

Шилова Елена Сергеевна

ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ РЕЧЕВЫХ СТРАТЕГИЙ И ТАКТИК В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ ЛИЧНОСТНО ОРИЕНТИРОВАННОГО ОБЩЕНИЯ

Данная статья посвящена вопросу реализации речевых стратегий и тактик в социальных сетях личностно ориентированного общения. Статья подготовлена на основе практического материала, отобранного из следующих социальных сетей: Facebook, ВКонтакте и Одноклассники. В работе представлена авторская классификация таких речевых стратегий, как: аксиологическая стратегия, лингвокреативная стратегия, эмоционально-экспрессивная стратегия, коррекционно-экспертная и сепаративная.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/2/2016/4-1/52.html

Источник

Филологические науки. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2016. № 4(58): в 3-х ч. Ч. 1. С. 171-174. ISSN 1997-2911.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/2.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/2/2016/4-1/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: phil@gramota.net

Список литературы

1. Данези М. В поиске значения. Введение в семиотическую теорию и практику / пер. с англ.; под. общ. ред. С. Г. Проскурина; Новосиб. гос. ун-т. Новосибирск, 2010. 192 с.
2. **Истории вечной любви**: сборник. Новосибирск: Наука; Сиб. издат. фирма РАН, 1995. 335 с.
3. Карпов А. Е. Шахматы: энциклопедический словарь. М.: Сов. энциклопедия, 1990. 621 с.
4. **Монтаж. Литература, искусство, театр, кино** / сост.: М. Б. Ямпольский. М.: Наука, 1989. 240 с.
5. **Москальская О. И.** Большой немецко-русский словарь: в 3-х т. Изд-е 8-е, стереотип. М.: Рус. яз., 2002. Т. 2. 680 с.
6. **Смирнова А. А.** Исландские саги. Ирландский эпос [Электронный ресурс]. URL: <http://www.rulit.me/books/islandskie-sagi-irlandskij-epos-read-179666-210.html> (дата обращения: 07.11.2015).
7. **Степанов Ю. С.** Протей: Очерки хаотической эволюции. М.: Языки славянской культуры, 2004. 264 с.
8. **Степанов Ю. С.** Язык и метод. К современной философии языка. М.: Языки русской культуры, 1998. 784 с., 1 илл.
9. **Тайлор Э. Б.** Первобытная культура. М.: Политиздат, 1989. 573 с.
10. **Финкенцеллер Р., Цир В., Бюрер Э.** Шахматы. 2000 лет истории. СПб.: Славия, 2003. 208 с.
11. **Хрестоматия по литературе Средневековья**: в 2-х т. / сост. Г. В. Стадников. СПб.: Азбука-классика, 2003. Т. 1. 554 с.
12. **Черных П. Я.** Историко-этимологический словарь современного русского языка: в 2-х т. Изд-е 3-е, стереотип. М.: Рус. яз., 1999. Т. 2. Панцирь-Ящур. 560 с.
13. **Bonnet Ch.** Considérations sur les corps organizes. Genève, 1762.
14. **Littre É** // Dictionnaire de la langue française. Le Littré. 1863. 5263 p.
15. **Rivers A.** Principles of Classification // The Evolution of Culture. Oxford, 1906. P. 1-19.

**EVOLUTIONAL-SEMIOTIC ROWS OF CULTURAL SPACE
(BY THE MATERIAL OF THE CHESS GAME ELEMENTS)**

Sharova Irina Nikolaevna

*Novosibirsk State Technical University
ira_english_2011@mail.ru*

The evolutionary processes, occurring in the language, have been insufficiently studied in modern scientific literature, therefore the first attempt to fill up this gap in the research is made in the article. Analyzing the notion *evolution*, the author retraces the logic chain: the term “evolution”, evolutionary rows and evolutionary-semiotic rows. It is concluded that the game of chess has a long evolutionary process of development which is presented in a schematic way.

Key words and phrases: semiotics; theory of evolution; semiotic rows; evolutionary-semiotic rows in the game of chess; elements of chess game.

