

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
«ТЮМЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ИНСТИТУТ СОЦИАЛЬНО- ГУМАНИТАРНЫХ НАУК  
Кафедра английского языка

РЕКОМЕНДОВАНО К ЗАЩИТЕ  
В ГЭК И ПРОВЕРЕНО НА ОБЪЕМ  
ЗАИМСТВОВАНИЯ

И.о. заведующего кафедрой

канд. филол. наук

 А.С. Остапенко

13 июня 2019 г.

**ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА**  
(магистерская диссертация)

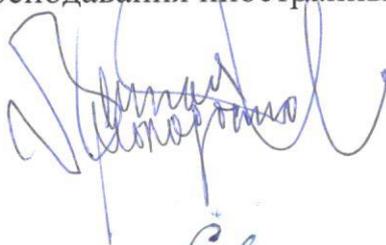
**КОНСТИТУТИВНЫЕ ПРИЗНАКИ ИНТЕРНЕТ-ДИСКУРСА  
ЮМОРИСТИЧЕСКИХ СООБЩЕСТВ 2CH, 4CH И 9GAG**

45.04.02 Лингвистика.

Магистерская программа

«Теория и практика преподавания иностранных языков и культур»

Выполнил работу:  
студент 2 курса  
очной формы обучения



Третьяков  
Павел  
Михайлович

Научный руководитель:  
канд. филол. наук



Михалькова  
Елена  
Владимировна

Рецензент:  
доцент кафедры английской  
филологии и перевода  
Тюменского  
Государственного  
Университета, канд. филол.  
наук



Ковязина  
Марина  
Анатольевна

г. Тюмень, 2019

## СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ .....	3
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ ЮМОРИСТИЧЕСКОГО ДИСКУРСА И ДИСКУРС-АНАЛИЗА Т. ВАН ДЕЙКА .....	5
1.1. Юмор и его функции в современном обществе .....	5
1.2. Способы достижения комического эффекта.....	7
1.3. Этапы развития и основные положения теории дискурс-анализа Т. ван Дейка .....	9
ГЛАВА 2. СОЦИОКУЛЬТУРНЫЙ АСПЕКТ ЮМОРА В ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ .....	25
2.1. Основные нормы и особенности в современной Интернет-коммуникации.....	25
2.2. Роль юмора в Интернет-коммуникации.....	29
2.3. Специфика диалогичности Интернета .....	36
ГЛАВА 3. АНАЛИЗ КОНСТИТУТИВНЫХ ПРИЗНАКОВ ИНТЕРНЕТ-ДИСКУРСА ЮМОРИСТИЧЕСКИХ СООБЩЕСТВ 2СН, 4СН, 9GAG И ПИКАБУ .....	42
3.1. О сообществах 2ch, 4ch, 9gag и Пикабу.....	42
3.2. Конститутивный признак №1: использование графических форм коммуникации ....	44
3.3. Конститутивный признак №2: политика регулирования ресурсов .....	47
3.4. Конститутивный признак №3: слэнг.....	51
3.5. Конститутивный признак №4: форма изложения.....	59
ЗАКЛЮЧЕНИЕ .....	72
СПИСОК ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ .....	73

## ВВЕДЕНИЕ

Развитие устных форм юмора в массовой культуре вызывает большой интерес у лингвистов и поднимает ряд вопросов, связанных с выявлением конститутивных признаков дискурса юмористических сообществ. Популярной платформой для данной коммуникации среди представителей всех возрастных категорий, вне сомнений, является сеть Интернет.

Предметом нашего исследования является дискурс юмористических Интернет-сообществ 2ch, 4ch, 9gag и Пикабу. Объект исследования – конститутивные признаки данного дискурса.

Цель данного диссертационного исследования: выявить через сопоставление конститутивные признаки Интернет-дискурса сообществ 2ch, 4ch, 9gag и Пикабу.

Работа включает следующие задачи:

- определить рабочие понятия: дискурс, юмор, Интернет-сообщество, конститутивный признак;
- определить особенности юмористической Интернет-коммуникации;
- составить выборку примеров юмористических единиц (шуток, мемов, комментариев) исследуемых сообществ;
- провести опрос об особенностях дискурса исследуемых сообществ;
- выявить конститутивные признаки исследуемых сообществ через сопоставление отобранных примеров, опираясь на результаты опроса.

Материалом исследования послужили наиболее популярные и просматриваемые разделы указанных Интернет-сообществ: “hot”, “trending” (9gag); “горячее”, “лучшее” (Пикабу); “/b/” (2ch); “/b/” (4ch).

Методы, использованные в ходе научной работы, включают дискурс-анализ на основе теории дискурса Т. ван Дейка, сопоставительный анализ, компонентный анализ, дефиниционный анализ.

Научная новизна работы заключается в том, что ранее в лингвистике не рассматривались признаки, отличающие дискурс Интернет-сообществ 2ch, 4ch, 9gag и Пикабу, несмотря на то, что эти сообщества относятся к одним из самых популярных в России и за рубежом.

Работа состоит из введения, трех глав, заключения и списка литературы.

В первой главе определяется понятие юмора, описываются его социальные функции; рассматриваются различные способы достижения комического эффекта; определяется понятие дискурса через призму работ Тена ван Дейка и рассматриваются основные положения и этапы развития теории дискурса.

Во второй главе говорится об основных нормах и особенностях Интернет-коммуникации; выясняется роль юмора в Интернет коммуникации, происходит погружение в специфику диалогичности Интернета.

В третьей главе осуществляется анализ Интернет-сообществ 2ch, 4ch, 9gag и Пикабу, а также устанавливаются их конститутивные признаки.

Заключение содержит общие выводы по работе.

Библиографический список содержит 47 наименований.

# ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ ЮМОРИСТИЧЕСКОГО ДИСКУРСА И ДИСКУРС-АНАЛИЗА Т. ВАН ДЕЙКА

## 1.1 Юмор и его функции в современном обществе

В истории и культуре любого народа даже в самые трагические времена находилось место смеху, общую природу которого «легче уловить, обратившись сначала к известному у всех народов с незапамятных времен игровому, коллективно самодеятельному народному смеху, например в карнавальным играх» [Лихачев, Панченко 1976, 27]. М. Бахтин считал, что на карнавальном площади, как и в частном доме за пиршественным столом, всегда и везде, где миром правит игровой смех «космоса» (веселой ватаги), воцаряется двузначная атмосфера действительности, преломленной сквозь призму изобретательной фантазии «играющего человека». В празднично игровом, глубоко объективном по своей природе смехе как бы сама жизнь празднует и играет, а участники игры – лишь более или менее сознательные органы ее [Бахтин 1965, 32].

В синкретическом карнавальном смехе потенциально были заложены многие виды комического, обособившиеся затем в процессе развития культуры. Таким образом, в отдельные категории выделились ирония, сатира, сарказм и юмор (данные виды комического описывает Литературный энциклопедический словарь под редакцией В.М. Кожевниковой и П.А. Николаевой).

Собственно юмору Словарь дает следующее определение: «Юмор (от англ. *humour* – юмор, нрав, настроение, склонность), особый вид комического; отношение сознания к объекту, сочетающее внешне

комическую трактовку с внутренней серьезностью» [Кожевникова, Николаева 1987, 521].

Согласно толковым словарям, понятие юмора имеет следующие дефиниции: толковый словарь В. И. Даля: «Юмор – веселая, острая, шутливая складка ума, умеющая подмечать и резко, но безобидно выставлять странности нравов или обычаев; удаль, разгул иронии [Толковый словарь живого великорусского языка, URL]; в толковом словаре Д. Н. Ушакова понятие юмора представлено как «1. незлобивая насмешка, добродушный смех; проникнутое таким настроением отношение к чему-нибудь (к чьим-нибудь недостаткам, слабостям, к злоключениям). 2. совокупность литературных (или вообще художественных) произведений, проникнутых таким отношением к действительности [Ушаков 2007, 1237]; в толковом словаре С.И. Ожегова дано следующее объяснение: «ЮМОР, 1. понимание комического, умение видеть и показывать смешное, снисходительно-насмешливое отношение к чему-н. 2. в искусстве: изображение чего-н. в смешном, комическом виде» [Ожегов 1987, 791]; толковый словарь английского языка Merriam-Webster дает определение юмора как «humour (humor) – the amusing quality or element in something» [Merriam-Webster, URL].

