

## Медиакоммуникации и журналистика

Научная статья

УДК 81.42

DOI: 10.20323/2499-9679-2022-4-31-23-29

EDN: KZVQCL

### Креативные ресурсы категории разговорности в современной интернет-коммуникации

Светлана Фридриховна Барышева<sup>1</sup>, Наталья Ивановна Клушина<sup>2✉</sup>

<sup>1</sup>Кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры стилистики русского языка ФГБОУ ВО «Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова». 125009, Москва, ул. Моховая, д. 9, стр. 1

<sup>2</sup>Доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры стилистики русского языка Московского государственного университета имени М. В. Ломоносова. 119991, г. Москва, Ленинские горы, д. 1

<sup>1</sup>baryshevasf@yandex.ru, <https://orcid.org/0000-0002-1782-0158>

<sup>2</sup>nklushina@mail.ru ✉, <https://orcid.org/0000-0002-4666-5433>

**Аннотация.** В современной интернет-коммуникации с ее установкой на новую устность особое значение приобретает стилевая и стилистическая категория разговорности. Данную категорию необходимо отличать от выработанных в российской лингвистике понятий «разговорная речь» и «разговорный стиль».

Разговорная речь рассматривается как некодифицированный вариант литературного языка, ориентированный не на императивные нормы письменной речи, а на нормы коммуникативные. Разговорный стиль является одним из функциональных стилей литературного языка, который используется в бытовой сфере общения. Категория разговорности выходит за рамки данных лингвистических концепций и представляет собой лингвистическую категорию, с помощью которой моделируется устная форма некодифицированного литературного языка для имитации неофициального общения. Особую роль категория разговорности играет в современной интернет-коммуникации.

Категория разговорности призвана наиболее точно воспроизвести в письменной речи имитацию речи устной, что отвечает базовой установке интернет-коммуникации на публичный диалог. Категория разговорности не только придает интернет-коммуникации устно-письменный характер, но и выполняет важнейшую функцию языка – креативную, поскольку для реализации категории разговорности пользователи интернета прибегают к различным неузальным способам передачи устности на письме.

Цель исследования состояла в выявлении маркеров категории разговорности в интернет-коммуникации и выявлении их креативно-стилистического потенциала. Новизна данной статьи обусловлена расширением возможностей развития языка из-за технологических особенностей интернета, способствующих изобретать различные способы передачи новой устности.

Креативные способы выражения тембра и темпа речи, эмоциональных характеристик, стилизации разговорных конструкций в интернет-коммуникации предоставляют возможность для формирования нового, мультимедиального кода языка, способного отразить все нюансы «живого диалога» в новой технологической среде.

**Ключевые слова:** разговорная речь; разговорный стиль; категория разговорности; лингвокреативность интернет-коммуникации; мультимедиальный код языка; фонетические способы разговорности

**Для цитирования:** Барышева С. Ф., Клушина Н. И. Креативные ресурсы категории разговорности в современной интернет-коммуникации // Верхневолжский филологический вестник. 2022. № 4 (31). С. 23–29. <http://dx.doi.org/10.20323/2499-9679-2022-4-31-23-29>. <https://elibrary.ru/KZVQCL>

Исследование выполнено при финансовой поддержке гранта РФФИ 20-012-00077 «Креативная функция языка в интернет-коммуникации»

## Media communications and journalism

Original article

### Creative resources of the category of colloquialism in modern Internet communication

Svetlana F. Barysheva<sup>1</sup>, Natalia I. Klushina<sup>2</sup>✉

<sup>1</sup>Candidate of philological sciences, associate professor at the Russian language stylistics department, M.V. Lomonosov Moscow State University, 125009, Moscow, Mokhovaya st., 9, bld. 1

<sup>2</sup>Doctor of philological sciences, professor, the Russian language stylistics department, M.V. Lomonosov Moscow State University, 125009, Moscow, Mokhovaya st., 9, bld. 1

<sup>1</sup>baryshevasf@yandex.ru, <https://orcid.org/0000-0002-1782-0158>

<sup>2</sup>nklushina@mail.ru✉, <https://orcid.org/0000-0002-4666-5433>

**Abstract.** The style and stylistic category of colloquialism acquires special significance in the modern Internet communication with its focus on the new orality. This category must be distinguished from such concepts in Russian linguistics as «colloquial speech» and «colloquial style».

