выражение мнения). Наиболее популярными отрицательными типажами белорусских пользователей оказываются такие распространенные в Глобальной сети в целом девиантные типажи, как тролль (намеренное раздражение других участников общения), спамер (рассылка сообщений без согласия на то адресата) и лерк (анонимное просматривание сообщений других участников общения без непосредственного участия в дискуссии) [1; 12; 13].

Рекомендации по практическому использованию результатов

Теоретические положения и практические результаты могут найти применение в разработке лекционных курсов введения в теорию коммуникации, теории межкультурной коммуникации, прагматики, социолингвистики, а также практического курса «Стратегии коммуникативного поведения»; написании курсовых, дипломных работ и магистерских диссертаций, посвященных вопросам интернет-лингвистики; дальнейшем изучении Байнета и сопоставительных исследованиях национальных сегментов Глобальной сети. Результаты исследования могут применяться специалистами в области психологии для помощи в решении проблем самоидентификации личности в пределах информационного общества, интернет-зависимости; специалистами в области информационных технологий для создания и совершенствования программного обеспечения коммуникативных ресурсов с целью ограничения доступа к ним пользователей с девиантными формами поведения; специалистами в области маркетинга для оптимизации подготовки рекламных акций и выпуска рекламной продукции, ориентированной на интернет-пользователей.

Основные положения и результаты исследования применяются: 1) в ходе подготовки студентов по специальности «Лингвистическое обеспечение межкультурных коммуникаций» на лекционных занятиях по дисциплине «Синтактика» на 4 курсе факультета межкультурной коммуникации МГЛУ, по дисциплине «Интерпретация коммуникативного поведения» и для самостоятельной работы по дисциплине «Культурный контекст профессионального общения» в рамках образовательного направления «Информационное обслуживание» в академических группах 5 курса факультета межкультурной коммуникации МГЛУ; 2) в ходе подготовки студентов по специальности «Экономика и управление туристской индустрией» на практических занятиях по дисциплине «Профессионально ориентированный иностранный язык» в академических группах 3 и 4 курсов факультета Высшей школы туризма БГЭУ; 3) на практических занятиях по английскому языку и русскому языку как иностранному для сотрудников УП «Велком», ИП «Делойд и Туш», ООО «Компания «МИПС»», ОДО «Анусан»; 4) в профессиональной деятельности сотрудников УП «Велком» (отдел маркетинга), ООО «Компания «МИПС»» (отдел разработки программного обеспечения), ОДО «Анусан» (специалисты-психотерапевты). Практическое использование результатов диссертационного исследования подтверждают соответствующие акты внедрения.

СПИСОК ПУБЛИКАЦИЙ СОИСКАТЕЛЯ ПО ТЕМЕ ДИССЕРТАЦИИ

Статьи в рецензируемых научных журналах

1. Белова, К. А. Социальный портрет белорусского пользователя и стратегии самопрезентации в Сети / К. А. Белова // Вестн. Мин. гос. лингв. ун-та. Сер. 1, Филология. – 2010. – № 2 (45). – С. 14–22.

2. Бялова, К. А. Моўныя асаблівасці беларускага інтэрнэт-дыскурсу / К. А. Бялова // Беларуская лінгвістыка / НАН Беларусі, ін-т мовы і літаратуры імя Якуба Коласа і Янкі Купалы ; рэдкал.: А. А. Лукашанец (гал. рэд.) [і інш.]. – Мінск : Беларус. Навука, 2010. – Вып. 65 – С. 104–110.

3. Белова, К. А. Жанровая репрезентация интернет-дискурса Беларусі / К. А. Белова // Весн. Магілёў. дзярж. ўн-та імя А. А. Куляшова. Сер. А, Гуманітарныя навукі (гісторыя, філасофія, філалогія). – 2011. – № 1 (37). – С. 85–91.