УДК 81-119

Данная статья посвящена вопросу реализации речевых стратегий и тактик в социальных сетях личностно ориентированного общения. Статья подготовлена на основе практического материала, отобранного из следующих социальных сетей: Facebook, ВКонтакте и Одноклассники. В работе представлена авторская классификация таких речевых стратегий, как: аксиологическая стратегия, лингвокреативная стратегия, эмоционально-экспрессивная стратегия, коррекционно-экспертная и сепаративная.

Ключевые слова и фразы: социальные сети; речевые стратегии; речевые тактики; личностно ориентированное общение; интернет-коммуниканты; интернет-коммуникация.

Шилова Елена Сергеевна

*Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)
alenkarostov@gmail.com*

**ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ РЕЧЕВЫХ СТРАТЕГИЙ И ТАКТИК
В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ ЛИЧНОСТНО ОРИЕНТИРОВАННОГО ОБЩЕНИЯ**

Наиболее распространенное мнение о речевой стратегии среди лингвистов заключается в том, что реализация стратегического поведения в процессе речевой деятельности происходит не в изолированном виде, а при более сложных обстоятельствах. Уже до начала коммуникативного акта каждый из партнеров имеет как минимум три типа информации: сведения о предстоящем общении, данные о когнитивных пресуппозициях, материал о контексте или ситуации [4]. После формирования этой базы требуется точно выбрать речевую стратегию, чтобы определить наиболее действенный способ для достижения цели, зная всю информацию о говорящих.

Соответственно, речевая стратегия является комплексом речевых приемов. Речевая тактика – это лишь один (или реже несколько) из речевых приемов, осуществляющих определенную коммуникативную стратегию. Речевая тактика имеет существенный отличительный признак в сравнении с речевым актом и представляет собой не только отдельный речевой прием, а чаще всего является способом осуществления коммуникативной стратегии, также средством определения коммуникативного акта на том или ином моменте общения или развертывания выбранного «речевого жанра» [1, с. 3-11].

В данной статье на основе речевых высказываний из социальных сетей *Facebook, ВКонтакте, Одноклассники* мы рассмотрели собственную классификацию речевых стратегий и тактик. Проведенное нами исследование позволило определить специфику реализации следующих речевых стратегий: аксиологической, лингвокреативной, эмоционально-экспрессивной, коррекционно-экспертной и сепаративной.

Доминантной речевой стратегией, которая используется в социальных сетях личного общения, мы считаем аксиологическую речевую стратегию, реализующуюся с помощью прагматических тактик благоприятного отношения, одобрения, восхищения:

Irina Velisco-Kucheruk

Какая красота!!! Лариска супер!! Очень красивая!!!

Лариса Олифиренко (Гунько)

Знакомое платье!!!!

Элла Гечан (Мардарь)

Шикарная красочка

вика олейник

Сестренка с новым годом! Всего всего тебе наилучшего! Желаю чтоб ты была всегда такой жизнерадостной! Скучаю очень!!

Алла Баламутова

Сразила на повал

Светлана Аржевикина

Спасибо.красавица!

Татьяна Харченко

Всё красивее и красивее [5]!

В данном примере все коммуниканты выражают свое положительное отношение к пользователю социальной сети *Ларисе*. Это отношение показано с помощью следующих фраз, выражающих восхищение: *Лариска супер, Шикарная красочка, Очень красивая, Какая красота!!!*

Аксиологическая речевая стратегия может иногда осуществляться с помощью прагматических тактик порицания, насмешки, пренебрежения. Однако данные тактики используются в социальных сетях редко, потому что пользователи в основном осуществляют коммуникацию с близкими людьми, родственниками, друзьями.