В современной культуре юмор анализируется как сложное лингвокультурологическое явление, отражающее состояние общества. Согласно Х.Оуэну, юмор – это коммуникативное сообщение, которое индивид или социальная группа передает под воздействием определенной психологической мотивации, свидетельством правильности восприятия которого является улыбка или смех. «Адекватность же восприятия юмористического сообщения, в свою очередь, определяется знанием социального контекста, в котором произносится сообщение, и роли, отводимой юмору в подобной ситуации» [Humorous Communication, URL].

М.А. Кулинич полагает, что юмор как социокультурное явление, выполняет следующие функции, которые и определяют его значение в

коммуникативном контексте: эстетическая; коммуникативная; катарсическая; эвристическая (смеховая ситуация возникает из-за непредсказуемости); творческая [Кулинич 1999, 28].

Философ Анри Бергсон считал, что юмор предназначен для исправления общества: «Основной функцией смеха является функция социальной коррекции, и роль, которую он играет, служит исправлению и совершенствованию общества» [Бергсон 1992, 23].

Взгляды А. Бергсона на юмор явно не разделяют создатели телевизионных юмористических шоу. Говоря о телевизионном дискурсе, можно предположить, что на первый план здесь выходит развлекательная функция комического: основной целью комедианта является рассмешить аудиторию. М.Р. Желтухина указывает при этом на «типологизацию юмористических сюжетов, образов, языковых средств, стиля, а также на упрощение, которое не в лучшую сторону меняет сознание человека, не говоря уже о языке и поведении» [Желтухина 2003, 127].

## 1.2 Способы достижения комического эффекта

Исследователи самых разных областей знания не обходили стороной тему юмора и его значения. Начиная с работ Платона и Аристотеля, исследования комического занимали важное место в научных трудах лингвистов, социологов, антропологов, психологов и т.д.

Аристотель в работе «Поэтика» указывает на особенности комедии: «Это воспроизведение худших людей, но не во всей их порочности, а в смешном виде. Смешное – частица безобразного. Смешное – это какая-нибудь ошибка или уродство, не причиняющее страданий и вреда, как, например, комическая маска» [Аристотель, URL].

Античные представления о комическом разделяют многие современные ученые, в частности, В.Я. Пропп главной причиной смеха считает отклонение от нормы: «Ничто прекрасное никогда не может быть смешным, смешно отступление от него» [Пропп 1999, 51].

С небольшими разногласиями в терминологии многие современные исследователи придерживаются следующей классификации теорий юмора: теории враждебности, несоответствия и высвобождения.

Теории враждебности рассматривают юмор как агрессию, желание доказать свое превосходство по отношению к другим.

Несоответствие или противоречие между тем, что ожидает услышать реципиент, и тем, чем на самом деле завершается шутка (кульминационный момент в шутке, «punchline»), порождает смех. «Теории юмора, построенные на идее несоответствия, а также придерживающиеся этих теорий исследователи, видят юмор собственно в несоответствии, а затем предоставляют аудитории возможность выявить, прочувствовать и разрешить то противоречие, в котором и заключается комическое» [Саркисян, URL].

Исходя из теории несоответствия, Г.Г. Почепцов вводит понятие ситуативного юмора, основанного на несоответствии внешней характеристики объекта высмеивания и его внутренней природы, внутренней составляющей и, более того, на их конфронтации [Pochepctsov 1982, 237]. Помимо ситуативного, ученый выделяет лингвистический юмор, возникающий из-за отсутствия в шутке соответствий между формой и значением в лингвистическом единстве.

Наконец, в теориях высвобождения/избавления юмор выступает как «средство избавления от напряжения, неловкости» [Гендерные особенности языковой репрезентации комического, URL].

Итак, рассматривать комический эффект можно с разных позиций: создания его адресантом и использования им соответствующих инструментов в соответствующей ситуации, восприятия адресатом,

совокупности лингвистических и экстралингвистических предпосылок. Лишь комплексный подход, учитывающий различные аспекты комического, может успешно использоваться при анализе текстов, а тем более такого многогранного понятия, как юмористический дискурс.

### 1.3 Этапы развития и основные положения теории дискурс-анализа Тена ван Дейка

Теория политического дискурса начала свое активное становление во второй половине XX в., за этот период сформировались различные научно-методологические направления, с уникальными определениями дискурса, теоритическими моделями и способами изучения.

В зарубежной литературе можно встретить большое количество определений дискурс-анализа. Дискурс также можно относить к актуальным практикам письма и говорения [Woodilla 1998, 32]. И. Паркер определяет дискурс как некий «взаимосвязанный набор текстов и практик их производства, распределения и рецепции, что в совокупности позволяет формировать объекты» [Parker 1992, 46].

Изначально интересы одного из самых известных теоретиков критического дискурс-анализа Т. ван Дейка были связаны с изучением французской стилистики, поэтики и семантических аспектов текста. В период конца 1960-х гг. в существенное влияние на него оказали идеи французского структурализма – Греймса, Барта и др., позднее его заинтересовали идеи Лакоффа и Мак-Коли, развивая которые он создал собственную версию генеративной грамматики текста [Ван Дейк 2000, 6].

После анализа многочисленных литературных текстов интересы Т. ван Дейка переместились в сферу лингвистики, однако в этом направлении ему хотелось выйти за рамки устоявшихся традиций. В связи с тем, что наиболее

интересные идеи в данный период разрабатывались в Западной Германии, он начал участвовать в совместных разработках с одним из основоположников лингвистики текста – Я. Петерфи. На основе полученных результатов была написана диссертация, в которой впервые было введено понятие «семантической макроструктуры», характеризующее тематическое содержание текста и его глобальную связанность [Ван Дейк 2000, 7].

В начале 1970-х гг. происходило активное становление новой междисциплинарной науки, которая принципиально иным образом представляла природу и механизм функционирования языка. Т. ван Дейк заинтересовался данным направлением и начал сотрудничать с В. Кинчем. Они разрабатывали идею о неразрывной взаимосвязи процессов, происходящих в человеческой памяти, а также определяющих построений и восприятия речевых сообщений. Совместно в 1983 г. ими была написана книга «Стратегии восприятия дискурса», с этого момента, по словам самого Т. ван Дейка, «формалистический» этап его научной деятельности сменил междисциплинарный подход [Ван Дейк 2000, 8].

Появившиеся в 1980-е гг. работы в области когнитивной социальной психологии, этнометодологии и социального познания позволили изучать вопросы языка с учетом мнений, установок говорящего и слушающего, их социального статуса и этнической принадлежности. Одновременно с изучением данной проблемы, Т. ван Дейк начинает заниматься вопросами этнических предубеждений в средствах массовой информации, которые и составили основу его дальнейших исследований [Ван Дейк 2000, 10].

В работах Т. ван Дейка дискурс может заключать в себе различные единицы анализа, такие, как отдельные слова (лексические единицы), часть предложения, целые предложения, последовательность предложений или целый текст. Существуют различные режимы проявления и использования дискурса, например, в устной или письменной форме, в монологах или диалогах. Дискурсы являются неотъемлемой частью коммуникативных актов

в определенных социальных ситуациях, которые называются «контекстом». Проявление дискурса в различных сферах предполагает существование различий в характеристиках, но общие принципы также существуют.

Функциональность дискурса проявляется в его социальном контексте, поверхностные структуры и смыслы производятся и определяются характеристиками говорящего, например, желаниями, намерениями, настроением, отношениями между говорящим и слушающим, уверенностью и близостью, а так же типом социальной ситуации, судебным процессом или школьным уроком [Шленская, URL].