4. Белова, К. А. Кодовое переключение в интернет-дискурсе Беларусі / К. А. Белова // Ученые записки УО «ВГУ им. П. М. Машерова» : сб. науч. тр. – Витебск : УО «ВГУ им. П. М. Машерова», 2012. – Т. 13. – С. 185–196.

Статьи в сборниках научных статей

5. Белова, К. А. Структурная организация интернет-текстов / К. А. Белова // Аспирант : сб. науч. тр. аспирантов / Нижегород. гос. лингв. ун-т им. Н. А. Добролюбова ; редкол.: Е. С. Гриценко, А. В. Зубов. – Нижний Новгород : Нижегород. гос. лингв. ун-т им. Н. А. Добролюбова, 2009. – Вып. VIII. – С. 13–21.

6. Белова, К. А. Самопрезентация в Интернет-коммуникации / К. А. Белова // Исследования молодых ученых : сб. ст. аспирантов / Мин. гос. лингв. ун-т ; редкол.: А. М. Горлатов (отв. ред.), Е. С. Гриценко (отв. ред.) [и др.]. – Минск : МГЛУ, 2010. – С. 4–9.

Материалы научных и научно-практических конференций

7. Белова, К. А. Невербальные лексические средства в текстах интернет-дискурса / К. А. Белова // Коммуникативные стратегии : материалы IV Междунар. науч. конф., Минск, 16 нояб. 2007 г. / Мин. гос. лингв. ун-т ; редкол.: Т. В. Поплавская (отв. ред.) [и др.]. – Минск : МГЛУ, 2009. – С. 125–127.

8. Белова, К. А. Языковые маркеры интернет-дискурса / К. А. Белова // Материалы ежегод. науч. конф. преподавателей и аспирантов МГЛУ, Минск, 21–22 апр. 2009 г. : в 5 ч. / Мин. гос. лингв. ун-т ; редкол.: Н. П. Баранова (отв. ред.) [и др.]. – Минск : МГЛУ, 2009. – Ч. 2. – С. 94–97.

9. Белова, К. А. Жанровая композиция интернет-дискурса / К. А. Белова // Постклассическая стилистика и дискурсивный анализ текста : материалы межвузовского круглого стола (кафедра стилистики английского языка), Минск, 11 дек. 2008 г. / Мин. гос. лингв. ун-т ; редкол.: С. Е. Кунцевич (отв. ред.) [и др.]. – Минск, 2010. – Вып. 2. – С. 67–73.

10. Белова, К. А. Сетевой дискурс как источник пополнения лексикона (на материале белорусского языка) / К. А. Белова // Материалы ежегод. науч. конф. преподавателей и аспирантов МГЛУ, Минск, 27–28 апр. 2010 г. : в 5 ч. / Мин. гос. лингв. ун-т ; редкол.: Н. П. Баранова (отв. ред.) [и др.]. – Минск : МГЛУ, 2010. – Ч. 2. – С. 109–111.

11. Белова, К. А. Языковое многообразие интернет-дискурса Беларуси / К. А. Белова // Актуальные проблемы теоретической и прикладной лингвистики : материалы Междунар. науч. конф., посвящ. памяти проф. Р. Г. Пиотровского, Минск, 15–16 июня 2010 г. : в 2 ч. / Мин. гос. лингв. ун-т ; редкол.: А. В. Зубов (отв. ред.) [и др.]. – Минск, 2010. – Ч. 1. – С. 119–123.

12. Белова, К. А. Гендерные особенности самопрезентации белорусских интернет-пользователей / К. А. Белова // Гендер и проблемы коммуникативного поведения : сб. материалов четвертой междунар. науч. конф., Новополоцк, 28–29 окт. 2010 г. / Полоц. гос. ун-т ; редкол.: М. Д. Пудрова [и др.]. – Новополоцк : ПГУ, 2010. – С. 158–161.

