

На правах рукописи

СИДОРОВА Ирина Геннадьевна

**КОММУНИКАТИВНО-ПРАГМАТИЧЕСКИЕ
ХАРАКТЕРИСТИКИ ЖАНРОВ
ПЕРСОНАЛЬНОГО ИНТЕРНЕТ-ДИСКУРСА
(сайт, блог, социальная сеть, комментарий)**

10.02.19 — теория языка



АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание ученой степени
кандидата филологических наук

Волгоград — 2014

Работа выполнена в Федеральном государственном автономном образовательном учреждении высшего профессионального образования «Волгоградский государственный университет».

- Научный руководитель – доктор филологических наук, доцент
Митягина Вера Александровна.
- Официальные оппоненты: *Тахтарова Светлана Салаватовна*, доктор филологических наук, доцент (Казанский (Приволжский) федеральный университет, заведующий кафедрой теории и практики перевода);
Бусыгина Марьяна Владимировна, кандидат филологических наук (Волгоградский государственный социально-педагогический университет, доцент кафедры английского языка и методики его преподавания).
- Ведущая организация – Сибирский федеральный университет.

Защита состоится 22 мая 2014 г. в 13.00 час. на заседании диссертационного совета Д 212.027.01 в Волгоградском государственном социально-педагогическом университете по адресу: 400066, г. Волгоград, пр. им. В.И. Ленина, 27.

С диссертацией можно ознакомиться в научной библиотеке Волгоградского государственного социально-педагогического университета.

Текст автореферата размещен на официальном сайте Волгоградского государственного социально-педагогического университета: <http://www.vgpiu.org> 21 марта 2014 г.

Автореферат разослан 26 марта 2014 г.

Ученый секретарь
диссертационного совета
кандидат филологических наук,
доцент



Н.Н. Остринская

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Интернет-коммуникация стала неотъемлемой частью жизни современного человека. Специфика интернет-общения заключается в его многообразии и полифункциональности, а также в динамике влияния на все сферы жизни общества. В настоящее время общение в Интернете исследуется учеными в нескольких направлениях: коммуникационном, медиалингвистическом, лингвостилистическом, дискурсивном и жанроведческом.

Данное диссертационное исследование посвящено изучению коммуникативно-прагматических характеристик жанров межличностного общения в Интернете, а также роли языковой личности в формировании нового типа дискурса, ориентированного на вербализацию личности в Сети.

Объектом исследования являются жанры персонального интернет-дискурса: *персональный сайт, личный блог, социальная сеть и интернет-комментарий*. В качестве **предмета** исследования выступают коммуникативно-прагматические особенности жанров персонального интернет-дискурса.

Актуальность исследования обусловлена следующими факторами: 1) возрастающей значимостью разных аспектов интернет-коммуникации с позиции социолингвистики, прагмалингвистики и лингвистики текста и отсутствием описания конститутивных признаков персонального интернет-дискурса в коммуникативно-прагматическом аспекте; 2) жанровые особенности и канал коммуникации влияют на форму самопрезентации личности в Интернете, тем самым формируя новые способы самовыражения личности и ее личностной позиции в Сети, которые инициируют проведение их детального анализа; 3) изучение прагматики жанров интернет-общения позволяет определить способы личностного самовыражения и отношения личности к себе, окружающей действительности и проблемам социума.

В основу данного исследования положена следующая **гипотеза**: многообразие жанров персонального интернет-дискурса характеризуется сходством и определенными различиями в структуре и композиции текстов, типах социального действия и образа автора и может быть описано через систему их коммуникативно-прагматических признаков.

Цель исследования – определить и описать коммуникативно-прагматические характеристики следующих жанров персонального интернет-дискурса: *персональный сайт, личный блог, социальная сеть и интернет-комментарий*.

Для достижения поставленной цели потребовалось решить следующие задачи:

1) определить понятие «персональный интернет-дискурс» и установить его место в системе понятий теории дискурса и коммуникативной лингвистики;

2) выявить и описать конститутивные признаки персонального интернет-дискурса, представленного интернет-жанрами *персональный сайт, личный блог, социальная сеть и интернет-комментарий*;

3) охарактеризовать роль языковой личности в формировании персонального интернет-дискурса, а также специфику ее вербализации в различных жанровых форматах интернет-общения;

4) проанализировать типы коммуникативного поведения личности в жанрах персонального интернет-дискурса и выделить среди них основные;

5) описать прагматические, медийные, структурно-семантические и лингвостилистические параметры жанров персонального интернет-дискурса.

В соответствии с целью и задачами исследования применялись общенаучные **методы** наблюдения, описания и обобщения, а также лингвистические методы лексико-семантического, грамматического, дискурсивного и контекстуального анализа. Кроме того, в работе применялись методы, обусловленные спецификой материала: структурно-семантический анализ гипертекстов, предполагающий выявление и описание особенностей организации гипертекста и его контента, а также анализ его мультимедийного компонента, необходимый для исследования вербальной и невербальной информации.

Материалом исследования послужили контентные персональных сайтов публичных личностей (президентов («Президент России», «Владимир Путин», «The White House. President Barack Obama»), известных политиков и представителей массовой культуры (20 персональных веб-сайтов)), тексты личных блогов публичных личностей, частных пользователей Интернета, размещенные в LiveJournal, MyDiary, Blogs@Mail.ru, Twitter и других блог-ресурсах (100 личных блогов), тексты персональных страниц социальных сетей «Facebook», «Одноклассники», «ВКонтакте», «MySpace» (более 100 персональных страниц), а также тексты комментариев пользователей в различных интернет-ресурсах (более 2 тыс. постов).

Научная новизна работы состоит в описании персонального интернет-дискурса в рамках социолингвистического направления, теории коммуникации, прагмалингвистики и теории дискурса и выделения его самостоятельных жанров, охарактеризованных через систему их коммуникативно-прагматических признаков.

Теоретическая значимость исследования определяется его включенностью в развитие жанроведческого подхода к изучению персонального интернет-дискурса. Полученные результаты расширяют представление о конститутивных признаках персонального интернет-дискурса и персонального дискурса в целом.

Практическая ценность работы заключается в том, что положения данного исследования могут быть использованы в вузовских курсах теории коммуникации, теории дискурса и теории межкультурной коммуникации, стилистики и интерпретации текста. Материалы исследования могут найти применение в области преподавания иностранных языков и перевода, реализации межкультурных проектов, в спецкурсах по коммуникативной лингвистике, теории и практике коммуникации, психолингвистике, экологии языка. Результаты исследования могут быть полезны для широкой аудитории интернет-пользователей, а также для веб-дизайнеров платформ социальных сетей, блогосферы и персональных сайтов.

