

ЯЗЫКОВАЯ ИГРА В СООБЩЕНИЯХ ТВИТТЕРА¹

Ю. А. Книга (МГУ имени А. А. Кулешова)

Науч. рук. Е. Н. Василенко,

канд. филол. наук, доцент

Интернет-пользователям свойственно прибегать к различным языковым приемам для достижения определенной коммуникативной интенции. Цель исследования – установить особенности языковой игры в сообщениях пользователей Твиттера – Интернет-сервиса, сочетающего в себе элементы социальной сети и микроблога.

Фактическим материалом исследования послужили 1000 твитов (по 500 на английском и русском языках), из которых методом сплошной выборки было отобрано 31 и 54 случая использования языковой игры соответственно.

В ходе исследования было установлено, что в твитах как англоговорящих, так и русскоговорящих пользователей преобладают лексические средства языковой игры (58% и 61% соответственно). Интересно, что в других типах дискурса также наблюдается преобладание лексических языковых средств достижения юмористического эффекта (см., например, [1]).

При этом англоговорящие пользователи чаще всего прибегают в своих сообщениях к сравнениям (8 случаев), например: *imagine if i didnt reward myself with food like a fucking labrador (@maisicosis, 19.10.2018)*, а русскоязычные наиболее широко используют сравнения (8 случаев) и олицетворения (7 случаев), например: *Кусок камня раздавал бы wifi лучше, чем мой модем (@jjenly, 20.09.2018)*; *Пожалуйста, не прикладывайте мою карточку к терминалу, она так не умеет, она смущается (@jjenly, 22.08.2018)*.

Таким образом, в ходе исследования было установлено, что языковая игра довольно редко используется пользователями Твиттера (менее чем в 10% твитов вне зависимости от языка коммуникации), как правило, с целью привлечения аудитории и достижения юмористического эффекта.

Литература

1. Василенко, Е. Н. Приемы языковой игры в американском юмористическом дискурсе (на материале ситкома «Scrubs») / Е. Н. Василенко, Ю. А. Книга // Філологічні студії. Наук. вісн. Криворізького держ. пед. ун-ту. – 2017. – Вип. 16. – С. 296–303.