

МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
имени М.В. ЛОМОНОСОВА

На правах рукописи

ЙЫЛМАЗ Мехтап

**КОМПЛЕКСНОЕ ОПИСАНИЕ
РЕЧЕВОГО ОБЩЕНИЯ
В РУССКОЯЗЫЧНОМ
ИНТЕРНЕТ-ПРОСТРАНСТВЕ
(на материале женского блога «Бэбиблог»)**

Специальность 10.02.01 – русский язык

АВТОРЕФЕРАТ
диссертации на соискание ученой степени
кандидата филологических наук

Москва – 2018

Работа выполнена на кафедре русского языка филологического факультета
ФГБОУ ВПО «Московский государственный университет имени
М.В. Ломоносова»

Научный руководитель:

Красных Виктория Владимировна,
доктор филологических наук, доцент

Официальные оппоненты:

Олянич Андрей Владимирович
доктор филологических наук,
профессор кафедры английской
филологии ФГБОУ ВО «Адыгейский
государственный университет»

Мкртычан Светлана Викторовна
доктор филологических наук,
профессор кафедры теории языка
и перевода ФГБОУ ВО «Тверской
государственный университет»

Гончарова Любовь Марковна
кандидат филологических наук,
доцент кафедры общего и русского
языкознания ФГБОУ ВО
«Государственный институт русского
языка им. А.С. Пушкина»

Защита диссертации состоится 19 сентября 2018 года в ___ часов на
заседании диссертационного совета МГУ.10.01 Московского государственного
университета имени М.В. Ломоносова по адресу: 119991, ГСП-1, Москва,
Ленинские горы, МГУ имени Ломоносова, 1-й учебный корпус,
филологический факультет.

E-mail: russlang@philol.msu.ru

С диссертацией можно ознакомиться в отделе диссертации научной
библиотеки МГУ имени М.В. Ломоносова (Ломоносовский проспект д.27) и на
сайте ИАС «ИСТИНА»: <http://istina.msu.ru/dissertations/155572357/>

Автореферат диссертации разослан «___» _____ 2018 года.

Ученый секретарь
диссертационного совета,
доктор филологических наук, доцент



О.В. Дедова

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Настоящая диссертация посвящена выявлению, изучению и комплексному описанию характерных черт письменного общения в русскоязычном интернет-блоге (в данном случае – в женском интернет-блоге «Бэбиблог»).

Интернет, возникший как частная программа и ставший постепенно уникальной совокупностью локальных, региональных, национальных и общемировых компьютерных сетей, а также универсальной технологией обмена информацией, является в настоящее время главным связующим средством глобального информационного пространства и средством информационного обмена многих миллионов людей на всех континентах Земли. В сети интернет, характеризующейся в настоящее время сменой информационной доминанты на коммуникативную¹, функционирует значительное количество виртуальных сообществ, альтернативных существующим в реальной жизни и активно растущих.

Активность общающихся посредством глобальной сети интернет чрезвычайно высока, и пользователи все чаще ориентируются на виртуальных партнеров по общению, а не на друзей, соседей или коллег. Согласно статистике², число интернет-пользователей, а также веб-сайтов, блогов и пересылаемых писем ежедневно растет, что свидетельствует о важности сетевой коммуникации, имеющей свою специфику.

Среди особенностей интернет-общения выделяются, прежде всего, использование технических средств для общения, несовпадение сетевого и несетевого времени, необязательность непосредственной обратной связи, вовлеченность больших социальных групп, общение разрозненных, а порой и анонимных коммуникантов, возможность создавать виртуальную личность и конструировать свою идентичность, снятие психологических барьеров, снижение психологических рисков в процессе общения, создание комфортной зоны рефлексии³.

¹ Сидорова И. Г. «Коммуникативно-прагматические характеристики жанров персонального интернет-дискурса (сайт, блог, социальная сеть, комментарий)». Дис. ... канд. филол. наук. Волгоград, 2014. – 249 с.

² Например, см. отчет компании «We are social» от 30 января 2018 года «Digital in 2018: World's Internet Users Pass the 4 Billion Mark», <https://wearesocial.com/uk/blog/2018/01/global-digital-report-2018>.

³ Богомолова Н. Н. Массовая коммуникация и общение. М.: Знание, 1988. – 80 с.

Исследователи констатируют рождение не только новых способов коммуникации, но и новых стереотипов речевого поведения, новых форм существования языка. В современной российской лингвистике активно изучается феномен «устно-письменной речи»⁴, о чем свидетельствуют многочисленные работы в этой области (см. работы Т. И. Рязанцевой, Т. Н. Колокольцевой, О. В. Лутовиновой и др.).

Во многих работах, посвященных исследованию языка интернета, рассматриваются вопросы о его статусе (М. Б. Бергельсон, Г. Ч. Гусейнов, О. В. Дедова, В. Е. Иванов, Т. Н. Колокольцева, Е. И. Литневская, Т. И. Рязанцева и др.), формах существования и особенностях интернет-коммуникации (Н. Н. Богомолова, М. А. Кронгауз, Е. И. Литневская, Л. Ю. Щипицина и др.), жанровом разнообразии интернет-коммуникации (Н. Г. Асмус, Е. Н. Вавилова, Е. Н. Галичкина, Е. И. Горшко, О. В. Дедова, Л. Ю. Иванов, Л. А. Капанадзе, П. Е. Кондрашов, О. В. Лутовинова, М. Л. Мараков, С. Н. Михайлов, М. Ю. Сидорова, Ф. О. Смирнов, Г. Н. Трофимова, Л. Ю. Щипицина и др.), о его влиянии на литературный язык (И. Т. Вепрева, Л. Ю. Иванов, Г. Н. Трофимова).

Одной из активно развивающихся форм существования интернет-коммуникации является общение в интернет-блогах. Под блогом в настоящей работе понимается синтез монологического дискурса конкретного пользователя, представляющего собой хронологически расположенные тексты, которые ориентированы на презентацию автором поста его собственного мнения по определенным вопросам, и диалогического и полилогического обсуждения с помощью комментариев позиции автора блога со стороны виртуальных собеседников. Блогосфера – это совокупность взаимосвязанных блогов отдельных пользователей и групп пользователей.

Следует признать, что гендерные особенности языка блоггового общения мало изучены, поскольку в лингвистической литературе отсутствуют работы, представляющие собой комплексное исследование языка женской блогосферы.

Таким образом, **актуальность** настоящего исследования определяется, с одной стороны, тем, что, несмотря на интенсивное развитие интернет-общения, лингвистические особенности текс-

⁴ Рязанцева Т. И. Гипертекст и электронная коммуникация. М.: Издательство ЛКИ, 2010. С. 224.

тов постов и комментариев блогов до сих пор не стали предметом фундаментальных исследований и нуждаются в детальном анализе и систематизации. С другой стороны, актуальность исследования обусловлена необходимостью комплексного исследования языка, обслуживающего такое разветвленное сетевое мегаобщество, как блогосфера, в частности ту его часть, которая отражает интересы, настроения и предпочтения пользователей-женщин, выступающих в различных гендерных ролях (матери, супруги, подруги и т. д.), принадлежащих разным культурам и живущих на разных территориях. Кроме того, весьма актуальным представляется выявление общих для разноструктурных национальных языков тенденций развития языка женской блогосферы, в рамках которой происходит интернет-коммуникация.

Объектом исследования является язык блогосферы русскоязычного сегмента интернет-пространства, репрезентированной текстами женских блогов и комментариев к ним.

Предмет исследования – проявление характерных черт письменной речи в текстах женской русской блогосферы.

Целью исследования является комплексное описание языка определенной части русскоязычного интернета – женской блогосферы – с точки зрения характерных черт как интернет-коммуникации в целом, так и общения женщин в сети.