Теоретическую основу данной работы составляют положения ряда научных направлений:

– теории коммуникации (О. Я. Гойхман, Т. А. ван Дейк, В. Б. Кашкин, В. В. Красных, Н. Луман, М. Маклюэн, Дж. Л. Остин, Г. Г. Почепцов, Ю. Хабермас, Н. Innis, Н. D. Lasswell, N. Postman);

– теории речевых жанров (М. М. Бахтин, А. Вежбицкая, В. В. Дементьев, К. Ф. Седов, М. Ю. Федосюк, Т. В. Шмелева, J. M. Swales, А. Г. Пастухов);

– изучения коммуникативных практик и жанров Интернета (Н. Г. Асмус, Н. А. Ахренова, Е. Н. Галичкина, Е. И. Горошко, Е. В. Зыкова, Л. Ф. Компанцева, О. В. Лутовинова, В. А. Митягина, Н. В. Назарова, Р. К. Потапова, Н. Б. Рогачева, И. Н. Розина, А. А. Селютин, Л. Ю. Шипицина, D. M. Boyd, D. Crystal, N. B. Ellison, I. Kouper G. P. Landow, J. C. Paolillo);

– лингвистики текста (И. Р. Гальперин, Б. М. Гаспаров, В. З. Демьянков, В. Е. Чернявская, М. А. Halliday, М. Heineman);

– дискурсивной прагмалингвистики (Н. Д. Арутюнова, Е. В. Грязнова, И. А. Гусейнова, М. Р. Желтухина, В. И. Карасик, О. А. Леонтович, В. А. Митягина, Г. Г. Слышкин, Е. И. Шейгал, С. С. Тахтарова, S. Harris Zellif, S. Herring);

– интернет-коммуникации (О. В. Дедова, Т. Н. Колокольцева, Т. И. Рязанцева, М. Ю. Сидорова, Л. Ю. Шипицина, М. С. Школовая, А. J. Dix, E. Gorny, L. McNeill, A. F. Monk, W. Stommel, P. Walsh).

На защиту выносятся следующие положения:

1. Персональный интернет-дискурс – особый тип интернет-дискурса, который формируется в личностно ориентированном коммуникационном процессе на пересечении институционального и виртуального типов дискурса. Персональный интернет-дискурс представлен базовыми характеристиками персонального типа дискурса (тип языковой личности), институционального (демонстрация социальной роли личности) и виртуального (тип коммуникативного поведения языковой личности, обусловленный виртуальной сферой общения) типов дискурса.

2. Персональный интернет-дискурс представлен системой самостоятельных жанров (*персональный сайт, личный блог, социальная сеть и интернет-комментарий*), которые выделяются на основе структуры и композиции текста, типов социального действия и образа автора. Особенности этих жанров могут быть определены в соответствии со следующими коммуникативно-прагматическими характеристиками: социальная функция, тип языковой личности и тип ее коммуникативного поведения.

3. Социальная функция в жанрах персонального интернет-дискурса реализуется по-разному: в персональном сайте публичная языковая личность демонстрирует обществу свою социальную роль, статус или социальный институт, который она представляет; в личном блоге – выражает свою личную позицию и индивидуальную оценку социальных проблем; в социальной сети происходит включение личности в социальное интернет-сообщество; интернет-комментарий предлагает возможность выражения личной позиции человека как члена социального интернет-сообщества.

4. По типу языковой личности содержание жанров персонального интернет-дискурса сводится к следующему: персональный сайт репрезентирует публичную языковую личность; личный блог транслирует публично-частную языковую личность; в жанре «социальная сеть» вербализуется частная языковая личность; в жанре «интернет-комментарий» представлена частно-публичная языковая личность.

5. По типу коммуникативного поведения личности особенности жанров персонального интернет-дискурса состоят в следующем: на персональном сайте происходит самопрезентация публичной языковой личности, которая основана на ценностно-ориентированном коммуникативном действии личности, выраженном преимущественно в авторской модальности, использовании личных местоимений и высокой частотности имен собственных; личный блог ориентирует личность на позиционирование, детерминированное целерациональными и аффективными коммуникативными действиями публично-частной языковой личности, которые вербализуются различными средствами выражения объективной и субъективной оценки; в социальной сети осуществляется самоидентификация частной языковой личности в рамках существующих традиционных коммуникативных правил общения в социальных сообществах; интернет-комментарий предполагает самовыражение языковой личности в рамках коммуникативных действий личности, реализующих кооперативную и деструктивную стратегии в гипертекстовом контексте ситуации.

Апробация. Основные положения данного диссертационного исследования излагались автором на научных конференциях «Коммуникативные аспекты языка и культуры» (Томск, 2009), «Прикладная филология: идеи, концепции, проекты» (Томск, 2009), «Гипертекст как объект лингвисти-

ческого исследования» (Самара, 2010, 2013), «Коммуникативные аспекты современной лингвистики и лингводидактики» (Волгоград, 2010), «Интеграционные процессы в коммуникативном пространстве регионов» (Волгоград, 2010); научной сессии Волгоградского государственного университета (2009, 2010, 2012); научно-практической конференции молодых исследователей «Проблемы модернизации региона в исследованиях молодых ученых и студентов» (Волгоград, 2010), научно-практическом семинаре «Профессиональный перевод: проблемы теории, методики и дидактики» (Волгоград, 2013).

Содержание диссертации отражено в 13 публикациях общим объемом 4,16 п.л. (без соавторов), включая 3 статьи в изданиях, рекомендованных ВАК Минобрнауки России.

Структура диссертации. Диссертация состоит из введения, двух глав и заключения, включает список использованной научной литературы и приложения.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во **введении** обосновываются выбор темы, ее актуальность, определяются цель и задачи работы, объект, предмет, материал и методы его анализа, раскрываются научная новизна, теоретическая и практическая значимость исследования, формулируются положения, выносимые на защиту.

В первой главе **«Коммуникативное пространство Интернета: личностные параметры»** освещается понятийный аппарат, используемый в диссертации; формулируются теоретические основы анализа языкового материала.

В реферируемом исследовании многоаспектность Интернета как технического, информационного, коммуникационного и дискурсивного феномена рассматривается на основе идей зарубежных и отечественных ученых (Н. Д. Лассвелл, Д. Кристал, Н. Иннис, С. Херринг, Ж. М. Свалес, М. Маклюэн, Н. Постман, В. В. Дементьев, Г. Г. Почепцов, В. И. Карасик, Е. Н. Галичкина, И. А. Гусейнова, О. А. Леонтович, О. В. Лутовинова, В. А. Митягина, О. В. Дедова, Л. Ю. Шипицина, Е. И. Горошко, Т. И. Рязанцева, Т. Н. Колокольцева, М. Ю. Сидорова и др.).