13. Белова, К. А. Специфика сетевых девиантных образов / К. А. Белова // Язык – когниция – коммуникация : тезисы докл. Междунар. науч. конф., Минск, 3–6 нояб. 2010 г. / Мин. гос. лингв. ун-т ; редкол.: З. А. Харитончик (отв. ред.) [и др.]. – Минск : МГЛУ, 2010. – С. 247–248.

14. Белова, К. А. Особенности употребления знаков препинания в Сети / К. А. Белова // Семиотическая гетерогенность языковой коммуникации: теория СЗО и практика : тез. докл. Междунар. науч. конф., Москва, 27–28 окт. 2011 г. / Мос. гос. лингв. ун-т ; редкол.: Т. В. Писанова [и др.]. – М. : ИПК МГЛУ «Рема», 2011. – С. 32–33.

15. Белова, К. А. Конститутивные признаки интернет-дискурса как особого дискурсивного типа / К. А. Белова // материалы IX Междунар. науч.-практ. конф. «Наука: теория и практика – 2013», Пшемысль, 7–15 сент. 2013 г. / редкол.: С. Горняк (отв. ред.) [и др.]. – Пшемысль : Наука и образование, 2013. – Ч. 7, Филологические науки. Политология. Музыка и жизнь. – С. 29–32.

РЭЗІЮМЭ

Бялова Ксенія Аляксандраўна

Інтэрнэт-дыскурсе Беларусі ў сацыялінгвістычным аспекце

Ключавыя словы: інтэрнэт-дыскурсе, інтэрнэт-карыстальнік, інтэрнэт-тыпаж, інтэрнэт-жанр, субжанр інтэрнэт-дыскурсу, кодавае пераклучэнне, моўны код, нямоўны код, тып кодавага ўключэння, стратэгія, тактыка, мадэль самапрэзентацыі.

Мэта даследавання – выяўленне сацыялінгвістычных характарыстык інтэрнэт-дыскурсу нацыянальнага сегменту Сеткі як істотных прыкмет развіцця моўнай сітуацыі ў Беларусі.

Метады даследавання: метады суцэльнай выбаркі і рэгіструемага назірання, параўнальна-супастаўляльны і інтэрпрэтатыўны аналіз, колькасны метады, анкетаванне.

Атрыманыя вынікі і іх навізна. Упершыню выяўлены найбольш частотныя пры інтэрнэт-зносінах беларускіх карыстальнікаў жанры і субжанры інтэрнэт-дыскурсу. Вызначаны найбольш ужывальныя моўныя / нямоўныя коды інтэрнэт-зносін беларусаў і іх камбінацыі, распрацавана тыпалогія кодавых уключэнняў. Вылучаны стратэгіі, тактыкі, прыёмы і моўныя / нямоўныя сродкі самапрэзентацыі беларускіх камунікантаў у сетцы Інтэрнэт. Выяўлены інтэрнэт-тыпажы беларускіх карыстальнікаў.

Практычная значнасць даследавання і галіна прымянення. Тэарэтычныя палажэнні і практычныя вынікі дысертацыйнага даследавання могуць знайсці прымяненне ў распрацоўцы лекцыйных курсаў уводзін у тэорыю камунікацыі, тэорыі міжкультурнай камунікацыі, прагматыкі, сацыялінгвістыкі, практычнага курса «Стратэгіі камунікатыўных паводзін», у напісанні курсавых, дыпломных работ і магістарскіх дысертацый, прысвечаных пытанням інтэрнэт-лінгвістыкі, а таксама ў практычнай дзейнасці спецыялістаў у галіне псіхалогіі, інфармацыйных тэхналогій, маркетынгу, далейшым вывучэнні Байнэту і супастаўляльных даследаваннях нацыянальных сегментаў Глобальнай сеткі.

РЕЗЮМЕ

Белова Ксения Александровна

Интернет-дискурс Беларуси в социолингвистическом аспекте

Ключевые слова: интернет-дискурс, интернет-пользователь, интернет-типаж, интернет-жанр, субжанр интернет-дискурса, кодовое переключение, языковой код, неязыковой код, тип кодового включения, стратегия, тактика, модель самопрезентации.