В соответствии с целью были сформулированы следующие **задачи**:

на основе анализа научной литературы рассмотреть существующие подходы к изучению интернет-коммуникации, блогосферы, языка интернета, а также гендера и сформировать понятийно-терминологический аппарат нашего исследования;

составить корпус текстов постов и комментариев для анализа на русском и турецком языках;

1. с опорой на труды в области изучения русского языка, гендерных особенностей общения, интернет-коммуникации разработать основные принципы анализа;
2. выявить и описать характерные черты женской речи на разных уровнях языка, представленные в материалах русскоязычного корпуса интернет-текстов; сопоставить полученные результаты с имеющимися данными исследований, с одной стороны, интернет-языка, с другой – женской речи с целью их

уточнения / подтверждения; пошагово рассмотреть результаты анализа русскоязычного материала на фоне аналогичных турецкоязычных текстов;

3. проанализировать полученные результаты и сформулировать внутренне непротиворечивые выводы об основных характеристиках речи в русскоязычных женских интернет-блогах на фоне турецкоязычного материала.

Теоретическую базу исследования составляют положения ряда научных направлений:

– теории коммуникации (К. Бюлер, А. А. Леонтьев, В. Б. Кашкин, В. В. Красных, З. Д. Попова);

– исследования в области коммуникативных практик и жанров интернета (Н. Н. Богомолова, Е. И. Горошко, Л. Ю. Щипицина, D. Crystal);

– социолингвистики (В. И. Беликов, В. Д. Бондалетов, Л. П. Крысин, А. Д. Швейцер, W. Labov);

– интернет-коммуникации (О. В. Дедова, Т. Н. Колокольцева, Т. И. Рязанцева, М. Ю. Сидорова, Л. Ю. Щипицина);

– лингвистической гендерологии (Д. Зиммерман, А. В. Кирилина, А. А. Клещин, С. В. Латина, Р. Г. Петрова, Н. Л. Пушкарева, М. В. Томская, К. Уэст, З. А. Хоткина).

В качестве методов исследования были использованы методы наблюдения, описания и обобщения, статистического анализа, целевой выборки, метод корреляционного анализа данных, а также лингвистические методы лексико-семантического, грамматического, дискурсивного и контекстуального анализа.

Материалом исследования стали:

- тексты 50 постов и 4 292 комментариев к ним, размещенные в популярной группе «Семейные проблемы» одного из русских женских интернет-сообществ «Бэбблог», совокупно насчитывающие более 170 000 слов, которые написаны в течение одной недели 1 601 пользователем;
- тексты 25 постов и 893 комментариев к ним из аналогичной группы блога «Kadinlarklubu», пользующегося популярностью в Турции, общим числом более 36 000 слов.

Научная новизна исследования определяется тем, что впервые осуществлен комплексный лингвистический анализ текстов, относящихся к женской блогосфере, с целью выявления и системного опи-

сания вербальных средств на разных уровнях языка, включая графику, орфографию, грамматику, лексику, синтаксис и текст. Кроме того, впервые сделана попытка определить причины наличия характерных черт письменной речи в интернет-коммуникации на материале женского интернет-блога. Также впервые характерные черты женской речи русскоязычной блогосферы рассматриваются на фоне аналогичного турецкоязычного материала для того, чтобы понять, какие из них являются общими для разных языков в интернет-общении, а какие присущи только русскому языку.

Теоретическая значимость работы заключается в разработке основных методов комплексного лингвистического анализа текстов женских блогов с учетом гендерного подхода. Выявленные черты и тенденции также могут послужить основанием для прогнозирования дальнейших изменений интернет-языка вообще и женской речи в интернет-блогах в частности.

Практическая значимость работы заключается в том, что результаты исследования могут быть использованы в разработке курсов по теории коммуникации, теории дискурса и теории межкультурной коммуникации, а также в формировании учебных материалов, связанных с изучением интернет-коммуникации и с гендерной проблематикой. Полученные результаты изучения и описания характерных черт языка женской блогосферы могут быть использованы в кросс-культурных и междисциплинарных исследованиях национальных особенностей женского и мужского интернет-языков.

На защиту выносятся следующие **положения**.

1. Черты «устно-письменной» речи, активно используемой в интернет-коммуникации в целом, характерны также и для общения в рамках женских интернет-блогов.
2. Принцип лингвистической экономии, присущий интернет-общению на всех уровнях языка, является характерной чертой также и общения женщин в интернет-блогах.
3. Общение женщин в рамках женских интернет-блогов характеризуется наличием черт, свойственных для женского языка как такового, таких, как эмоциональность, модальность, синтаксическая сложность, субъективность.
4. Характерные черты письменной речи в женской блогосфере не уникальны для русского языка, а имеют эквиваленты в турецких блогах.

Апробация работы. Основные положения диссертации изложены в **8** публикациях: в **2** рецензируемых научных изданиях, рекомендованных для защиты в диссертационном совете МГУ имени М. В. Ломоносова по специальности 10.02.01. – русский язык: «Мир науки, культуры, образования» и «Филологические науки. Вопросы теории и практики», в **2** рецензируемых научных изданиях из перечня ВАК: «Успехи современной науки и образования» и «European social science journal».

Основные положения диссертации апробированы на **4** конференциях: на I Международной научно-практической конференции «Литературоведение, лингвистика и межкультурная коммуникация: актуальные вопросы теории и практики» (2013), на II Всероссийской заочной научной конференции «Литературоведение, лингвистика и коммуникативистика: направления и тенденции современных исследований» (2018), III международная научно-практическая конференция «Достижения вузовской науки: от теории к практике» (2018), на **1** конгрессе: «I Международный конгресс преподавателей и руководителей подготовительных факультетов Российский университет дружбы народов» (2017).

Структура и объем диссертации. Диссертационная работа состоит из Введения, двух Глав, Заключения, Библиографии, включающей 166 наименований на русском, турецком и английском языках, а также снабжена пятью Приложениями, содержащим и примеры, иллюстрирующие особенности использования лексических средств в проанализированном материале. Объем основного текста диссертации составляет 235 страниц.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во Введении определяется актуальность исследования, представляются объект, предмет исследования, излагаются основные цели, теоретическая база и методы исследования, описывается материал, раскрывается научная новизна исследования, его теоретическая и практическая ценность, а также формулируются положения, выносимые на защиту.

Первая глава диссертации «**Теоретические основы исследования**» посвящена изложению теоретических проблем изучения коммуникации в целом и интернет-коммуникации в частности, а также

общей теории и подходов к изучению гендера и его места в социолингвистике. Данная глава состоит из трех параграфов.

В параграфе **1.1. «Коммуникация в интернет-сфере»** нами были рассмотрены понятия коммуникации, интернет-коммуникации, блогосферы и обозначены ключевые понятия и термины, которыми мы оперировали в дальнейшей работе. Под коммуникацией, которая является обязательным условием для существования общества, в настоящем диссертационном исследовании понимается «процесс взаимодействия двух и более языковых личностей с целью передачи / получения / обмена информацией, т. е. того или иного воздействия на собеседника, необходимого для осуществления совместной деятельности»⁵.

Особое внимание было уделено рассмотрению основных особенностей интернет-коммуникации. В данном исследовании мы отталкивались от классификации М.Ю. Сидоровой⁶, выделяющей 7 форм взаимодействия в глобальной сети, среди которых выделяются интернет-дневники, или блоги, и детально рассмотрели их особенности.

Говоря о возникновении особого виртуального коммуникационного пространства, мы остановились на понятии «блогосфера», под которой в настоящем исследовании понимается совокупность взаимосвязанных блогов, ведущихся какой-либо социальной группой. Блогосфера – это особая коммуникативная среда, в которой любой человек имеет возможность создавать виртуальную личность и конструировать свою идентичность, в том числе гендерную.

