

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Южно-Уральский государственный университет»
(национальный исследовательский университет)
Институт лингвистики и международных коммуникаций
Кафедра «Русский язык как иностранный»

РАБОТА ПРОВЕРЕНА

Рецензент, канд. филол. н.,
доц. кафедры иностранных языков
ФВУНЦ ВВС «ВВА» г. Челябинск

_____ Исаева Л.Р.
_____ 2018 г.

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ

Заведующий кафедрой
«Русский язык как
иностранннй»

_____ Е.В. Харченко
_____ 2018 г.

**ЯЗЫКОВЫЕ И ГРАФИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ
ВИРТУАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ
(НА ПРИМЕРЕ КИТАЙСКОГО ВИРТУАЛЬНОГО ДИСКУРСА)**

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА
ЮУрГУ–45.04.01.2018-187. ВКР

Руководитель проекта, канд. филол. наук
доцент кафедры «Русский язык как
иностранннй»

_____ Е.П. Маренина
_____ 2018 г.

Автор, студент группы ЛМ-261

_____ Чжан Вань
_____ 2018 г.

Нормоконтролер, ст. лаборант

_____ Ю.В.Сорокина
_____ 2018 г.

Работа защищена с оценкой

_____ 2018 г.

Челябинск 2018

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Южно-Уральский государственный университет»
(национальный исследовательский университет)
Институт лингвистики и международных коммуникаций
Кафедра «Русский язык как иностранный»
Специальность 45.04.01 «Филология»

УТВЕРЖДАЮ:
Зав. кафедрой «Русский язык
как иностранный», проф., д.ф.н.
_____ Е.В. Харченко
« ____ » _____ 2018 г.

ЗАДАНИЕ

на выпускную квалификационную работу студента

Чжан Вань

группа ЛМ-261

1. Тема работы: «Языковые и графические аспекты виртуальной коммуникации (на примере китайского виртуального дискурса)».
2. Срок сдачи студентом законченной работы: май 2018 г.
3. Перечень вопросов, подлежащих разработке:
 - 1) проанализировать понятия «дискурс», «виртуальный дискурс», «креолизованный текст»;
 - 2) рассмотреть интернет-ресурсы в Китае
 - 3) сопоставить интернет-ресурсы в Китае и России;
 - 4) проанализировать графические особенности виртуального дискурса;
 - 5) проанализировать языковые особенности виртуального дискурса.

АННОТАЦИЯ

Чжан Вань

Языковые и графические аспекты виртуальной коммуникации (на примере китайского виртуального дискурса).

Челябинск: ЮУрГУ, ЛМ-261, 2018 г.,

56 с., библиогр. список 53 наим.

Выпускная квалификационная работа выполнена с целью проанализировать особенности виртуальной коммуникации в Китае и России. В работе рассмотрены теоретические вопросы, связанные с характеристикой понятия «дискурс», «виртуальный дискурс», «креолизованный текст»; сделан обзор научных и методических работ, выявлена специфика виртуального дискурса, проанализированы графические и языковые аспекты интернет-коммуникации. Автор обращает особое внимание на развитие интернет-приложений для общения людей в Китае, систематизирует графические и языковые способы передачи информации. Подробный разбор примеров позволяет увидеть специфику китайского виртуального дискурса, который рассматривается в работе через сопоставление с русским интернет-дискурсом.

ОГЛАВЛЕНИЕ

| | |
|--|----|
| ВВЕДЕНИЕ | 5 |
| ГЛАВА 1. ОСОБЕННОСТИ ВИРТУАЛЬНОГО ДИСКУРСА | 7 |
| 1.1. Соотношение понятий «дискурс», «виртуальный дискурс», «интернет-дискурс», «виртуальная коммуникация» | 7 |
| 1.2. Виртуальный дискурс и его изучение | 13 |
| 1.3. Специфика китайских интернет-ресурсов | 15 |
| ГЛАВА 2. ГРАФИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ КОММУНИКАЦИИ В ИНТЕРНЕТ-ПРОСТРАНСТВЕ | 19 |
| 2.1. Особенности использования графических средств в виртуальной коммуникации | 19 |
| 2.2. Смайлики и их функции в интернет-общении | 23 |
| ГЛАВА 3. ЯЗЫКОВЫЕ АСПЕКТЫ КОММУНИКАЦИИ В ИНТЕРНЕТ- ПРОСТРАНСТВЕ | 28 |
| 3.1. Специфика сетевого жаргона | 28 |
| 3.2. Основные языковые приемы виртуальной коммуникации..... | 31 |
| 3.3. Взаимодействие языка и графики в виртуальной коммуникации | 35 |
| 3.4. Креолизованный текст и его функции в интернет-общении..... | 41 |
| ЗАКЛЮЧЕНИЕ | 50 |
| СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ | 53 |

ВВЕДЕНИЕ

Распространение Интернета приводит к популяризации виртуального общения, которое позволяет говорить о формировании виртуального дискурса. Виртуальный дискурс включает в себя язык и речевые ситуации, характерные для интернет-пространства. Данное явление широко представлено в сети: это чаты, форумы и другие приложения, созданные не только для обмена информацией, но и для общения людей.

В виртуальном дискурсе активно используются графические средства передачи информации (речь идет о разного вида смайликах, стикерах, картинках и файлах формата gif и jpeg). Эти средства в какой-то степени являются символом интернет-культуры, о чем мы будем говорить подробно в данной работе.

Кроме того усовершенствование графических элементов свидетельствует об изменении и самого виртуального дискурса. Все чаще встречается креолизированный текст, соединяющий языковые и графические средства. Именно поэтому мы говорим о важности исследования виртуального дискурса в настоящее время.

Актуальность темы определяется, во-первых, стремительным развитием виртуальной коммуникации, фиксирующей состояние языка в данный момент времени, во-вторых, различием языковых картин мира представителей разных культур, в частности русской и китайской, и, в-третьих, растущей популярностью социальных сетей и других интернет-ресурсов.

Новизна работы определяется тем, что общение в коммуникативной среде Интернета является важной характеристикой современной культуры, вместе с тем лингвистические особенности этого феномена освещены в научной литературе еще недостаточно.

Цель работы состоит в том, чтобы проанализировать языковые особенности виртуального дискурса в китайском и российском интернет-пространствах.

К достижению поставленной цели ведет решение следующих **задач**:

- 1) проанализировать понятия «дискурс», «виртуальный дискурс», «креолизованный текст»;
- 2) рассмотреть интернет-ресурсы в Китае
- 3) сопоставить интернет-ресурсы в Китае и России;
- 4) проанализировать графические особенности виртуального дискурса;
- 5) проанализировать языковые особенности виртуального дискурса.

При отборе и обработке материала, а также для решения поставленных в работе задач, в качестве основных **методов исследования** были использованы следующие:

- 1) метод системного подхода;
- 2) описательно-аналитический метод;
- 3) дискурс-анализ.

Структура исследования: работа состоит из введения, 3 глав, заключения, списка литературы.

Работа апробирована на X Международной научно-практической конференции молодых ученых «Язык. Культура. Коммуникация» (г. Челябинск), I Международной научно-практической конференции «Диалог культур Евразии» (г. Челябинск), XV Международном научно-творческом форуме «Молодежь в науке и культуре XXI века» (г. Челябинск), V Выставке-конференции научно-технических и творческих работ студентов ЮУрГУ «Молодой исследователь» (г. Челябинск).

ГЛАВА 1. ОСОБЕННОСТИ ВИРТУАЛЬНОГО ДИСКУРСА

1.1 Соотношение понятий «дискурс», «виртуальный дискурс», «интернет-дискурс», «виртуальная коммуникация»

Дискурс представляет собой текст, погруженный в жизнь (Н.Д. Арутюнова). Дискурс — конкретное речевое действие в том или ином социальном контексте, которое используется людьми в разных ситуациях общения, чтобы общаться друг с другом; показывает взаимодействие языковой системы и социальной среды. Дискурс связан не только с системой языка, но и с ситуацией общения.

Дискурс — очень важное понятие, используемое в области социогуманитарных наук, он появился в западной лингвистике и социологии (Michel Foucault). Его значение различно в разных дисциплинах и зависит от сферы интересов ученых. Например, в области лингвистики, дискурс имеет следующее значение: "Дискурс — многозначный термин лингвистики, употребляемый рядом авторов в значениях, почти омонимичных. Важнейшие из них: 1) связный текст; 2) устно-разговорная форма текста; 3) диалог; 4) группа высказываний, связанных между собой по мысли; 5) речевое произведение как данность — письменная или устная" [11].

Дискурс используется в разных ситуациях и областях знания. Чтобы исследовать возникновение дискурса в различных сферах жизни: медицинской, педагогической, политической, экономической и т.д., необходимо проанализировать четыре аспекта: "объект", "ситуация общения", "концепция" и "стратегия". "Объект" есть явление исследования, который рассматривается в лингвистике и других науках. Например, такие разделы лингвистики, как стилистика, грамматика, фонетика и т.п. «Ситуация общения» предполагает рассмотрение различных моделей речевого поведения в разных ситуациях общения. Дискурс имеет свою специфику, которая зависит от сферы употребления. Например, в педагогическом дискурсе, участниками выступают "преподаватель — студент". "Концепция"

является системой взглядов конкретной предметной области. Например, область грамматических понятий: подлежащее, сказуемое, существительное, глагол и т.д. Уяснив понятия лингвистики, мы сможем лучше понимать грамматику. Когда мы общаемся, нам нужно понимать, о чем мы говорим, и узнавать ту или иную ситуацию, какой стиль надо использовать, обязательно владеть грамматикой, логически выстраивать речь, нужно владеть лексико-фразеологическим тезаурусом русского языка – это и есть стратегия.

В «Словаре лингвистических терминов» виртуальный дискурс понимается как «сложное явление, состоящее из участников коммуникации, ситуации общения и самого текста» [<http://www.textologia.ru/slovari/lingvisticheskie-terminy>]. Другими словами, дискурс — это абстрактное инвариантное описание структурно-семантических признаков, реализуемых в конкретных текстах. Идеалом, к которому следует стремиться в процессе коммуникации, является максимально возможное соответствие между дискурсом как абстрактной системой правил и дискурсом как конкретным вербальным воплощением данных правил. В свете теории речевой деятельности различаются два аспекта – создание, или порождение дискурса (обдумывание, планирование, говорение, оформление в письменном виде) и понимание дискурса (слушание, восприятие письменного текста, анализ, интерпретация).

