**ЯЗЫКОВАЯ ЛИЧНОСТЬ В КОММУНИКАТИВНОМ ПРОСТРАНСТВЕ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ FACEBOOK И ВКОНТАКТЕ**

Александрова Юлия Витальевна, Ефимова Анна Валерьевна, МБОУ «СОШ № 59» г. Чебоксары, 11 класс

Научный руководитель:

Ильина Ольга Вячеславовна, учитель английского языка МБОУ «СОШ № 59» г. Чебоксары

**ВВЕДЕНИЕ**

Интернет-пространство сегодня это не только источник огромного потока информации, но и значимая коммуникативная среда, где происходит общение на самых разных языках и на самые разные темы. Кроме того, в связи с особыми условиями коммуникации (необходимость передачи больших объемов информации в условиях быстрого обмена сообщениями) сложились свои особые языковые черты, характеризующие манеру общения и выражения своего «я» участниками общения. Это в свою очередь ведет к формированию особого типа виртуальной языковой личности. Особую роль в коммуникативном пространстве имеют социальные сети. Эта сфера коммуникации является одной из наиболее современных и соответственно наименее изученных, что и определяет **актуальность** нашего исследования.

**Объектом** исследования является языковая личность в коммуникативном пространстве социальных сетях Вконтакте и Facebook.

**Предмет исследования** – лингвистические особенности, характеризующие языковую личность в коммуникативном пространстве социальных сетей Вконтакте и Facebook.

**Целью** данной работы является выявление лингвистических особенностей, свойственных языковой личности.

Для достижения данной цели выдвинуты следующие **задачи:**

* Изучить теоретический материал по проблеме «языковая личность».
* Проанализировать профили русско- и англоязычных пользователей социальных сетей Вконтакте и Facebook.
* Выявить основные общие и отличительные черты, характерные для русской и английской языковой личности в коммуникативном пространстве социальных сетях Вконтакте и Facebook.

**Материалом** исследования послужили профили и записи, комментарии пользователей социальных сетей Вконтакте и Facebook. Выборка была составлена методом сплошного просмотра профилей (страниц) пользователей.

В работе использовались следующие **методы исследования**: интерпретационный анализ, метод лингвистического описания, анкетирование, элементы статистического метода.

**Научная новизна** предлагаемой работы определяется актуальностью исследуемого материала – наименьшая изученность языковых особенностей коммуникации языковой личности в социальных сетях.

**Практическая ценность** работы заключается в том, что представленный материал может быть использован учащимися и учителями на уроках, как русского языка, так и английского, в качестве практического материала по изучению современного состояния английского и русского языков.

**1. АНАЛИЗ ЯЗЫКОВОЙ ЛИЧНОСТИ КОММУНИКАТИВНОГО ПРОСТРАНСТВА СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ (ВКОНТАКТЕ, ФЕЙСБУК)**

Социальная сеть - один из основных каналов связи в сети Интернет. Она определяется как Интернет-сервис, объединяющий в себе ряд ключевых возможностей для пользователя, а именно: создание публичного или скрытого профиля в пределах одного сайта; создание списка пользователей-друзей; возможность просматривать списки друзей, вступать с ними в диалоги, делиться информацией [3].

Для исследования особенностей языковой личности нами были выбраны наиболее популярные англо- и русскоязычные социальные сети Facebook и Вконтакте. Данные сети не имеют специальной профессиональной и тематической направленности, мы имеем дело с информацией, отражающей общие интересы и бытовое общение пользователей.

Создаваемая каждым пользователем уникальная языковая личность становится центром коммуникативной деятельности участника. Формируемая языковая личность характеризуется набором языковых средств, через которые мы и анализировали ее.

Ю. Н. Караулов [2] под языковой личностью понимает носителя языка, охарактеризованного на основе созданных им текстов. Исследователь выделяет три уровня анализа языковой личности: 1) вербально­-семантический (нулевой) уровень; 2) когнитивный (первый) уровень; 3) мотивационный (второй) уровень.

В практической части нашей работы мы проводим анализ особенностей языковой личности коммуникативного пространства социальных сетей.