Как показал лингвистический анализ, пользователи социальных сетей довольно активно используют лингвокреативную речевую стратегию, которая в основном реализуется с помощью речевой тактики эпатирования и оформления юмористического воздействия:

Человек Загадочный

Не грусти! Твой человек, ждет впереди ☺

Татевик Варданян

Человек, я не грущу ,бро 🤔

Человек Загадочный

Татевик, смотри мне, иначе придется тебя веселить бро

Татевик Варданян

Человек, нееее всё норм

Человек Загадочный

Татевик, ууу ты моя хорошая 🍭🍭🍭 [3]!

Данная тактика позволяет интернет-коммуникантам часто использовать игровые возможности языка. В приведенном выше диалоге мы видим реализацию тактики юмористического воздействия с помощью сленгового обращения – *бро* (в данном примере так обращаются и к девушке). Также эмоции собеседников выражаются посредством экспериментов с орфографией и графикой. Лингвокреативная речевая стратегия часто подразумевает полный перенос моделей речевого поведения из сферы спонтанного бытового общения в сферу интернет-коммуникации.

При использовании эмоционально-экспрессивной речевой стратегии собеседники воздействуют на сферу эмоционального восприятия посредством образности или наглядности, что обуславливается психологическим состоянием адресанта и его моральными установками, такими как эмоциональный настрой, ирония или шутка:

Андрей Карапетян

А ложка большая зачем??)

Евгения Лытаева

Андрей, для овсянки) она под персиками спрятана)))

Андрей Карапетян

Аааа, овсянка на шифре????))

Евгения Лытаева

Андрей, именно) с глаз долой))) [6].

В приведенном выше фрагменте беседы эмоционально-экспрессивная речевая стратегия выражается посредством шутки: пользователь *Андрей Карапетян* пытается выяснить, для чего *Евгении Лытаевой* нужна *большая ложка* – оказывается, что эта ложка для овсянки, которую не видно, потому что она – *на шифре*.

Лингвистический анализ речевых высказываний пользователей социальных сетей показал, что интернет-коммуниканты прибегают к использованию безличных или неопределенно-личных предложений, личных, отрицательных и притяжательных местоимений, императивных конструкций, модальных глаголов, форм согласительного наклонения, которые являются языковыми средствами выражения коррекционно-экспертной речевой стратегии в виртуальном пространстве социальных сетей:

Александр Медовый Вот вы странные, провоцируете конфликт. Разве можно так с клиентами обращаться? Они не могут отказать в его приемке, но они могут его послать на экспертизу какому то своему члену (вы скажете, это незаконно) а потом по результатам отрицательного заключения через месяц отказать в кредите. Что не так? И клиент будет скандалить с вами, потому что банк скажет, что отчёт очень плохой! И разнесёт про вас по всему городу сплетни. И нажалуются в милицию, Роспотребнадзор и прочие конторы. А те будут вас кошмарить, приходиться брать объяснения. Впрочем, в Москве все это нормально, винам же так делать нельзя!

18 декабря в 23:16 ·

Сергей Кочетков Я, в принципе, стараюсь не делать отчеты для банков, но сейчас обратились старые клиенты для Сбера комнату оценить, взялся, но попросил сначала в отделении Сбера уточнить, есть ли какие предпочтения по оценщикам. Закон законом, но зачем людям трудности создавать и свое время зря тратить... А в ФАС, Андрей, напиши, раз так получилось... Неприятно, конечно

19 декабря в 17:24 [7]...

В данном примере коррекционно-экспертная речевая стратегия реализуется с помощью конструкции модальный глагол + инфинитив: *не могут отказать, могут послать, можно обращаться*. Также видно, что коммуникант *Александр Медовый* выступает в роли эксперта по обсуждаемому вопросу и поэтому дает рекомендации партнеру по общению. Для этого используются глаголы в совокупности с личными местоимениями: *скандалить с вами, разнесёт про вас, будут вас кошмарить*.

Используя сепаративную речевую стратегию, пользователи социальных сетей противопоставляют себя интернет-сообществу, это чаще всего отображается в выборе интересующих человека тем, стихотворений и высказываний:

Евгения Боковец

Я решила, что вообще ничего не буду ждать. Ничего и никого. Мне и так хорошо. Без всех. Просто жить. Просто для себя. Просто в свое удовольствие. То, что суждено, придет само.