Под дискурсом понимается особое использование языка для выражения особой ментальности, а также особой идеологии. Это вызывает активизацию некоторых параметров языка и, в конечном счете, требует особой грамматики и особых правил лексики. Весь этот языковой материал также можно назвать дискурсом. Примером дискурса может служить и сумма высказываний какого-либо персонажа художественного произведения, который выступает в этом случае как модель реальной языковой личности. В данной работе мы будем рассматривать виртуальный дискурс.

В настоящее время виртуальный дискурс вызывает большой интерес исследователей. При этом во внимание принимается не просто текст в

ситуации общения, отличающейся от непосредственного контакта специфическим электронным каналом связи, но и учитываются характеристики, заложенные в понятие виртуальной реальности. Мы же понимаем под дискурсом связный текст в совокупности с различными жизненными, социокультурными, психологическими и др. факторам. Виртуальный дискурс объективно противопоставляется дискурсу реальному на основе собственных категориальных признаков, включающих конститутивные, формально структурные, содержательные (семантико-прагматические) и жанрово-стилистические характеристики.

Объектом нашего исследования является виртуальный дискурс, понимаемый как текст, погруженный в ситуацию общения в виртуальной реальности, а в качестве предмета берутся лингвокультурологические характеристики данного типа дискурса.

Изучение дискурса является одним из наиболее активно развивающихся направлений современной лингвистики, однако остаются дискуссионными многие вопросы, касающиеся сути этого явления и его типов, в частности виртуального дискурса.

На наш взгляд, интернет-дискурс является составной частью виртуального дискурса. Н.А. Ахренова полагает, что «интернет является неотъемлемой частью культуры общества, одним из основных элементов развития цивилизации. Его специфика заключается в том, что это не просто значительное техническое изобретение, но и важное социальное явление» [3].

На сегодняшний день интернет-дискурс не относится к специальной сфере, поскольку он используется всеми членами общества, независимо от их образования, профессии и класса. Лексика, характерная для интернет-дискурса сразу проникает в бытовое общение всех членов общества. Кроме этого, большинство слов, используемых в интернете быстро распространяются и используются людьми в бытовом общении, а значит, они не остаются специальными терминами определенной сферы.

Необходимо изучать виртуальную коммуникацию, потому что она позволяет общаться участникам коммуникации, удаленным друг от друга территориально. Компьютер и телекоммуникационные системы обеспечивают общение как двух человек, так и группы людей. Для доступа к компьютеру может быть применен коммуникатор, мобильный телефон, смартфон и т. п.

Важно отметить, что наряду с обменом письменными сообщениями виртуальная коммуникация включает элементы «мультимедиа» – пересылку визуальных (фотография, график, таблица и т. п.), голосовых, аудиовизуальных (фильм, анимация, электронная презентация) сообщений. Транснациональные компании регулярно проводят производственные совещания посредством мультимедийных систем виртуальной коммуникации (компьютерные телеконференции). Виртуальная коммуникация часто разворачивается в социальных сетях, в ходе сетевых игр, вокруг «дневниковых» записей (так называемых блогов), в специальных разделах персональной или тематической электронной страницы (сайта) - «гостевой книге» или «форуме» (например, в электронных СМИ обычно есть возможность обсуждать конкретную статью или новость). Среди групповых форм виртуальной коммуникации различают модерлируемую и не модерлируемую виртуальной коммуникации (модератор или автор записей в «блоге» - осуществляет отбор сообщений, например, по критериям содержательности или соответствия правилам «сетевой этикета»). Различают также виртуальную коммуникацию в реальном времени и отсроченную; примерами первой служат мобильная связь, а также сервисы передачи «мгновенных сообщений» и «чаты» (ICQ, или «аська», AOL Instant Messenger и т. д.), а второй – традиционная электронная почта или телефонная служба «голосовых почтовых ящиков».

Среди достоинств виртуальной коммуникации – быстрота и относительная дешевизна, доступность для инвалидов и жителей удаленных районов, демократичность (сравнительно небольшую роль играют статус,

раса, возраст и пол участников), возможность участия в обсуждениях по интересам. Кроме того, виртуальная коммуникация позволяет передавать эмоциональное состояние, для чего используются графические элементы, так называемые «эмотиконы» - составленные из пунктуационных символов на клавиатуре значки (часто именуются «смайликами»). Однако отметим и недостатки, которые вытекают из относительной анонимности отправителей, позволяющей избегать ответственности за оскорбления в групповых обсуждениях, массовые рассылки рекламных писем («спам») или компьютерных вирусов, распространение ложной, непристойной (порнографической) или подрывной (расистской или реваншистской) информации и т. п. Кроме того, возможно развитие психологической зависимости от виртуальной коммуникации - в частности, от участия в «чатах» или от обмена любовными посланиями. Виртуальная коммуникация повсеместно признается немаловажным средством влияния на умы: все ведущие политические и культурные движения, многие «звезды» спорта, политики и культуры имеют собственное представительство в Интернете (обычно веб-сайт или блог), традиционные СМИ создают электронные версии своих изданий. При этом некоторые компетентные и предприимчивые обозреватели из числа «блогеров» успешно конкурируют со СМИ (по скорости доступа к информации и независимости в оценках) и имеют много подписчиков и уже приобрели статус «звезды».

На наш взгляд, виртуальная коммуникация является не только важным и популярным способом общения, но и отражением особенностей человеческой цивилизации. Так председатель КНР Си Цзиньпин на собрании «Всемирное собрание Интернета в г. Учжэнь» говорил о важности развития интернет-коммуникации. Он подчеркнул, что язык играет определяющую роль в развитии культуры. Исторически язык имеет большое значение в распространении культурных ценностей, так как является представителем разных культур. Язык и культура являются «мягкой силой» воздействия на страны.

Виртуальный дискурс является результатом развития культуры общества. Он не только представляет собой языковое явление и явление времени, но и свидетельствует о социальном и культурном явлениях. Можно сказать, что виртуальный дискурс является частью развития культуры, создаваемой человеком, символизирует быстрое развитие общества. Поэтому влияние виртуального дискурса на все области жизни закономерно.

В нашей жизни высокая эффективность развития разных сторон жизни общества играет важную роль. Скорость распространения общественных реалий констатирует высокую роль развития. Появление интернета свидетельствует о быстром развитии современности. В 1994 году интернет появился в Китае, чтобы улучшить жизнь китайцев. Сегодня люди предпочитают больше общаться через интернет. Во-первых, люди могут общаться друг с другом, несмотря на то, что они живут очень далеко друг от друга, даже находятся в разных странах. Во-вторых, общение через интернет, может сэкономить время и деньги.

Раньше интернет не был так распространен, только государство могло пользоваться всемирной сетью. Так как это была на то момент официальная коммуникация, то чиновники использовали официальный язык. Через несколько лет интернет получил массовое распространение, в каждой семье появился компьютер. Все люди смогли общаться через интернет, что привело к бытовому характеру коммуникации в сети. Но в отличие от реального устного общения, в интернет-коммуникации мы используем письменный язык, а значит, появляются характерные особенности. Назовем некоторые из них (подробно об этом будем говорить во второй и третьей главах): во-первых, наличие опечаток из-за стремления, быстро печатать, чтобы сэкономить время. Хотя отметим, что современная система ввода информации предполагает автоматическую корректировку и позволяет исправить ошибку. Во-вторых, использование сокращений, например, в США используют “F2F” вместо “face to face”. Конечно, это сокращение экономит время. Сегодня китайские интернет-пользователи тоже так используют сокращения, как

американцы, и не только они, в любом языке есть сокращения. В-третьих, большинство пользователей виртуального дискурса — молодые люди, которые по сути создатели, пользователи и распространители виртуальной коммуникации. Они, и особенно школьники, пользуясь жаргоном, выражают свою индивидуальность. Когда они общаются, они часто используют окказионализмы. В результате появляется особый вид жаргона — «сетевой жаргон», который характерен для речи молодежи, что способствует развитию интернет-культуры.

Таким образом, мы можем говорить о том, что сейчас интернет играет важную роль в нашей жизни. Люди предпочитают общаться через интернет, поэтому пользователей становится все больше. Интернет-дискурс является самой важной частью виртуального дискурса. Без виртуального дискурса нельзя осуществить виртуальную коммуникацию, на базе виртуальной коммуникации создаются многие интернет-ресурсы.

1.2 Виртуальный дискурс и его изучение

В связи с быстрым развитием науки и техники наблюдается значительный мировой рост информационных технологий. В 1994 году международное сообщество признало Китай и Россию официальными членами национального интернет пространства. В настоящее время интернет стремительно внедряется во все сферы человеческой деятельности. Миллионы людей не представляют и дня без глобальной сети. Для одних Интернет — это место развлечения, для других — среда общения, для третьих — место работы, то есть для каждого свое. Здесь каждый человек может найти для себя что-то увлекательное, полезное и интересное, ведь просторы и возможности мировой паутины безграничны. Интернет многообразен, разнообразен, вседоступен, дает миллионы возможностей, помогает реализовать планы и цели. Главным плюсом мировой паутины является общедоступность актуальной информации, а в наше время это наиболее важно, потому что мы живем в мире информации, и кто владеет

достоверными и актуальными материалами – тот и будет наиболее преуспевающим человеком, а интернет, как всем известно, это огромная база информации. Стоит помнить для кого-то интернет – это главным образом средство коммуникации, ведь есть огромное количество программ, порталов и проектов, которые разработаны специально для общения людей, находящихся на расстоянии друг от друга. В сети можно найти любовь, друзей, работу, увлечения и т. д. Заметим, что, начиная с 2000 года, людей, пользующихся такими интернет порталами, все больше и больше, в связи с этим наблюдается появление новых интернет-терминов, слов, жаргонизмов, которые и образуют виртуальный дискурс.