**I. Вербально-семантический уровень.**

Вербально-семантический уровень языковой личности отражает системно-структурные данные о состоянии языка в соответствующий период [1]. Он общий для всех носителей языка, однако, в виртуальном пространстве он приобретает иную форму, отличную от литературного письменного языка. В первую очередь язык Интернет- коммуникации характеризуется письменной фиксацией устной речи. С этим связаны и особенности Интернет-коммуникации. Нами были выделены следующие особенности языковой личности на вербально-семантическом уровне.

**1. Сокращения и аббревиатуры.**

Для русскоязычной социальной сети Вконтакте характерно использование сокращений и аббревиатур, заимствованных из английского языка. Они могут быть, как заимствованы в чистом виде (то есть имеют английское написание), так и адаптированы в соответствии с русским языком. Наиболее употребляемые из них: IMHO/ИМХО, LOL/ЛОЛ, WTF,OMG/ОМГ, СПС, Норм, Оч, Чз ,м-ду, Инфа, Плз, Бро, Кэп, Хз.

Для англоязычных пользователей сети Facebook также характерно использование сокращений. При этом все найденные нами сокращения можно разделить на три группы:

1. Сокращения по первым буквам (аббревиатуры): BFN- Bye for now, BTW – By the way, FAQ –frequently asked questions, GG –good game, IMHO –in my humble opinion, PCM –please call me, OMG- oh my God, SY- see you.
2. Комбинированные сокращения, т.е. с использованием цифр, на основе фонетической схожести, опущения букв: 2day – today, 2moro – tomorrow, CUL8R – see you later, SOME1 – someone, Fwd – forward, Luv – love, Msg – message, PLS – please, PPL – people, R – are, Sup – What’s up?, Thx – thanks, X –kiss, U – you, alws - always, pics – pictures, bro – brother, sis – sister, plz - please, rly – really.
3. Сокращения с использованием знаков: B\C – because, @–at, ?4U –question for you, ?–Huh?, M/F? –male or femalе.

**2. Графические средства.**

При анализе языковых средств общения в социальных сетях мы также выделили графические средства, при помощи которых часто передаются эмоции.

1) Так, использование заглавных букв, как правило, в сочетании с восклицательным или вопросительным знаком вносит эмфатическое ударение:

* *IT'S URGENT!!!!!* (Запись Hannah Glynn *https://www.facebook.com/hannah.glynn.9)*
* Это *ПОТРЯСАЮЩЕ!!!* (Запись Алена Кузнецова http://vk.com/id159420074)
* *ЧТО???(* Сообщение от пользователя Юлия Головина http://vk.com/id171957393)

2) Использование большого количества восклицательных и вопросительных знаков (для передачи степени изумления или озадаченности):

* DOES ANYONE IN NIAGARA FALLS HAVE GLOW STICKS *??!!?!* ( Сообщения Talia Kraemer https://www.facebook.com/talia.kraemer)
* Я брал твой карандаш *?!???*(Пользователь Никита Солодов http://vk.com/solodov\_nikita)

3) Использование многоточий (для передачи степени задумчивости), например:

* Wow*.......* I can't even*........* I HEARD THAT BREAK*....*
* Хммм*…* Я не уверен и поэтому не могу дать ответ сейчас.

4) Использование символа \* (для выражения слов относящихся к нецензурной речи), например:

* I love you sooo muuuuch \*\*\* (Сообщения на странице пользователя Talia Kraemer [https://www.facebook.com/talia.kraemer](https://www.facebook.com/talia.kraemer?fref=pymk))
* Это \*\*\*…(Запись на странице пользователя Алена Кузнецова http://vk.com/id159420074)

5) Использование повтора буквы: I love you sooo muuuuch \*\*\*

6) Использование эмотиконов: Выздоравливай :)

**3. Лексические средства.**

**3.1.** На лексическом уровне значительное влияние устной речи ощущается в отражении и фиксации на письме субстандартной лексики: обесценная лексика, жаргонизмы, неформальные, обиходные сло­ва и фразеологические выражения, сленг.