Кроме того, нами были рассмотрены особенности языка интернета, у которого исследователи выделяют две взаимоисключающие особенности: упрощение и усложнение языка на уровне планов выражения, содержания и прагматических интенций, а также активная конкуренция норм книжного литературного языка и разговорной речи. В ходе исследования был проведен базовый анализ наиболее важных трудов по языку интернета, что позволило нам во многом определить структуру настоящей работы, в которой анализируется язык в женской блогосфере на разных уровнях. Одним из ключевых выводов стало

⁵ Красных, В. В. Структура коммуникации в свете лингво-когнитивного подхода (коммуникативный акт, дискурс, текст): дис. ... д-ра филол. наук: 10.02.19 – М., 1999. С. 105.

⁶ Сидорова М. Ю. Интернет-лингвистика: русский язык. Межличностное общение. М.: 1989.ру, 2006. – 192 с.

предположение о том, что язык в женской блогосфере гораздо ближе к разговорной речи, чем к литературному письменному языку.

В следующем параграфе **1.2. «Понятие гендера и гендерные исследования»** рассмотрены основные современные подходы к изучению феноменов пола и гендера в социологии, лингвистике и психологии, кратко изложена история гендерных исследований, а также приведены наиболее важные факты из истории гендерной лингвистики в России и Турции. Так как исследование проводится в том числе в рамках социолингвистического направления, в параграфе **1.2.4. «Место гендера в социолингвистике (социолингвистика и гендер)»** дается краткий обзор социолингвистических гендерных исследований.

В параграфе **1.3. «Выводы по главе I»** представлены краткие и наиболее важные выводы по теоретической части исследования.

Во **второй** главе диссертации **«Характерные черты письменной речи в женской блогосфере»** ставилась задача провести комплексный лингвистический анализ текстов 50 постов и 4 292 комментариев к ним, насчитывающих совокупно более 170 000 слов, которые были написаны 1 601 пользователем русскоязычного «Бэбиблога» в течение одной недели – с 7 по 13 декабря 2015 года, а также рассмотреть результаты нашего анализа на фоне турецкоязычных текстов 25 постов и 893 комментариев к ним общим числом более 36 000 слов, созданных за аналогичный период пользователями «Kadinlarklubu».

Как показал проведенный нами анализ постов и комментариев, для русской женской блогосферы характерны диалогичность и полилогичность речи, асинхронность, отсутствие цензуры, минимизация языковых средств, стандартизация речевых формул и образцов, повышенная экспрессивность, что является общими признаками языка интернет-общения, вне зависимости от гендерной и территориально-национальной принадлежности коммуникантов. Эти же черты оказались присущими и аналогичной турецкоязычной блогосфере.

Поскольку язык является отражением характерных для определенного языкового сообщества мировоззренческих взглядов, этических ценностей и моральных норм его носителей, то функционирование любых языков в рамках блогов имеет в определенной степени гендерно обусловленный характер. Основные различия были зафиксированы нами при анализе языковых средств, используемых коммуникантами. Отличительными признаками языка коммуницирующих в специализированных сообществах женщин являются используемые

ими специфические графические, орфографические, лексические, синтаксические и стилистические языковые средства.

Все отмеченные в ходе исследования особенности русскоязычных текстов были разделены нами на следующие группы, частично соответствующие уровням языка: 1) опечатки, орфографические ошибки, грамматические ошибки и автоисправления словаря, встроенного в электронные устройства; 2) намеренное искажение графического облика слов, особенности графики, пунктуации и эмодиконы; 3) особенности использования лексических средств (заимствованные слова, слова, связанные с рождением детей и называющие детей, аббревиатуры и сокращения, экспрессивно-оценочная лексика, неологизмы, метафоры, сравнения и фразеологизмы); 4) особенности синтаксических средств (разные типы предложений, вводные конструкции, стилистические синтаксические средства, бессоюзие и многосоюзие); 5) характерные черты построения и оформления текстов (тематика, организация текста, выражение модальности высказываний, приветствия и обращения, этикетные формы вежливости, каскады вопросов, сравнение ситуаций, хезитация).

Анализ графических и орфографических особенностей текстов русскоязычных постов и комментариев показал, что письменно фиксированная спонтанная речь зачастую не подвергается обработке, заключающейся в предварительном обдумывании, прочтении после написания и редактировании. Поэтому в созданных коммуникантами текстах наличествуют многочисленные ошибки, которые были подразделены нами на 4 группы: 1) **опечатки**, 2) **орфографические ошибки**, 3) **грамматические ошибки**, 4) **автоисправления**.

Самыми распространенными **опечатками**, выявленными в ходе исследования, являются пропуски буквы или пробела, например: «человку» вместо «человеку» («то что **человку** можно давать список обязанностей...») ⁷ (41,1% случаев) и путаница (смешение) рядом расположенных букв, например: «нсли» вместо «если» («**Нсли** мне нужна помощь – я в силах ее попросить...») (39,9%). Реже встречаются случаи печатания лишней буквы, например: «длчя» вместо «для» («**Для** начала пусть хотя бы купает ребёнка без телефона...») (16,06%), и случаи перестановки букв при печати, например: «жетско» вместо

⁷ Здесь и далее: во всех приводимых примерах сохранено написание оригинала.

«жестко» («Потому что в такие спорные моменты ты не можешь **жестко** с ней говорить и требовать своего...») (2,4%). Все ошибки подобного рода встречаются и в турецкоязычном блоге. Вероятнее всего, эти графические особенности текстов объясняются мелкой сенсорной клавиатурой на планшетах и смартфонах, где зачастую набираются посты и комментарии, а также скоростью общения в интернете.

Мы предполагаем, что наличие опечаток в проанализированных текстах едва ли можно считать специфической чертой именно женского общения в интернет-блогах, так как главным образом они связаны со скоростью общения в интернете.

Второй большой группой ошибок являются **орфографические ошибки**, т. е. неправильное написание слов, допущенное из-за неграмотности или невнимательности автора. Наиболее частотными являются ошибки в слитном, например: «*поздоровью*» вместо «*по здоровью*» («...а **поздоровью** могли бы оба супруга...»), раздельном (вместо слитного), например: «*не легкий*» вместо «*нелегкий*» («*нужь предстоит не легкий*»), и полуслитном (дефисном) написании слов, например: «*тем-более*» вместо «*тем более*» («*И лучшие бабушки никого не будет, тем-более, что она ребенка любит...*») (83,43% случаев), кроме того относительно часто встречаются ошибки в написании, связанные с различием «не/ни» и/или с неверной трактовкой их морфологического статуса, например: «*не для вас не для него*» вместо «*ни для вас, ни для него*» («*Это не для вас не для него- не есть хорошо*») (5,6%), и неправильное написание безударных гласных в разных частях слова: а) в корневой морфеме слова, например: «*выростить*» вместо «*вырастить*» («...жена молодая, успеет и **выростить** и воспитать...»), б) в приставках: «*прибывания*» вместо «*пробывания*» («*Да даже сам факт **прибывания** в таком месте противен...*») (5,37%).