Есть много исследований, посвященных виртуальному дискурсу. И эти материалы помогают нам узнать информацию о виртуальном дискурсе. Изучением проблемы интернет сленга занимались такие российские ученые, как Гальперин И.Р, Хомяков В.А., Гусейнов Г. И др. В работе Гальперина И.Р. “Очерки по стилистике английского языка” представлена система стилистических средств, раскрывается их природа и показывается их функции в различных стилях речи, дается краткая характеристика различных речевых стилей английского языка. В книге Хомякова В.А. “Введение в изучение сленга – основного компонента английского просторечия” дается определение понятия «сленг», называются его характеристики. Горшков П.А. в своей работе «Сленг хакеров и геймеров в интернете» представляет комплексный анализ лексического корпуса современного сленга хакеров и геймеров в трех аспектах: с точки зрения тематики, номинации, словообразования. Перечислим еще несколько важных для нас работ: Жураховская В.Д. «Функционирование жаргонной лексики в современном русском языке», Лихолитов П.В. «Компьютерный жаргон», Ермакова О.И. «Особенности компьютерного жаргона, как специфической подсистемы русского языка», Войскунский А.Е. «Развитие речевого общения, как результат применения интернета», Виноградова Н.В. «Компьютерный жаргон в аспекте гендер-лингвистических исследований», Маркина К.А.

«Новые тенденции в развитии китайской лексики: буквенные слова китайского языка, как проявление его интеграции с элементами иной типологии». Конечно, в Китае ученые тоже занимались изучением проблемы интернет сленга, например, Ван Яньлун «Исследование управления и распространения виртуального дискурса», Юй Гэньюань составил «Словарь китайского интернет-дискурса».

Таким образом, сетевой жаргон, виртуальный дискурс социальных сетей и интернет-форумов отражает национально-культурную специфику, позволяет нам сделать вывод об особенностях языковой картины мира той или иной группы пользователей.

1.3 Специфика китайских интернет-ресурсов

В Китае, как и в России, есть много приложений для общения. Наиболее популярными являются следующие: WeChat, QQ, Weibo, Renren. Существующие приложения помогают распространению и развитию виртуального дискурса. Широкое использование приложений приводит к появлению так называемых “заядлых любителей мобильных устройств”.

Хотя Facebook, Twitter и Skype в мире очень популярны, в Гонконге, Макао, и на Тайвани тоже используют эти ресурсы, но в материковом Китае существует запрет на эти приложения и платформы. Но при этом в материковом Китае имеются самостоятельные интернет-ресурсы.

Рассмотрим основные типы китайских интернет-ресурсов.

1. Обмен сообщениями (IM):

а) QQ

Это первый сервис для быстрого и удобного обмена сообщениями в Китае, раньше он был очень популярен. С помощью данного интернет-ресурса можно не только общаться друг с другом, но и посылать документы, аудио- и видеозаписи. Когда еще не существовал WeChat, через него можно было совершить видеозвонок. QQ – это первый владелец техниками видеозвонков в Китае.

б) aliwangwang

Платформа для обмена сообщениями покупателей сайте Таобао. Через эту платформу китайские продавцы не только могут информировать покупателей, которые работают через интернет, о скидках и распродажах, но и могут отвечать на интересующие клиентов вопросы о товаре перед покупкой.

2. Мобильные интернет-ресурсы:

В Китае существуют свои аналоги ВКонтакте и Facebook. Наиболее распространенные и популярные это:

а) WeChat.

В настоящее время WeChat является самой распространенной платформой, и все думают, что она представляет собой главную платформу в Китае, кроме отправки сообщений, платформа располагает сервисом обмена фотографиями «Круг друзей» (подобие Instagram), Наиболее популярным средством общения становится картинка с текстом, что является примером креолизованного текста.

б) TanTan и MoMo

Ресурсы нацелены на поиск друзей и напоминает сайт знакомств, и люди часто используют его, чтобы найти себе девушку или парня, даже невесту и жениха.

в) Xiao enai

Этот ресурс особенно популярен среди влюбленных, там могут отметить важные дни для влюбленных, но этот ресурс позволяет общаться только двоим, нельзя добавлять других собеседников.

3. Социальные сети:

В виду того, что многие социальные сети в Китае отсутствуют (такие как Facebook, Twitter), существуют китайские аналоги подобных сетей:

а) QZone

В структуре сети есть функция чтения микроблогов, поиск группы, даже просмотра фотографий, прослушивания музыки и просмотра видеосообщений.

б) Weibo

Эта платформа является аналогом американской сети Twitter, и она располагает сервисом обмена не только фотографиями, но и видеозаписями, благодаря этому люди могут не только общаться друг с другом, но и искать новости и другую нужную информацию.

в) RenRen

Раньше этот ресурс помогал найти друзей и одноклассников, регистрация возможна только по реальному иероглифическому имени. Основными его пользователями являются школьники и студенты. Но сейчас это платформа для прямого эфира. В Китае она называется "Мы-Медиа" (термин, обозначающий народную или гражданскую журналистику, в противоположность традиционной или профессиональной журналистике). В Китае есть много «Мы Медиа», например: Huaya, Douyu, Xiongmao, Douyin, Kuaishou, Huajiao.

Из них сервисы Huaya, Douyu, Xiongmao представляют платформы для онлайн-игр, а другие – для жизни. Люди могут комментировать, когда смотрят прямую трансляцию, если ведущий нравится зрителям, то могут ему подарить голоса.

4. Интернет-форум:

а) Zhihu и Guoke

Люди обсуждают на этих ресурсах проблемы науки. Существуют отличия между этими платформами; Zhihu является гуманитарным форумом (история, политика и культура), а Guoke – естественно-научным форумом, (астрономия, география, наука, и техника).

Там люди могут задавать вопросы и получать ответы на темы, которые их интересуют. Это полезные ресурсы для тех, кто очень любит заниматься наукой.

б) Tieba и Douban

Люди выражают в этих ресурсах свои точки зрения на жизнь. В форуме Douban можно обсуждать книги, фильмы и музыку. В форуме Tieba могут общаться все более свободно в Zhihu и Guoke.

Уже эти примеры показывают, что интернет-ресурсы активно развиваются, а с совершенствованием техники общение переходит с персонального компьютера на мобильные устройства. Общение становится комфортнее, мобильнее и интернациональнее: сейчас у нескольких китайских интернет-платформ есть специальная версия для иностранцев, например: WeChat и Weibo.

ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 1

Мы видим, что сейчас интернет играет важную роль в нашей жизни. Люди предпочитают общаться через интернет, поэтому пользователей становится все больше. Интернет-дискурс является самой важной частью виртуального дискурса. Без виртуального дискурса не может состояться виртуальная коммуникация. И на базе виртуальной коммуникации существуют многие интернет-ресурсы.

Данное явление широко представлено в сети: это чаты, форумы и другие приложения, созданные не только для обмена информацией, но и для общения людей. В виртуальном дискурсе активно используются графические средства передачи информации (речь идет о разного вида смайликах, стикерах, картинках и файлах формата gif и jpeg).

Сетевой жаргон, виртуальный дискурс социальных сетей и интернет-форумов отражает национально-культурную специфику, позволяет нам сделать вывод об особенностях языковой картины мира той или иной группы пользователей.

ГЛАВА 2. ГРАФИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ КОММУНИКАЦИИ В ИНТЕРНЕТ-ПРОСТРАНСТВЕ

2.1 Особенности использования графических средств в виртуальной коммуникации

В эпоху обновления СМИ, связанную с развитием техники или богатством интернет-культуры, популярность приобретают графические элементы – новые шрифты, смайлики, картинки, сопровождающие текст сообщения. Это неслучайно, т.к. эмоции всегда легче понимаются и передаются людьми, чем неэмоциональная речь и текст. Передача настоящей эмоции – это самая важная ценность в общении. Так например, сопровождая текст смайликами, пользователи интернета создают новое направление интернет-дискурса и становятся новой интернет-культурой. Разумеется, содержание и информация, которые передают смайлики, больше, чем в тексте. Когда люди используют интернет, то независимо от того, какое у них образование и какой возраст, они обязательно могут использовать и легко понимать смайлики. Люди часто добавляют смайлики в свои сообщения, так как они являются не только дополнительной информацией к тексту, но и средством понимания коммуникации.

Несколько лет назад у нас не было возможности быстрой и единовременной коммуникации и связи через Интернет, так как письма шли долго. Когда мы общаемся устно, мы можем показать настроение и чувство, используя мимику и жесты, а также интонацию. Когда появился интернет, люди стали писать текст, чтобы общаться, но не могли использовать жесты, мимику и интонации, поэтому люди не всегда правильно понимали друг друга. По этой причине начали использовать смайлик.

Почему смайлики так широко используются людьми? На самом деле такое средство коммуникации является самым простым способом выражения эмоции и настроения, а значит, оно помогает людям сразу понимать друг друга. Хотя эти смайлики очень смешные и иногда гиперболические, но

самое главное – они выполняют свою главную функцию – выражают и передают эмоции.

Цель использования смайликов не только привлечь своей яркостью и необычностью внимание собеседников к информации, но и способствовать тому, что собеседники скорее согласятся с предложением и быстрее поймут смысл текста. Кроме того, смайлик помогает уменьшить недоразумение или смягчить конфликтную ситуацию.

Большинство пользователей интернета – это молодежь, которая часто и является создателем смайликов. Интернет-культура является преимущественно культурой молодежи, и особенно родившихся в 1990-1999 гг. У этого поколения есть своя точка зрения на мир. Мы знаем, что между традиционной культурой и культурой молодежи если большая разница. Кроме этого, мировоззрение тоже различно. Коллекция смайликов помогает молодежи выражать свое мнение, мировоззрение, а другие, как правило, старшие, люди могут понять, что молодые думают, понять их отношение к жизни, их взгляды, мировоззрение, систему ценностей. Часто можно видеть то, что молодежь на интернет-форумах использует смайлики, чтобы выразить свое отношение к международному важному событию и горячим новостям.

Мы знаем, что существуют разные виды смайликов, посмотрим историю развития смайликов. В ходе исследования мы выделили несколько этапов:

1. Появление и начало развития смайликов.