* “i secretly like getting assigned seats in school *bc* it takes away that awkward “i have no friends in this class *where the hell do i sit*” (Сообщение пользователя Talia Kraemer https://www.facebook.com/talia.kraemer)
* «I hate it when you are having a bad day and everyone takes it personally, like no i hate myself, not you. *get the fuck over yourself*» (Сообщение пользователя Nasreen Kanjo https://www.facebook.com/Naskanjo1)
* «*Фигасе* у нее цена»( Сообщение от пользователя Никита Солодов http://vk.com/solodov\_nikita)
* «Не люблю, когда человек тихо по телефону говорит. *Хрен* разбери *вообще*» (Пользователь Алена Кузнецова http://vk.com/id159420074)

**3.2.** В тоже время имеет место быть и лексика книжного стилистического пласта:

* «*Вожделенная* Вена» (Название альбома пользователя Надюшка Андрианова http://vk.com/albums20837283)
* «Ах, этот *противоречивый максимализм*, который *прет* изо всех щелей надтреснутого *мироздания*!» (Комментарий Сергея Волошина в группе, посвященной поэзии http://vk.com/club2426337)
* «I didn't get to make it home but, from what I seen everyone looked beautiful and had a great time like the good old day. Hope everyone continue to be *blessed and strive* for success! #Salute» (Сообщение пользователя David GQ Bishop III в группе James Railey High School)

В общении в рамках социальной сети пользователи сочетают лексику разных стилей в связи с тем, что такая коммуникация носит спонтанный характер письменной речи. С одной стороны пользователи применяют лексические единицы характерные для устного общения, с другой стороны в силу письменной формы коммуникации, у них есть возможность употребить и книжную лексику.

**4. Синтаксический уровень**.

Затем мы проанализировали особенности построения предложений – синтаксис.

**4.1.** Здесь также встречаются два противоположных явления. С одной стороны для языковой личности характерно использование неполных предложений, эллипсис.

* “*Was asked* today what part of scandinavia my accent was from!” (Сообщение пользователя Callum Carr https://www.facebook.com/callum.carr.3?fref=pymk).
* *Дочитала*. Девочки, отличная книга. *Пять женщин, пять разных судеб*. Будет возможность, прочтите... (Сообщение пользователя Екатерина Турдуккулова http://vk.com/public53494125)

В то же время характерная особенность пере­дачи речи на письме позволяет использовать в Интернет-общении формы и обороты, которые традиционно считаются частью книж­ного стиля (деепричастные обороты, сложные дополнения и пр.). Исследование грамматического пласта спонтанной письменной речи подтверждает создание в Интернете особой системы коммуникации, последовательно сочетающей опре­деленные элементы грамматики разговорной и книжной речи.

* *Going through the box of tapes* *I found in the garage*, some are stretched but if you fast forward, can't do that on ipod, you can still hear the raw power of the 20th century. (Сообщение пользователя David Warrington https://www.facebook.com/difwarrington).
* This was me *trying to read your cursive* last year lol (Сообщение пользователя Kiera Dobbs https://www.facebook.com/kiera.dobbs).
* А мне кажется, что если покупать дешевую одежду, то хотя бы не подделки... Где-то я читала, *что и книги, фильмы лучше стараться покупать, как-то это влияет на финансовую сферу...* (Сообщение Светланы Добрыниной http://vk.com/public53494125).
* … При том ещё и оба оппонента правы по-своему. Неправы лишь в том, что в результате переходят оба на грубости... , *позабыв о чём спорили*. (Сообщение пользователя Лейлы Гоцмен http://vk.com/public53494125).

**4.2.** Отсутствие элементарных знаков препинания (точек, запятых), разграничений предложений заглавными буквами. Сегодня все чаще встречаются сообщения, в которых отсутствуют знаки препинания. Это происходит не только от неграмотности, но и просто из-за экономии времени пользователями сети, например, в случаях отсутствия точек для разграничения начала и конца предложений.

* я думаю мона имела виду что Эзра закопал Эли и преследует его. а он ей типо ты ничего обо мне незнаешь лучше не суйся в это дело. а Э это всё же мона. Имхо (Сообщение пользователя Мария Кондрашова , http://vk.com/pllonline).
* на сизонваре. нет, ханна появлявляется лишь в одном эпизоде. это история про калеба и миранду, а так же о нескольких новых персонажах. (Сообщение пользователя Анастасия Аккузина, http://vk.com/pllonline).
* ага\_ я обажаю и МО и ДВ^^\_\_(Сообщение пользователя Александра Павлова, http://vk.com/pllonline).