Также нам встретились малочисленные ошибки в написании флексий и суффиксов глаголов, связанные с неверной интерпретацией спряжения глагольной формы, например: «*вырастишь*» вместо «*вырастешь*» («...вот ты **вырастишь** встретишь мальчика...») (1,83%); единичные случаи неправильного написания наречия «*вообще*» и вводного слова «*в общем*», связанное, вероятно, с ошибочной контаминацией этих двух слов, например: «*вобщем*» и «*вообщем*» вместо «*в общем*» («**Вообщем** надо все варианты рассмотреть...») (1,71%), удвоенных согласных в разных частях слова, например, в суффиксах, например: «*уверенна*» вместо «*уверена*» («...**уверенна** что в любом

случае квалифицированная няня лучше...») (1,6%), «и/ы» после «ц» в корне, например: «зацыкленна» вместо «зациклена» («Ему вас мало, нужны другие люди, не **зацыкленна** жизнь человека на семье, живите своей жизнью...») (0,23%) и написание «не причем» вместо «ни причем» («...бабушка тут действительно **не причем**...») (0,23%).

В текстах турецкого блога «Kadinlarklubu» присутствуют только орфографические ошибки, связанные со слитным и раздельным написанием слов. Отсутствие других выявленных нами видов ошибок можно, по нашему мнению, объяснить другими орфографическими нормами турецкого языка, относящегося к иной языковой семье и имеющего иную структуру.

Мы полагаем, что большое количество орфографических ошибок в проанализированных текстах связано в первую очередь со сложностью орфографических правил русского языка, а также со скоростью общения в интернете и не зависит от гендерной принадлежности авторов. Однако также справедливо предполагать, что в женских блогах авторы могут позволить себе допускать орфографические ошибки еще и потому, что в целом сама атмосфера блогов доброжелательна и лояльна к ошибкам.

Среди выявленных нами **грамматических ошибок** чаще всего встречаются: нарушение норм согласования имен прилагательных и причастий с существительными, например: «различной рода» вместо «различного рода» («...его телефон был полон **различной рода** переписки...») (37,66% случаев), нарушение глагольного управления, например: «достижениях» вместо «достижения» («...я говорю не про наличие высших [образований] и **достижениях**») (33,77%) и нарушение связи между подлежащим и сказуемым, например: «известно» вместо «известны» («Последствия химических наркотиков ему же **известно**...») (16,88%). Кроме того встречаются путаница в употреблении числительных мужского и женского рода, например: «с **обоих** сторон» вместо «с **обеих** сторон» («Измен никогда не было **с **обоих** сторон**...») (10,39%) и ошибочное образование превосходной степени наречий, например: «припаршивище» вместо «припаршивейше» («чувствую себя **припаршивище**») (1,3%).

Следует отметить, что в то время как в текстах «Бэбиблога» грамматические ошибки встречаются реже, чем орфографические (875 орфографических ошибок vs. 77 грамматических). В материалах же аналогичного блога «Kadinlarklubu» ошибки подобного рода отсутствуют,

что объясняется вероятно, разлииями грамматик русского и турецкого языков.

Мы предполагаем, что грамматические ошибки также не зависят от гендерной принадлежности авторов, а значит, могут также часто встречаться в мужских интернет-блогах.

В отдельную группу нами были выделены **автоисправления словаря электронного устройства**, когда встроенный в смартфон, планшет или компьютер словарь автоматически редактирует текст, исправляя не записанные в его памяти слова. Среди автоисправлений мы выделили собственно автоисправления (включающие случаи неверного подбора автословарем однокоренного слова, слова с омонимичным корнем, например: «*делитель*» вместо «*делитесь*» («*Ни с кем не обсуждайте ваши проблемы и не делитель даже с близкими...*»), слова со схожей начальной частью, но не соответствующие контексту по семантике, например: «*присягу*» вместо «*присядь*» («*...то это съешь, с это наоборот не ешь и то не пей, сюда не ходит, там не присягу и пр....*») и др.), составившие 48,36% от общего числа случаев автокоррекции, а также исправления в написании глаголов на «*-тся/-ться*», например: «*избавится*» вместо «*избавиться*» («*Я же именно поскорее избавится и хотела...*») (51,64%). Характерно, что при проведении анализа текстов «Kadinlarklubu» были выявлены единичные случаи ошибок, связанных с автозаменой. Мы предполагаем, что нерепрезентативность автозамен в постах турецкого женского блога связана с тем, что участницы блога часто отключают функцию автозамены.

Так как автозамены в первую очередь зависят от электронного устройства, они не могут иметь гендерной маркировки и будут встречаться в других нередрактируемых авторами интернет-текстах независимо от пола автора и тематики общения.

В следующем параграфе мы проанализировали и описали ошибки, классифицированные нами как специально сделанные авторами, в первую очередь для передачи эмоций: намеренное искажение графического облика слова, особенности графики и пунктуации и использование эмодиконов.

Среди случаев **намеренного искажения графического облика слова** для передачи дополнительной эмоциональной окраски чаще всего встречается передача экспрессии посредством использования заглавных букв вместо строчных, например: «*ВАША*» и «*ВАМ*» вместо «*ваша*» и «*вам*» («*...в первую очередь что ВАША карта может*

и **ВАМ** пригодится...») (63,58%), а также графическая передача «удлинения» гласных, например: «*ооочень*» вместо «очень» («*Первый год был ооочень сложным для нас...*»), «усиления» и «удлинения» согласных, например: «*любофььь*» или «*любофффф*» вместо «любовь» («...у нее *любофььь* новая семья»; «*Вот как – такая любофффф...*») (36,42%). Все типы примеров, встретившиеся нам в русском материале, присутствуют и в турецком блоге, что, на наш взгляд, объясняется важностью экспрессивности для женских блогов.

Мы предполагаем, что рассмотренные способы передачи экспрессии более характерны для женской речи в интернет-общении, чем для общения мужчин в рамках интернет-блогов.

Отдельно нами была отмечена передача фонетической редукции на письме в словах, например: «*здрасте*» вместо «*здравствуйте*» («...сводите общение к дежурным «*Здрасьте/досвиданье*»»), список которых представляется ограниченным, хотя и не закрытым окончательно. Нами было зафиксировано 129 случаев письменной передачи редукции слов. В турецкоязычных блогах также встречаются подобные случаи, наличие которых в русском и турецком первую очередь объясняется принципом лингвистической экономии. Кроме того подобные редуцированные написания позволяют авторам постов и комментариев интимизировать виртуальное общение и придать ему доверительный непринужденный характер среди «своих».

Описанная фонетическая редукция слов характерна для общения в интернет-сфере и объясняется принципом лингвистической экономии. Поэтому мы предполагаем, что она не является специфической чертой исключительно женской речи, а будет универсальной для обоих гендеров.

Для передачи иронии и сарказма может использоваться неправильное написание слова, например: «*принци*» («*Ну **принца** вы обретете на белом коне, они очень любят появляться после развода сразу...*»), передающее его ненормативное произнесение. Нам встретилось 6 подобных случаев в русском материале и один в текстах турецкоязычного блога, что свидетельствует об определенной специфичности приема, с одной стороны, но принципиальной возможности его использования – с другой.

Ирония и сарказм присущи речи людей вне зависимости от гендерной принадлежности, однако требуются дополнительные исследования для того, чтобы понять, какие именно способы передачи иронии

и сарказма используются мужчинами в интернет-блогах и совпадают ли они с выявленными нами в настоящем исследовании.

Особую роль в создании дополнительных смыслов и эмоционального настроения коммуникантов играют **знаки препинания**, которые в виртуальном общении участвуют в создании дополнительной смысловой нагрузки текста, причем их наличие и количество соответствует силе эмоций. Пользователи русскоязычных блогов нередко прибегают к некорректному использованию знаков препинания или даже полному отсутствию точек и запятых, которое можно объяснить сложностью и неоднозначностью трактовки многих правил пунктуации русского языка или даже игнорированием этих правил при неформальном общении в целях экономии времени и сил. Исследование показало, что стилистическая нагруженность различных знаков препинания неодинакова.