Коммуникация, которая использует только тексты, очень однообразная. И люди порой понимают друг друга неправильно. В Америке в 1982 г. появились смайлики :-) . Их создатели использовали знаки препинания, чтобы выразить эмоции – улыбки, радость, грусть, удивление и т.д. Эти знаки открыли историю смайликов, так как после этого люди стали активно использовать разные значки на клавиатуре. Так появились разные смайлики, которые выражали разные чувства и эмоции людей. Действительно, они очень похожи на мимику лица человека, выражают богатую гамму чувств

людей. Эти знаки не только являются знаками препинания, но и английскими буквами, цифрами, знаками математических действий.

Позже эти смайлики стали популярными в Японии, однако японцы еще больше обработали смайлики, добавили еще знаки, и так сформировались каомодзи (горизонтальные японские смайлы), например, (^ ω ^) . И эти каомодзи широко используются в телефоне, так как они очень милые и их легко понимать.

Вот варианты смайла со значением «целовать»:

:-* >3< づ^ー3^ー)づ

2. Этап развития приложений для общения.

С развитием Интернета появились интернет-форумы и интернет-приложения такие, как QQ, renren, weibo. В 2003 году в QQ появились желтые круглые смайлики, а в renren появились желтые квадратные смайлики. Эти виды графических элементов были очень популярны в то время. И все приложения стали подражать этим смайликам (см. на рис.2).



рис.2

Через несколько лет люди стали использовать картинки как смайлики – стикеры (см. на рис.3).



рис.3

Некоторые творческие люди начинают сами делать смайлики. Все пользователи могут участвовать в создании смайликов, обычно такие смайлики разделяются на картинки форматов JPG и GIF или скриншоты материалов из новостей, мультипликации, кино и телесериалов. По этой причине появились специальные группы, которые создают смайлики. Смайлики, которые они делают, не похожи на те, которые были раньше в QQ, они очень красивые и живые, и люди легко понимают их. (см. на рис.4)



рис.4

3. Этап развития мобильного интернета

Развитие цифровой техники приводит к популяризации мобильного интернета, смартфон есть у каждого второго человека. А это в свою очередь делает очень востребованными мобильные приложения для общения. В них люди также используют разные варианты смайликов и графических средств. В настоящее время молодежь уже не только использует готовые смайлики в приложениях, но и использует свои авторские смайлики, которые они сами делают из своих фото в альбоме смартфона. Так появились различные виды смайликов (графических средств), которые включают интернет-жаргон, изображение популярных звезд, известных людей и горячо любимые зрителями кадры из кино и телесериалов. Отметим, что эти смайлики

подходят не только молодым людям, но и старым людям. Можно сказать, что смайлики популярны во всем мире и среди всех групп пользователей (см. на рис.5).

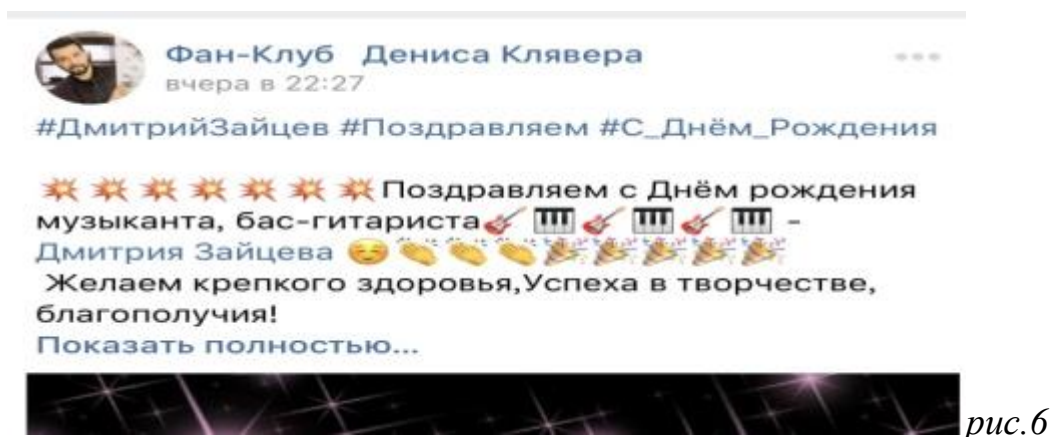


рис.5

2.2 Смайлики и их функции в интернет-общении

Преподаватели используют графический метод на уроке, чтобы студенты могли сразу быстро и эффективно понять важную информацию. В интернете, когда пользователи общаются через компьютер, также используется графический метод, чтобы упростить взаимопонимание между собеседниками. И смайлики как раз являются одним из видов графических средств, которые используются в виртуальном дискурсе. Поэтому мы замечаем у графического метода такое достоинство как общедоступность. Конечно, это только одно из всех достоинств графических средств передачи информации. Нам нравится использовать графический метод в виртуальном общении, потому что его функции разнообразны.

Во-первых, дополнение. Мы используем эту функцию графических средств в ситуации, когда только языковые тексты не могут выразить мысль активно и конкретно. В этом случае нам нужно использовать графику – смайлики, стикеры, скриншоты и др., чтобы наша мысль стала более богатой и точной, например, (см. на рис.6):



Это новость фан-клуба Дениса Клявера, по тексту мы можем узнать, что у музыканта, бас-гитариста Дмитрия Зайцева день рождения. И этот фан-клуб отмечает праздник и поздравляет именинника. Как мы знаем, этот значок 🌟 выражает Бомбу, взрыв, его переносное значение – это важность, взрыв эмоций. Пользователь использовал этот графический элемент много раз, что значит, нам нужно обратить внимание на эту новость, она важная и радостная. Есть и другое значение: этот фан-клуб хочет, чтобы все адекватно и точно поняли информацию, поэтому использует знак 🎸 и 🎹, чтобы показать профессию Дмитрия Зайцева, тогда все люди поймут, кто такой Дмитрий Зайцев. И последние, присутствуют значки 😊, 👏 и 🎉, чтобы передать эмоции и атмосферу, потому что эти смайлики выражают веселую ситуацию. В целом, мы понимаем, что фанаты очень рады отмечать день рождения Дмитрия Зайцева.

Во-вторых, замещение. Смайлики не только выполняют дополняющую функцию, но и другую – заместительную, т.е. могут замещать текст. Можно так сказать, замещение текста смайликами является также одной из функций графических средств в коммуникации через интернет. И сейчас в категории смайликов существует много видов, поэтому можно их использовать везде и всегда: в интернете, и в мобильном телефоне. В связи с тем, что смайлики могут заметить любой объект: место, время, человека, движение, конкретные вещи и др., и мы можем легко и удобно использовать их. Рассмотрим ситуацию, мы очень хотим есть, например, шоколад, торт, бургер или яблоко,

но сейчас мы заняты и надеемся, что друзья могут помочь нам что-нибудь купить. Есть два варианта, мы составим такое сообщение: «Помогите мне купить шоколад, торт, бургер и яблоко» или «Помогите мне купить 🍫 🍰 🍔 🍏». Легко сравнить и увидеть, какое больше экономит время и удачнее. Конечно, текст со смайликами лучше.

Или другой пример (см. на рис.7):



рис.7

Из этого сообщения мы можем узнать следующую информацию: Jane (один из друзей) спрашивает другого, есть ли план на вечер и получает ответ, что сначала нужно закончить баскетбольный матч в пять, и потом съесть пиццу или хот-дог, и наконец, может быть, пойти в кинотеатр, и приглашение Jane пойти вместе. И Jane отвечает, что тоже пойдет с ним есть пиццу после работы. В этом сообщении люди использовали смайлики, которые замещают слова, обозначающие место, случай, вещи. Чтобы передать эту информацию необходимо много слов, но на самом деле их легко заменили смайлики, которые передали смысл точно.

В-третьих, выражение эмоций. Конечно, к положительным функциям графических средств виртуального дискурса относится не только дополнение смысла и замещение текста, но и выражение эмоций. Мы можем заметить, что в ситуации дополнения смысла и замещения текста смайлики используют обязательно с текстом. Так как в ситуации дополнения смысла смайлики играют только дополнительную роль, а ведущий смысл выполняет сам текст. А в ситуации замещения смайлики помогают нам объяснить ситуацию:

молодежь может выразить свои мысли, используя их. Они не только являются символом молодежи, но и являются культурой этой эры. Они нужны для общения, которое осуществляется через интернет. И люди зарабатывают деньги, создавая пакеты смайликов.

Общество и техника стремительно развиваются, конечно, пакет смайликов тоже развивается с ними. Поэтому существует 3 этапа: 1) этап появления и начало развития смайликов; 2) этап развития приложений для коммуникации; 3) этап развития мобильного интернета. Раньше появились смайлики, которые состояли из знаков препинания, мы называем их традиционными смайликами, они только могут показывать эмоции. Потом появились приложения, в которых использовали эмодзи. Они тоже выражают только эмоции, но уже более активно. И сейчас есть самые популярные – картинки-смайлики, они сделаны из фотографий и изображений. Такие не только выражают эмоции, но и мысли.

ГЛАВА 3. ЯЗЫКОВЫЕ АСПЕКТЫ КОММУНИКАЦИИ В ИНТЕРНЕТ-ПРОСТРАНСТВЕ

3.1 Специфика сетевого жаргона

Распространение Интернета приводит к развитию виртуального дискурса, появляется неформальный язык, который создается пользователями.

В повседневном общении люди используют лексику виртуального дискурса чаще, чем нормативные литературные слова и выражения. Этот язык, которым люди пользуются в интернете, часто не соответствует языковой норме. Например, китайцы используют выражение "хэхэ–да" "хэхэ" – это выражение презрения, "да" – выражение умиления. В речевой практике презрение и умиление нельзя использовать вместе, но в сетевом жаргоне употребляются вместе, что выражает экспрессивность.

Сетевая речь имеет следующие характеристики: доступность, простота и удобство. Она заменяет сложные выражения на простые слова, чтобы люди легко понимали друг друга. Исследование показало, что некоторые застенчивые в жизни люди стали чрезвычайно активны в интернете. Такие люди хорошо знают специфику сетевой речи больше, чем люди, которые не общаются посредством социальных сетей.