Colloquial speech is seen as a non-codified version of the literary language, focusing not on the imperative norms of written speech, but on communicative ones. Colloquial style is one of the functional styles of literary language, used in everyday communication. The category of colloquialism goes beyond these linguistic concepts and is a linguostylistic category with the help of which the spoken form of uncoded literary language is modeled to imitate informal communication. The category of colloquialism plays a special role in modern Internet communication.

The category of colloquialism is designed to most accurately reproduce the imitation of oral speech in written speech, which corresponds to the basic focus of Internet communication on public dialogue. The category of colloquialism not only gives Internet communication an oral-written character, but also performs the most important function of language – that of creativity, because to implement the category of colloquialism, Internet users resort to various non-usual ways of conveying orality in writing.

The aim of the study is to identify both the markers of the category of colloquialism in internet communication and their creative and stylistic potential. The novelty of this article results from the expanding possibilities for language development caused by the technological features of the Internet that encourage the invention of different means of conveying the new orality.

Creative ways of expressing speech timbre and tempo, emotional characteristics, stylizing colloquial constructions in Internet communication provide an opportunity to form a new, multimedia language code capable of reflecting all the nuances of «live dialogue» in the new technological environment.

**Key words:** colloquial speech; colloquial style; category of colloquialism; linguistic creativity of Internet communication; multimedia language code; phonetic means of colloquialism

**For citation:** Barysheva S. F., Klushina N. I. Creative resources of the category of colloquialism in modern Internet communication. *Verhnevolski philological bulletin*. 2022;(4):23–29. (In Russ.). <http://dx.doi.org/10.20323/2499-9679-2022-4-31-23-29>. <https://elibrary.ru/KZVQCL>

The study was supported by the RFBR grant 20-012-00077 «Creative function of language in internet communication»

#### О дифференциации понятий разговорная речь, разговорный стиль и категория разговорности

В российской лингвистике существует два основных подхода к изучению феномена разговорности, которые базируются на таких понятиях как разговорная речь и разговорный стиль. Первый подход строится на различении кодифицированного литературного языка (КЛЯ) и разговорной речи (РР) (М. В. Панов, Л. П. Крысин, Е. А. Земская и др.). Считается, что кодифицированный литературный язык обслуживает официальную коммуникацию, а разговорная речь бытует в неофициальной коммуникации, причем разговорная речь является подсистемой кодифицированного

языка, только с менее строгими нормами. В разговорной речи доминируют коммуникативные нормы, учитывающие конситуацию, хронотоп, участников общения, их цели и мотивы.

При втором, стилистическом подходе литературный язык реализуется через систему функциональных стилей, в которой традиционно различают публицистический, научный, официально-деловой, литературно-художественный и разговорный стили. При таком подходе разговорный стиль является равноправным стилем литературного языка с определенными стилевыми нормами, характерными именно для данного стиля.

В любом случае, рассматриваем ли мы разговорную речь как дихотомию кодифицированного и разговорного варианта литературного языка или

только как один из его функциональных стилей, необходимо учитывать особый характер разговорной речи, связанный в первую очередь с ее устной формой осуществления.

Следует различать не только разговорную речь и разговорный стиль, но и категорию разговорности. Категория разговорности – одна из важнейших стилиобразующих категорий разговорного функционального стиля. Большой вклад в изучение данной категории внесла О. Б. Сиротинина и саратовская школа стилистики. Передача на письме устной формы речи оказалась нетривиальной задачей. Лингвисты отмечают слишком литературный, выверенный характер диалогов в классической художественной литературе. Эти смоделированные литературные диалоги имеют кодифицированный характер, без пауз хезитации, запинок, без нарушения их логической структуры и других «погрешностей» и являются стилизацией под разговорную речь, чей сконструированный, неестественный характер весьма заметен адресату.