Интернет как репрезентативная часть *информационного пространства*, которое отвечает за создание, хранение информации, обмен ею, ориентирован на формирование новых форм коммуникации.

Интернет как *особый тип коммуникации* предусматривает диалогичность, обратную связь, реализуемую в новых коммуникативных форматах. Процесс коммуникативного взаимодействия осуществляется не столько

для передачи информации, сколько для установления и поддержания социальных связей.

Интернет как *вид дискурсивного пространства* позволяет анализировать многообразие его форм и/или форматов, представляющих функциональный стиль с определенным перечнем конститутивных признаков. В проведенном исследовании с учетом базовых для коммуникативной лингвистики определений дискурса («речь, погруженная в жизнь», «текст, погруженный в ситуацию общения») интернет-дискурс анализируется с прагмалингвистических позиций, поэтому особую значимость для работы имеет изучение различных типов общения коммуникантов с точки зрения реализуемых статусно-ролевых отношений, с учетом противопоставления личностно-ориентированного и статусно-ориентированного типов дискурса.

Персональный интернет-дискурс в данной работе рассматривается как особый тип дискурса, который формируется в личностно ориентированном коммуникационном процессе на пересечении институционального и виртуального типов дискурса в сети Интернет. Актором коммуникативного пространства выступает вербализованная в Интернете личность человека. Прилагательное «персональный» (личный, относящийся только к одному лицу) указывает на особые характеристики дискурса, детерминированные коммуникативным поведением отдельной личности в Интернете, поэтому персональный интернет-дискурс представлен характеристиками персонального (тип языковой личности), институционального (демонстрация социальной роли личности) и виртуального (тип коммуникативного поведения языковой личности, обусловленный виртуальной сферой общения) типов дискурса.

Социализирующая, самопрезентативная и фатическая цели персонального интернет-дискурса достигаются в монологических (авторская запись) и диалогических/полилогических (комментарии пользователей и форумы) формах интернет-коммуникации и реализуются в его *коммуникативных стратегиях*: организующей, поисковой, позиционирующей, объясняющей, оценивающей, содействующей, дискредитирующей.

Проведенный анализ значимых признаков гипертекста показал, что гипертекстуальность как технический параметр структурных особенностей жанров Интернета влияет на грамматические категории текста: связность, членимость, цельность и завершенность, что обуславливается сочетанием гипертекстового и линейного принципов в интернет-жанрах персонального дискурса, которое обеспечивает максимально развернутое представление интернет-личности в виртуальном пространстве.

С введением в инструментарий антропологической лингвистики понятий «языковая личность» и «лингвистическая персонология» вопрос

о выделении особенностей коммуникативного поведения языковой личности в интернет-общении и проблема осмысления актуальных дискурсивных практик в Интернете приобрели особую значимость. Вербальное общение, выраженное с помощью электронных текстов, свидетельствует о закономерном усилении влияния человека (языковой личности) на коммуникационные процессы в Интернете.

Интернет как особый тип информационно-коммуникативного, социального, дискурсивного пространства в сочетании с механизмами гипертекстовой организации предоставляет огромные возможности для изучения различных проблем, в том числе проблем описания коммуникативного действия личности в персональном интернет-дискурсе.

Интернет-дискурс предполагает различные жанровые форматы межличностного общения в Интернете, которое может быть как *личностно ориентированным* (рядовые интернет-пользователи общаются в социальных сетях, ведут сетевые дневники, блоги, персональные страницы, комментируют опубликованные в Интернете материалы – это могут быть как статьи, пресс-конференции, так и блог-записи или открытая переписка зарегистрированных пользователей соцсетей), так и *статусно-ориентированным* (личность, представляющая институт власти, представляет себя на официальных персональных сайтах, размещает тексты выступлений в личных блогах, а также регистрируется в соцсетях и блогосфере). С позиции коммуникативного действия активность интернет-пользователей как участников персонального интернет-дискурса представляет собой совокупность коммуникативных действий языковой личности, которая составляет функциональную характеристику лингвокультуры в форме коммуникативного поведения этнокультурного сообщества.

Методика анализа коммуникативного действия языковой личности, разработанная в трудах М. Вебера и конкретизированная в исследованиях В.А. Митягиной в применении к социокультурным характеристикам коммуникативного действия, сводится к рассмотрению его в качестве методологического инструмента анализа коммуникации как социокультурного процессуального континуума. К этим характеристикам относятся: 1) **интенциональная** характеристика, предполагающая анализ доминанты цели, ценностей, традиций и эмоций в пределах четырех типов (а) целерациональное коммуникативное действие; б) ценностно-ориентированное коммуникативное действие; в) традиционное коммуникативное действие; г) аффективное коммуникативное действие); 2) характеристика **рациональности / спонтанности** коммуникативного действия; 3) **координационная** характеристика, предполагающая ориентированность коммуникативного действия на согласование, иллюкцию и перлюкцию; 4) **перформативность / неперформативность** как фактологичность действия; 5) **личная / статус-**

ная маркированность как показатель диапазона индивида в рамках совершаемого действия; б) семиотическая характеристика вербализованности / невербализованности коммуникативного действия.

Проведенное исследование подтвердило детерминированность коммуникативного поведения языковой личности в персональном интернет-дискурсе целерациональными, ценностно-ориентированными, традиционными, аффективными и личностно-маркированными коммуникативными действиями и ее роль в жанровой организации персонального интернет-дискурса. При этом способом организации текстов с разной жанровой принадлежностью является гипертекст как способ соединения смысловой структуры, строения внутренних связей содержания, технической среды и языковых средств.

Опираясь на определение интернет-жанра, предложенное в работах по современной генрике (*интернет-жанр* – это типовая модель речевого действия, опосредованного компьютером и специальными сетями, реализуемая с помощью устойчивого типа текста), можно утверждать, что персональный интернет-дискурс представлен самостоятельными жанрами: *персональный сайт*, *личный блог*, *социальная сеть* и *интернет-комментарий*. Эти жанры объективно выделяются на основе структуры и композиции текста, типов социального действия и образа автора.

В качестве базовой модели описания интернет-жанра в проведенном исследовании выбрана модель Л. Ю. Шипициной, которая позволяет проводить различные классификации жанровых форматов интернет-коммуникации. Согласно этой модели, анализ интернет-жанра предполагает изучение *прагматических* (описание участников общения, цели и сферы коммуникации), *медийных* (описание интерфейса, признака гипертекстуальности, мультимедийности, синхронности/асинхронности, а также указание количества и эксплицированности коммуникантов), *структурно-семантических* (темы обсуждения, структура текстового поля, текстовые единицы), *лингвостилистических* (языковые средства – фонетико-графические, лексические, морфологические, синтаксические и стилистические – обеспечивают выполнение коммуникативных действий автора) параметров.