Виртуальный дискурс характерен не только для китайской языковой среды, но и для русской. По статистике, частота посещения русскими интернет-сайтов такая же, как и в США. 70% русского народа пользуются интернетом, при этом более половины пользователей молодежь (средний возраст 25 лет). Большинство пользователей интернета в России – это молодые люди, которые часто используют сетевую речь и в обыденной жизни.

Некоторые россияне в Китае имеют свой аккаунт в *WeChat*, *QQ*, *Weibo*. Китайцы тоже зарегистрированы в *Вконтакте* и в *Instagram*. Современные молодые люди при знакомстве оставляют не только номер телефона, но и электронный адрес странички социальной сети. С развитием интернета и доступностью сетевой речи связь между Китаем и Россией стала более доступной, когда иностранцы, которые изучают русский язык и общаются с русскими, не в состоянии выразить правильное значение самостоятельно, отправляют иероглиф, чтобы быть понятыми.

С развитием и популяризацией социальных сетей все больше и больше людей использует сетевой жаргон и язык упрощается. На наш взгляд, использование сетевого жаргона оказывает разрушающее действие на культуру народа.

Сетевой жаргон оказывает влияние и на современную письменную речь. Нормативная речь не гибкая, потому что у нее сложившаяся система правил. Предложения точные, ясные и грамотно сформулированные. В литературе, репортажах, научных работах, а также законах и правилах применяются стандарты. Стандарты в целях достижения распространения языка дают возможность людям получить более четкую информацию, чтобы можно было сделать правильные выводы и принять более эффективные меры. По сравнению с письменной речью в сетевом жаргоне отсутствуют строгие грамматические правила и лексическая сочетаемость. В китайском сетевом жаргоне есть такие выражения, в которых нарушена лексическая сочетаемость: “*图样图森破*” “*怎么破*” и “*累觉不爱*”. “*图样图森破*”. Эти выражения являются созвучными из английского языка – *to young to simple*. На это выражение можно ответить следующим образом: “*怎么破*”. “*怎么破*”. Данное выражение указывает на то, как надо поступать. Семантически оно не связано с фразой “*图样图森破*”. Но китайские пользователи социальных сетей используют их вместе. Другой пример: “*累觉不爱*” означает крайнюю степень. В данной фразе отсутствуют грамматические правила.

Тем не менее, сетевой жаргон популярен, люди используют его повсеместно. Но стоит помнить, что если люди не читают художественную литературу, то снижается их уровень культуры. Люди легко общаются друг с другом, используя сетевой жаргон, благодаря его гибкости и доступности, также рекламируют информацию, используя ее популярность и универсальность. Пренебрежение нормативным литературным языком приводит к снижению общего уровня культуры. Правильное использование необходимых элементов сетевого жаргона дает полный простор для достижения желаемого эффекта.

Сетевой жаргон влияет не только на культуру, но и на жизнь людей. Все знают, что для китайцев Новый год очень важен, люди обращают огромное внимание на каждый Новый год. И поэтому существует много теле-фестивалей. Самый торжественный фестиваль представляет собой «Новогодний фестиваль CCTV», который является аналогом русского фестиваля «Голубой огонек». В этом фестивале есть много игровых и театральных моментов. При этом артисты используют сетевой жаргон, популярный в то время в драме. Но не только на таком торжественном фестивале люди используют сетевой жаргон, но и в обычной телепрограмме. Например, в Китае есть передачи «Беги, брат» и «Безграничная баталия», такие телепрограммы очень популярны, и почти все китайцы их знают и смотрят. Здесь существует ассоциативная связь: интересные слова или выражения, использованные на фестивале или в телепрограмме, люди переносят в Интернет, в свое общение, так возникает новый сетевой жаргон. Два года назад в Китае существовало одно популярное слово из сетевого жаргона – “给力”, оно значит – что-то сделано очень хорошо, если вы сделали действие прекрасно, то это значит, что вы делитесь этой энергией с другими людьми. Даже политики в статьях в СМИ употребляют это слово. Это значит, что сетевой жаргон уже влияет на язык политики. Во многих рекламах тоже существует свой жаргон, многие певцы тоже используют сетевой жаргон в своем творчестве, даже на швейной фабрике возникает

жаргон, который мы можем увидеть на одежде, когда они моделируют внешний вид одежды.

3.2 Основные языковые приемы виртуальной коммуникации

Первый интернет-форум в Китае назывался «长城» (changcheng) («великая стена») (здесь и далее – ВС), на котором представлена фиксированная, стандартная форма для общения, пользователь не может произвольно менять компоненты структуры.

Данный интернет-форум существовал не долгое время, впоследствии возникли новые форумы: “百度”(Baidu)(Байду) “知乎”(Zhihu)(Чжиху), “天涯”(Tianya)(Тянья), “猫扑”(Maopu)(Маопу) и т.д. Все они интереснее, чем “ВС”, и быстро стали популярными. По этой причине люди перестали использовать “ВС”.

Так как форумы “百度”(Baidu)(Байду), “知乎”(Zhihu)(Чжиху), “天涯”(Tianya)(Тянья), “猫扑”(Maopu)(Маопу) появились недавно, мы можем проследить развитие китайского виртуального дискурса. В Китае первый метод ввода иероглифической информации был введен с помощью системы “пиньинь”, которая представляет собой транскрипцию китайского языка, переданную латиницей. В связи с этим, возникают ошибки. При печати той или иной лексемы система автоматически выбирает слова (ср. с системой T9) Образец: “教诲” (получение) (jiaohui) “教会” (переучивание) (jiaohui) (см. на рис.9):

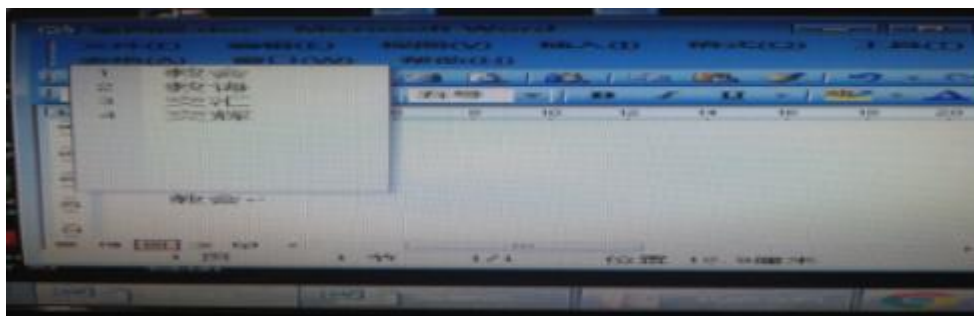


рис.9

разговоров молодой человек объяснялся в любви девушке, с которой познакомился по интернету. Собеседник использовал формулу “MM”, чтобы сделать комплимент девушке. В разговоре девушка призналась, что многие люди называют ее “恐龙”(konglong) (динозавр). Узнав это, собеседник принял решение расстаться. В ответ на это девушка написала “5555”, чтобы выразить огорчение. В китайском языке цифра “5” произносится как “wu”, многократное повторение имитирует плач (5555—wuuuuu) (см. на рис.11).



рис.11

Специфика виртуального дискурса отражена в псевдонимах пользователей – никнеймах. Например, в рассматриваемом фрагменте никнейм пользователя “┌转裊┐遗惹”(zhuan shen yi wang), что означает “повернуться и забыть”. Данный никнейм отражает мировосприятие подростка, который не согласен с окружающей действительностью. Лексема “повернуться” состоит из двух иероглифов “转” и “身”, которые в никнейме отделены друг от друга. Подобную речь называют “火星文” (huoxingwen) («речь с Марса»), что обозначает бессмыслицу (см. на рис.12).



рис.12

В анализируемом тексте пользователь пишет о своих чувствах и эмоциях, которые он испытывает в данный момент: “有太多时候，真真假假看不清。也许，太多时候自己分不清楚，深陷其中。请别再靠近，我是个连入戏和剧终都分不清楚的人。” («Многие моменты, реальные и несуществующие, я не вижу, наверное, иногда сам не понимаю, не подходите ко мне, я такой человек, который не может понять, где начало и конец»). В этом предложении речевой логики нет. Данный текст относится к разговорному стилю, однако, мы наблюдаем использование элементов официально-делового стиля.

Подобные тексты популярны у подростков и отражают восприятие молодежи окружающей действительности. Именно молодежь стала самой активной группой пользователей социальных сетей при распространении интернета в Китае 8-10 лет назад (см. на рис.13).



рис.13

Наибольшую популярность представляет использование креолизованных текстов и эмодиконов («эמודзи»). Указанные приложения существуют в версии для мобильных телефонов.

3.3 Взаимодействие языка и графики в виртуальной коммуникации

Во второй главе мы уже говорили, что существует много видов смайликов, люди создают свои коллекции смайликов, в которых используется интернет-жаргон, фото популярных звезд, известных людей и горячо любимые зрителями кадры из кино и телесериалов. Разумеется, смайлики могут существовать без текста. Например, на рисунке мужчина посылает сердце женщине, но женщина разбила его сердце (см. рис. 14). По картинке мы можем узнать о бесчувственности женщины и можем понять, что мужчина виноват и женщина разочаровалась в нем, и потом мужчина доказывает свою верность, но женщина не принимает его. Такая картинка значит «не верить и не принимать». Он может быть использована не только между мужчиной и женщиной, но и между друзьями, но в этом случае, это будет, конечно же, шуткой.