Цель исследования – выявление социолингвистических характеристик интернет-дискурса национального сегмента Сети как существенных признаков развития языковой ситуации в Беларуси.

Методы исследования: метод сплошной выборки и регистрируемого наблюдения, сравнительно-сопоставительный и интерпретативный анализ, количественный метод, анкетирование.

Полученные результаты и их новизна. Впервые выявлены наиболее частотные при интернет-общении белорусских пользователей жанры и субжанры интернет-дискурса. Определены наиболее употребляемые языковые / неязыковые коды интернет-общения белорусов и их комбинации, разработана типология кодовых включений. Выделены стратегии, тактики, приемы и языковые / неязыковые средства самопрезентации белорусских коммуникантов в сети Интернет. Выявлены интернет-типажи белорусских пользователей.

Практическая значимость исследования и область применения. Теоретические положения и практические результаты диссертационного исследования могут найти применение в разработке лекционных курсов введения в теорию коммуникации, теории межкультурной коммуникации, прагматики, социолингвистики, практического курса «Стратегии коммуникативного поведения», написании курсовых, дипломных работ и магистерских диссертаций, посвященных вопросам интернет-лингвистики, а также в практической деятельности специалистов в области психологии, информационных технологий, маркетинга, дальнейшем изучении Байнета и сопоставительных исследованиях национальных сегментов Глобальной сети.

SUMMARY

Kseniya A. Belova

Belarusian internet-discourse in sociolinguistic aspect

Key words: internet-discourse, internet-user, internet-character, internet-genre, subgenre of internet-discourse, code-switching, verbal code, non-verbal code, code-insertion type, strategy, tactic, pattern of self presentation.

The aim of the research is to reveal sociolinguistic characteristics of internet-discourse in the national internet-segment as significant marks of Belarusian language situation development.

The methods used: method of random sampling and registered observation, comparative-contrastive and interpretive analyses, quantitative method of data analysis, questioning.

The results obtained and their novelty. For the first time, the most frequent genres and subgenres in internet-communication of Belarusian users have been revealed. The most commonly used verbal and non-verbal codes in Belarusian internet-communication as well as their combinations have been established. A typology of code-insertions has been worked out. Strategies, tactics, verbal and non-verbal means of Belarusians' self presentation in the Internet have been identified. Internet-characters of Belarusian users have been revealed and described.

The practical value of the research and spheres of application. The data obtained can be applied in theoretical courses, such as: «Introduction to communication theory», «Theory of cross-cultural communication», «Pragmatics», «Social linguistics» and practical course «Strategies of communicative behavior». They can also be used as reference material when writing academic papers, focused on the problems of internet-linguistics and in practical activities of specialists in psychology, information technologies, marketing as well as in further academic research of the Bynet and contrastive studies of national internet-segments.

Научное издание

Белова Ксения Александровна

**ИНТЕРНЕТ-ДИСКУРС БЕЛАРУСИ
В СОЦИОЛИНГВИСТИЧЕСКОМ АСПЕКТЕ**

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание ученой степени
кандидата филологических наук

по специальности 10.02.19 – теория языка

Ответственный за выпуск *К.А. Белова*

Подписано в печать 05.01.2015 г. Формат 60x84 ¹/₁₆. Бумага офсетная.
Гарнитура «Таймс». Ризография. Усл. печ. л. 1,63. Уч.-изд. л. 1,47.
Тираж 100 экз. Заказ 1.

Издатель и полиграфическое исполнение: учреждение образования «Минский государственный лингвистический университет». Свидетельство о государственной регистрации издателя, изготовителя, распространителя печатных изданий от 02.06.2014 г. № 1/337. ЛП № 02330/458 от 23.01.2014 г.

Адрес: ул. Захарова, 21, 220034, г. Минск