Ф. Раневская.

Евгения Боковец

Важно никому ничего не обещать

Евгения Боковец

Альтернативное мышление 19 дек 2015 в 22:27

Придёт день, когда ты поймёшь, что всю Вселенную ты можешь найти внутри себя, и тогда ты станешь волшебником. Став волшебником, ты уже не будешь жить в мире – мир будет жить в тебе.
© Дипак Чопра [2].

В приведенном примере наглядно видно, что коммуникант описывает свои чувства и настроение посредством использования высказываний известных людей: *Дипак Чопра, Ф. Раневская*. В данных высказываниях прослеживается тематика одиночества и фокусирования на собственных желаниях, этот эффект достигается за счет использования следующих фраз: *никому ничего не обещать, всю Вселенную ты можешь найти внутри себя, мир будет жить в тебе*.

В результате исследования речевых высказываний из социальных сетей профессионально ориентированного общения удалось установить, что аксиологическая речевая стратегия чаще всего применяется для демонстрации своих действий, мыслей и желаний, также для обращения к адресату как к личности, то есть к его персональным параметрам, выделяющим его из ряда остальных адресатов. Лингвокреативная речевая стратегия реализуется посредством словообразования, на уровне лексики используются сленговая деаббревиация, трансформация фразеологизмов, окказионализмы. Также присутствуют эксперименты с орфографией, графикой и фонетикой. Для реализации эмоционально-экспрессивной речевой стратегии часто применяется речевая тактика метафоризации, которая уменьшает информационную плотность речевых произведений, оптимизируя восприятие или усвоение по-новому изложенных данных. Коммуниканты прибегают к использованию безличных или неопределенно-личных предложений, неологизмов, личных, отрицательных и притяжательных местоимений, императивных конструкций, модальных глаголов, форм сослагательного наклонения, которые являются языковыми средствами выражения коррекционно-экспертной речевой стратегии. Такие стилистические фигуры, как гиперболы, оксюморон и повтор, а также междометия, жаргонизмы, перифраз, использование необщепринятых сокращений, безличные и неопределенно-личные предложения считаются языковыми средствами выражения сепаративной речевой стратегии.

Список литературы

1. **Алефиренко Н. Ф.** Ценностно-смысловая природа языкового знания // Языковая личность: проблемы когниции и коммуникации: сб. науч. тр. Волгоград, 2001. С. 3-11.
2. **Боковец Е.** Пользователь социальной сети «ВКонтакте» [Электронный ресурс]. URL: <https://vk.com/id22773486> (дата обращения: 29.12.2015).
3. **Варданян Т.** Пользователь социальной сети «ВКонтакте» [Электронный ресурс]. URL: <https://vk.com/tatevik4954> (дата обращения: 27.12.2015).
4. **Иссерс О. С.** Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. М.: Издательство ЛКИ, 2003. 288 с.
5. **Либеранская Л.** Пользователь социальной сети «Одноклассники» [Электронный ресурс]. URL: <http://www.ok.ru/profile/111379226320/pphotos/813617563856> (дата обращения: 27.12.2015).

6. **Лытаева Е.** Пользователь социальной сети «ВКонтакте» [Электронный ресурс]. URL: <https://vk.com/goptsar> (дата обращения: 29.12.2015).
7. **Никонов А.** Пользователь социальной сети «Facebook» [Электронный ресурс]. URL: <https://www.facebook.com/people/Andrey-Nikonov/100003421269034> (дата обращения: 27.12.2015).

**PECULIARITIES OF THE REALIZATION OF SPEECH STRATEGIES AND TACTICS
IN THE SOCIAL NETWORKS OF PERSON-ORIENTED COMMUNICATION**

Shilova Elena Sergeevna
Rostov State University of Economics
alengarostov@gmail.com

The article is devoted to the issue of the realization of speech strategies and tactics in social networks of person-oriented communication. The paper is prepared on the basis of practical material, selected from the following social networks: Facebook, VKontakte and Odnoklassniki. The work presents the author's classification of such speech strategies as: axiological strategy, linguo-creative strategy, emotional-expressive strategy, correctional-expert and separative.