Характерной чертой анализируемой блогосферы является активное употребление коммуникантами многоточия, например: «*В комнатах в которых мы живем красота, уют и тепло, но все остальное.....*» (85,26% случаев), редуцированных восклицательных, например: «*...бросай его !!!!! беги !!!!!!*» (10,66%), и вопросительных знаков, например: «*Круто он устроился... а с какого перепуга ваша карта у него?????*» (4,08%). Многоточие используется для выражения недосказанности, передачи паузы или замены других знаков препинания (в первую очередь, точки и запятой). Восклицательные и вопросительные знаки активно редуцируются, что характеризует любой акт интернет-общения и свидетельствует о повышенной экспрессивности женской речи. Выявленные в русскоязычных текстах случаи подтверждают стереотип о повышенной экспрессивности женской речи, что является характерным и для аналогичных текстов на турецком языке.

Среди выявленных нами особенностей пунктуации следует назвать и использование участниками блогов скобок, которые в интернет-общении выступают в качестве средства введения дополнительной информации при создании смайлов, или эмотиконов. Анализ использования эмотиконов в текстах «Бэбиблога» показал, что смайлы с правыми скобками, передающие положительные эмоции, например: «*Ты издеваешься?))))*», преобладают над смайлами с левыми скобками, например: «*Очень сочувствую...((*», свидетельствующими о негативных эмоциях пользователей (371 случай vs. 82). При этом в подавляющем большинстве случаев используются частичные смайлы,

состоящие из одного или двух знаков, например: «*Оказалось, что его мамаша тоже считает, что мы должны сами съехать:*» (92,05% случаев), для экономии усилий и времени. В турецком материале также активно используются смайлы, как с правыми, так и с левыми скобками, в основном состоящие из 2 элементов.

Описанные нами случаи некорректного и гиперкорректного использования знаков препинания, а также использования эмодиконов подтверждают стереотип о повышенной эмоциональности речи женщин.

Так как письменная коммуникация лишена паралингвистических средств устной речи, авторы постов и комментариев используют различные графические средства для передачи дополнительной эмоциональности и экспрессивности. Некоторые из них (например, использование графических способов передачи «удлинения» и «усиления» звуков; использование заглавных букв; активное использование знаков препинания с возможной их редупликацией) можно, думается, считать более характерными для женской речи, другие (использование эмодиконов, передача фонетической редукции) предположительно присущи интернет-общению независимо от их гендерной принадлежности коммуникантов, тогда как для третьих (способы выражения иронии и сарказма) необходимы дополнительные исследования, которые позволят сделать выводы об общности или специфичности определенных черт мужской и женской речи в блогосфере.

Далее в исследовании приводятся результаты анализа особенностей анализируемой блогосферы на лексическом уровне языка. В текстах «Бэбиблога» нами были проанализированы заимствованные слова, слова, связанные с рождением и называнием детей, аббревиатуры и сокращения, экспрессивно-оценочная лексика, неологизмы, а также метафоры, сравнения и фразеологизмы.

В первую очередь нами были отмечены **заимствованные слова**, среди которых чаще всего встречаются заимствованные существительные: а) обозначающие реалии, зафиксированные в словарях, например: «геймер» от англ. *gamer* («*Как бывший геймер заявляю – все не просто так, раз такая реакция...*»), и не зафиксированные в словарях, например: «биг босс» от англ. *big boss* («*Ну и будет он вашим детям это вещать всю жизнь, что они не ту профессию выбрали, что нужно быть банкирами, биг боссами, топ менеджерами, а ина-*

че будут они неудачниками...») (66,21%); б) обозначающие действия, события, признак, состояние и т.п.; зафиксированные в словарях, например: «*флуд*» от англ. *flood* («*Во флуд развели в чужом постеле*»)), и не зафиксированные в словарях, например: «*антидопинг*» от англ. *anti-doping* («*а вопрос надо ставить ребром и регулярно проверять анализ на антидопинг-можно купить в аптеке*») (17,80%).

Кроме того, нам встретились заимствованные глаголы; зафиксированные в словарях, например: «*гуглить*» от англ. *Google* (название сайта, осуществляющего поиск по сети) («*Текст закона в свободном доступе, погуглите правила принятия на службу в органы...*») и не зафиксированные в словарях, например: «*хакнуть*» от англ. *to hack* («*Перед этим от её лица написать что мол её старый профайл хакнули и мол теперь так...*») (11,87%), междометные слова, зафиксированные в словарях: «*ахтунг*» от нем. *Achtung* («*а если спайс - то это а тунг...*») и не зафиксированные в словарях, например: «*сорри*» от англ. *sorry* («*Автор поста, сорри за флуд...*») (2,47%), прилагательные, зафиксированные в словарях «*мажорный*» («*Если уверены, что настроение останется мажорным - идите.*») и не зафиксированные, например: «*бритиши*» («*у дочки бритиши паспорт*») (0,91%), и одно наречие, зафиксированное в словарях: «*гламурно*» («*все наращу и буду вглядеть гламурно*») (0,46%).

В турецком материале нам встретились только заимствованные имена существительные, не зафиксированные в словарях. Это дает нам основание предположить, что в целом заимствованные слова, активно входят в повседневную жизнь и закрепляются в разных языках, адаптируясь к грамматическому строю национального языка и получая в нем полную парадигму.

Результаты анализа подтвердили положение о том, что активное использование заимствований из иностранных языков в целом характерно для языка интернета и не зависит от гендерной принадлежности пишущего.

Нам также встретились слова, связанные с рождением детей, например: «*биопапаша*» («*Про биопапашу даже не спрашивайте - считайте, что ветром надуло...*») (16,20%), и называющие детей, то есть синонимы слова «*ребенок*», например: «*грудничок*» («*Можно и правда усыновить совсем ещё грудничка из роддома...*»), «*кроха*» («*Сейчас у меня дочка кроха, и ей очень нравится помогать маме...*») (83,80%) и др.

В турецком материале нам встретились синонимы слова «ребенок», что позволяет с большой степенью уверенности говорить о том, что совпадение тем, обсуждаемых женщинами на специализированных женских сайтах, частично определяет лексические особенности текстов.

Мы предполагаем, что активное использование лексики, связанной с рождением и называнием детей, с одной стороны, является гендерно-обусловленным, т. е. характерно именно для женской речи, с другой стороны, связано со спецификой конкретного блога и обсуждаемых в нем тем.

Анализ используемых **аббревиатур и сокращений** показал, что чаще всего используются широко известные в языке аббревиатуры, например: «УЗИ» – ультразвуковое исследование («По УЗИ отследили овуляцию и поехала к нему...») (36,52% случаев), а также аббревиатуры и сокращения, характерные для «женских» сайтов, например: «ББ» – “Бэбиблог” («...тут на **ББ** кстати немало «таких»...») (27,12%), и сокращения, принятые в сети интернет, например: «ИМХО», «имхо», заимствованное из англ. *in my humble opinion* («Изначально неправильная позиция **имхо**, что Вы ему отдаете карту и деньги....») (21,21%). Кроме того, нам встретились графические сокращения слов ради экономии времени, например: «кв» – “квартира” («Чувствую, скоро по моей **кв** будет топтать новая хозяйка...») (10,30%), а также написания слов, содержащих цифры, например: «2комнатную» и «4комнатную» («Хотят продать **2комнатную** квартиру, добавить мат. капитал и купить **4комнатную**, но без согласия мужа продать не могут...»), «Отстаивайте свое право распоряжаться деньгами, тем более вы на **2-х работах**, и карта ваша должна быть у вас...») (4,85%).

Все выявленные приемы аббревиации и сокращения слов характерны и для турецкого материала, кроме написания слов, в морфемную структуру которых входят цифры. Наличие аббревиатур и сокращений в текстах русского и турецкого блогов подтверждает принцип лингвистической экономии усилий.