**II. Когнитивный уровень**

**II. Когнитивный уровень** языковой личности в социальной сети представлен именем профиля, информацией, которую пользователь заявляет о себе, а также содержанием его профиля, так или иначе отражающим его интересы и взгляды.

Здесь необходимо отметить, что большинство пользователей социальных сетей используют собственные имена, в отличие от пользователей блогов и чатов, которые при выборе никнейма прибегают к самым разным понятиям. Однако, проведенный анализ профилей Facebook показал, что для англоязычных пользователей не характерно использование никнеймов. Имеются немногочисленные примеры (Honey boo, Minion, Babe, 50 cent), но в целом, в просмотренных нами профилях используются настоящие имена.

В русских же профилях Вконтакте никнеймы встречаются чаще:Жанна ✿*★Мур мур★✿* Ермакова, Ксения Герасимова (*Никакая*), Айза *ШАГ 1* Долматова, Стас ька *↓™          ... this is my world o(ٿ)* o Борисенко, Дарья Керро (*Стайлс*) и др.

Также в Вконтакте отмечается использование уменьшительно-ласкательных форм имени собственного: Дима*сик*, Ан*юта* Добрицкая, [Юл*енька* Poklonskaya](http://vk.com/julenkawill), [Вер*унчик* Андрианова](http://vk.com/brilliantbarbie), [Даш*утка* Владимирова](http://vk.com/dasha_vladimirova), [Ан*ютик* Зыкина](http://vk.com/annika_lithium), [Ан*ечка* Виноградова](http://vk.com/aboutann) и др.

Другой отличительной чертой русской языковой личности является стремление использовать латинское написание имени собственного:

* полное написание: [*Mariia Bagrina*](http://vk.com/ohbabyitsmariia)*,* [*Nadya Chubova*](http://vk.com/nadiaaaaaaaaaaa)*,* [*Narine Ablyamitova*](http://vk.com/narine.ablyamitova) *и др.*
* частичное: [Энже *Nigmatzianova*](http://vk.com/nigmatzianova)*,* [Мари *Volnaya*](http://vk.com/maryvolnaya)*,* Максим *Petreev* и др.

Данный факт можно объяснить высокой распространенностью английского языка, использование которого зачастую рассматривается как признак «продвинутости» пользователя. Другой причиной использования латинского написания может быть нежелание пользователя быть найденным другими пользователями в поисковике.

Общей чертой языковой личности обеих социальных сетей является использование некоторыми профилями чужих имен, без указания настоящего имени. При этом используются: имена звезд (Selena Gomez, Justin Bieber), культовых персонажей (Dracula, Satana, Terminator), известных писателей, ученых (Коэльо, Энштейн).

На основе анализа просмотренных нами профилей, можно сделать вывод о том, что англоязычные пользователи социальной сети Facebook, реже используют никнеймы, чем пользователи русскоязычной сети Вконтакте. Самым простым объяснением данного факта является общепринятое мнение, что Facebook используется людьми более старшего поколения, тогда как значительная аудитория социальной сети Вконтакте представлена детьми и подростками, для которых характерно более экспрессивное наполнение содержания их страниц.

Что касается информативности профилей, то здесь необходимо отметить, что большинство профилей заполнены информацией далеко не полностью. Большинство пользователей заполняют основные пункты: 1)

Имя; 2) Дата рождения; 3) Семейное положение; 4) Место учебы; 5) Город; 6) Место работы.

При этом можно отметить, что в сети Вконтакте, болеее молодые участники представляют бóльший объем информации. Более подробно описывают свои интересы и увлечения.

На основе открытых профилей можно сделать вывод об интересах конкретной языковой личности.

Также об интересах языковой личности на когнитивном уровне можно судить по тем группам, в которых владелец профиля состоит. Здесь также большинство пользователей как Facebook, так и Вконтакте имеют общие черты : большая часть из них состоит в группах образовательных учреждений, которые они закончили; группах о различных хобби; группах для изучения языков; сообществах медийных явлений (группах сериалов, групп, артистов).

Отличительным признаком является наличие специфических интересов, групп, свойственных только для конкретной культуры. Так, среди интересов, свойственных англоязычным пользователям Facebook имеется лакросс – вид спорта, нераспространенный в России. Вконтакте же, например, имеются группы, в которых состоят увлекающиеся борьбой на поясах – вид спорта, не распространенный в США, Великобритании. Таким образом, просмтаривается национальная специфика языковой личности.