Категория разговорности, разработанная в рамках функциональной стилистики, помогает создавать более реалистичные диалоги и позволяет автору раскрыть большой креативный потенциал письменной имитации устной речи.

Поэтому цель нашего исследования – изучение и описание проявления креативности в способах выражения такой категории текста, как разговорность. Отметим, что под разговорностью понимается письменная имитация влияния на речь трех экстралингвистических факторов: неподготовленности (спонтанности); непосредственности общения, выражающейся в отсутствии канала передачи информации, и неофициальности всех параметров ситуации общения: темы, хронотопа, отношений между адресантом и адресатом. Названные три фактора определяют синтагматические и парадигматические особенности текстопорождения в сфере устно-разговорной речи.

Актуальность и новизна нашей статьи проявляется в изучении категории разговорности в современной интернет-коммуникации, которая создает особые условия для бытования языка в новой, технологической среде. В качестве гипотезы исследования мы полагаем, что в интернет-пространстве категория разговорности может рассматриваться не только как имитация на письме устной речи, но и как риторы для развития креативности в языке.

В интернет-коммуникации активно воспроизводятся как наработанные в течение последних столетий в художественной речи и в публицисти-

ке приемы выражения категории разговорности, так и создаются свои, специфически сетевые. При этом определяющим становится поиск способов выражения устного характера разговорной речи вследствие того, что сетевая коммуникация – это публичный диалог с ведущей интенцией общения. В результате параллельно с устно-разговорной формой речи на новой интернет-платформе формируется новый вид разговорности, который многие современные исследователи определяют как «устно-письменную форму речи».

### Категория разговорности в интернет-коммуникации

Обозначим способы имитации параметров разговорности в интернет-коммуникации. (Примеры приводятся из форумов и блогов о туризме. Авторская орфография и пунктуация сохранены.)

1. Имитация неподготовленности речи создается ощущением «негладкой» речи – речи с паузами обдумывания и психологическими паузами, с самоперебивами, с повторами, лексическими и грамматическими погрешностями. Способы графической фиксации названных явлений в интернет-текстах в целом воспроизводят уже существующий арсенал способов художественной и публицистической речи. Например, обозначение заполненной паузы многоточием и долготой гласной вставки: *Граффити представляют из себя огромные полотна на бетонных... эээ ... даже не знаю, как правильно назвать, в общем, то, что находится вдоль проезжей части.* Это может быть самоисправление ошибки с фиксацией эмоциональной реакции на нее: *Про экспресс тфу электричку понятно.*

2. Имитация неофициальности коммуникации создается средствами всех языковых уровней:

а) лексическими и грамматическими сигналами неформального и часто эмоционального общения: *Добрейший вечерок, горожане!*

б) фонетико-графическими сигналами, прежде всего фиксацией звуковых эллипсисов: *Ща подразгребусь с делами и всё буит....* При этом количество вводимых фононаписаний по сравнению с «доинтернетной» эпохой увеличилось в разы. В этом можно видеть особенность сетевой разновидности по сравнению с традиционными книжно-письменными стилями.

3. Имитация непосредственности общения создается проявлением фатической (контактоуставливающей) функции. Исследователи опреде-

ляют в целом современную коммуникацию как «фатическую публичную речь» (А. В. Колодий), имея в виду настроенность речи не на публично-массовое восприятие, а на индивидуальное, персонализированное, на имитацию дружеского, подчас фамильярного стиля общения. В еще большей степени это относится к неофициальному сегменту интернета: используются неформальные обращения, приветствия и прощания, характерные для устной речи, задаются прямые вопросы адресату, ярко выражается личная модальность. Такие сетевые знаки, как эмодзи, также способствуют выражению фатической функции, так как они позволяют в прямом смысле увидеть эмоцию на «лице»: Нууу... Медгора – вообще, отдельная тема...я до неё ещё не добрался.... Или: Лучшие взять револьвер и сыграть в русскую рулетку. Три раза не чего а на четвертый у сё.