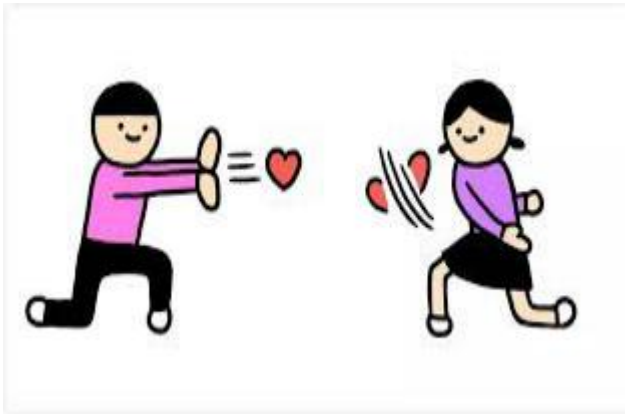


Рис.14

В Китае появляется большое количество интересных смайликов, которые сопровождаются текстом. В текстах обычно встречается популярный интернет-жаргон. В недавнем прошлом в Китае существует такое выражение “蓝瘦、香菇” (lanshou、xianggu), которое появилось из одного популярного видео, где мальчик хотел сказать: “难受、想哭” (nanshou、xiangku) (Мне тягостно, хочу плакать), но не точно произнес, и по звукам получилось очень похоже на “蓝瘦、香菇” (lanshou、xianggu). Людям понравилась веселая ситуация, и они сделали такой смайлик, чтобы более смешно (см. на рис.15).



рис.15

Подобных смайликов очень много, например, в этой картине, мальчик одевается плохо и говорит “城会玩” (chenghuiwan), на самом деле “城会玩” (chenghuiwan) является с окращением “你们城里人真会玩” (nimenchenglirenzhenhuiwan) («вы горожане умеете прекрасно играть»). Прямое значение «я селянин, чувствую то, что вы горожане умеете прекрасно играть». Переносное значение передает смысл того, что вы делаете что-то

неправильно, и поэтому высмеивает поведение, а человек, который это слышит, может растеряться или перепугаться. Такой интернет-жаргон с картинкой, люди сразу понимают (см. на рис.16).



рис.16

Использование смайликов не может осуществляться без интернета, поэтому люди делают смайлики, используют фото интернет-знаменитости. И сейчас люди используют выражение 刘梓晨 (liuzichen) (Лю Цзычэнь). Из-за его мимики, пластики, хвастливого поведения, странного разговора все в Китае знают его. Текст на первой картине его слова: “我只是个宝宝” (wozhishigebaobao) («Я ещё ребенок»), а на самом деле ему уже 21 год. Люди используют этот смайлик для выражения шутки и высмеивания. Хотя он интернет-знаменитость, но он никому не нравится, поэтому когда люди ссорятся, используют вторую картинку. Текст на этой картинке “对方不想和你说话，并向你扔了一只刘梓晨” (duifangbuxianghenishuohua, bingxiangnirengleyigeliuzichen) значит: «Я не хочу разговаривать с тобой и бросаю тебя: "лю цзичжэнь"» и выражает, что собеседник надоел (см. на рис.17).



рис.17

В Китае, делая смайлики, люди используют не только фото интернет-знаменитостей, но и популярных артистов и певцов. Например: Джеки Чан, Чжан Хань, Лу Хань, Ди Лижэпа, Цзюй Чжицзань и т.д. все эти злые шутки, несколько фраз, их изображение, их излюбленные словечки, несколько текстов сопровождается их мимикой (см. на рис.18).



рис.18

Также делают смайлики используют фото спортсменов Олимпиады. Например: известный пловец 傅园慧 (Fu Yuanhui) (Фу Юаньхуэй), люди делали мультипликационные смайлики с ее фото. Тексты на картинке являются ее речью в интервью, которое она дала после окончания соревнования: 我很满意, 我已使出洪荒之力, это значит: «Я довольна, я уже использовала силы со всего мира». Эта фраза показывает то, что она упорно выдержала соревнование и она довольна результатом, который получила. Потом люди используют этот жаргон, чтобы выражать чью-то упорную работу, старание достичь хорошего результата. На самом деле, “洪荒之力” (honghuangzhili) («силы из мира»), это слова героя популярного

телесериала 《花千骨》 (huaqiangu) (Хуа Цянь Гу) . Мы думаем то, что если соединить фразу известного пловца и популярные слова героя телесериала, то будет интереснее (см. на рис.19):



рис.19

В предыдущем примере указали многие смайлики содержат слова из роли телесериалов. В Китае используют скриншот актеров телесериалов со своими словами роли, что делает смайлики очень популярными. Телесериал «Биография Чжэньхуань», снятый в 2011 г., очень популярен и до сих пор. В этом телесериале рассказывали жизнь Чжэньхуань, она императорская наложница императора Юнчжэн, она боролась с гаремом императора, в конце коцов стала матерью императора. Смайлики из этого телесериала людям очень нравятся. На первой картине императрица сказала императору Юнчжэн свои знаменитые слова: “臣妾做不到啊!” («Не смогу»). Люди стали использовать это изображение, чтобы выразить, что не могут что-либо сделать. На второй картинке Хуа Фэй (императорская наложница императора Юнчжэн) и ее известные слова: “贱人就是矫情” («негодяйка наигранная»). Люди используют этот смайлик, чтобы выразить презрение к кому-либо или дать оценку кому-либо (см. на рис.20):



рис.20

Подобных ситуаций много, но есть один нюанс. Люди используют фотографии актеров из телесериала, но не используют слова их роли, а по их мимике, добавляют новые фразы, чтобы стало более интересно. Например: 尔康 (Эр Кан) в телесериале 《还珠格格》 (Принцесса Хуаньчжу) сказал “紫薇，等一下。” (Подожди, Цзывэй!) но его мимика очень смешная, люди добавили новую фразу по его мимике “发个红包再走” (если уйдешь, то дай деньги сначала) , мы думаем, что это интереснее (см. на рис.21).



рис.21

Все вышеизложенное только одна картинка, конечно, можно использовать много картинок, чтобы выразить настроение, например (см. на рис.22):



рис.22

3.4 Креолизованный текст и его функции в интернет-общении

Исследование виртуального дискурса, показало то, что сейчас люди предпочитают использовать креолизованный текст. В словаре дается следующее определение: «Сообщение, заключенное в тексте, представленное вербально (словесный текст) или иконически, т.е. изобразительно (греч. eikon – изображение)».

Другими словами, креолизованный текст – это комплекс текста с иллюстрациями или другим графическими изображениями. Разберемся, почему креолизованный текст часто встречается в письменной форме коммуникации? Как мы знаем, цель любой коммуникации представляет собой общение понимание собеседников. А письменную форму коммуникации люди понимают труднее всего. Причина в том, что отсутствует непосредственное общение говорящих. Мы не можем видеть мимику, жесты, действия говорящего, не можем узнать интонации говорящего, это значит мы не можем чувствовать его настроение и эмоции. Разумеется, когда мы используем интернет для коммуникации, большинство моментов непосредственного общения отсутствует, без сомнения, мы используем текст, чтобы выразить наше мнение. Если текст, в котором используют только вербальные средства, не может передать идею адресанта, то этом случае адресант добавляет графические средства, чтобы обеспечить реципиенту (в данном случае читателю) наиболее благоприятные условия для понимания текста.

Креолизованные тексты можно разделить на тексты с частичной креолизацией и тексты с полной креолизацией. «Текст с частичной креолизацией» – это значит главные мысли переданы вербально, а в графике только дополнительная информация. Этот тип часто встречается в интернет-газете и новостях в интернете. Текст с полной креолизацией – это значит в креолизации тоже есть важная информация, которая совпадает с текстом. Этот тип креолизации часто встречается в рекламе и сообщениях в интернете.

Креолизованный текст широко используется в описании ситуаций и выражении мнений. Картинки являются самым наглядным способом выражения нашего мнения. Например, художники часто используют в своих произведениях. Так как изображение в их произведениях имеет фантастический смысл, то эти идеи трудно объяснить текстом. Поэтому художники выражают свое мнение с помощью иллюстрации, чтобы полно показать то, что они фантазируют. В виртуальной ситуации, также часто встречаются случаи, которые не могут объяснить все текстом или трудно объяснить только вербально. Например, в интернете разместили рекламу, в которой представляют новый ресторан или магазин. Если адрес написан только текстом, то мы не можем представить его наглядно, а если добавить иллюстрацию карты адреса, то представить расположение, соответственно, найти его проще. Часто существует ситуация, когда ваш знакомый через интернет спрашивает вас, как куда-либо доехать. Конечно, текстовое объяснение не всегда успешно, потому что в этом случае отсутствует помощь жестов. Сравните:

Первый метод:

Идите прямо по улице Сони Кривой до пересечения с улицей Энтузиастов, затем поверните налево и идите до проспекта Ленина. Потом идите прямо 1 остановку по пр. Ленина до ул. Энгельса. Слева увидите ресторан.

Второй метод:

Идите прямо по улице Сони Кривой до пересечения с улицей Энтузиастов, затем поверните налево и идите до проспекта Ленина. Потом идите прямо 1 остановку по пр. Ленина до ул. Энгельса. Слева увидите ресторан (см. на рис.23).

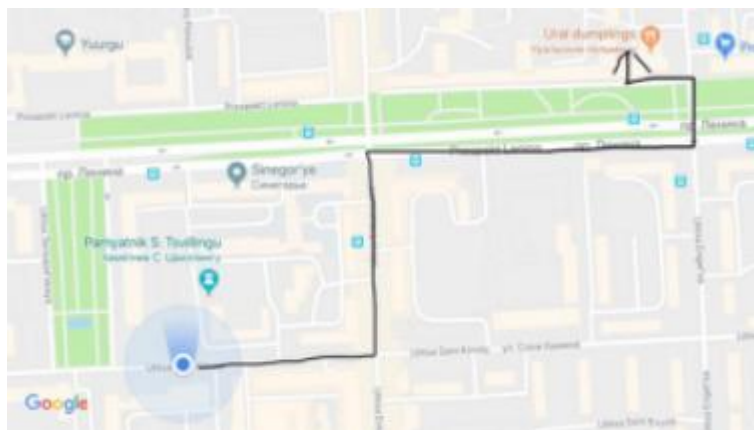


рис.23

Конечно, второй метод более удобный и наглядный.

Не только художники используют креолизованный текст в своей работе, но и ученые в своих исследованиях научных-текстах, и особенно – научно-технических. В этой ситуации креолизованный текст представляет собой формулы, символические изображения, графики, таблицы, технические рисунки, геометрические фигуры и т.п. Мы знаем, что такие языки являются искусственными. Среди искусственных выделяются неспециализированные (или международные языки (эсперанто)) и специализированные языки. К последним относятся языки и науки (математики, логики, химии и т.д., создание которых началось в XVI в.) Физики используют электросхему, чтобы доказать свою точку зрения. Когда люди не могут понять в тексте сложную теорию, они могут посмотреть схему понять смысл. По той же причине, если люди не могут понять содержание новости в интернете, то могут посмотреть иллюстрации с текстом.