Key words and phrases: social networks; speech strategies; speech tactics; person-oriented communication; Internet communicants; Internet communication.

УДК 81-114

В работе рассмотрены пограничные между простыми и сложными предложениями конструкции – «псевдосложные предложения», их дифференциальные признаки, структурные модели и семантическое наполнение в русле выделения и описания категории «тождества». Использование псевдосложных предложений в русском языке – явление не случайное, эпизодическое, а типичное, имеющее множество разновидностей, кроме того, структура описанных конструкций идеально подходит для выражения семантики тождества.

Ключевые слова и фразы: синтаксис; осложнение предложения; псевдосложное предложение; тождество; языковая категория.

Южакова Юлия Александровна, к. филол. н., доцент
Рязанский государственный университет имени С. А. Есенина
yu.yuzhakova@mail.ru

**О МЕСТЕ ПСЕВДОСЛОЖНЫХ ПРЕДЛОЖЕНИЙ, ВЫРАЖАЮЩИХ ТОЖДЕСТВО,
В СИСТЕМЕ СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧЕСКИХ ТИПОВ ПРЕДЛОЖЕНИЙ В РУССКОМ ЯЗЫКЕ**

Дискуссия о структуре простого и сложного предложений и их разграничении, о составе пограничных конструкций ведется давно. Еще в 90-е годы прошлого столетия благодаря идее П. А. Леканта появился термин «псевдосложное предложение», развитый и описанный автором данной статьи [20, с. 5-12]. Вновь захотелось вернуться к этому вопросу в связи с возобновившимся интересом к проблеме и появлением альтернативной терминологии: простые предложения со скрытой предикацией (Т. Е. Шаповалова) [19], усложненные (М. А. Кормилицына) [9]; модельно усложненные (П. А. Лекант) [10], свернутые сложные предложения (М. В. Всеволодова) [3]; квазисложные (О. Б. Акимова) [1] и т.п.

Встает вопрос о месте акцентуемого компонента в ряду распространителей простого предложения. Попытки домысливать акцентуемый компонент до простого предложения в составе сложного критиковал В. В. Виноградов: «Широко и необоснованно применялся принцип “подразумевания” недостающих до нормы и будто бы опущенных звеньев (или элементов), независимо от всякого обращения к контексту и ситуации... Таким образом, мысль отрывалась от слов, предполагалось наличие мыслей без слов» [2, с. 285]. Акцентуемые компоненты семантически тождественны членам предложения, не выражают дополнительной предикативности, не содержат добавочное сообщение или уточнение и представляют собой союзные обороты, например: *Я если и виновата перед кем, так перед собой.*

Свойственная определенному члену предложения простого двусоставного предложения позиция замещается словом со служебным значением – «метасловом», не называющим субъект или объект действия, а лишь указывающим на него. Семантически значимый член предложения выносится за пределы основной части предложения и акцентирует член предложения. Позицию акцентированного компонента в основной части предложения занимает местоимение *кто, что* при акцентировании подлежащего или дополнения, *что делать* в позиции сказуемого, *какой, который* при акцентированном компоненте – определении, *где, куда, откуда* и др. в позиции обстоятельства: *Если я от вас что и требовала, то только расположения* [12, т. 1, с. 185]; *А вот, доложу я вам, если чего я боюсь, так это играть в преферанс с Сергеем Петровичем; вчера у Белицыных он обыграл меня в тух* [17, с. 162].

Актуализации определенного члена предложения способствуют следующие средства:

1) сегментированная форма конструкции, где акцентуемый компонент выносится в отдельную синтагму. Порядок расположения компонентов в таких предложениях имеет выделительное значение. Наиболее типичной для рассматриваемых конструкций является постпозиция акцентуемого компонента по отношению к основе предложения;