Усиление разговорности в интернет-коммуникации мы видим в интенсификации проявления всех трех факторов и в появлении новых сетевых способов имитации последних двух факторов: неофициальности и непосредственности общения.

#### Креативные приемы выражения разговорности в интернет-коммуникации

В свете сформулированной задачи рассмотрим, какие способы выражения категории разговорности в современной интернет-коммуникации можно определить как креативные.

Понятие *креативный* определяется в научной литературе чаще всего через синонимические обозначения «творческий» или «новый, уникальный»: «Слово *креатив* является отвлеченным понятием и имеет значение «творческое начало, творческий подход, творческая идея» [Вепрева, 2013, с. 115], это «способность создавать значимые новые формы» (Р. Флорида), это также создание «идей, вещей и ассоциаций каким-то свежим, до сих пор неизвестным способом» (С. Тивари).

Понятие *лингвокреативный* можно определить как языковую импровизацию («импровизированный письменный текст», по Т. И. Рязанцевой [Рязанцева, 2010, с. 220]), как оригинальность языковых форм, новых нетрадиционных реализаций языковых системных связей и законов. «Креативная функция языка обеспечивает способность языка ... создавать новые сообщения (тексты), непредсказуемые по автоматическим алгоритмам» [Кузьмина, 2013, с. 346].

К креативно-оригинальным способам выражения категории разговорности в интернет-коммуникации мы можем отнести прежде всего выражение такой ее составляющей, как устный характер.

Ориентация на устность в электронной коммуникации многолика. С одной стороны, это принципиальная осознанная небрежность «письморечи», воспроизводящая отсутствие возможности редактирования устной речи и проявляющаяся в небрежности лексико-грамматического построения речи, в игнорировании правил орфографии и пунктуации. С другой стороны, это собственно языковые маркеры устности на уровне фонетики, лексики и грамматики. В этом случае категория устности выражается:

- 1) фиксацией звуковой оболочки слов, своего рода фонетической транскрипцией (фононаписания);
- 2) новыми способами выражения некоторых просодических параметров речи, прежде всего тембра голоса;
- 3) специфически разговорной лексикой;
- 4) разговорными синтаксическими конструкциями.

Рассмотрим эти явления с позиции лингвокреативности.

К фононаписаниям, под которыми понимается передача средствами графики звукового состава слова, относится целый комплекс явлений.

1. Передача нормативного звукового состава слова, например: *конечно* как *канешна*, *говоришь* как *гавариши*, *я* как *йа* и т. п. Наличие подобных фононаписаний особенно ярко доказывает современную тенденцию к «фонетизации письма» в интернете, так как нейтрально-нормативные варианты – наименее осознаваемая область произношения. Из позиционных чередований гласных чаще фиксируется аканье (см. примеры выше), реже – иканье. Из чередований согласных – чередования по способу образования (так, частотна буква-аффриката на месте буквосочетания *тс* глаголов и прилагательных: *учица*, *постсовецкий*), реже – чередования по глухости / звонкости. Слабая «задействованность» в письменной практике этих и других видов чередований объясняется, главным образом, их неосознаваемостью и незаметностью на слух, так как их узнавание в речи требует специальных знаний и умений (в частности, развитого фонетического слуха).

2. Фиксация эллиптического разговорного варианта произношения, например: *когда* как *када*. В интернетной практике многие

фононаписания стали «графическими штампами»: *грит, смари, тя, ниче, нить, седня, собсна, тока, тада* и мн. др. Большое количество видов и в целом примеров фононаписаний позволяет классифицировать имеющиеся факты по разным параметрам, например, по частотности. Так, самым частотным случаем звукового эллипсиса является позиция конца слова: *плох* (плохо), *канешн* (конечно) (Подробнее см. [Барышева 2016]).