**III. Прагматический уровень языковой личности**

Прагматический уровень языковой личности отражает ее мотивы и ценности, в зависимости от которых она выбирает те или иные языковые средства [3]. В зависимости от цели пользователи выбирают те или иные **речевые акты:**

**1.** Самое большое распространение имеют *репрезентативы*, которые призваны отразить положение дел в мире, дать оценку, суждение. В большинстве случаев репрезентативы представлены в виде текущих статусов.

* Currently listening to this. All the wonderful nostalgia.
* Chilin at home. (Пользователь [Caran Rebecca Faith Sublett](https://www.facebook.com/bexx1.0?hc_location=timeline) https://www.facebook.com/bexx1.0)
* Hitting the road to Beloit! (Пользователь [Jon Chamberlin](https://www.facebook.com/jon.chamberlin.35?hc_location=timeline) <https://www.facebook.com/jon.chamberlin.35>)
* Я брюнетка теперь). (Пользователь [Анастасия Зотова](http://vk.com/id43937560) <http://vk.com/id43937560>)
* Сломал палец :с (Пользователь [Игорь Бабнищев](http://vk.com/id134141910) http://vk.com/id134141910)

**2.** *Директивы* в основном используются в форме просьб и советов и выражаются в форме императивов или вопросов:

* Who wants to be the Fiero to my Elphaba?
* Planning a surprise party for my friend Lamar. Who’s in? (Пользователь Sam Streich https://www.facebook.com/sam.stretch.35?fref=ts)
* Greyson Gentry.......good boy name or no? (Пользователь [Shelby Lynn](https://www.facebook.com/shelbil3?hc_location=timeline) <https://www.facebook.com/shelbil3>)
* Помогииииите!!! (Пользователь Руслан Бабаев http://vk.com/babaev\_ruslan)

**3.** *Экспрессивы*  распространены в форме поздравлений и благодарностей.

* Thanks again for coming!! Had a blast! (Пользователь [Ashley Abbott Hale](https://www.facebook.com/ashley.abbott.5602?hc_location=timeline) <https://www.facebook.com/ashley.abbott.5602>)
* Happy birthday to myself!
* Going out! Happy st. Pattys! (Пользователь [Kimi Rae Nelson](https://www.facebook.com/kimi.nelson1?hc_location=timeline) https://www.facebook.com/kimi.nelson1?hc\_location=timeline)
* Всем спасибо! (Пользователь Руслан Бабаев http://vk.com/babaev\_ruslan)

Проанализировав статусы мы классифицировали их на большие **тематические группы**, так как они отражают довольно широкий круг вопросов:

**1)** *Статусы на общие темы*: погода, природа, комментарии о культурных или спортивных событиях, то есть несущие информацию о каких-либо внешних событиях, например:

* Alright Eagles fans. How you feeling this morning?
* R.I.P. Paul Blair great baseball player and terrific person (Пользователь [Ryan Doody](https://www.facebook.com/ryan.doody.3950?hc_location=timeline) <https://www.facebook.com/ryan.doody.3950>)
* 47 degrees n my house this morning. We just reached 62..and i need a STIFF drink (! (Пользователь [Brandy Ryan](https://www.facebook.com/brandy.ryan.568?hc_location=timeline) https://www.facebook.com/brandy.ryan.568)
* Футбол – это такая игра, где никогда не знаешь с чьей ноги и с какой стороны на твою голову прилетит мяч.

**2)** *Статусы, констатирующие какие-либо события из жизни пользователя* (простое перечисление того, чем человек занят в данный момент).