Текстовая последовательность предложений отличается от произвольного набора фраз тем, что последовательность является значимой. Одним из типичных условий осмысленности дискурса является единство, которое, как правило, описывается в терминах локальной или глобальной согласованности. Тексты по своему назначению связаны, так как факты, к которым они апеллируют, обладают причинно-следственной связью, высказанные предложения обладают спецификацией или выполняют функцию обобщения, при этом являясь связанными. Критерием значимости для дискурса является не только то, что последовательность предложений имеет смысл, но также то, что они повествуют о чем-либо независимо от того, используются реальные или вымышленные факты. [Шленская, URL].

Проблема применения и социальная значимость дискурса вызывает дискуссию. Одна часть исследователей утверждает, что выбор исследовательских целей, методов, теорий и объектов анализа не может быть независимым от нашей собственной социально-политической позиции и интересов социального контекста исследований. Другие исследователи утверждают, что происходит совмещение науки, политики и ограничений, которые зависят от внешних социальных или политических событий [Шленская, URL].

Критический дискурс-анализ, по мнению Т. ван Дейка, является разновидностью дискурс-аналитической исследовательской процедуры,

направленной прежде всего на изучение способов злоупотребления социальной властью, неравенства и доминирования, которые реализуются, воспроизводятся и сталкиваются с сопротивлением в форме дискурса в социальном и политическом контекстах [Шленская, URL].

В рамках концепции критических дискурс-исследований при анализе особенностей доступа к публичному дискурсу и коммуникаций Т. ван Дейк формулирует ряд допущений. Власть – это свойство взаимоотношений между социальными группами, институтами и организациями, таким образом, она является социальной, а не индивидуальной. Социальная власть обусловлена терминами контроля, которые реализуются одной группой или организацией над действиями и/или сознанием другой группы, ограничивая свободу их действий, воздействуя на знания, установки и идеологии. Власть той или иной группы или института может распространяться достаточно широко. Однако может быть и ограничена определенной социальной областью или границами и порядком, сосредотачиваясь в различных «центрах» власти и элитных группах, управляющих этими центрами. Доминирование понимается как форма злоупотребления социальной властью, результатом которого может стать социальное неравенство. Власть основывается на привилегированном доступе к значимым социальным ресурсам и особом доступе к публичному дискурсу и коммуникациям. Социальная власть и доминирование часто организованы и институционализированы в целях обеспечения более эффективного управления и облегчения повседневных форм воспроизводства власти. Доминирование не абсолютно, оно часто состоит из этапов и может сопровождаться сопротивлением или противостоянием власти со стороны подчиненных групп [Шленская, URL].

В 2013 г. в России была опубликована книга, написанная Т. ван Дейком в 2008 г. «Дискурс и власть: Репрезентация доминирования в языке и коммуникации», в которой рассматривается теория взаимосвязи между

дискурсом, познанием и обществом, а также уделяется много внимания исследованию расизма [Ван Дейк 2013, 344].

Для эффективного анализа дискурса в рамках концепции Т. ван Дейка, критическое изучение дискурса должно удовлетворять ряду требований:

- основной фокус должен приходиться на социальные проблемы и политические вопросы, а не на текущие парадигмы и актуальные темы;
- критический дискурс-анализ должен быть междисциплинарным;
- основу должны составлять не описания дискурсивных структур, а их объяснение в терминах особенностей социального взаимодействия и преимущественно социальной структуры;
- основу так же составляет изучение дискурсивных способов реализации, подтверждения, легитимации, воспроизводства и критики отношений власти и доминирования в обществе [Ван Дейк 2013, 112].

Синтаксис предложения отражает распределение семантических ролей участников события: либо порядком слов, либо различным функциональным соотношением элементов (субъект – объект), либо использованием активных или пассивных форм.

Критический дискурс-анализ, являясь междисциплинарным направлением, обладает большим количеством методов. К примеру, для изучения дискурса можно применять грамматический анализ, прагматический анализ речевых и коммуникативных актов, риторический анализ, стилистический анализ, анализ специфики структур, разговорный анализ разговора, семиотический анализ звукового, визуального материала, а также включенное наблюдение, этнографические методы и эксперименты, психологические методы лабораторного и полевого экспериментов [Ван Дейк 2013, 113].

Методы критического дискурс-анализа должны обладать определенными требованиями: не нарушать права человека и не противоречить интересам социальных групп, ориентироваться на отношения

между социальной структурой и структурой дискурса, фокусироваться на структурах и системах дискурса [Ван Дейк 2013, 115].

По мнению Т. ван Дейка, в связи с тем, что для большинства граждан новости являются самым распространенным типом письменного дискурса, их изучение является важной задачей критического дискурс-анализа. Сообщения, связанные с межэтническими отношениями, во многом связаны с ориентацией журналистов при определении этнической реальности, которая в свою очередь предопределяется элитой. Белые журналисты в первую очередь пишут о своих членах группы, противопоставляя им этнические меньшинства, которые не имеют мощных институтов и обладают незначительным политическим влиянием. Как правило, это способствует развитию стереотипов и предрассудков. Антирасистские позиции часто игнорируются, или подвергаются цензуре, или их освещение в средствах массовой информации ограничивается освещением демонстраций и действий [Ван Дейк 2013, 113].

Т. ван Дейк также считает, что отстраненные от общественной коммуникации и, следовательно, от мирных методов борьбы против преобладающей власти, меньшинства вынуждены в форме противостояния привлекать внимание общественности через СМИ, например, через правонарушения, насилие и разрушения. Данные ситуации привлекают внимание журналистов, так как они согласуются с основными новостными ценностями (негативом, насилием, отклонением) с этническими предрассудками (меньшинства девиантны и агрессивны) [Ван Дейк 2013, 115].

Новостное сообщение может быть идентифицировано как расистское, если:

- представлены негативные действия исключительно черных молодых людей, а не другой молодежи или полиции;
- присутствует акцент на негативных последствиях действий черных молодых людей;

- действия выражены в специфических «этнических» и «расовых» терминах, а не обобщены в «молодежь», «малоимущие», «мужчины» и так далее;
- мародерство, бунты и насилие представлены как самостоятельные события без указания подтолкнувших на это социальных причин;
- газета систематически публикует расистские материалы, это означает, что она следует политике негативных сообщений о меньшинствах;
- используются только или преимущественно «белые» источники информации, которые обвиняют черную молодежь и оправдывают действия полиции [Ван Дейк 2013, 39].

Примерами использования расистского дискурса также могут быть невербальные структуры, расистские изображения, размеры заголовка и макет страницы, особенности синтаксиса, лексика, которая может нести на «них» негативных оттенков, локальные и глобальные значения, риторические средства, используемые для привлечения внимания, речевые акты.

Система расизма состоит из социальной и когнитивной подсистем. Социальная подсистема конструируется социальными практиками дискриминации на микроуровне и отношениями злоупотребления власти со стороны доминирующей группы, организаций и институтов на макроуровне анализа. Когнитивная подсистема конструируется дискриминационными практиками членов доминирующих групп и институтов, которые формируют очевидные и ощутимые манифестации повседневного расизма, следовательно, они имеют ментальную основу, состоящую из оценочных моделей, этнических событий и отношений, которые, в свою очередь, укоренены в расистских предрассудках и идеологиях [Шленская, URL].

Законы, общественные нормы и моральные ценности запрещают людям выражать свои этнические предубеждения в резкой форме и дискриминировать представления этнических групп. Подавляющее большинство представителей белой расы не только осознают, но и в известной степени разделяют справедливость подобных ограничений.

Однако даже самые вопиющие расистские дискурсы, как правило, имплицитно содержат призывы псевдоантирасистского характера [Шленская, URL].

Существуют различные виды отрицаний расизма: отрицание действия («я вообще этого не говорил/делал»), отрицание возможности контроля над ситуацией («я не специально говорил/делал это»), отрицание намерения («я не то имел в виду/вы неправильно меня поняли»), отрицание цели («я говорил/делал это не для того чтобы...») [Ван Дейк 2013, 138].