Появляются модели сокращений: *этмона, этхарашо; очсерьезный, оч красиво, оч печально; эт-точно, этнадо, этплохо, этдааа*. Видно, что одни модели «стабилизировались» в орфографической записи, а другие фиксируются вариативно.

Вкрапление фоноэллипсисов может быть многократным: *и мож маршрут недельный, включающий в себя Конжак ктонить посоветует?! Или: Какой те «оленовод», у тя ещё ребёнок маленький, с таким тока на тельмана и без заплывов*.

3. Отражение нелитературных: диалектных или просторечных вариантов произношения (например, *этот* как *ентот*).

В прежней книжно-письменной практике такие написания (прежде всего диалектно-просторечные варианты) могли встречаться в репликах диалога персонажей с задачей их характеристики. В эпоху интернета их функции изменяются: они становятся источником языковой игры и лингвокреативности. Креативно заряженными являются и намеренные игровые искажения фонемного состава слов. Это может быть замена согласных или гласных фонем: *Прифееет*))) или *На случай полного отчаяния можно найти парохед*. Это может быть метатеза: *Дешевле всего летать сибирью, но у них масалеты древние:*)

II. Неизбежно креативными, новыми по сути, являются способы передачи пользователями интернета «непередаваемых» особенностей голоса. Если, например, способы обозначения таких просодических параметров речи, как степень громкости, темп речи и логические выделения, в традиционных книжно-письменных стилях «наработаны» в большом количестве, то такой параметр голоса, как тембр, получил в электронном формате новые способы обозначения, а потому, безусловно, о них можно говорить как о креативных. Наконец, есть еще один голосовой параметр – мелодика речи, который является «самым непередаваемым» и

который по-прежнему неподвластен даже сверхкреативным интернет-пользователям.

1. Тембр речи – это дополнительная окраска голоса, которая накладывается на уже готовую фразу и выражается метафорическими обозначениями типа «мрачный голос», «веселый голос», «нежный голос» и т. п. Именно дефицит тембровых значений стал осознаваться интуитивно пользователями интернета в первую очередь и одним из первых стал быстро восполняться в «письморечи» интернета, прежде всего с помощью рисунков с типовым выражением эмоций и пунктуационных знаков типа «двоеточие», «точка с запятой», «открытая и закрытая скобка».

Использующийся «эмоциональный знак» может заменять пунктуационный знак либо сопровождать его, выражая визуально эмоцию:

– *Нормально передвигаться)))) зимой правда сложновато бывает(*

– *Вертолетчик, к сожалению, оказался экс-..., поэтому сумеет ли договориться – вопрос. Ответ недолго ждать.*

При этом знак может занимать любую позицию во фразе: *По базам читайте), что Вам нравится*. Или: *Это грозит вам увидеть неинтересный или интересный материал, который) вы видеть в данную минуту вряд ли хотите)))*

Еще более креативной является полностью знаковая передача содержания и сопровождающей ее эмоции. Приведем пример ответной «реплики» на фразу *Воспринимаю случившееся как личную трагедию:*

+1!!!;-((((

Прежние же, книжные, способы выражения эмоций получили в сетевой письменной речи «усиление», например в многократном повторении пунктуационного или буквенного знака: *АААААААААА!!!!!!!!!!!!*

*Конкуренция!!!!!!!!!!!! :-))))))*

Креативным можно считать и новые комбинации знаков: *Да что ты говоришь?!?!?!?! :))))*

Знаки могут начинать реплики, как в следующем диалоге:

– *!!!!!! А-а-аа-аааа!!!!!! Так вот она КТО. Мам Тань, мы тебя раскусили :-))))*

– *:-)))) И как я на вкус? :-))*

Любопытен прием «градации» в виде количественного увеличения знака: *На Праздник Лотоса мы отправились незамедлительно!... Восторгам нет предела, когда видишь это*

чудо!!!! Да еще в период цветения!!!! Это надо видеть обязательно!!!!!!