* AHH! Finally the week is soooooo over! God i just wanted to say i can't thank you enough for the weekends... (Пользователь Symphonee Charles <https://www.facebook.com/SymphonyArreathaCharles>)
* Dads tryna teach my how to play poker. Ahaha. Yeah I'm just like whaaa ? (Пользователь Renee Kimberly Heintzelman https://www.facebook.com/renee.kimberly.9?hc\_location=timeline)
* Скучаю. (Пользователь Юлия Головина http://vk.com/id171957393)

**3)** *Статусы, затрагивающие эмоциональную сферу личности* (о любви, о грусти, радости), то есть, освещающие внутренние события личности:

* Love you Grandpa. I know you lived life to its fullest. (Пользователь [Zach Castillo](https://www.facebook.com/zach.castillo.794?hc_location=timeline) <https://www.facebook.com/zach.castillo.794>)
* Alll I want for Christmas is youuu\*( Пользователь [Connor Mcalpin](https://www.facebook.com/conaiiir?hc_location=timeline)<https://www.facebook.com/conaiiir>)
* 11 days and 21 days! i cant wait and 16. we know all about it (Пользователь [Symphonee Charles](https://www.facebook.com/SymphonyArreathaCharles?hc_location=timeline) https://www.facebook.com/SymphonyArreathaCharles)
* Любимый и родной мой Вовкусечка, ТЫ ВСЯ МОЯ ЖИЗНЬ я тебя очень сильно ЛЮБЛЮ и ЖДУ!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!! (Пользователь Кристина Бормотова http://vk.com/kristina\_\_bormotova)

**По композиции и семантическому наполнению статуса были выделены:**

**1)** *Традиционные статусы*-афоризмы и статусы-пословицы (то есть пользователи используют известные высказывания людей или народные пословицы в своих статусах).

* “Happiness depends upon ourselves.” Aristotle
* “Attention is vitality. It connects you with others. It makes you eager. Stay eager.”  
  Susan Sontag (Пользователь [Truth Beckons](https://www.facebook.com/truthBECKONS?hc_location=timeline)https://www.facebook.com/truthBECKONS)

**2)** *Преобразованные статусы* (то есть статусы, которые строятся на основе известного высказывания или афоризма, но модифицируются).

* Hа халяву и зверь бежит.
* Удача улыбается смелым, а потом долго ржет над ними! (Пользователь Олег Малярик http://vk.com/id145049810)
* On the 12th day of Facebook, Facebook gave to me, 12 pouters pouting, 11 pokers poking, 10 haters hating, 9 dudes I'm blocking, 8 attention seekers, 7 stalkers stalking, 6 invitations, Fiiiiiiiiiiiiive Drama Queeeensssss, 4 game requests, 3 photo tags, 2 friends requests & sleaze who won't stop in-boxing meeee!

**3)** *Собственно Интернет - статусы*. В данную группу отнесены статусы, которые используются пользователями социальных сетей, но при этом не имеют определенного, закрепленного автора.

* My Graduation Speech: ''I'd like to thank Google, Wikipedia, and Copy & Paste.''
* [Life would be perfect if, some girls had mute buttons, some guys had edit buttons, bad times had fast forward buttons, and good times had pause buttons.](http://99covers.com/status/life-would-be-perfect-if-some-girls-had-mute-buttons-some-guys-had-edit-buttons-bad-times-had-fast-forward-buttons-and-good-times-had-pause-buttons/)
* [F.A.M.I.L.Y is one of the strongest words anyone can say, because the letters of FAMILY means Father And Mother I Love You..](http://99covers.com/status/f-a-m-i-l-y-is-one-of-the-strongest-words-anyone-can-say-because-the-letters-of-family-means-father-and-mother-i-love-you/) (Facebook Statuses http://99covers.com/status/category/new-facebook-statuses/)
* Не смотри в прошлое, ты там уже былa и все виделa, иди вперед, там будет интереснее. (<http://vk.com/vstatuse_ru>)
* Хорошая вещь компьютер... Посидел пять минут-полтора часа прошло...( http://vk.com/rustatusy\_dlja\_vk)
* Столько дел... Не успеваю на все забить! ( http://vk.com/rustatusy\_dlja\_vk)
* Новый Год - это когда за компом кроме пустых кружек начинает скапливаться кожура от мандаринок.( http://vk.com/rustatusy\_dlja\_vk)

Статус в соцсети бесспорно служит средством идентификации личности. Первичный анализ статуса в профиле позволяет нам оценить общее состояние автора, его возможные намерения (высказаться по поводу наболевшего в емкой форме, обратиться к аудитории с риторическим вопросом, поделиться радостью и т.д.). Подобное варьирование «языкового гардероба» позволяет создавать новый имидж виртуальной языковой личности, в зависимости от меняющихся обстоятельств.