Связка «дискурс – познание» может объяснить, как в обществе выражаются, транслируются, распространяются и воспроизводятся этнические предрассудки и идеологии. В ментальных моделях, которые формируются расистским событием, за страдательным залогом может скрываться ответственное лицо. Специальный тип метафоры может способствовать усилению негативного мнения, к примеру, эвфемизмы могут смягчать негативный образ себя, которому, вероятнее всего, и будет соответствовать понятие расизма. Данные структуры дискурса могут влиять на определенные ментальные модели этнических событий или наиболее общие социальные репрезентации о других. Поскольку ментальные репрезентации являются объектом влияния со стороны расистского дискурса, они могут быть использованы в различных расистских практиках, в данной ситуации происходит замыкание расизма и его воспроизводства [Шленская, URL].

Помимо анализа структур и когнитивных оснований дискурса, Т. ван Дейк отмечает, что важно изучать характеристики социального контекста дискурса и участников коммуникации. Важным участником коммуникаций являются элиты, так как они обладают особым доступом и контролем над наиболее влиятельными формами публичного дискурса, например, такими, как СМИ, политика, образование и наука. Элиты, будучи идеологическими лидерами общества, устанавливают ценности, цели и приоритеты, формулируют практические принципы и консенсус. Роль «символических»

элит также заключается в поддержании власти доминирующей белой группы [Ван Дейк 2013, 40].

В связи с этим Т. ван Дейк определяет дискурс как коммуникативное событие, принимая во внимание большие социальные области, в которых он реализуется, выполняемые им глобальные социальные действия и актуализируемые локальные действия [Ван Дейк 2013, 40].

Т. ван Дейк выделяет несколько видов социально-когнитивных стратегий, связанных с воспроизводством расизма в дискурсе. Одной из стратегий позитивной внутригрупповой репрезентации является отрицание расизма. Моральные ценности, общественные нормы, законы запрещают выражать людям этнические предрассудки в резкой форме, а также дискриминировать представителей иных этнических групп. Следует отметить, что в радикальных расистских дискурсах присутствует наибольшее количество псевдоантирасистских заявлений в форме опровержений и отрицаний расизма как социального явления. Отрицание расизма и подобные ему формы позитивной самопрезентации следует рассматривать одновременно в двух измерениях – индивидуальном и социальном. Если представителя белых назвать расистом, то он не только будет откровенно возмущен, но станет активно защищать представителей своей социальной группы. Индивидуальные формы отрицаний расизма характерны для дискурсов повседневного общения. Форма группового отрицания расизма характерна для общественных, политических, образовательных, корпоративных, информационных и других институциональных дискурсов. В связи с тем, что общественные дискурсы потенциально обладают самой большой аудиторией, содержащиеся в них формы отрицания являются наиболее влиятельными и обладают наибольшим деструктивным потенциалом. Социальная форма отрицания также может быть использована для формирования идеологического единства в среде доминирующего белого большинства [Ван Дейк 2013, 142–148].

Феномен отрицания расизма в прессе предполагает наличие у автора новостного текста твердых убеждений в присущей его социальной группе этнической и расовой толерантности в отношении меньшинств. Положительная самопрезентация может рассматриваться в рамках стратегии аргументированного отрицания возможных нападок со стороны антирасистов. Отрицания могут существовать в форме различного рода смягчений, уменьшений значений, эвфемизмов и иных форм иносказательной речи, цель которых заключается в том, чтобы или свести к минимуму значимость акта расизма, или минимизировать ответственность его участников [Шленская, URL].

Еще одним видом социально-когнитивной стратегии является оправдание, выражающееся в повышенном внимании к преступлениям, совершенным представителями национальных меньшинств, стремлением к правде и к реализации права своих читателей на знание о «настоящем положении дел». Может происходить оправдание негативных действий или дискурсов, направленных на представителей национальных меньшинств, так же «работает» и извинение. Признание совершения негативных действий происходит одновременно с формированием корпуса извинительной аргументации. В данном случае часть вины может быть переложена на чрезвычайные обстоятельства или действия других людей. Более сильными стратегиями извинения являются провокация и обвинение жертвы. Самой сильной формой отрицания является инверсия [Ван Дейк 2013, 138].

С точки зрения семантики отрицание расизма формируется на основе представления ситуации автором новостного текста. Феномен отрицания расизма предполагает наличие у автора новостного сообщения твердых убеждений, присущих его социальной группе этнической и расовой толерантности в отношении меньшинств и иммигрантов. Положительная саморепрезентация является важной практикой т.к. может рассматриваться в рамках стратегии аргументированного отрицания возможных нападок со стороны антирасистов [Ван Дейк 2013, 158–160].

Особое место в теории критического дискурса анализа Т. ван Дейка занимает понятие «манипуляции», которое в большинстве случаев реализуется через речь и тексты и всегда содержит ментальный когнитивный компонент. Объектом манипуляции выступает человеческое сознание. Манипуляцию следует представлять как форму словесной интеракции, так как она включает в себя власть и злоупотребление дискурсивной властью. Манипуляция в первую очередь является категорией для наблюдателей, поскольку участники коммуникации в большинстве случаев не признают свой дискурс манипулятивным. Манипуляция особым образом подразумевает злоупотребление дискурсивной властью, вершиной которого является доминирование. При рассмотрении манипуляции как социального феномена Т. ван Дейк следует принципам тройного анализа, так как она включает себя интеракцию и злоупотребление властью социальными группами и индивидами, что характеризует ее как социальный феномен. Когнитивный феномен проявляется в манипулировании сознанием, дискурсно-семиотический феномен выражается в текстах и речах, содержащих манипуляцию [Ван Дейк 2013, 258–263].

Для злоупотребления дискурсивной властью необходим доступ и контроль над некоторыми дефицитными социальными ресурсами, в нашем случае необходимо иметь доступ к СМИ и иным формам общественного дискурса, таким доступом могут обладать политики, журналисты, педагоги, ученые.

Для обнаружения манипуляции Т. ван Дейк принимает положение о том, что манипуляция в демократическом обществе носит нелегитимный характер, поскольку она воспроизводит или может воспроизводить неравенство, направлена на защиту интересов властных групп и адресантов и подавление интересов лишенного власти большинства [Шленская, URL].

В основе определения лежит принцип социальных последствий манипуляции. Таким образом, манипуляцией следует считать дискурсивную

форму воспроизводства власти элит, направленную против интересов большинства, для установления и поддержания неравенства в обществе.

В качестве одного из примеров применения манипуляции можно привести ситуацию привлечения смещение фокуса внимания реципиента с одной темы на другую, что впоследствии может привести к неполному и/или необъективному пониманию текста. Данную ситуацию можно наблюдать, когда в заголовках газет подчеркивается нерелевантная информация вместо важной тематической информации дискурса, что впоследствии может привести к нарушению детального понимания текста.

Стратегия положительной саморепрезентации и негативной репрезентации оппонентов реализуется в процессах ангажирования фактов и перекладывания вины с правительства на оппонентов.

Данная стратегия может быть реализована на различных уровнях дискурса при помощи:

- общих стратегий интеракции – положительной саморепрезентации и отрицательной репрезентации оппонентов;
- макроречевых актов, включающих в себя описания положительных и их отрицательных действий;
- семантических макроструктур – (де)акцентуации положительной тематики о нас и отрицательной о них;
- локальных речевых актов, которые используются для поддержания глобальных речевых актов;
- локальных значений, в рамках которых подчеркиваются свои положительные действия и отрицательные действия других. Могут выражаться в излишней детализации или редукции, в воспроизводстве общей или специфической информации, в детализации и латентности, имплицитности и эксплицитности;
- выборочного использования положительной лексики, когда речь идет о «нас» и отрицательной, когда речь идет об оппонентах;

- локального синтаксиса выраженного в активных и пассивных конструкциях и номинализации;
- риторических средств: гипербол и эвфемизмов для передачи отрицательных и положительных смыслов, метонимий и метафор для описания «наших» положительных действий и отрицательных действий оппонентов;
- экспрессивных средств – звуков и визуальных изображений [Ван Дейк 2013, 272–274].