Рассмотренные нами случаи аббревиации и сокращений не являются гендерно специфическими, за исключением случаев, характерных именно для «женских» блогов.

В ходе исследования также были выделены группы **экспрессивно-оценочной лексики**, используемой коммуницирующими в рамках «Бэбиблога» женщинами. Чаще всего используются междометия, на-

пример: «мда» («**Мда...** Эгоист...») (46,77% случаев), а также слова с отрицательной коннотацией, например: «**халява**» (груб.) («**На халяву себе жильё собрался сделать!**») (19,48%). Реже встречаются слова с компонентом 'высокая степень признака', например: «**жутко**» («**Ремонты сейчас жутко дорогие(...)**») (13,87%), уменьшительно-ласкательные формы, например: «**кафешку**» («...или просто гулять или на шашлык вдвоем пивко попить (у нас лес рядом), в **кафешку** посидеть и т. д.») (11,4%), и слова с положительной коннотацией, например: «**красавица**»/«**красотка**» («...да и она **красотка** на самом деле во всех отношениях...») (8,48). В турецком материале встречаются все подгруппы эмоционально-оценочной лексики, отмеченной в материалах русскоязычного женского блога. Использование слов этой группы служит достижению высокого уровня экспрессии и подтверждает наличие признаков устной речи в текстах постов и комментариев, что свидетельствует о возникновении на просторах глобальной сети нового устно-письменного языка.

В турецком материале встречаются все выделенные нами группы эмоционально оценочной лексики. Кроме того, эта группа является самой большой из всех выделенных нами групп (2 228 случаев, 63,12% от общего числа выделенных нами случаев особенного использования лексических единиц), что подтверждает наше предположение о важности эмоционального компонента общения в женских блогах.

Мы предполагаем, что часть выделенных нами групп слов характерна скорее для женского общения (например, использование слов с компонентом 'высокая степень признака', междометий и уменьшительно-ласкательных форм), часть является общей для женщин и мужчин (например, использование слов с положительной коннотацией), тогда как часть скорее присуща речи мужчин (например, использование слов с отрицательной коннотацией), однако, на наш взгляд, необходимы дополнительные исследования по сопоставлению мужской и женской речи в блогосфере.

Отметим также использование **неологизмов** авторами постов и комментариев «Бэбиблога», встретившееся нам 36 раз (1,02% от общего числа выделенных нами случаев особенного использования лексических единиц). Мы обнаружили новообразованные существительные, например: «**вешалка**» в значении 'плохое положение дел, безвыходная ситуация' («**И вот знаете, придирки к мальчишкам - это первая проблема, а вторая, кмк, это любовь Игоря к порядку... вот**

если чистой начнет мозг выносить - это **вешалки**((((...)), и глаголы, например: «**танковать**» в значении 'играть в компьютерную игру с танками' («*Мой тоже танкует, но девок я там не видела...*»), часть которых уже зафиксирована в словарях. Кроме того, отметим индивидуально-авторские неологизмы, созданные путем слитного написания слов, составляющих целое высказывание, например: «...у нас либо **«мыжеродители»** (читай **«божекакаяхочуспать!**»), либо всё в ажуре...». В проанализированных турецких текстах также встретилось несколько неологизмов. Малочисленность этой группы лексики свидетельствует о ее специфичности, однако наличие неологизмов добавляет текстам новизну и эмоциональность.

Кроме того, нами были проанализированы **изобразительно-выразительные средства языка**, среди которых чаще всего встречаются метафоры, например: «**золотая свекровь**» («*Свекровь у меня **золотая** - отношения взаимные.*») (50,35% случаев), и фразеологизмы, например: «**сесть на голову**» («...а то и так давно **на голову сели**...») (34,75%). Реже используются пословицы, например: «**Вода камень точит**. Объясняйте постоянно и с бабушкой и без нее...», поговорки, например: «**Ваши слова, да Богу в уши**»)))) *Спасибо интересно узнать точку зрения мужчины...*», и крылатые выражения, например: «**Аппетит приходит во время еды**.» (6,74%), сравнения, например: «**как клоун**» («*Вашему, что мы, **как клоуны**, их развлекаем?*») (3,9%), и цитаты (из литературных произведений), например: «*Еще раз такое услышите сразу же говорите прямо в присутствии детей, мол не обращай внимания Леша/Тима, дядя Игорь видимо сегодня головой ударился или его **петух в темя клюнул**...*» (4,26%).

В турецком материале присутствуют все выделенные группы, кроме цитат, что дает основание предположить важность образной лексики для пользователей женских блогов в связи с передачей дополнительной эмоциональной нагрузки.

Отмеченные нами случаи, думается, являются “гендерно нейтральными”, поскольку их трудно признать специфически присущими женской речи.

В следующем параграфе представлен анализ **особенностей использования синтаксических средств** в текстах постов и комментариев женского блога. В первую очередь мы проанализировали частотность использования авторами постов и комментариев разных типов предложений: простых, осложненных и сложных, а также полных и

неполных. Среди простых предложений нам встретились нечленимые предложения, односоставные (включая определенно-личные, неопределенно-личные, обобщенно-личные, безличные, инфинитивные и номинативные) и двусоставные, как распространенные, так и нераспространенные. Односоставные: определенно-личные, например: «*Идите смело...*», неопределенно-личные, например: «*Внизу уже много советовали...*», обобщенно-личные, например: «*Со своим уставом в чужой монастырь не ходят.*», безличные, например: «*... уже не тесно...*», инфинитивные, например: «*молчать!*», номинативные, например: «*Разговоры, вопросы-ответы, хоть какая-то связь...*»; и двусоставные предложения: нераспространенные, например: «*Вы справитесь!*»), и распространенные, например: «*А он точно не болен?*», встречаются одинаково часто (49,08% и 47,75% соответственно), тогда как нечленимые предложения используются редко, например: («*ужас!*») (3,17%). Среди сложных предложений встречаются бессоюзные, например: («*Не работаю много, очень много лет, сначала дети, потом тяжело больные мои родители...*») (20,65%), сложносочиненные, например: «*Мама с ним еще долго жила и мы все тепло общались...*» (12,78%), сложноподчиненные с разными видами придаточные предложений (подлежащими, например: «*А тот, кто сам привык решать, так он с Вами советоваться будет мало*», «*кто первый увидел тот и оплатил.*»; сказуемыми, например: «*Мужчина такой, какой он есть*»; дополнительными, например: «*свекровь не виновата в том, что дочка вас забывает, в этом виноваты только вы.*»; определительными, например: «*Ваш супруг должен видеть перед собой не погрязшую в проблемах неудачницу, а успешную энергичную девушку, которая знает себе цену и нравится мужчинам.*»; и обстоятельственными, например: «*это было сказано мне наедине, и мы поспорили, ибо я тоже защищаю своих детей, как любая мать.*») (28,93%), а также многокомпонентные, например: «*При разводе с БЖ муж купил ей и 2 детям квартиру двухкомнатную, еще она забрала их совместное авто, муж остался ни с чем, но суть не в этом...*» (37,64%).

Как показал анализ, в женских блогах используются все типы выделяемых предложений, кроме вокативных, при этом сложные предложения используются чаще простых и осложненных, например: «*Муж, к счастью, на моей стороне и всячески меня поддерживает.*» (47,4% vs. 37,64% и 12,78% соответственно), а среди сложных чаще

всего встречаются многокомпонентные. Полученные нами результаты подтверждают характерность сложного синтаксиса для женской речи. В турецких текстах также встречаются все типы простых сложных и осложненных предложений, что позволяет нам предположить, что разнообразие используемых предложений в целом характерно для речи женщин в рамках интернет-блогов вне зависимости от языка общения.