Люди могут использовать любые вещи, чтобы создавать интересные смайлики: популярные люди, интернет-жаргон, животные, фразеологизмы, даже математические формулы, например (см. на рис.24):



рис.24

На этой картинке мы можем увидеть одну формулу « $\tan 90^\circ$ », и над ней человек делает такой жест: он показывает нам свою ладонь. Если мы хорошо знаем математику, мы обязательно знаем, что результата формулы « $\tan 90^\circ$ » не существует. Поэтому этот смайлик значит «не существует». Мы можем использовать это смайлик в любой ситуации, в которой выражают отсутствие действия или отказ. А какая связь между отсутствием и отказом? Мы можем так думать, например, «— Дайте мне деньги, мне очень срочно. — $\tan 90^\circ$ ». В этом случае, $\tan 90^\circ$ значит «Это невозможно, я не дам тебе деньги», «у тебя отсутствует шанс, что я тебе дам деньги». В сходной ситуации мы можем использовать этот смайлик и жест, показываемый человеком, на картинке представляет собой выражение отсутствия, отказа и невозможность действия.

В любой стране есть фразеологизмы, и люди используют их везде и всегда. В Китае также. Так как китайцы любят использовать фразеологизмы, они включают смайлики во фразеологизмы, например (см.на рис.24):



рис.24

В этом смайлике мы можем увидеть человека, который сильно плачет, и на его лице много слез, а внизу четыре иероглифа: 悲痛欲绝. Почему именно четыре? Потому что большинство китайских фразеологизмов состоит из четырех иероглифов. И эти четыре иероглифа, которые в этом смайлике, значит «сойти с ума от горя». Китайцы часто используют этот смайлик в отчаянной ситуации.

Как мы знаем, интернет в настоящее время очень важен, и он является частью жизни. Другими словами, интернет представляет собой общество в миниатюре, а смайлики стали частью интернет-общения, часто проявляет современную обстановку и культуру общества. В марте 2017-ого года в Китае был известен и популярен телесериал, который называют «От имени народа». В телесериале рассказывали об искоренении коррупции и разложении чиновников. Это очень реальная современная обстановка в Китае. Поэтому много китайцев обратили на этот телесериал внимание, и сюжет телесериала почти все зрители любят. В телесериале есть один из главных героев, его зовут Ли Дакан, он секретарь горкома Цзинчжоу (Jingzhou). В Китае «секретарь» это самая главная должность, можно сказать первый руководитель. Ли Дакан не только ответственный человек, но и талантливый в работе. Он любит народ, как своих детей, обращается к работе со всем вниманием, и отдал себя работе с огромным трудом и воодушевлением. Самое главное, у него никогда нет коррупции и разложения общества, поэтому мы думаем, что он замечательный руководитель, он является одним из представителей неподкупного чиновника. Все зрители его очень уважают и делают смайлик, используя его фото, например (см.на рис.25):



рис.25

На этом изображении мы можем увидеть над головой секретаря Дакан английские буквы “GDP” и эти слова «达康书记别低头, GDP 会掉» («секретарь Дакан, не склоняйте голову, чтобы не упал авторитет GDP»). Это выражение по модели «别低头, 皇冠会掉» (не склоняйте голову, чтобы не упала корона). Разумеется, на самом деле нет короны, корона только является символом самолюбия, потому что для человека самое важное – это самолюбие. Человек должен в себя верить, как император. Но для секретаря Дакан самое главное – думать не про себя, а повышение авторитета GDP города. Почему он склонил голову? Потому что среди его подчиненных есть коррупция и разложение чиновников. Он узнал и очень разочаровался и его стала мучить совесть. И зрители знают, что секретарь Дакан не виноват, и испытывают сожаление к секретарю Дакан. Они думают, что если секретарь Дакан не может встать, то авторитет GDP упадет. Так как никто никого не может вместо его, что усиливать развитие авторитета GDP города. Ведь авторитет GDP для экономики в Китае очень важно. Через этот смайлик, мы можем узнать правильную точку зрения, ценности китайцев и их отношение к добру и злу.

Мы знаем, что в языке есть переносное значение. Нижеследующие смайлики тоже выражают переносное значение, потому что в смайлике есть текст, а картинки, которые над текстом играют вспомогательную роль. Все знают, что китайский язык трудный. Одна из причин – звук и интонация. По

одному звуку можно написать много иероглифов. Часто существует такая ситуация, что по одному звуку мы можем соединить два словосочетания или более, и по значению между ними будет большая разница, например (см.на рис.26):



рис.26

В китайском языке «笔芯» (стержень) и «比心»(выражение сердца) один звук (bixin). Можно так сказать, что стержень и выражение сердца в китайском языке паронимы. И все точно знают, что «выражение сердца» значит любовь. А мы используем «笔芯» (стержень) вместо «比心» (выражение сердца), когда общаемся с друзьями, чтобы коммуникация была интересной и активной. В этом случае, «笔芯» (стержень) уже не вещь, а какая-то эмоция. Здесь уже возникает переносное значение.

Выше мы говорили о том, что люди делают смайлики, используя животных. В основе этого смайлика изображение животного: монеты закрыли глаза кошки и перед ней еще бумажные деньги. И в тексте написали «我被金钱蒙蔽了双眼»(мои глаза закрыли деньги), это значит, «кроме денег, я ничего не могу видеть» (см.на рис.27).



рис.27

Разумеется, это только прямое значение. Так как у слова «деньги» есть другие значение: страус, право, выгода, репутация. То есть, понятие «деньги» является искушением. Кроме них человек ничего не принимает. Из-за этих искушений человек делает ошибку. Люди часто используют этот смайлик, чтобы объяснить причину, почему сделали ошибку.

Кроме конкретных вещей, у символов тоже есть переносное значение. Это шар-мозаика, которая символизирует Википедию. Он на ладони человека. В тексте написали «为什么不问问神奇的维基百科?»(почему не спросишь Википедию?) Все мы знаем, что в Википедии можно найти любую информацию. Здесь Википедия переносное значение «интернет». По своему прямому значению это выражение является советом. На самом деле, оно является тактичным отказом: в Википедии (интернете) можно найти все, ты можешь сам найти ответы. То есть значит, что ты можешь сам решить проблему, выполняя самостоятельно, я тебе не помогу» (см. на рис.28):



рис.28

Таким образом, мы увидели, что в китайском виртуальном дискурсе активно используется креолизованный текст, соединяющий графические компоненты и текст.

ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 3

Мы знаем, что цель интернета — передача информации. Так как виртуальный дискурс представляет собой не прямое общение, существует креолизованный текст в виртуальном дискурсе, чтобы помогать читателям, другими словами, адресатам принимать информацию более просто и успешно. И графические средства являются методом выражения креолизованного текста. Цель графических средств – это выражение четкого исчерпывающего мнения. И поэтому часто используют иллюстрации, знаки, линии и др.

Мы предпочитаем использовать графические средства в виртуальном дискурсе, потому что у графических средств есть много достоинств, например: дополнение, замещение и выражение эмоций. Эти три функции графических средств очень помогают нам выразить мнение и принимать информацию наиболее благоприятно. Пакет смайликов является одним интересным видом графических средств в виртуальном дискурсе. Когда люди создают авторские пакеты смайликов, они могут использовать много вещей, например, люди, животные, знаки, объект и др. У пакета смайликов не только есть прямое значение, но и переносное значение.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Мы проанализировали понятия «дискурс», «виртуальный дискурс», «креолизованный текст». Нами были выявлены языковые и графические особенности китайского и русского виртуального дискурса. Наше исследование подтверждает то, что общение в среде интернета является важной характеристикой современной культуры, вместе с тем лингвистические особенности этого феномена освещены в научной литературе еще недостаточно.

Мы пришли к выводу, что использование интернета является важным способом общения в нашей жизни. В современном обществе большую роль играет интернет-культура, которая формируется и развивается в реальном времени. Мы проследили историю особенно любимых и популярных среди пользователей мировой паутины графических элементов – смайликов и увидели, что она напрямую связана с актуальной сейчас проблемой развития виртуального дискурса.

Сейчас люди не могут жить без интернета, который есть в компьютерах, смартфонах и других мобильных устройствах, в результате виртуальный дискурс помогает людям общаться друг с другом. Поскольку общение происходит повсеместно и среди людей разного возраста на просторах интернета особое значение для виртуального дискурса приобретает использование сетевого жаргона, особой структуры фраз, а также креолизованного текста.

Мы увидели, что виртуальный дискурс стремительно развивается. По данным статистики, 90% китайского и 70% русского народа пользуется интернет-ресурсами: социальными сетями, интернет-форумами и чатами. С каждым годом количество пользователей сети интернет возрастает, поэтому необходимо стремиться к повышению интернет-культуры, что приведет к росту общего уровня культуры в целом.

Интернет-культура является важной частью социокультуры и помогает изучить некоторые ракурсы (аспекты) социолингвистики. Например, мы можем узнать о развитии общества, исследуя интернет-культуру, которая становится разнообразнее и богаче. В настоящее время мы можем передавать информацию с помощью не только текста, но и знаков, смайликов, картинок. Когда люди думают, что их мысли и эмоции могут неправильно понять, то они используют графические элементы, чтобы конкретизировать и уточнить информацию. Большинство людей, которые используют пакет смайликов, является молодыми людьми. Используя пакет смайликов, они не только выражают свои мысли и эмоции, но и отношение к обществу и культуре. Если внимательно изучать пакет смайликов, то можно узнать мысли, идеи, душу и психологию сегодняшней молодежи. Ведь многие графические элементы имеют своих авторов, специально разрабатывающих все новые и новые варианты смайликов и стикеров, которые смогут передать настроение разных групп людей и удовлетворить их потребности. Авторы таких пакетов могут также заработать деньги, поэтому есть платные пакеты смайлики. То есть, теперь пакет смайликов представляет собой не только средство общения людей, но и новый уровень владения компьютерными технологиями, и имеет торговую ценность.