Т. ван Дейк отмечает, что использование данных приемов на различных уровнях дискурса отражает типичную ситуацию реализации идеологии в дискурсе на основе поляризации, сокрытия отрицательных черт агентов дискурса и подчеркивания отрицательных сторон тех, против кого направлена идеология [Ван Дейк 2013, 273].

Т. ван Дейк выделяет в дискурсах идеологический характер и предполагает, что политические манипуляции всегда содержат в себе идеологии, идеологические позиции и элементы структур идеологических дискурсов. Дискурсивные стратегии крайне редко используются исключительно в целях манипуляции. Однако прототипы манипуляций – стратегии могут использоваться в манипулятивных целях для формирования определенных убеждений или же для использования различных уловок.

Условиями ситуаций, в результате которых возможно контролировать дискурсы за счет собственных контекстных моделей, являются:

- «нехватка или отсутствие релевантных знаний для формирования контраргументов против ложной, фрагментарной или необъективной информации;
- наличие фундаментальных норм, ценностей и идеологий, игнорирование или отрицание которых невозможно;
- критические эмоциональные состояния или психологические травмы, под влиянием которых люди становятся легко внушаемы;

- наличие социальных позиций, профессиональных и иных статусов, требующих от людей подчинения аргументам и дискурсам вышестоящих субъектов, групп или организаций» [Ван Дейк 2013, 275].

Для того что бы манипуляция была эффективна, агенты дискурса должны учитывать ментальные модели реципиентов, объем их знаний, их идеологии, эмоции, опыт и т. д.

Специфическими структурами, посредством которых реализуются контекстуальные рамки манипуляции, являются:

- подчеркивание позиций власти, авторитета и морального превосходства агентов дискурса или тех, кто стоит за ними,
- подчеркивание подчиненного положения, недостатка знаний и иных слабых сторон реципиентов;
- фокус на новых убеждениях, которые агент дискурса пытается внедрить в сознание манипулируемых под видом нового знания, аргументов, доказательств и иных форм, стимулирующих восприятие и усвоение новой информации;
- дискредитация альтернативных, критических источников и противоположных убеждений;
- аргументация к релевантным идеологиям, позициям и эмоциям реципиентов.

Общая стратегия манипулятивных дискурсов заключается в фокусировании на когнитивных и социальных чертах реципиентов, которые делают их более восприимчивыми и менее устойчивыми против манипуляций, в результате чего реципиенты превращаются в жертв. Критерий контекстуальности используется для описания ситуаций, в которых реципиенты манипуляции могут рассматриваться как жертвы, в ситуациях, когда они не имеют доступа к ресурсам, которые бы позволили выявить манипуляцию и противостоять ей. Данная ситуация может возникнуть при отсутствии или нехватке знаний, при фундаментальных нормах, ценностях и

идеологиях, которые невозможно игнорировать или отрицать, в критических эмоциональных состояниях либо психологических травмах, при наличии определенных социальных позиций, профессиональных и иных статусов, при которых необходимо подчиняться вышестоящим субъектам. Для того, чтобы манипуляция была воплощена, необходимо, чтобы большая часть субъектов манипуляции поддалась ей.

Существуют специфические структуры дискурса, посредством которых реализуются контекстуальные рамки манипуляции, например, подчеркивание позиций власти, морального превосходства и авторитета агентов дискурса или тех, кто за ними стоит, подчеркивание подчиненного положения, нехватки знаний или иных слабых сторон реципиентов, фокусировка на новых убеждениях, которые агент дискурса пытается внедрить в сознание реципиентов под видом нового знания, доказательств и иных форм, которые стимулируют восприятие и усвоение новой информации, дискредитация альтернативных и критических источников, а также противоположных убеждений. В текстах приводится аргументация к релевантным идеологиям, позициям и эмоциям реципиентов [Ван Дейк 2013, 275–277].

В заключении следует отметить, что для проведения критического дискурс-анализа новостных сообщений в рамках теории Т. ван Дейка необходимо учитывать исторический контекст. Это связано с тем, что участники процесса создания и потребления новостных сообщений являются «социальными субъектами» и членами определенных социальных групп, чьи интересы, опыт, происхождение и другие характеристики влияют на их идеологические установки. Концепции Т. ван Дейка представляют ценность в качестве теоретических предположений, их использование для исследований в сфере средств массовой информации, диалогов может составить материал для отдельных исследований [Гавра, Ипатова 2008, 134].

## ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 1

Комическое является многоуровневым понятием, включающим в себя остроумную коммуникативную личность; используемый для создания комического эффекта разнообразный инструментарий (как вербальный, так и невербальный); условия для того, чтобы этот инструментарий сработал; аспект восприятия адресатом.

Комическое есть отклонение от норм, принятых на данном этапе в обществе, нарушение норм поведения и говорения, воспринимаемых индивидом как «нормальные» и свойственных представителям некоей культуры, нации или гендера.

Особенности и функции комического могут различаться в зависимости от типа дискурса, в котором присутствует комический эффект. Функция, которую выполняет комическое в той или иной ситуации, во многом определяется контекстом, особенностями типа дискурса, адресантом, адресатом, особенностями времени, а также национальной и гендерной принадлежностью.

Дискурс в теории Т. ван Дейка определяется как коммуникативное событие, при этом принимаются во внимание большие социальные области, в которых он реализуется, а также выполняемые им глобальные социальные действия и актуализируемые локальные действия.

Т. ван Дейка можно отнести к тем исследователям, кто полагает, что выбор исследовательских целей, методов, теорий и объектов анализа частично обусловлен социально-политической позицией и интересами исследователя. Большое внимание в его работах уделяется вопросам расизма и манипуляции.

## ГЛАВА 2. СОЦИОКУЛЬТУРНЫЙ АСПЕКТ ЮМОРА В ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ

### 2.1 Основные нормы и особенности современной Интернет-коммуникации

Особой средой социализации и самореализации личности в современном обществе становится компьютерная сеть, в которой постепенно разрушаются культурные границы и социальные коммуникационные барьеры. Тексты сталкиваются с текстами, одни группы, мнения и принципы – с другими; в свободном общении, на границах языков, ментальностей, убеждений, ценностей формируются новые специфические социальные нормы.

Общение и столкновение различных точек зрения – естественная форма общественного бытия виртуального Интернет-сообщества, которая в сети дополнена глобальностью масштабов и возможностью почти мгновенного свободного распространения любой информации. Это открытое коммуникативное пространство, по самой своей сути, является почти идеальной средой для существования и развития смеховой стихии.

Виртуальная жизнь в мире Интернета как своеобразная форма массовой коммуникации и всенародная карнавальная жизнь средневековья в трактовке М. Бахтина имеют ряд общих черт. Прежде всего, отметим, что виртуальность, как и карнавал, есть сама жизнь, но жизнь, выходящая за пределы обыденности и официальных регламентаций и оформленная особым игровым образом. Игра – одна из превалирующих форм коммуникации в сети; здесь она выходит за пределы обычного развлечения и формирует характерные качества самого общения: обособленность виртуального пространства и времени от повседневности, свободу самовыражения,

наличие добровольно принятых правил (например, этикетных норм и этических кодексов), позитивную эмоциональность и т.д.

Виртуальный мир, как и карнавал, является идеальной зоной фамильярного контакта, отменяющего иерархические отношения и нивелирующего статусные различия собеседников. Виртуальная игра универсальна и – в перспективе – всенародна: с увеличением доступности сети и постепенным сокращением «цифрового раскола», Интернет превращается в наиболее демократическую и свободную от властного контроля форму коммуникации.