2. Известно, что такой параметр речи, как темп, мог фиксироваться только по характеристике «медленный» соответствующей ремаркой или удлинением звуков. В сетевых жанрах есть попытки обозначить и быстрый темп. Например, слитным написанием слов: *тактактак... с этого места ещё раз и поподробнее ПЛЗ*.

3. Если говорить о других просодических параметрах речи, то новым в их фиксации можно считать способы, которые экономят физические и временные ресурсы пишущего. Так, долготу звука в существующей письменной традиции передают повторением гласного через дефис, например: *о-о-очень*. Авторы интернет-сообщений часто опускают дефис: *На севере зимой хорошоооо!* Отметим выражение эмоций и длительностью согласных: *Оччч красиво*. Или: *Оченнннн были удивлены бездонностью «полости» в скале*.

Таким образом, мы можем говорить о так называемом «разговорном интернете» и с фонетической точки зрения, так как в сетевой коммуникации постоянно фиксируются «попытки передать графическим способом все особенности устной речи, включая эмоции, усеченные разговорные фразы, особенности произношения и интенсивности тона («звуковое письмо»))» [Трофимова, 2011, с. 156].

### Подведем итоги

Особый, устно-письменный характер интернет-коммуникации формирует уникальные способы выражения категории разговорности как проявления «новой устности». Разговорность становится доминирующей чертой в неофициальном сегменте интернет-общения, которая побуждает пользователей интернета искать лингвокреативные способы для выражения мысли и обозначения эмоций. Мультимедийный характер интернет-коммуникации позволяет использовать не только буквенные знаки в своем общении, но и небуквенные (эмодзи, смайлики и т. д.), что расширяет возможности интернет-коммуникации, дополняя ее невербальными способами передачи информации. Мы можем говорить о формировании в интернете особого мультимедийного языка [Клушина, 2018], который способен более точно и тонко отразить все оттенки авторского послания. Хотя развитие языка в интернете происходит на всех уровнях языковой системы [Иванова, Клушина, 2021], тем

не менее именно фонетический уровень, по предварительным наблюдениям, демонстрирует наибольшие возможности для лингвокреативного обновления способов выражения мысли и ведения диалога в коммуникативном пространстве интернета.