Вторая глава «**Прагматика жанров персонального дискурса Интернета**» посвящена изучению системы интернет-жанров персонального дискурса в названном аспекте: персонального сайта, личного блога, социальной сети и интернет-комментария.

Результатом анализа практического материала явилась модель описания жанров персонального интернет-дискурса на основе их коммуникативно-прагматических характеристик, показанных в таблице.

Коммуникативно-прагматические характеристики жанров персонального интернет-дискурса

Жанр персонального дискурса	Тип языковой личности	Социальная функция	Тип коммуникативного поведения личности
Персональный сайт	Публичная личность	Демонстрация социальной роли личности	Презентация
Личный блог	Публично-частная личность	Демонстрация личной позиции в анализе оценки социальных проблем	Позиционирование
Социальная сеть	Частная личность	Включение личности в социальное сообщество	Самоидентификация
Интернет-комментарий	Частно-публичная личность	Выражение личной позиции человека как члена социального сообщества	Самовыражение

Жанр *персональный сайт* репрезентирует виртуальному пространству публичную языковую личность, самопрезентация которой основана на ценностно-ориентированном коммуникативном действии личности, выраженном авторской модальностью, использованием личных местоимений и частотностью имен собственных, что, в свою очередь, ведет к демонстрации обществу социальной роли личности или социального института, который она представляет.

Представители элиты и шоу-бизнеса априори являются публичными личностями, однако, как показал анализ коммуникативно-прагматических характеристик жанра, публичной личностью может стать любая личность, формирующая собственный персональный сайт в Сети, доминирующим же фактором является социальная роль личности.

Публичная личность представлена на персональном сайте рядом лингвопрагматических характеристик:

1. На фонетическом уровне доминируют аллитерация, рифмизация и ритмизация: *His story is the American story (B. Obama); Я из простой семьи, и я жил очень долго этой жизнью, <...> Я жил как рядовой нормальный человек <...> (В. Путин)*; на лексическом уровне отмечается преобладание имен собственных (*Владимир Путин, Barack H. Obama, Владимир Познер, Сергей Анатольевич Боженов, Justin Bieber, Dan*

Balan, James Cameron и др.), слов, выражающих семейный статус и родственные отношения (*He and his wife, Michelle, are the proud parents of two daughters, Malia, 14, and Sasha, 11; Сергей Анатольевич женат, воспитывает двух дочерей*), терминов и тематически ориентированной лексики, связанной с профессиональной деятельностью публичной личности (*raport, мэрия, инаугурационная речь, a middle-class upbringing, army, loans, constitutional law, taxes, health care, weapons, reforms; депутат, муниципалитет, политическая партия, pragmatic, innovative and independent thinker, election, budget deficit, small business, investments; концертная деятельность, ампула, фонограмма, телевидение, клипмейкерство, суперхит, альбом, сингл, VIP-гости, трек, национальный чарт, суперпопулярность, горячий трек-лист, debut album, superstar, nomination, songwriter, producer&artist, eurodance trio, worldwide success, awards, discography*), фразеологизмов и фразеологических оборотов (*пролететь на выборах, снести крышу, пересидеть в должности, пасть на сайтах, не первый год по земле ходим, висеть в Интернете, накручивать настроение, жить по понятиям, it was a sad state of affairs, to break the law, to look like a friendly picture, to have a big stake, to balance the budget* и пр.), которые делают речь публичных личностей более яркой, неформальной, что, несомненно, апеллирует к чувствам читателей.

2. С точки зрения структурных особенностей лексико-синтаксических языковых средств персонального сайта категория **персональности** выражается в употреблении личных местоимений в форме 1-го лица ед.ч. (субъект сообщения – сам автор) и местоимений в форме 3-го лица ед. ч. (субъект действия не является участником речевого общения): *Я всегда опаздывал на первый урок, поэтому даже зимой не успевал толком одеться* (В. Путин); *After working his way through college with the help of scholarships and student loans, President Obama moved to Chicago, where he worked with a group of churches to help rebuild communities devastated by the closure of local steel plants* (В. Обама); *В школьные годы Михаила Прохорова называли Жирафом – за его необычно высокий рост. Но тем не менее, у одноклассниц он пользовался огромным спросом. Девчонки ему строили глазки, бегали за Михаилом и безнадежно влюблялись* (М. Прохоров).

На персональном сайте, где доминируют институциональные формы межличностного взаимодействия коммуникантов, языковая личность стремится к использованию митигативных тактик, реализующих стратегии оценочного и ассертивного смягчения: *Нет, это не так. Я просто хочу сказать, что губернатор знает, и он сам об этом с болью говорил. Чувствуется, что он хочет реализовать проект* (В. Путин); *Я ничего не имею в виду – это вы говорите* (Д. Медведев); *Well, this intelligence-*

gathering that we do is a critical component of counterterrorism. And obviously, with Mr. Snowden and the disclosures of classified information, this raised a lot of questions for people. But what I said as soon as it happened I continue to believe in, which is a lot of these programs were put in place before I came in (В. Обама). Приведенные примеры использования президентами митигативных стратегий носят стереотипный характер, обусловленный особым типом статусно-ролевых отношений, и свидетельствуют о стремлении первых лиц использовать принятые в лингвокультуре средства коммуникативного смягчения.

Жанр *личный блог* транслирует образ публично-частной языковой личности, ориентированной на позиционирование, детерминированное целенаправленными и аффективными коммуникативными действиями самой личности, которые вербализуются в различных средствах выражения оценки социальных проблем.

Личный блог ориентирует личность на демонстрацию себя как публично-частной языковой личности и своей позиции в анализе оценки социальных проблем (*недовольство властью, проблемы молодежи, отцов и детей, войны и мира и др.*). Так, известный писатель-сатирик Михаил Задорнов использует личный блог в «Живом Журнале» для выражения своей точки зрения на русскую культуру, действия чиновников. Его острые, критические высказывания становятся культурными маркерами и приобретают статус прецедентных; его личный блог – это его личностная позиция (*Можете соглашаться или нет, но причина очень простая: мы живём не своей жизнью! Посудите сами... Что мы ценим? Обувь. Музыка. Кино. Часы. Машины. Валюта. Мебель. У нас всё не своё! Еда и та завозится из-за границы. В страну с самой обширной плодородной землёй! Цветы из Голландии! Яблоки – и те ненашенские!*); известный в США блоггер Мишель Малкин затрагивает самые «живые и наиболее болезненные» проблемы страны: война в Афганистане, Сирии, Ираке, терроризм, а также социальное неравенство (*Social justice and economic opportunity “for all” – as long as you hold the proper political and social views. This is ugly repressive civility enforced with government brass knuckles. Boston’s Founding Fathers must be steaming in their graves.*)

Доминирующими средствами словообразования в личном блоге выступают аффиксальные приемы (*underway, affordable, biblically, ominously, anti-Christian, politician, придурочный, исходник, приукрашенный, детишки, золотишко, бумажка* (знач. – документ) и пр.), словосложение (*relationship, nationwide* и пр.) и композиты с полупредикативной конструкцией (*family-friendly setting, family-owned business, family-led business, faith-enhancing decision, out-and-proud company*).