Важнейшим фактором Интернет-дискурса является анонимность пользователя, реальная или потенциальная, но всегда подразумеваемая собеседником. Человек в сети часто воспринимается как набор масок: при общении проверить подлинность его виртуальной личности, так же как и искренность его высказываний, практически невозможно. Личностная позиция собеседника как таковая исчезает, превращаясь в одну из многих виртуальных ролей. Все учитываемые при коммуникации моменты (социальный статус, возраст, пол, национальность, религиозная принадлежность) могут быть виртуально присвоены или таким же образом отброшены. Общение анонимных собеседников в этом случае превращается в подобие маскарада: моральная ответственность за последствия своих действий в значительной степени ослабевает, человек раскрепощается, высказывая свои самые сокровенные и безрассудные желания. С другой стороны, эти желания могут восприниматься со стороны как притворство, часть игры в поле условностей, внутренне присущих анонимному маскараду.

Игровой характер Интернет-коммуникации в достаточно явном виде проявляется и в возможности быстрой смены как ролей-масок, так и виртуального окружения. В этом состоянии постоянных трансформаций и метаморфоз ценится и вознаграждается социальная гибкость, непредвзятость, свобода от стереотипов и идеологических ограничений, умение ориентироваться в постоянно изменяющемся культурном и

интеллектуальном контексте, критикуя и отбрасывая несущественное и «вылавливая» важное в информационных потоках. То есть, по своей сути, современное виртуальное пространство является действенным фактором социализации, воспроизводя нормы и ценности, необходимые для свободного ориентирования и социального взаимодействия в ситуации постиндустриального информационного общества.

Д. Лихачев высказывался о смехе так: разрушая, он строит и нечто свое: мир нарушенных отношений, мир нелепостей и логически неоправданных соотношений, мир свободы от условностей, а потому, в какой то мере желанный и беспечный [Лихачев, Панченко, Поньрко 1984, 3] .

Это высказывание очень точно подходит к описанию виртуального мира компьютерной сети. Более того – оно описывает виртуальность и ее пародийные, карнавальные смыслы достаточно адекватно и емко.

Приведем пример «переворачивания отношений», присущи Интернету: в день рождения мэра Москвы Лужкова в сети появился «подарок» юбиляру в виде двойника его официального сайта. Если настоящий сайт назывался luzhkov.ru, то «антисайт» – lujkov.ru: в траслите такая подмена букв возможна. При этом на «антисайте» была представлена информация о Лужкове в виде карикатур, юмора и компромата.

В виде пародийного переосмысления правительственных призывов, в Интернете был предложен свой вариант обращения налоговой службы к народу: «Мы уже не раз обманывали вас. Вы защищали нас осенью 1991-го, мы стреляли в вас осенью 1993-го. Мы развалили вашу страну в 1990-м, обокрали вас в 1992-м, надули с двумя «Волгами» в 1993-м, с помощью МММ-ов раскрутили на бабки в 1994-м, посылали ваших детей на бойню в 1995-м, неплохо «повторничали» в 1996-м, и полностью ограбили в 1998-м. Но у нас опять кончились деньги. Пожалуйста, заплатите налоги...» [Разуваев 2002, 173].

Для того чтобы объяснить причины очевидного критического скепсиса Интернет-сообщества, необходимо более подробно остановиться на системе

его универсальных норм. Нельзя не признать, что сеть, с одной стороны, предлагает условия для сохранения и формирования групповых ценностей, позволяя единомышленникам объединяться и свободно общаться, дифференцируясь от других групп. Однако, с другой стороны – и процесс этот более интенсивен – глобальность сети, размытость социальных различий постепенно уничтожает границы дифференциации, формируя цельное Интернет-сообщество с универсальными коммуникативными нормами, интересами и ценностными ориентирами, особым жаргоном и специфическим юмором.

В среде групповых норм имеется четкий и сопротивляющийся изменениям центр, своеобразное «жесткое ядро» с защитным поясом, имеющее определяющее значение для понимания сетевых ценностей. При его осмыслении необходимо обратиться к истокам Интернета, который впервые появился как сеть между компьютерами научных университетских центров и был предназначен для выполнения именно научных задач. В подобной ситуации конституирующим центром для норм Интернет-сообщества стал научный этос.

Несложно убедиться, что описание норм этого этоса можно считать и описанием основных норм современного Интернет-общения. В частности, Роберт Мертон предлагает четыре основополагающих характеристики научного этоса: универсализм (в Интернете эта норма подчеркивается общим равенством и оценкой эффективности собеседника вне зависимости от его пола, национальности, социального положения и др.); общность или коммунизм (знание понимается как общее достояние); незаинтересованность (отсутствие меркантильных интересов); организованный скептицизм (в огромном количестве не всегда верифицируемой информации необходимо обнаружить истинную и подвергнуть критике ложную) [Merton 1973, 267].

Научные нормы с их коммунизмом и скептицизмом нашли в Интернете наиболее адекватное пространство для самовыражения, санкционируя таким образом оппозиционность сетевого сообщества, его постоянное

противодействие всяческим ограничениям и признание фамиллярного равенства всех без исключения коммуникантов вне зависимости от их места в социальной иерархии «офф-лайна».

## 2.2 Роль юмора в Интернет-коммуникации

В современной теории научной коммуникации неформальным формам общения уделяется особое внимание. Именно здесь, по разным данным получают от 70 до 80 процентов информации, необходимой для проведения исследований и разработок: «Кулуарные разговоры имеют огромную ценность – как непосредственную (ценность самого процесса обмена научной информацией), так и более косвенную (такие разговоры поддерживают чувство научного товарищества и способствуют появлению научного энтузиазма)» [Первичные формы научной коммуникации 1976, 42]. При этом в неформальной коммуникации, где роль чувства юмора достаточно высока, ученый, представивший свои идеи, всегда «напрашивается на критику, которая, по всей вероятности, и последует, просил он об этом формально или нет, и которая дает ему возможность проверить идеи» [Первичные формы научной коммуникации 1976, 58]. Ойген Розеншток-Хюсси, в своей работе «Значение юмора для выживания», пишет об этом так: «Научный прогресс в области социального познания зависит от уравновешивающей силы юмора. Юмор исключает все ложные методы именно потому, что он делает их смешными» [Розеншток-Хюсси 1997, 147].

Аналогом «незримых колледжей» в Интернете являются т.н. веблоги (weblogs) – узконаправленные сайты, дающие ссылки на наиболее интересные материалы в сети, комментарии владельца сайта к ним, и предоставляющие пользователям возможность обсуждать и комментировать затронутые вопросы. При этом из терабайтов информации нередко

выделяются действительно ценные сведения. Веблоги являются действенным информационным фильтром – отсылка к новостным сайтам, например, служит поводом для того, чтобы отметить ошибки и заведомую дезинформацию, подвергнуть официальные тексты подробному критическому разбору и осмеянию. Оперативные комментарии создают необходимую в сетевом общении диалогичность, дополняя официальные материалы своеобразной обратной связью. По тому же «фильтрующему» принципу работает большинство форумов.

Подобная критическая направленность сетевого сообщества, естественно, выразилась в чрезвычайной популярности юмористических и сатирических жанров, как форм, наиболее адекватно отображающих настроения пользователей. Имеется огромное количество сайтов, предлагающих шутки и анекдоты, от специфических компьютерных до оппозиционных политических; посещаемость этих сайтов по статистике огромна. Анекдоты появляются в сети оперативно, они доступны всем из любого места, где имеется возможность подключиться к сети: именно эти достоинства предопределили бурное развитие жанра в Интернете.

Вспомним, что еще десятилетие назад казалось, что анекдот как жанр со снятием барьеров запретности утратил свои позиции: его очевидная деградация указывала на исчерпанность сатирических и юмористических смыслов. Сергей Аверинцев в речи, произнесенной в Венской Академии Наук, подытожил ситуацию с юмором после отмены идеологических табу таким образом: «Если диалектическую предпосылку юмора и комического составляет неуступчивая, неподатливая серьезность, то, напротив, столь типичная для нынешнего времени вездесущая, монотонная, всеми принятая и никого больше не шокирующая, даже и не привлекающая к себе ничьего внимания фривольность, в сфере которой уже ничто не бело и не черно, а только серо, означает конец юмора» [Аверинцев 2000, 140] .