В текстах постов и комментариев также встречаются неполные предложения, в которых отсутствуют структурно необходимые члены предложения, как простые, например: «*Лисала пост про отца*», так и в составе сложных, например: «*А вот когда детки уже выпускники, а вам под сорок...*». Неполные предложения характерны для устной речи, так как позволяют сэкономить речевые усилия. Кроме того, в неполных предложениях легко выделяется коммуникативный центр высказывания.

Также нами были проанализированы разные виды **вводных конструкций**, среди которых чаще используются вводные слова, например: «*Если по метрам считать, то конечно дети в минусе...*» (48,11%), и вставные компоненты, например: «*Или мы не правы (я на стороне мужа)?*» (42,45%), тогда как присоединительные, например: «*Тут же по всей видимости 50-ти летний мужчина здоров и бодр, даже спермограмма супер, он легко и 80 лет проживёт.*» гораздо менее популярны (9,44%). Среди вводных компонентов нам встретились вводные слова, например: «*У Вас очень толковый муж и хороший папа, очевидно...*», вводные словосочетания, например: «*Скорее всего эта тема отойдет на второй план в процессе совместного проживания...*», и вводные предложения, например: «*Думаю вы полностью правы...*». В турецком материале мы также нашли примеры использования разных вводных конструкций, которые передают степень уверенности говорящего и дополнительную информацию.

Помимо типов предложений и вводных конструкций, мы также обратили внимание на **стилистические синтаксические средства**, среди которых чаще всего встречаются парцелляция, например: «*Ну а я у вас спрашиваю)) Как у женщин))*» (30,09%), и инверсия, например: «*Внимательно пост прочитайте...*» (24,45%). Кроме того относительно часто используются обрывы, например: «*Я к сожалению не разбираюсь в этом, но скорее всего...*» (19,75%), эллипсис, например: «*Тут только профессиональное лечение плюс психолога ему...*» (14,11%), амплификация, например: «*...семья нужна для продолжения*

рода, для детей...» (8,46%), и повторы, например: «*Попробывал раз – попробует еще и еще*» (3,14%). Все перечисленные стилистические синтаксические средства используются авторами для усиления эмоциональности и передачи дополнительной экспрессии, что в целом подтверждает выводы написанных ранее работ по женской речи.

Мы предполагаем, что большая часть выявленных синтаксических конструкций и стилистических синтаксических средств, включая сложный синтаксис, большое количество вводных конструкций, различные способы передачи дополнительной экспрессии, характерна именно для женского общения. Однако принцип экономии речевых усилий и использование вводных конструкций для уточнения мысли и введения дополнительной информации может быть присущ не только женской, но и мужской речи в интернет-блогах, и это предположение нуждается в дополнительном исследовании.

Все проанализированные нами стилистические синтаксические средства встречаются в турецкоязычном материале, где также служат для передачи высокого уровня эмоциональности.

В ходе анализа мы также обратили внимание на встречающиеся случаи **бессоюзия**, например: «*...при разводе сейчас нам с детьми осталась большая квартира, доли не выделены, одиночный собственник...*», и **многосоюзия**, например: «*Или будь взрослым мужчиной (со всеми вытекающими обязанностями), или оставайся маленьким мальчиком...*», которые позволяют передавать темп речи и усиливать выразительность. Как асиндетон, так и полисиндетон используются и авторами турецких постов и комментариев, что позволяет нам предполагать, что бессоюзие и многосоюзие являются характерными синтаксическими средствами передачи дополнительной экспрессии.

В исследовании особое место занимает **анализ характерных черт построения и оформления текстов** участницами «Бэбиблога», показавший многоплановость поднимаемых авторами блогов проблем и разнообразие способов их решения. Среди наиболее популярных для обсуждения тем являются взаимоотношения с партнерами, близкими родственниками и детьми (74%). Коммуникативная цель авторов постов заключается в изложении сути проблемы и просьбе о помощи в ее решении. При этом последовательность может меняться («изложение ситуации – просьба о помощи», например: «*Пишу в этот раздел так как это все таки и есть отношение мужа и тещи.... вот только мужа не моего, а маминого ... соответственно с моей бабуш-*

кой...<...> Посоветовала бабушке просто меньше с ним общаться. Но мне кажется это не выход(печаль!!!); «просьба о помощи – изложение ситуации», например: «*Девочки помогите советом! Через месяц вечер встреч выпускников, я очень хочу пойти, встретиться с одноклассниками и учителем, но есть одно огромное НО...*»; «просьба о помощи – изложение ситуации – повторная просьба о помощи», например: «*Девочки пишу с левого дневника, очень надеюсь на ваш дельный совет. Опишу свою ситуацию <...> Есть несколько вариантов решения, какой лучше?»*, однако чаще всего встречаются посты, в которых авторы сначала излагают ситуацию и после этого просят совета (36%). Также относительно часто участницы просят совета имплицитно (32%). Участницы турецкоязычного блога поднимают похожие темы, преследуют схожие коммуникативные цели и так же стараются их достичь.

Большая часть постов и комментариев имеет собственную модальность, которая транслирует систему ценностей, принятую в сообществе молодых женщин, имеющих незрелых детей, и включает в себя оценку по шкале «хорошо – нейтрально – плохо» и эксплицитное или скрытое согласие или несогласие с позицией автора поста. При этом нередко пользователи выражают различные эмоции, свою поддержку и дают советы, например: «*Сочувствую вам, держитесь!*», «*Да уж это страшно ((терпения вам и сил!*)» (в 11,39% от общего числа комментариев). Текстам комментариев турецкого женского блога также присущи определенная оценка постов, согласие или несогласие с позицией автора и других комментаторов, например: «*Ваш муж прав. Не каждый мужчина купит бж и детям квартиру...*», «*...плюсуюсь к вашему комменту...*». Участницы турецкоязычного блога тоже выражают различные эмоции, поддержку и дают советы, например: «*Поставьте их на место!*», что позволяет нам предположить, что разнообразное выражение заинтересованности в беседе является ключевым свойством анализируемого типа коммуникации.

В части постов используются обращения и приветствия: в 22% постов используется обращение «*девочки*», например: «*Девочки, я за советом...*», в 10% постов встречаются обезличенные приветствия, например: «*Добрый день*». 68% постов не содержат в себе обращения и приветствия, например: «*Мне здесь всегда помогают трезво взглянуть на ситуацию...*». В комментариях также редко встречаются приветствия, например: «*Привет. Свет, напиши адрес почтовый мне*

в личку...» (в 0,07% случаев), и обращения (4,24%). В качестве обращений чаще всего используется слово «автор», например: «*Автор, а сколько у вас детей в реальности?*» (73,63%), также используются личные имена, например: «*Дорогая Кристина, не берите близко к сердцу этот бред...*» (26,37%). В турецком материале также используются обращения и приветствия в начале постов и комментариев, при этом чаще всего вместе (и обращение и приветствие одновременно). При этом часто в качестве обращений используются не реальные имена, как в русском материале, а никнеймы.

Использование приветствий и обращений в русскоязычных и турецкоязычных текстах является этикетным и свидетельствует о вежливости, принятой при общении в рамках женских блогов. Использование обращений свидетельствует о стремлении к точной адресации и интимизации общения. Отметим, что на наш взгляд использование разных форм имен подчеркивает дружественную атмосферу общения в «Бэбиблоге» и близкие отношения между коммуникантами.