Мы убедились, что исследование пакета смайликов имеет глубокое социолингвистическое значение. Без культуры нет общества. И можно сказать, что исследование пакета смайликов тоже имеет глубокую культурную ценность. Исследуя пакет смайликов, можно узнать и понять социокультуру, интересы, идеи пользователей, способы проявления индивидуальности создателей смайликов.

Более того особую популярность в интернет-общении приобретают формы, соединяющие две группы средств: языковые и графические, что позволяет говорить о распространении в сети креолизованного текста. Язык и графика неразрывно связаны между собой, во многом по тому, что их главная функция – передача информации. Графические средства

представляют собой часть креолизованного текста и выполняют две ведущие функции: напоминание или уточнение важного содержания информации и объяснение предъявляемой информации, что способствует передаче информации. Мы увидели, что в первом случае (напоминание) мы часто используем знаки, разнообразные цвета, линии и другие способы, чтобы адресат (читатель) понял информацию наиболее отчетливо. А во втором случае (объяснение) мы часто используем иллюстрации, таблицы, картинки и другие способы, чтобы адресат (читатель) принял информацию с большим пониманием. Креолизованный текст играет очень важную роль в виртуальном дискурсе, потому что текст сопровождается графическими средствами, которые помогают дополнить, уточнить, пояснить основную информацию.

Таким образом, в исследовании виртуального дискурса важную роль играет анализ как языковых особенностей (сетевой жаргон, паронимия, фразеология и пр.), так и графических – смайликов, стикеров, картинок и т.п., а так же их гармоничное соединение, получившее выражение в виде креолизованного текста. Все это вместе является важными единицами виртуального дискурса.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Аврорин, В.А. Проблемы изучения функциональной стороны языка (к вопросу о предмете социолингвистики) / В.А. Аврорин. – Л.: Наука, 1975. – 276с.
2. Алишина, Х.Ч. Тоболо-иртышский диалект сибирских татар / Х.Ч. Алишина. – Казань: Казанск. гос. пед, 1994. – 119с.
3. Анисимова, Е.Е. Лингвистика текста и меж-культурная коммуникация (на материале креолизованных текстов) / Е.Е. Анисимова. – М.: Academia, 2003. – 128с.
4. Асмус, Н.Г. Лингвистические особенности виртуального коммуникативного пространства / Н.Г. Асмус. – Челябинск, 2005. – 265 с.
5. Ахренова, Н.А. Вестник Московского государственного областного университета / Н.А. Ахренова. – Лингвистика, С. 8–14.
6. Бахтин, М.М. Эстетика словесного творчества / М.М. Бахтин. – М.: Искусство, 1986. – 444с.
7. Беликов, В.И. Социолингвистика / В.И. Беликов. – М.: РГГУ, 2001. – 439с.
8. Богданов, В.В. Текст и текстовое общение: учебное пособие / В.В. Богданов. – СПб: СПбГУ, 1993. – 67с.
9. Ван, Яньлун. Исследование управления и распространения виртуального дискурса / Ван Яньлун. – Чэнду: Издательство Сычуаньского университета, 2009. – 142 с.
10. Галичкина, Е.Н. Специфика компьютерного дискурса на английском и русском языках / Е.Н. Галичкина. – Волгоград: ВГПУ, 2001. – 212 с.
11. Горошко, Е.И. Интернет-жанр и функционирование языка в Интернете: попытка рефлексии / Е.И. Горошко. – Жанр и язык, 2009, (6):11-127 с.
12. Горшков, П.А. Сленг хакеров и геймеров в интернете / П.А. Горшков. – Санкт-Петербург: Автореферат диссертации, 2006. –21 с.
13. Ивин, А.А. Аксиология. Научное издание / А.А. Ивин. – М.: Высш. шк., 2006. – 390с.

14. Карабулатова, И.С. Этнолингвистические дифференциации в ино-этническом окружении: коллективная монография / И.С. Карабулатова. – Тюмень: Печатник, 2012. – 189с.
15. Карабулатова, И.С. Языковая личность в контексте межкультурных коммуникаций / И.С. Карабулатова. – Кемерово: КГУКИ, 2011. – 77с.
16. Карасик, В.И. Языковой круг : личность, концепты, дискурс / В.И. Карасик. – Волгоград: Перемена, 2002. – 100с.
17. Караулов, Ю.Н. Русский язык и языковая личность / Ю.Н. Караулов. – М.: Наука, 1987. – 3с.
18. Клушина, Н.И. Стилистика публицистического текста / Н.И. Клушина. – М.: МедиаМир, 2008. – 244с.
19. Колокольцева, Т.Н. Интернет-коммуникация как новая речевая формация / Т.Н. Колокольцева. – М.: ФЛИНТА, 2012. – 328с.
20. Компанцева, Л.Ф. Интернет-коммуникация: когнитивно - прагматический и лингвокультурологический аспекты / Л.Ф. Компанцева. – Луганск: Знание, 2007. – 444с.
21. Лю, Хайянь Виртуальный дискурс / Лю Хайянь – Пекин: Издательство Китайского вещательного телевидения, 2002. – 214 с.
22. Лю, Шусинь Лексика описания китайского языка / Лю Шусинь – Пекин: The Commercial Press, 1990. – 206 с.
23. Макаров, М.Л. Жанры в электронной коммуникации / М.Л. Макаров. – Жанры речи, 2005, (4):336 – 351 с.
24. Митягина, В.А. Социокультурные характеристики коммуникативного действия / В.А. Митягина. – Волгоград: Изд-во ВолГУ, 2007. – 356с.
25. Михайлов, В.А. Особенности развития информационно
26. Никитина, Т.Г. Молодежный сленг: толковый словарь / Т.Г. Никитина. – М.: Астрель, 2007. – 910с.
27. Николаева, Т.М. Краткий словарь терминов лингвистики / Т.М. Николаева. – М.: Прогресс, 1978. – 480с.
28. Николаева, Т.М. Краткий словарь терминов лингвистики текста / с.467

29. Ниязова, Г.М. Современное информационное пространство: этнолингвофункциональный подход / Г.М. Ниязова. – Тюмень: Печатник, 2008. – 164с.
30. Ожегов, С.И. Толковый словарь русского языка / С.И. Ожегов. – М.: Азъ, 1992. – 955с.
31. Орлов, Г.А. Современная английская речь / Г.А. Орлов. – М.: Высш. шк., 1991. – 240с.
32. Петрик, Е.А. Интернет-маркетинг / Е.А. Петрик. – М.: Финансово-промышленная академия, 2004. –299 с.
33. Потапова, Р.К. Язык, речь, личность / Р.К. Потапова. – М.: Языки славянской культуры, 2006. – 496с.
34. Пэн, Ланьчжу Обзор распространения интернета / Пэн Ланьчжу – Пекин: Издательство Китайского народного университета, 2001. – 234 с.
35. Рыжков, М.С. Речевые стратегии участников синхронного Интернет-дискурса / М.С. Рыжков. – Елец, 2010. –25 с.
36. Седов, К.Ф. Дискурс и личность: эволюция коммуникативной компетенции монография / К.Ф. Седов. – М: Лабиринт, 2004. –320с.
37. Селютин, А.А. Коммуникативная толерантность в виртуальном пространстве :на примере анализа текстов социальных сайтов / А.А. Селютин – Челябинск, 2009. – 247с.
38. Складорова, Н.Г. Введение в прикладную лингвистику. информационные технологии в лингвистике / Н.Г. Складорова. – Пятигорск: Пятигорский Государственный Университет, 2016. – 86 с.
39. Соссюр, Ф.де. Курс общей лингвистики / Ф.де. Соссюр. – СПб: Изд-во Уральского ун-та, 1999. – 433с.
40. Степанов, Ю.С. Альтернативный мир, Дискурс, Факт и принцип Причинности / Ю.С. Степанов. – М.: РГГУ, 1995. – 73с.
41. Терехова, Е.В. Рекуррентные конструкции в современном английском политическом дискурсе (статус и функционирование) / Е.В. Терехова. – М.: ФЛИНТА, 2010. – 176с.

42. Трофимова, Г.Н. Языковой вкус интернет-эпохи в России: Функционирование русского языка в Интернете: концептуально-сущностные доминанты / Г.Н. Трофимова. – М.: Изд-во РУДН, 2004. – 300с.
43. Химик, В.В. Поэтика низкого, или Просторечие как культурный феномен / В.В. Химик. – СПб.: Филологический факультет СПбГУ, 2000. – 272с.
44. Цао, Цзинь. Введение распространение виртуального дискурса / Цао Цзинь – Пекин: Издательство Цинхуаского университета, 2012 – 264с.
45. Чернявская, В.Е. Дискурс власти и власть дискурса / В.Е. Чернявская. – М.: ФЛИНТА, 2012. – 128с.
46. Чернявская, В.Е. Дискурс власти и власть дискурса: проблемы речевого воздействия / В.Е. Чернявская. – М.: Флинта: Наука, 2006. – 136с.
47. Чернявская, В.Е. Лингвистика текста. Лингвистика дискурса / В.Е. Чернявская. – М.: ФЛИНТА, 2013. – 208с.
48. Чжан, Голиань. СМИ и общество / Чжан Голиань – Шаньхай: Шаньхайское народное издательство, 2005. – 240с.
49. Чэнь, Юань. Социоллингвистика / Чэнь Юань – Пекин: The Commercial Press, 2000. – 250с.
50. Щерба, Л.В. Языковая система и речевая деятельность / Л.В. Щерба. – М.: Едиториал УРСС, 2004. – 432с.
51. Юй, Гэньюань. Обзор интернет-дискурса / Юй Гэньюань – Пекин: Китайское экономическое издательство, 2001. – 240с.
52. Юй, Гэньюань. Словарь китайского интернет-дискурса / Юй Гэньюань – Пекин: Китайское экономическое издательство, 2002. – 133с.
53. David, C. Language and the Internet/ David, C. – Cambridge: Cambridge University Press, 2006. – 256 с.