Интернет - это пространство, где виртуальная языковая личность (в отличие от ее реального двойника) реализует потребность быть такой, какой хочет видеть себя в настоящий момент: оригинальной, эрудированной и остроумной, а статусы в этом случае являются надежным средством самопрезентации.

**2. ХАРАКТЕРИСТИКА ЯЗЫКОВОЙ ЛИЧНОСТИ В КОММУНИКАТИВНОМ ПРОСТРАНСТВЕ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ НА ОСНОВЕ ОПРОСА АНГЛО-, РУССКОЯЗЫЧНЫХ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ**

Нами был проведен опрос англо- и русскоязычных пользователей с целью выявления мотивов употребления отмеченных языковых явлений языковой личностью. Опрос англоязычных пользователей проходил в письменной форме путем рассылки сообщений с вопросами на портале Interpenpals, а также в социальных сетях.

Так, большинство пользователей используют различные способы сокращений с целью сэкономить время, а также просто, потому что им лень: 46 % англоязычных пользователей используют сокращения для экономии времени, 19 % - лень писать; русскоязычные пользователи – 43 % для экономии времени, 20 % - лень писать. (Остальные цифры и диаграмма приведены в Приложении 1).

Также общим является, и нежелание современной языковой личности раскрывать всю информацию о себе, что объясняет ограниченность информации в личных профилях и характеризует когнитивный уровень языковой личности. При этом как и отмечалось при первичном лингвистическом анализе страниц пользователей англоязычные пользователи Faceboook менее открыты для общественности и заполняют меньше информации о себе , чем русские: 47 % против 32% пользователей нежелающих раскрывать всю информацию о себе. (Остальные цифры и диаграмма приведены в Приложении 1).

Также когнитивный уровень языковой личности характеризуется наличием/ отсутствием никнейма. Огромное количество пользователей совсем не имеют никнейма (79 % англоязычных пользователей, 72 % русскоязычных), намного меньше пользователей выбирают некий никнейм, обозначающий какое-либо понравившееся явление (10% англоязычных пользователей, 17 % русскоязычных ), остальные выбирают никнеймы в соответствии с именами присвоенными им друзьями. (Остальные цифры и диаграмма приведены в Приложении 1).

Прагматический уровень языковой личности пользователей Фейсбук и Вконтакте также характеризуется общими чертами. Большинство англо- и русскоязычных пользователей отмечают использование статусов по настроению (32 и 31% соответственно). (Остальные цифры и диаграмма приведены в Приложении 1).

Таким образом, проведенное анкетирование подтвердило основные выводы лингвистического анализа наиболее важных характеристик языковой личности.

**ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

Таким образом, в рамках проведенного исследования были сделаны следующие выводы:

В рамках коммуникативного пространства социальных сетей функционирует языковая личность с определенным набором языковых характеристик свойственных большинству пользователей.

К языковым характеристикам языковой личности на вербально-семантическом уровне относятся:

а) употребление аббревиатур и сокращений для русскоязычных пользователей, для англоязычных – также буквенно/знаково /цифровые сокращения;

б) употребление графических средств (заглавные буквы,большое количество восклицательных и вопросительных знаков, многоточие, символы, повторы букв, эмотиконы);

в) употребление лексических средств (субстандартной лексики и в тоже время лексики книжного пласта);

г) употребление неполных предложений;

д) отсутствие элементарных знаков препинания;

3. Когнитивный уровень языковой личности (рассмотренный на основе профиля, представленной информации пользователя о себе, его никнейма) характеризуется использованием чужих имен (знаменитостей) как в Фесйсбуке, так и Вконтакте. Отмечается также, что пользователи Вконтакте чаще используют никнеймы, пользователи Фейсбук – реже. Кроме того, большинство профилей в соцсетях скрыто от «не друзей», так как пользователи не столько нацелены на поиск новых знакомств, сколько придерживаются своего круга общения, расширяя его за счет друзей своих друзей.

4. Прагматический уровень языковой личности отражает ее мотивы и ценности , что выражено в статусах. Нами была проведена классификация статусов по тематическому принципу: статусы на общие темы, констатирующие события, затрагивающие эмоциональнцю сферу). Была проведена семантически-композиционная классификация статусов: традиционные статусы-афоризмы, преобразованные, собственно интернет-статусы.