Острота и «диссидентствующее» чувство сопричастности, характерные, например, для ситуации 70-х годов, а также всеобщая

социальная ангажированность перестроечных времен были утеряны: городской фольклор, особенно в форме политического анекдота, становился все менее популярным. Конец XX века казался временем агонии умирающего жанра. Однако распространение Интернета изменило ситуацию коренным образом.

Доктор русской литературы Хельсинкского университета Ефим Курганов в одной из своих монографий пишет так: «Каждый день на специальных сайтах Интернета появляются анекдоты, и это совершенно особое явление в жизни жанра. Раньше анекдоты передавались из уст в уста, записывались, фиксируясь в записных книжках, письмах, дневниках. Иначе говоря, циркулировал анекдот весьма активно, но было много всяческих препон, которые сдерживали, затрудняли необыкновенную мобильность жанра. И только теперь, благодаря Интернету, доступ к анекдоту необычайно ускорился и упростился. Характер распространения анекдотов наконец-то стал соответствовать природе жанра. Похороны анекдота не состоялись, ибо предполагаемый покойник-то оказался живым, и при этом совершенно не пережившимся, не порвавшим со своим прошлым» [Курганов 2001, 9].

Современный анекдот в своей основе – устный диалогический жанр. Он подразумевает некую театральность: обратную реакцию со стороны аудитории, наличие определенных умений у рассказчика, скажем его способность почувствовать, какой именно анекдот будет воспринят в конкретной группе и при конкретных обстоятельствах. На газетной или журнальной полосе, в телевизионном эфире оперативная обратная связь за редкими исключениями невозможна, предугадать реакцию аудитории и тем более учесть интересы разных социальных групп весьма проблематично – для того, чтобы охватить как можно большую аудиторию, из юмора необходимо убрать всю узкогрупповую специфику, понятную только в определенных социальных кругах. Поэтому юмор здесь предельно упрощается, т.е. в качестве развлечения предлагается то, что должно быть

понятно всем, от инженера до крестьянина [Первичные формы научной коммуникации 1976, 40].

Лозунг массового смеха, до сих пор остающийся руководством к действию в телевизионных шоу и многотиражной прессе, сформулировал в свое время основатель жанра кинокомедии Мак Сеннет: «Важно только, чтобы зритель смеялся – тогда он не думает» [Мак Сеннет, URL].

Намек, тонкая ирония, остроумие – все, что нуждается в умственной обработке для адекватного восприятия, снимается, предлагая потребителю физический комизм – падения, неловкости, открытый физиологический юмор, прозрачные каламбуры, снабжаемые к тому же для минимализации мыслительной деятельности закадровым смехом. Отрицая мысль, массовая культура обращается к материальному миру, телесному низу. Юмор в современных телепрограммах, рекламе, фильмах, пропагандирующих стиль жизни «нового поколения» и проч., проповедует, прежде всего, идеал унифицированного пользователя, созданного для удовлетворения потребностей бизнеса.

Как правило, в прессе и на телевидении популяризируется юмор «ниже пояса», примитивный каламбур и т.д. «При поражении лобных долей, – пишет А. Лук, – больные очень охотно шутят. Но шутки становятся плоскими и грубыми. Приемы ограничиваются буквализацией метафоры и двойным истолкованием в самой примитивной форме. Тематика сосредотачивается вокруг физиологических отправления организма» [Лук 1977, 117].

Как известно, лобные доли отвечают за критическую самооценку и способность к избирательным ассоциациям. Выходит, ущербный стандарт юмора явно не способствует развитию ни того, ни другого.

Интернет во многом снимает подобные стандарты и ограничения. Так, в чатах и ICQ коммуникация практически аналогична устной: она осуществляется в реальном времени и подразумевает ответную реакцию. Упрощения, как правило, не требуется: участники коммуникации хорошо

знают интересы и культурные запросы друг друга. Анекдот или шутка комментируются, предлагаются их новые, более точные, по мнению участников общения, варианты. Текст шлифуется: именно так и рождаются народные образцы жанра.

В форумах и вебблотах обратная связь более отсрочена, но и она представляет собой форму общения, намного более диалогическую, чем могут предложить традиционные средства массовой информации.

Своеобразная диалогическая связь возможна даже с самим гипермассивом юмористических текстов. В настоящее время в сети распространяются программы, учитывающие запросы пользователей и запоминающие просмотренные ими разделы и рейтинговые оценки, выставленные тому или иному тексту. На основании этих данных программа может предложить пользователю новые анекдоты и шутки уже только по интересующей его проблеме, исключив при этом тексты, содержащие темы, вызывающие отрицательные или нейтральные эмоции, а также непонятную стилистику и лексику. Программа, таким образом, выполняет функции сортировки и отбора информации по заданным критериям, для того, чтобы пользователь получил текст, соответствующий его уровню и запросам, а не универсальный и потому упрощенный «юмор для всех».

Сам текст в Интернете также с необходимостью диалогичен: он не канонизирован, а изменчив, насыщен гиперссылками и позиционируется как незаконченный отрывок всеобщего разговора, который ведут между собой тексты и их создатели в глобальном информационном пространстве. Гиперссылка – всегда выход вовне, подчеркивающий незавершенность коммуникации и невозможность остановиться на какой-либо «обретенной истине».

Следует заметить, что и бытие самого смеха невозможно свести только к бытию субъекта или объекта: оно проявляется только в сфере их взаимодействия.

Онтологическая основа смеха – прежде всего диалог субъектов, совместная коммуникация людей, социальных групп, культур и т.д. Смех укоренен на коммуникативном уровне общественного бытия. Смеховая коммуникация всегда обнаруживает внутреннее устремление к увеличению числа участников: она отличается неполнотой и незавершенностью даже в диалоге двух субъектов. При этом смех проявляется тем ярче, чем больше людей вовлечены в сферу его воздействия – он изначально требует социального пространства.

Таким образом, диалогичность сети закономерно тяготеет к разговорным жанрам фамиллярного, смехового общения. Помимо анекдота в сети постепенно возрождается еще один старый жанр: т.н. байка. Заметим, что само слово имеет фамиллярный, несколько фольклорно-деревенский оттенок.

Словарь С. Ожегова трактует байку как «побасенку, выдумку», в современном же значении байка трактуется, скорее, как юмористический рассказ о действительно случившемся или, по крайней мере, правдоподобном событии [Ожегов 1987, 138].

При этом в байке важны несколько условий: событие должно быть недавно совершенным и все еще актуальным (то, что в английском языке маркируется как *present perfect*); оно должно произойти с близкими нам по «групповому духу» людьми (то есть социальная дистанция должна быть снята), оно должно быть конкретно (а не абстрактно и намеренно условно как в большинстве анекдотов). Зачин баек обычно обозначается такими фразами: «Случилась со мной такая история...», «Дело было так...», «История эта реальна...»:

*Ездил я недавно в ИТЭФ (институт). Вышел из метро, искал-искал, но... Оставив бесплодные поиски, позвонил соседу и попросил послать мне SMS с адресом института. Через пять минут сообщение пришло: [www.itef.ru](http://www.itef.ru). Ругаясь, я пошел искать ИТЭФ заново[Хабр, URL].*

Если просмотреть популярные юмористические журналы и газеты последних лет, то в большинстве из них можно обнаружить раздел таких баек, который обозначается соответственно: «Истории из Интернета», «Интернет-байки» и т.д. Таким образом, жанр в современности стойко ассоциируется именно с сетью, хотя нельзя не отметить, что байка как особый жанр существовала долгое время: вспомним некоторые истории из пушкинского «Table-Talk», рассказы бравого солдата Швейка или байки артистов и писателей. В XX веке они большей частью были не очень популярны, циркулировали в узких профессиональных кругах и были переполнены непонятной другим узкогрупповой спецификой. Отметим также, что байки, ввиду своей узкогрупповой направленности и насыщенности конкретикой, всегда были более развиты в деревенских общинах, чем в городском фольклоре: здесь истории о конкретных событиях, произошедших недавно и со знакомыми людьми, вызывают гораздо больше интереса, чем абстрактные анекдоты, осмеивающие социальное явление в целом (анекдот – факт прежде всего городского фольклора).