К морфологическим средствам текста жанра относятся, в первую очередь, личные местоимения 1-го и 2-го лица и притяжательные местоимения, а также простые формы глаголов в настоящем и прошедшем времени, т.к. эти средства наиболее точно выражают личную актуальную позицию блоггера: *Раз в неделю я предлагаю для обсуждения какую-нибудь компанию, а вы рассказываете всю правду про нее. В комментариях вы можете высказать все, что думаете. Пользуетесь ли вы ее услугами? Покупаете ли вы ее продукцию? Довольны ли вы? С чем у вас ассоциируется эта компания?; I have friends, at least four, who have had babies recently. I've been meaning to send something, but I stall each time because I can't seem to nail what I want to give exactly.*

На синтаксическом уровне для личного блога характерно использование сложных предложений (сложносочиненных и сложноподчиненных), преимущественно с зависимой частью причины и следствия: *Давно не писала в жж, так как очень удобный для меня оказался facebook. Масса знакомых, тех, кого в обычной жизни редко видишь/слышишь, но с кем хотелось бы поддерживать отношения; I actually suspect Gross may have this correct, but what is the risk-reward if he is wrong?*

Разговорный стиль в личном блоге свидетельствует о преобладании следующих стилистически маркированных языковых средств и приемов:

- сравнение: *Это ж надо – придумать настолько великую чушь, что её уже второе десятилетие твердят, как мантру, не задумываясь ни о смысле, ни о надобности;*
- ирония: *Огонь огнем, а клювом не щелкай, – подытожил церемонию я и поехал готовить ужин. PS. Через несколько минут при заносе в Кремль огонь задует ветер. Факел вновь зажжет сотрудник ФСО обычной зажигалкой. Если что, это Альфия сглазила; Несчастные женщины!;*
- метафора: *Since Day One of the Obama administration, I've shed light on the White House illegal alien amnesty-by-fiat strategy; радость освобождения.*

Помимо приведенных приемов, в текстах личных блогов также встречаются гипербола (*to lose heart, to burn the city down, общество ждет крови*), синтаксический параллелизм (*A collection of books? A baby toy robot? A bikini with sunglasses and an embroidered cover-up?*), риторическое обращение и восклицание (*Which is a good question I myself ask...; Народная устная традиция – вот, где правда!*). Все эти стилистические приемы и средства используются блоггерами для эмоциональной выразительности, придания текстам особого колорита и создания особого круга читателей, принимающих/не принимающих позицию автора.

Личный блог в микроблоге *Twitter* – субжанр личного блога, коммуникативно-прагматическая задача которого – демонстрация личной жизни, привлечение внимания к своей личности, увеличение числа подписчиков, быстрый доступ к новостям из жизни знаменитостей. **Микроблоггинг** – это особая форма ведения блога, способ информирования и поддержания связей (мгновенное размещение твитов, т.е. блог-записей в *Twitter*; и динамика реагирования на них), что выделяет микроблог из совокупности всех блогов. Преимущество *Twitter* определяется тем, что твиты, представляющие собой содержательно и структурно завершенные высказывания, состоящие, как правило, из 1–3 предложений (до 140 символов) с определенной авторской модальностью, помогают пользователям общаться своим подписчикам об интересных событиях, привлекать внимание и наращивать число подписчиков, увеличивая тем самым свой персональный рейтинг. Например: *NO SLEEP TILL BROOKLYN!!! SEE YOU TOMORROW, I'LL BE CLOSING IT DOWN FROM A SECRET LOCATION IN BROOKLYN (Katy Perry); Привет, Пупер)))) (Доминик Джокер).*

Минимальность размеров текстового поля, в отличие от полноценных блогов, в которых блоггерами зачастую выступают специальные лица из окружения звезды, помогает известным личностям вести свои твит-блоги персонально, записывая краткие сообщения (А. Домогаров на главной странице твит-ленты заявил о персональном ведении своего блога: *Я!!! и пишете И НЕ ЧИТАЙТЕ под чужими никами – БУДУ УНИЧТОЖАТЬ!!! РАД ОБЩАТЬСЯ С ЧЕСТНЫМИ ЛЮДЬМИ!*).

Ограниченность текстового поля и связанное с ним сокращение допустимого количества лексических средств ставит перед авторами задачу поиска лаконичных вариантов, в которых не теряется основной смысл высказывания. Поэтому для текстов микроблога *Twitter* характерны следующие сокращения слов: *и* вместо *you*; *ur* вместо *you are*; *Gnight* вместо *Good night*; *bout* вместо *about*; *ATTN* вместо *attention*; *w/out* вместо *with out*; *Congrat* вместо *congratulation*; *btw* вместо *by the way*; *4get* вместо *forget*; *2night* вместо *tonight*; *снок* вместо *спокойной ночи*.

Общение в *Twitter* отличается от диалога блоггера и читателей в личных блогах возможностью сочетания в речевых высказываниях книжной лексики с разговорными, просторечными и сленговыми единицами: *загрузить фото, тупнуть, вещать, плейлист, ЁПРСТ, круто, спасибо, класс, накрайняк, офигенно, фотка, зарегиться, супер, зазырить, поржать, твитнуть, твиткам, guys, posted a photo, in my mind, cool/cooler, crazy, best girlies, yup, to retweet, amazing, wow.*

Жанр *социальная сеть* предполагает вербализацию частной языковой личности, самоидентификация которой определяется преимущественно в рамках коммуникативных действий, которые устанавливаются правилами

традиционного общения в социальных сообществах, где происходит включение личности в это социальное интернет-сообщество.

Анализ персональных страниц пользователей социальных сетей «Одноклассники», «ВКонтакте», *Facebook* и *MySpace* показал, что этот жанр максимально полно реализует главную потребность человека – коммуникативную; рамочная конструкция жанра *социальная сеть* как устойчивого типа гипертекста направлена на самоидентификацию личности путем присутствия в социальных сообществах.