### Библиографический список

1. Барышева С. Ф. Фонетические «заимствования» в интернет-коммуникации // *Interaktion von Internet und Stilistik, Internet und Stil* / Hg. Tošović, Branko, Wonisch, Arno, Institut für Slawistik der Karl-Franzens-Universität Graz, 2016. С. 13–20.
2. Барышева С. Ф. Лексико-грамматические маркеры разговорности в неофициальном сегменте интернет-коммуникации (на примере блогосферы) // *Мир русского слова*. № 4. 2017. С. 33–39.
3. Вепрева И. Т. Креатив креатива, или о функционировании лексемы креатив в современном русском языке // *Лингвистика креатива-1: Коллективная моногр. / под общей ред. проф. Т. А. Гридиной*. 2-е изд. Екатеринбург : ФГБОУ ВПО «Урал. гос. пед. ун-т», 2013. С. 112–123.
4. Земская Е. А., Китайгородская М. В., Ширяев Е. Н. *Русская разговорная речь: Общие вопросы. Словообразование. Синтаксис*. Москва : Наука, 1981. 276 с.
5. Иванова М. В., Клушина Н. И. Русский язык в современном интернет-пространстве: динамические процессы и тенденции развития // *Русистика*. 2021. Т. 19. № 4. С. 367–382.
6. Иванова М. В., Клушина Н. И. Нормы в массмедиа: когнитивный аспект // *Вопросы когнитивной лингвистики*. 2018. № 2. С. 5–12.
7. Ильясова С. В., Амири Л. П. Языковая игра в коммуникативном пространстве СМИ и рекламы. Москва : Флинта: Наука, 2015. 296 с.
8. Интернет-коммуникация как новая речевая формация : колл. монография / науч. ред. Т. Н. Колокольцева, О. В. Лутовинова. 2-е изд., стер. Москва : Флинта: Наука, 2014. 328 с.
9. Клушина Н. И. Мультимедиаальный код языка и его роль в политической лингвистике // *Политическая лингвистика*. 2020. № 6 (84). С. 19–25.
10. Клушина Н. И., Николаева А. В. Введение в интернет-стилистику. Москва : Флинта, 2020. 240 с.
11. Кожина М. Н. *Стилистика русского языка : учебник : для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлению 050300 Филологическое образование / М. Н. Кожина, Л. Р. Дускаева, В. А. Салимовский*. Москва : Флинта : Наука, 2008. 462 с.
12. Кузьмина Н. А. Креативный потенциал книжной формы (современная авторская книга стихов) // *Лингвистика креатива-1: Коллективная моногр. / под общей ред. проф. Т. А. Гридиной*. Екатеринбург : ФГБОУ ВПО «Урал. гос. пед. ун-т», 2009. С. 346–368.
13. *Лингвистика креатива-1: Коллективная моногр. / под общей ред. проф. Т. А. Гридиной*. 2-е изд. Екатеринбург : ФГБОУ ВПО «Урал. гос. пед. ун-т», 2013. 369 с.
14. *Русская разговорная речь*. Москва : Наука, 1973. 486 с.

15. Рязанцева Т. И. Гипертекст и электронная коммуникация. Москва : Издательство ЛКИ, 2010. 256 с.
16. Сиротинина О. Б. Современная разговорная речь и ее особенности. Москва : Просвещение, 1974.
17. Трофимова Г. Н. Языковой вкус интернет-эпохи в России: функционирование русского языка в Интернете: концептуально-сущностные доминанты. 2-е изд., испр. и доп. Москва : РУДН, 2011. 436 с.
18. Тошович Б. Интернет-стилистика. Москва : Флинта: Наука, 2015. 238 с.
19. Crystal D. Language and the Internet. UK : Cambridge, 2004. 292 p.
20. Hanson R.E. Mass communication: living in a media world. SAGE Publications, Inc., 2021. 488 p.