Отдельно в работе рассматривается использование местоимений второго лица единственного и множественного числа. В русскоязычном материале в подавляющем большинстве случаев для обращения к единичному собеседнику используется местоимение множественного числа «Вы/вы», например: «*Что имела в виду свекровь когда сказала что **Вы** все деньги спустили?*» (93,87%), что свидетельствует об отсутствии упрощения коммуникации в сторону «ты-общения», например: «*Волнует исчо **тебя** он.*» (6,13%). При этом пользовательницы турецкого блога употребляют местоимение второго лица единственного числа «sen» и множественного числа «siz» примерно одинаково часто. Мы предполагаем, что это связано с культурными особенностями: турчанки, делясь с другими участницами блога своими проблемами и мыслями, воспринимают своих собеседников более близко, чем русские.

В работе также обращается внимание на использование этикетных форм вежливости, например: «*Спасибо, что Вы есть, правда, морально легче))) И Вам везения))))*», одобрения, например: «*Вы молодец!!! читала все ваши посты... Молодец! дальше так же держитесь..*», и высказывание пожеланий, например: «*Удачи Вам в новой жизни*» в русскоязычном и турецкоязычном материале. Подобные высказывания выполняют этикетную и фатическую функции, их наличие свидетельствует о важности вежливости и установления контакта при взаимодействии в женских блогах вне зависимости от языка общения.

В комментариях к постам в «Бэбиблоге» часто встречается использование каскадов вопросов для уточнения ситуации, например: «*А вдруг с другим получится? Ну бывает же такое?!? В конце концов – он не молод. ВПШ единственный мужчина? Может еще случится чудо...*», а также сравнение описываемой в посте ситуации с известной комментатору, например, с случаями из своей жизни, например: «*...у нас в семье я такая... сколько я уже кастрюль пережгла не считать...*», и из жизни родственников и знакомых, например, «*У меня есть такая семья знакомая!*». Подобные тенденции характерны и для турецкоязычного блога. На наш взгляд, использование ряда вопросов и приведение примеров из жизни свидетельствует о равнодушном отношении авторов комментариев, желании лучше понять собеседника, помочь и поддержать.

Последней из отмеченных характерных черт оформления текстов рассматривается хезитация, т. е. слова и словосочетания, выражающие неуверенность автора в выражаемой позиции, например: «*Ну может тогда это какое-то временное помутнение рассудка...*». Хезитация встречается как в русских, так и в турецких проанализированных текстах, что, на наш взгляд, свидетельствует о тенденции женщин высказывать свое мнение осторожно и некатегорично при общении в женских блогах.

Проанализировав все вышеуказанные характерные черты письменной речи в женской интернет-коммуникации, мы определили следующие потенциальные причины их наличия: 1) желание передать дополнительную экспрессивность и субъективность, включая эмоциональность, иронию, сарказм, а также демонстрацию вовлеченности в обсуждение, смягчение сказанного и избегание лишней категоричности; 2) приближение письменного интернет-языка к устной речи; 3) стремление к лингвистической экономии; 4) скорость общения в интернете; 5) желание передать на письме смысловую информацию, которая при устном общении передается фонационными паралингвистическими средствами (паузацией, громкостью, интонацией и под.).

В результате проведенного анализа текстов русскоязычного женского интернет-блога на фоне аналогичного турецкого материала были сформулированы следующие выводы:

1. для женского языка, использующегося при общении в интернет-блогах, присущи черты «устно-письменной» речи, которая активно используется в интернет-коммуникации в целом;

2. при общении женщин в рамках женских интернет-блогов часто используется принцип лингвистической экономии, который проявляется на всех уровнях языка;

3. женская интернет-коммуникация в рамках женских блогов имеет черты, которые в целом присущи речи женщин, а именно – повышенную эмоциональность, модальность, синтаксическую сложность и субъективность;

4. подавляющее большинство выявленных характерных черт женской письменной речи в русской интернет-коммуникации не является специфичным для общения исключительно на русском языке, и характерно также для аналогичного турецкого материала;

5. для носителей турецкого языка в текстах русскоязычных женских интернет-блогов наиболее сложны для понимания случаи автоисправлений, передача фонетической редукции на письме, передача специфического произнесения, различные лексические единицы, не зафиксированные в словарях, ненормативная лексика, а также фразеологизмы и цитаты.

Кроме того на основе проведенного анализа был сделан вывод о том, что, с одной стороны, коммуникация в рамках женских русского и турецкого блогов имеет схожие черты, обусловленные самим характером коммуникации в условиях виртуального пространства, а с другой стороны, русская и турецкая блогосферы имеют ряд отличий, обусловленных структурой и нормами этих языков.

Также отметим, что все выявленные нами особенности общения на уровне текста не являются гендерно маркированными, на наш взгляд, и могут быть присущи не только женскому языку, но и мужскому. Однако для формулирования окончательных выводов требуются дальнейшие исследования.

В Заключении подводятся итоги исследования, формулируются наиболее важные выводы и намечаются перспективы дальнейшего изучения гендерно маркированных характерных черт письменной и устной речи в разных формах интернет-коммуникации.

В Приложении приводятся найденные в текстах проанализированных постов и комментариев интернет-блога «Бэбиблог» случаи особенностей использования лексических средств.

Основные результаты диссертации изложены в следующих публикациях:

I. Научные статьи в изданиях, рекомендованных для защиты в диссертационном совете МГУ имени М. В. Ломоносова

1. *Йылмаз Мехтан*. «Привет, Машенька»: особенности использования обращений женской речи в блогосфере // Журнал Мир науки, культуры, образования. 2018. № 1 (68). С. 402–403.

2. *Йылмаз Мехтан*. Экспрессивно-оценочная лексика в женской речи в русской блогосфере (на фоне турецкой блогосферы) // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2018. № 4 (82). С. 363–367.

II. Научные статьи в изданиях, рекомендованных ВАК

3. *Йылмаз Мехтан*. Особенности орфографии женской речи в блогосфере // Международный научно-исследовательский журнал «Успехи современной науки и образования». 2016. Т. 4. № 6. С. 61–64.

4. *Йылмаз Мехтан*. Женский блог для женщин: особенности общения // European social science journal. 2014. № 12 (51). С. 215–220.

III. Научные статьи в научных сборниках и материалах научных конференций

5. *Йылмаз Мехтан*. Особенности гиперкорректного использования знаков препинания языка женщинами в русской и турецкой блогосферах // Сборник статей «I Международный конгресс преподавателей и руководителей подготовительных факультетов Российский университет дружбы народов.» М.: РУДН, 2017. С. 341–344.

6. *Йылмаз Мехтан*. Почему сложно понимать блоги русского языка? // Сборник научных трудов по материалам I Международной научно-практической конференции «Литературоведение, лингвистика и межкультурная коммуникация: актуальные вопросы теории и практики. Екатеринбург, 2017. С. 14–18.

7. *Йылмаз Мехтан*. Использование деминутивов в русской блогосфере // II Всероссийская заочная научная конференция «Литературоведение, лингвистика и коммуникативистика: направления и тенденции современных исследований». Уфа, 2018. С. 133–134.

8. *Йылмаз Мехтан*. Ты или вы? – использование местоимений в русской женской блогосфере (на фоне турецкой) // III международная научно-практическая конференция «Достижения вузовской науки: от теории к практике». Новосибирск, 2018.

Отпечатано с готового оригинал-макета

Подписано в печать 07.11. 2018 г.
Формат 60x90 1/16. Усл.печ.л. 1,75. Тираж 100 экз. Заказ 259.

Издательство ООО “МАКС Пресс”
Лицензия ИД N 00510 от 01.12.99 г.
119992, ГСП-2, Москва, Ленинские горы, МГУ имени М.В. Ломоносова,
2-й учебный корпус, 527 к.
Тел. 8(495)939-3890/93. Тел./Факс 8(495)939-3891.