Самоидентификация языковой личности в социальной сети реализуется посредством структурных блоков и текстовых единиц жанра:

1) структура страницы пользователя социальной сети «**Одноклассники**»: информационные блоки «о себе» (ФИО, дата и год рождения, место учебы/работы), фотография пользователя, блок фотографий (альбомы пользователя), друзья, список сообщений, группы, игры, заметки, оценки, статус, лента новостей;

2) структура страницы пользователя социальной сети «**ВКонтакте**»: блок персональной информации (имя пользователя – ФИО или ник), фотография пользователя, дата и год рождения, родной город, место проживания, семейное положение, образование, место работы, увлечения – любимые фильмы, музыка, книги, ТВ-программы и т.д.); альбомы пользователя, интересные страницы, список друзей, стена записей;

3) структура страницы пользователя социальной сети **Facebook**: заголовков (ник), информация о себе, фотография пользователя (аватар), блок фотографий обложки страницы, хроника, друзья, фотографии, карта (где бывали), блок предпочтений, подписки, мероприятия, заметки;

4) структура страницы пользователя социальной сети **MySpace**: имя пользователя, фото пользователя, блок «профиль» (*Profile*) – включает подблоки «о себе» (*Write something about yourself*), «местоположение» (*current location*), веб-сайт, «биография» (*bio*); блок Portfolio – хранит размещенные пользователем фотографии, музыку, видео, текстовые сообщения (тематические статьи); блок Mixes – отображает информацию о действиях автора аккаунта; блок Connections – показывает количество связей, установленных пользователем; блок Photostream (фотоальбомы пользователя); всплывающий при наведении курсора блок-инструмент – отображает информацию о медиаплеере пользователя, текущих треках; стена приложений пользователя,двигающаяся справа налево.

Традиционными коммуникативными действиями языковых личностей в социальной сети является использование **эмотиконов** (специфических графических единиц, созданных для выражения эмоций) – двоеточие, скобки круглые, квадратные, треугольные, тире, точка с запятой, звездочка и др.: ☺ – улыбка, радость; ☹ – грусть, недовольство; ☺ или :| – нейтраль-

ное отношение; :-О – удивление; :-* – поцелуй; =: [] – ужас и т.д., а также **вариантов цветового оформления** текста (фона, текста или отдельных слов); выделение шрифтом (**полужирный**, *курсив*), его размером (8–72), использование различного рода графических символов (\$, %, &, *, “”, @, ~, ☺), цифр, средств иконоческого языка (различные рисунки и анимация) привлекают особое внимание пользователей.

Главная особенность социальной сети – использование разговорной лексики, характеризующейся употреблением жаргона, этнокультурных слов и выражений, фразеологических оборотов, стилистически окрашенной лексики, вызывающей положительное или отрицательное отношение читателей.

Разговорная и просторечная лексика (*пихать во все карманы, мама моя родная!, поздравить с днем рождения, с новым годом, месяц, год, время, family, father God, day, month, year, friends, Happy Anniversary*), а также уменьшительно-ласкательные формы существительных и прилагательных (*доченька, мой цветочек, мой комочек, нет на свете лучше дочек!!!, малышка, курносенький носик, мамулечка* и др.) соответствуют чертам личностно ориентированного общения.

В англоязычных текстах уменьшительно-ласкательные формы существительных практически отсутствуют, за исключением слов, оканчивающихся на *-ie/y*: *grandbabies* (внучки); *tummy* (мамулечка); *daddy* (папулечка); *little babies* (маленькие детки).

Лексика разговорного стиля с отрицательной коннотацией (*морда, сожрать, ржать, бабки* (значение – деньги), *ж*па, придурки, хозяйева, суки, зачетный, клевый, круто/крутяк, дрянь*), а также уменьшительно-ласкательные слова, выражающие иронию (*очечки, сержантик, кейсик, протокольчик, закидоны, голопопый, сыкатно* (страшно) и др.), наполняют лексический пласт жанра особой этнокультурной самобытностью и задают нравственно ориентированные векторы общения.

В англоязычных текстах социальных сетей разговорная лексика, в отличие от русскоязычных текстов, используется без дополнительной коннотации: *D'you/D'ya/Ya, gonna, wanna, gimme, gotta, kinda, kids, OK, stuff, rubbish, buzz/to buzz, buks* (значение – money); *groovy, to mash* (значение – to entice), *pretty much, scruffy, Take it easy*.

Русскоязычные тексты отличаются от англоязычных текстов более разнообразным набором лексических средств, выражающих эмоциональное состояние автора, усиливающих смысловое и экспрессивное отношение к описываемому предмету. К этим средствам относятся метафора, сравнение, гипербла, олицетворение и пр.: гипербла: *Я чуть бороду свою единым глотком не сожрал*; метафора: *Прежде, чем кого-то осудить, надень его обувь, пройди его путь, споткнись о каждый камень на его*

дороге, почувствуй его боль..... И только после этого расскажи ему, как нужно жить!!; Богатство – это не то в какой ты шубе ходишь, на какой машине ты едешь и какой крутой телефон у тебя в руках! Богатство – это живые родители, здоровые дети, надёжные друзья и крепкое плечо любимого человека; сравнение: Моя дочка, как цветочек, как с розинкой лепесточек, светится, растёт и пахнет Кто увидит, тут же ахнет!!! И умна, смешна, красива, и спокойна, и игрива. Мой цветочек, мой комочек, нет на Свете лучше дочек!!!; антитеза: Меньше громких слов, больше тихих действий)); расстаются по причине, остаются по любви...; олицетворение: Душа поёт, координатам пляшет, года идут, а дурь все та же))))))» (авторские орфография и пунктуация сохранены. – И.С.).

Синтаксис социальной сети весьма разнообразен, однако отмечается преобладание простых распространённых предложений (чаще неполные (определённо-личные, неопределённо-личные, безличные, номинативные предложения), хотя и встречаются двусоставные), различных вопросительных/побудительных, восклицательных/невосклицательных конструкций. Для синтаксиса текстов социальных сетей также характерно употребление обращений, вводных конструкций, повторов, эллипсисов, а также инверсий: простые предложения: *Он позвонил спросил – Ты гуляла сегодня? – Гуляла;* восклицательные предложения: *Glorious weekend! Feeling renewed, just what the doctor ordered!*; побудительные предложения: *Не верь тому, кто говорит красиво, в его словах всегда игра. Поверь тому, кто молчаливо, творит красивые дела...; Share loving kindness, respect yourself and self in others;* обращения: *мальчики, с праздником!!!!; С праздником, дорогие мужчины!!!!; Дочка моя, С Днём Рождения тебя!*; вводные слова и конструкции: *No matter how bad the situation, you never judge or make me feel worst than I did.*

Жанр интернет-комментарий детерминирован стремлением частно-публичной личности к совершению аффективных коммуникативных действий, которые выражаются в кооперативной и деструктивной стратегиях, направленных на самовыражение языковой личности и выражение личной позиции человека как члена социального интернет-сообщества.