5. Проведенное анкетирование русско- и англоязычных пользователей подтвердило основные выводы лингвистического анализа языковой личности.

**БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК**

1. Арутюнова, Н.Д. Лингвистический энциклопедический словарь /   
   Н.Д. Арутюнова. – М.: Советская энциклопедия, 1990. – 685 с.
2. Караулов Ю.Н. Русский язык и языковая личность. М.: Наука, 1987, 263 с.
3. Boyd D., Ellison N. Social Network Sites: Definition, History. ‘Электронный ресурс:// http://www.danah.org/papers/JCMCIntro.pdf
4. Вконтатке. Электронный ресурс: // http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%92%D0%9A%D0%BE%D0%BD%D1%82%D0%B0%D0%BA%D1%82%D0%B5
5. Facebook. Электронный ресурс: http://ru.wikipedia.org/wiki/Facebook
6. http://vk.com/login?act=mobile&hash=a04e48055d5c0020
7. https://www.facebook.com/?stype=lo&jlou=AffnNAQyfU8SGIIXz3rf-wksimAhzfIYYXQj56rV904C2R3r3ryq66Lw9bGMH3v8H9LrP8SqHdvMfJk2U4b7kKef&smuh=52181&lh=Ac\_97w9fzwbxmAFT

**ПРИЛОЖЕНИЕ 1**

**ОПРОС АНГЛО-, РУССКОЯЗЫЧНЫХ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ**

**СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ**

*Диаграмма 1. Укажите, почему при общении в соц. сетях вы используете сокращения, сленг, многоточие, смайлики, предложения без знаков препинания?*

1.1.Ответы англоязычных пользователей

1.2. Ответы русскоязычных пользователей

*Диаграмма 2. Почему ваш профиль заполнен не полностью?*

2.1. Ответы англоязычных пользователей

2.2. Ответы русскоязычных пользователей

*Диаграмма 3. Если у вас имеется ник, назовите, по какой причине он выбран.*

3.1. Ответы англоязычных пользователей

3.2. Ответы русскоязычных пользователей

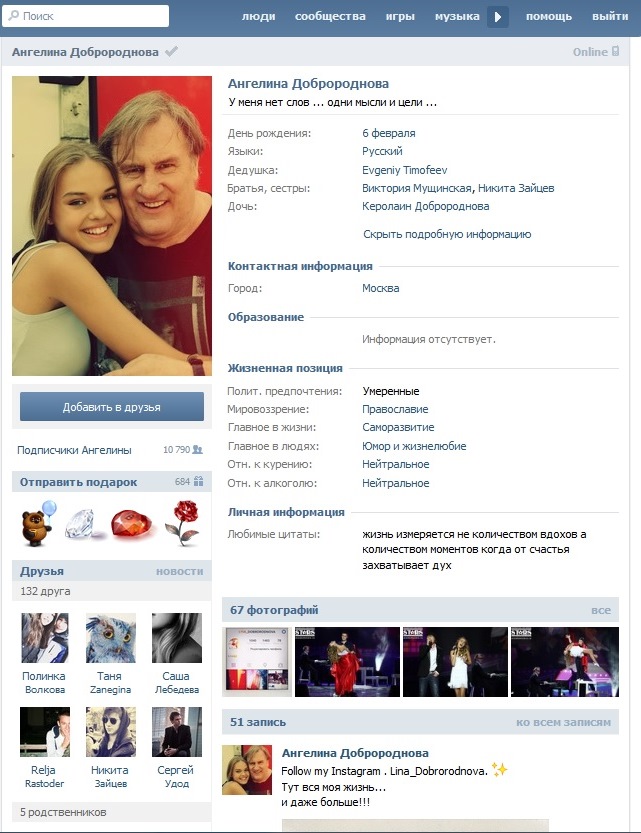
*Диаграмма 4. Как вы выбираете статус?*

4.1. Ответы англоязычных пользователей

4.2. Ответы русскоязычных пользователей

**ПРИЛОЖЕНИЕ 2**

**2.1. Стандартная страница пользователя Вконтакте**



**2.2. Стандартная страница пользователя Facebook**