#### Reference list

1. Barysheva S. F. Foneticheskie «zaimstvovanija» v internet-kommunikacii = Phonetic «borrowings» in Internet communication // Interaktion von Internet und Stilistik, Internet und Stil / Hg. Tošović, Branko, Wonisch, Arno, Institut für Slavistik der Karl-Franzens-Universität Graz, 2016. S. 13–20.
2. Barysheva S. F. Leksiko-grammatische markery razgovornosti v neoficial'nom segmente internet-kommunikacii (na primere blogosfery) = Lexical and grammatical markers of colloquialism in the unofficial segment of Internet communication (on the example of the blog sphere) // Mir russkogo slova. № 4. 2017. S. 33–39.
3. Vepreva I. T. Kreativ kreativ, ili o funkcionirovanii leksemy kreativ v sovremennom russkom jazyke = Creative creativity, or on the functioning of the lexeme creative in the contemporary Russian language // Lingvistika kreativa-1: Kollektivnaja monogr. / pod obshhej red. prof. T. A. Gridinoj. 2-e izd. Ekaterinburg : FGBOU VPO «Ural. gos. ped. un-t», 2013. S. 112–123.
4. Zemskaja E. A., Kitajgorodskaja M. V., Shirjaev E. N. Russkaja razgovornaja rech': Obshhie voprosy. Slovoobrazovanie. Sintaksis = Russian colloquial speech: General issues. Word formation. Syntax. Moskva : Nauka, 1981. 276 s.
5. Ivanova M. V., Klushina N. I. Russkij jazyk v sovremennom internet-prostranstve: dinamicheskie processy i tendencii razvitija = The Russian language in the modern Internet space: dynamic processes and development trends // Rusistika. 2021. T. 19. № 4. S. 367–382.
6. Ivanova M. V., Klushina N. I. Normy v massmedia: kognitivnyj aspekt = Norms in mass media: a cognitive aspect // Voprosy kognitivnoj lingvistiki. 2018. № 2. S. 5–12.
7. Il'jasova S. V., Amiri L. P. Jazykovaja igra v kommunikativnom prostranstve SMI i reklamy = The language game in the media and advertising communicative space. Moskva : Flinta: Nauka, 2015. 296 s.
8. Internet-kommunikacija kak novaja rechevaja formacija = The Internet communication as a new speech formation: koll. monografija / nauch. red. T. N. Kolokol'ceva, O. V. Lutovinova. 2-e izd., ster. Moskva : Flinta: Nauka, 2014. 328 s.
9. Klushina N. I. Mul'timedial'nyj kod jazyka i ego rol' v politicheskoj lingvistike = The multimedia language code and its role in political linguistics // Politicheskaja lingvistika. 2020. № 6 (84). S. 19–25.
10. Klushina N. I., Nikolaeva A. V. Vvedenie v internet-stilistiku = An introduction to the Internet stylistics. Moskva : Flinta, 2020. 240 s.
11. Kozhina M. N. Stilistika russkogo jazyka = Stylistics of the Russian language : uchebnik dlja studentov vysshih uchebnyh zavedenij, obuchajushhihsja po napravleniju 050300 Filologicheskoe obrazovanie / M. N. Kozhina, L. R. Duskaeva, V. A. Salimovskij. Moskva : Flinta : Nauka, 2008. 462 s.
12. Kuz'mina N. A. Kreativnyj potencial knizhnoj formy (sovremennaja avtorskaja kniga stihov) = Creative potential of the book form (modern author's book of poems) // Lingvistika kreativa-1: Kollektivnaja monogr. / pod obshhej red. prof. T. A. Gridinoj. Ekaterinburg : FGBOU VPO «Ural. gos. ped. un-t», 2009. S. 346–368.
13. Lingvistika kreativa-1 = Linguistics of creativity-1: Kollektivnaja monogr. / pod obshhej red. prof. T. A. Gridinoj. 2-e izd. Ekaterinburg : FGBOU VPO «Ural. gos. ped. un-t», 2013. 369 s.
14. Russkaja razgovornaja rech' = Russian colloquial speech. Moskva : Nauka, 1973. 486 s.
15. Rjazanceva T. I. Gipertekst i jelektronnaja komunikacija = Hypertext and electronic communication. Moskva : Izdatel'stvo LKI, 2010. 256 s.
16. Sirotnina O. B. Sovremennaja razgovornaja rech' i ee osobennosti = Modern colloquial speech and its characteristics. Moskva : Prosveshhenie, 1974.
17. Trofimova G. N. Jazykovoju vkus internet-jepohi v Rossii: funkcionirovanie russkogo jazyka v Internete: konceptual'no-sushhnostnye dominanty = Linguistic taste of the Russian Internet age: functioning of the Russian language on the Internet: conceptual and essential dominants. 2-e izd., ispr. i dop. Moskva : RUDN, 2011. 436 s.
18. Toshovich B. Internet-stilistika = Internet stylistics. Moskva : Flinta: Nauka, 2015. 238 s.
19. Crystal D. Language and the Internet. UK : Cambridge, 2004. 292 p.
20. Hanson R. E. Mass communication: living in a media world. SAGE Publications, Inc., 2021. 488 p.

Статья поступила в редакцию 12.10.2022; одобрена после рецензирования 22.10.2022; принята к публикации 17.11.2022.

The article was submitted on 12.10.2022; approved after reviewing 22.10.2022; accepted for publication on 17.11.2022.