Интернет-комментарий – это текст, в котором вербализуется коммуникативное действие частной личности, открыто выражающей свое мнение/оценку (комментирование статьи, размещённой в Интернете; перепост информации, касающейся так или иначе самой личности; использование невербальных инструментов комментирования – отметка LIKE/DISLIKE).

Структура жанра интернет-комментарий включает обязательные и необязательные характеристики комментариев. Как правило, у всех размещённых комментариев имеются поле комментария, имя пользователя

(ник) и дата публикации. У некоторых комментариев есть возможность размещения фото его автора (аватар); комментарий публикуется в хронологическом порядке либо убывания, либо возрастания.

Интернет-комментарии, сопровождающие тексты блоггеров, в которых раскрывается авторская позиция относительно дискуссионных вопросов, становятся продолжением тем блоггера с отстаиванием иной позиции, собственного мнения и мироощущения. Такие комментарии в основном сопровождаются иллокутивными, личностно-маркированными коммуникативными действиями: **Zarus1:** *С Вашими предыдущими постами я согласен, а с этим – нет. Для меня Иванов (мягко говоря) – шлак. Ну, да на вкус и цвет друзей-товарищей нет. Повторюсь, кто способен соиздать, тот не ломает (не пародирует/ паразитирует/ копрофажничает). Иванов (по моему) – не способен. По Вашему (я понял) – способен...;* **Elizabeth Wiley MA JD:** *We need a program to get parents to talk to their kids and get those weapons and turn them in so the kids are safe from their own gangs. I admit I would be afraid to be the person taking those guns, since their gang buddies might be watching the site and kill them, and maybe the person taking in the weapons. We need to get more real on this subject.*

Комментарии, сопровождающие тексты президентских блогов, отличаются разнообразием коммуникативных действий адресантов. Для пользователей, следящих за политической жизнью страны, характерны объективность суждений и целерациональность в действиях, независимо от того, выражают ли они критическую точку зрения или соглашаются с действиями властей: **IndigoCity, Хабаровский край:** *Очень понравилось выступление. Целиком поддерживаю. Считаю, что нужно заколачивать клин между взяточниками, а) законодательно освобождая лицо, заложившее других взяточников от уголовной ответственности (кто первый); б) возможность вернуть сумму ущерба во внесудебном порядке, с частичными ограничениями в правах (периодические амнистии); в) выделяя % от возвращенных государству денег лицу, раскрывшему коррупционную схему...;* **Sabrina Enayatulla:** *@BarackObama You need to implement a fixed percentage tax. It's the most fair for wealthy, middle, working classes;* **Healthcare Activists:** *@BarackObama WE ARE WATCHING YOU that you stay STRONG this time. Keep up the great work. You've done enough caving for many yr.*

Рядовыми пользователями, постоянно недовольными жизнью и стремящимися обвинить власть, совершаются аффективные коммуникативные действия, иллокутивность которых выражается с помощью агрессии, открытого недовольства и ярости: **Steve Cabral** *@Steve_Cabral_1: @BarackObama he needs to stop bling these assholes out. Open your eyes!!!*

Экспликация личностного отношения автора к рассмотренным темам происходит за счет использования различных способов орализации письменной речи. К ним относятся такие способы и приемы:

1) использование **эмотиконов** (специфические графические единицы, созданные для выражения эмоций): :) или)) – улыбка, радость; : (или (((– грусть, недовольство: **IRINA MINIKIN** (@IRINA_MINIKIN: @VictoriaBonyu *вот случится же такое*))) *видела тебя сегодня во сне, вместе тусили в каком-то шикарном отеле с умопомрачительным аквапарком!*);

2) использование заглавных букв для экспликации повышения голоса: **Lee Steele: can't believe you own't meet with congress instead of playing your games...I AM AGAINST RAISING THE DEBT CEILING. DO WHAT WE HAVE TO; IF YOU DON'T HAVE MONEY, YOU CANNOT BUY IT! LIVE WITHIN YOUR MEANS. RUSH AND OTHERS SAY THAT WE DO NOT NEED IT RAISED IN ORDER TO PAY OUR BILLS----IT ONLY LETS YOU THEN SPEND MORE, INSTEAD!!!.**

На лексическом уровне коммуникативные действия авторов интернет-комментариев, демонстрирующие их личностное отношение к проблемам, затронутым блоггерами в своих статьях, определяются главным образом за счет кооперативной и деструктивной стратегий.

Агрессивные комментарии являются вполне очевидной реакцией читателей на действия властей, т.к. власть и государственные структуры всегда вызывают критику у народа. Политическая языковая личность «приговорена» к эмоциональной реакции читателей, которые следят за действиями политиков, принятием законов и решительных мер.

Агрессия в интернет-комментариях эксплицируется употреблением следующей лексики разговорного стиля с отрицательной оценкой: *мир такоф, получить по морде, маразматический, стебаться, дико ржать, патриотическая чушня, ёрничать, пересеивать содержание, репортаж со съезда зомби, stink, insane, foolishness, anti american, war, poverty, ignorance, evil, reckless, true leader, to be a thug gang banger, Obama lies.*

Кооперативная речевая стратегия реализуется, в частности, в интернет-комментариях к блог-записям известных в стране личностей, например певцам, актерам, спортсменам и т.д., с использованием эмоционально-возвышенной лексики: *браво, позитивчик, прекрасная Анастасия, Настенька, ты суперская девочка, талантливый, красавица, love, cool, so artistic, so pretty, really good, amazing, the most incredible song* и пр.

Для синтаксиса текстов интернет-комментариев характерны различные варианты синтаксических средств: в комментариях к блог-записям в *LiveJournal* доминируют сложноподчиненные предложения, зависимая часть которых выражается придаточными причины и условия; коммен-

тариям в социальных сетях и блогосфере *Twitter* соответствуют простые восклицательные / невосклицательные, побудительные / повествовательные, определенно-личные предложения: **Юлия Лакеева** (@JuliaLakeeva: @Stosya: *Настен, будем за тебя болеть всей семьёй и слать смс-ки. Ты лучшая, у тебя все получится. Удачу!!!*; **Jamie Fulminante** (@tralalajamie: @BarackObama: *I'm a college student, not even making 2k a month. I need all the money I make for my education. Don't take that away*; **japondios: Ага. Милые. Конфликт Навального с Путиным это на глубинном уровне конфликт умной активной молодёжи с милыми, но тупыми и консервативными советскими тётками. Именно советскими.**

Отметим значимость того фактора, что речевое взаимодействие между коммуникантами задается рамками и правилами коммуникативного действия, которые ориентируют личность на самовыражение, принятие / непринятие суждений адресанта, и в рамках интернет-комментария происходит трансформация языковой личности в частно-публичную языковую личность, личностная позиция которой как члена определенного социального сообщества формирует общественное мнение или может побуждать к действиям других членов этого сообщества.

В заключении исследования подводятся основные итоги работы и намечаются перспективы, которые видятся в дальнейшей разработке коммуникативно-прагматических параметров анализа коммуникативного действия языковой личности, ее стратегий самопрезентации, самоидентификации, позиционирования и самовыражения не только в отдельных жанрах, но и во всем глобальном пространстве.

Основные положения диссертации отражены в следующих публикациях автора:

Статьи в рецензируемых изданиях, рекомендованных ВАК Минобрнауки РФ

1. Сидорова, И.Г. Коммуникативно-прагматические характеристики персональных и интерперсональных жанров интернет-дискурса / И.Г. Сидорова // Вестн. Волгогр. гос. ун-та. – Сер. 2: Языкознание. – 2011. – № 2(14). – С. 154–159 (0,5 п.л.).

2. Сидорова, И.Г. Коммуникативно-прагматические характеристики интернет-жанров «Живой Журнал» и «Твиттер» / И.Г. Сидорова // Изв. Саратов. ун-та. Нов. сер. Сер.: Филология. Журналистика. – 2013. – Т. 13. Вып. 2. – С. 109–113 (0,6 п.л.).

3. Сидорова, И.Г. Способы позиционирования интернет-личности в социальной сети / И.Г. Сидорова // Изв. Волгогр. гос. пед. ун-та. Сер.: Филол. науки. – 2013. – № 9(84). – С. 29–33 (0,44 п.л.).

Статьи и тезисы докладов в сборниках научных трудов и материалов научных конференций

4. Фомичева (Сидорова), И.Г. Гипертекст как объект современного лингвистического исследования / И.Г. Фомичева // Сборник трудов студентов, магистрантов, аспирантов, молодых ученых факультета филологии и межкультурной коммуникации. – Волгоград: Волгогр. науч. изд-во, 2009. – С. 123–127 (0,19 п.л.).

5. Фомичева (Сидорова), И.Г. Лингвистические и экстралингвистические проблемы перевода интернет-сайтов / И.Г. Фомичева // Коммуникативные аспекты языка и культуры: сб. материалов IX Междунар. науч.-практ. конф. студ. и молодых ученых / гл. ред. С.А. Песоцкая. – Томск: Изд-во ТПУ, 2009. – Ч. 1. – С. 231–232 (0,09 п.л.).

6. Фомичева (Сидорова), И.Г. Глобализация/локализации в переводе / И.Г. Фомичева // Прикладная филология: идеи, концепции, проекты: сб. тр. VII Междунар. науч.-практ. конф. (27–29 окт. 2009 г.). Том. политехн. ун-т, Ин-т междунар. образования и языковой коммуникации. – Томск: Изд-во Том. политехн. ун-та, 2009. – Ч. 1. – С. 142–147 (0,03 п.л.).

7. Фомичева (Сидорова), И.Г. Глобализация как цель перевода гипертекста / И.Г. Фомичева // Иностранные языки в высшей школе. – 2009. – Вып. 4 (11). – С. 54–59 (0,45 п.л.).

8. Фомичева (Сидорова), И.Г. Жанровая характеристика персонального интернет-сайта (на материале персонального сайта Президента РФ) / И.Г. Фомичева // Коммуникативные аспекты современной лингвистики и лингводидактики: материалы Междунар. науч. конф. г. Волгоград, 8 февр. 2010 г. / ВолГУ, ВГПУ. – Волгоград: Изд-во Волгогр. гос. ун-та, 2010. – С. 105–109 (0,3 п.л.).

9. Фомичева (Сидорова), И.Г. Интернет-сайт Президента РФ как комплексный жанр (на материале сайта Президента РФ) / И.Г. Фомичева // Гипертекст как объект лингвистического исследования: материалы Всерос. науч.-практ. конф. с междунар. участием. 15 марта 2010 г. – Самара: ПГСГА, 2010. – С. 138–141 (0,36 п.л.).

10. Фомичева (Сидорова), И.Г. Проблема формирования имиджа руководителя в текстах персональных интернет-сайтов / И.Г. Фомичева // Проблемы модернизации региона в исследованиях молодых ученых: материалы VI Межрегион. науч.-практ. конф. г. Волгоград, 30–31 марта 2010 г. / Волгогр. гос. ун-т. – Волгоград: Изд-во Волгогр. гос. ун-та, 2010. – С. 335–339 (0,22 п.л.).

11. Фомичева (Сидорова), И.Г. Формирование личностного образа в глобальном коммуникативном пространстве: проблемы перевода текстов персонального сайта / И.Г. Фомичева // Интеграционные процессы в коммуникативном пространстве регионов [Электрон. ресурс]: материалы Меж-

дунар. науч. конф. г. Волгоград, 12–14 апр. 2010 г.: науч. электрон. изд. на компакт-диске. – Волгоград: Изд-во Волгогр. гос. ун-та, 2010 (0,26 п.л.).

12. Сидорова, И.Г. Личностный фокус гипертекста социальных сетей (на примере мировой социальной сети Facebook) / И.Г. Сидорова // Гипертекст как объект лингвистического исследования: материалы III Междунар. науч.-практ. конф. 20 июня 2013 г./ отв. ред. С.А. Стройков. – Самара: ПГСГА, 2013. – С. 110–117 (0,32 п.л.).

13. Сидорова, И.Г. Глобализация как цель перевода гипертекста персонального сайта / И.Г. Сидорова // Номо Локуэнс [Текст] : (Вопросы лингвистики и транслятологии) : сб. ст. / Волгогр. гос. ун-т, каф. теории и практики перевода ; редкол.: В.А. Митягина (отв. ред.) [и др.]. – Волгоград : Изд-во Волгогр. гос. ун-та, 2013. – Вып. 6. – С. 46–54 (0,4 п.л.).

СИДОРОВА Ирина Геннадьевна

КОММУНИКАТИВНО-ПРАГМАТИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ
ЖАНРОВ ПЕРСОНАЛЬНОГО ИНТЕРНЕТ-ДИСКУРСА
(сайт, блог, социальная сеть, комментарий)

Автореферат
диссертации на соискание ученой степени
кандидата филологических наук

Подписано к печати 20.03.14. Формат 60x84/16. Бум. офс.
Гарнитура Times. Усл. печ. л. 1,4. Уч.-изд. л. 1,5. Тираж 110 экз. Заказ .

Типография Издательства ВГСПУ «Перемена»
400066, Волгоград, пр. им. В. И. Ленина, 27