Интернет превратил байку в жанр массовый, поскольку именно в сети массовость парадоксально слилась с субъективной доверительностью, а пространство частной жизни влилось в публичное пространство. Интернет свернул дистанцию, превратил общение с далеким собеседником в диалог тет-а-тет в реальном времени. Это сближение позволяет точнее почувствовать метафору «мировой деревни», в которую, по мнению Маршалла Маклюэна превращается информационное общество. Байка – одно из выражений реального диалога с личностью, далекой в реальном пространстве и близкой в пространстве социальном: точнее, само социальное понятие «места» в сети обесмысливается. Эта диалогичность доверительного общения – еще один способ объединения членов сообщества, напрямую связанный с интеграционной ролью смеховой стихии [Маклюэн 2007, 464].

### 2.3 Специфика диалогичности Интернета

Чаты и форумы, прагматически представляя собой устную коммуникацию, фактически реализуются в форме письменной речи (за исключением, пожалуй, только Интернет-видеоконференций). Таким образом, эта коммуникация, как и всякая другая письменная речь, лишена внешних особенностей непосредственного общения «лицом к лицу»: интонаций, мимики, жестов. Эта сложность частично преодолевается системой своеобразных графических знаков, называемых «смайликами» (от англ. smile – улыбка), впервые введенных в начале 80-х годов прошлого века программистом С. Фалманом. Его идея достаточно проста: при помощи графических символов изображается горизонтально повернутая гримаса: улыбающаяся :-), серьезная :-|, печальная :-( и т.д. [История смайлика, URL].

Естественно, эти знаки не способны передать все нюансы и оттенки человеческих эмоций, являясь лишь их предельно упрощенными эрзацами, но они достаточно универсальны и функциональны: так, ироническое высказывание может быть понято другими как совершенно серьезное, если оно не маркировано соответствующим символом. Таким же образом некоторые нападки на собеседника в Интернет-общении без графического символа улыбки, переводящего текст в игровое смысловое поле, могут восприниматься как резкое оскорбление. Заметим, что, как и в обыденной устной речи, где конфликт может быть предотвращен при помощи смеха или даже полностью переведен в плоскость шутки, в сетевой коммуникации «смайлик» смягчает резкость формулировок, обходя конфликтные углы, т.е. даже в таком схематичном виде выполняет определенную функцию урегулирования кризиса или его предупреждения.

Графические символы – один из показателей экспрессии специфического языка сети, ее особого жаргона. Жаргон – доминантный маркер групповой идентичности, используемый в социальном контексте –

указывая на «своего», интегрирует членов группы и отделяет от нее «чужих», непосвященных.

Отметим, что Интернет, сворачивающий социальное пространство, является зоной диалога культур и языков. Основной особенностью мирового, в том числе и российского, сетевого жаргона является сильное влияние английского языка, который фактически является стандартом большей части Интернета; при этом уровень частотности заимствований позволяет говорить о постепенно складывающемся двуязычии. Столкновение языков, согласно М.М. Бахтину, есть один из важных факторов оформления смеховой культуры: «Языки – это мировоззрения, причем не отвлеченные, а конкретные, социальные, пронизанные системой оценок, неотделимые от жизненной практики... Совершенно новая, подлинно прозаическая, самокритическая, абсолютно трезвая и бесстрашная (и потому веселая) жизнь образа начинается только на меже языков» [Бахтин 1990, 521].

Жаргон Интернета действительно в большей части карнавализован.

Сами английские слова, проникая в русский компьютерный жаргон, изменяются, приобретая юмористический оттенок, основанный на созвучии, форме выражения и т.д.: мыло (e-mail – «электронная почта»), полуось («операционная система OS/2»), аська (от «ICQ»), дрова (драйверы). Каламбуры встречаются и в адресах: [www.deneg.net](http://www.deneg.net). Причиной подобных трансформаций является необходимость упрощения и русификации лексики; единственной причиной карнавализации языка являются игровые условия реализации его смыслов.

Помимо этого в речь проникают и слова в неизменном виде: чат, модератор, коннект, логин, брандмауэр и др., что создает комический эффект «птичьего языка» с чрезмерным обилием профессионализмов и заимствований. При этом лексика Интернета чрезвычайно подвижна: быстрый прогресс в обновлении компьютерной техники и программного обеспечения влечет за собой изменения в составе слов жаргона, который

становится еще более непонятным непосвященному. В сети существует масса шуток, обыгрывающих это непонимание:

*Для ухода за пожилым программистом требуется приятная женщина, говорящая на FORTRAN, BASIC и C++ [Анекдотов Нет, URL].*

Столкновение обыденного языка и английских компьютерных терминов – частый объект для многочисленных анекдотов:

*Два программиста сидят в кафе. Мимо идет красивая девушка.*

*– Классные у нее properties, – говорит один.*

*– Вчера проверял... Все read only, – с грустью отвечает другой [Анекдотов Нет, URL].*

\*\*\*

*Встречаются два программиста:*

*– Я вчера ночью к своей жене подхожу, а она мне: «Access Denied».*

*– Это еще ничего... а моя: «Sharing violation» [Русский Анекдот, URL].*

Обилие англицизмов, не всегда оправданных – не единственная проблема языка Интернет-коммуникации. Можно также отметить безграмотность письменной речи в сети. К причинам появления орфографических и пунктуационных ошибок можно отнести краткость текстов в форумах и чатах, спешку в наборе, обилие пользователей, еще не усвоивших правила русского языка. Отчасти виновниками этой проблемы являются новостные сайты, которые в погоне за оперативностью экономят время на редакторской правке. Если ввести в строку поиска слова, написанные заведомо неправильно, то достаточно высока будет вероятность того, что вы получите многочисленные ссылки на тексты, их содержащие. Приведем реальный пример объявления:

*«Сделаю грамотный перевод с английского на русский. Быстро. Качественно» [Хабр, URL].*

Рассмотрим еще один пример со словом «интеллигент». При поисковом запросе «интилегент» Google находит 2920 сайтов, «интелегент» - 43 300 сайтов, «интелигент» - 48 400 сайтов.

Здесь необходимо сделать уточнение: современные текстовые редакторы и почтовые программы имеют встроенные функции проверки орфографии, почти в ста процентах случаев автоматически исправляя ошибки пользователей. Это значит, что встречающиеся в сети ошибки есть лишь видимая часть огромного айсберга.

Однако если при проверке орфографии еще можно понадеяться на программу, то стилистика, грамматика и здравый смысл часто остаются за пределами коррекции. Поисковые машины периодически получают странные запросы, например такие как: «схема трамваи в москве», «скачать программку какуюнибудь», «когда я стану кошкой», «суперэвуляция», «проституция в романе Достоевского», «номерки для гордероба», «заставка фольц ваген», «развлеч девушку», «экстремистский союз», «молодинки девочки», «недомагание», «филосовский смысл жизни», «полезна ли манстурбация», «препарат повышающий интеллект» [Ошибки поисковых запросов, URL].

Следующий анекдот обыгрывает ту же ситуацию:

*Долгое время существовала гипотеза, что, если миллион обезьян посадить за пишущие машинки, то по теории вероятности через некоторое время они напечатают «Войну и мир». Теперь с развитием Интернета, мы знаем, что это не так... [Анекдотов Нет, URL].*

Смеховая стихия, следуя карнавальным архетипам, часто обращается и к «телесному низу», бранной лексике:

*В связи с переименованием доменов с .su (Советский Союз) на .ru (Россия) адрес [www.pos.su](http://www.pos.su) поменять на [www.pos.ru](http://www.pos.ru) [Русский Анекдот, URL].*

Свобода самовыражения, присущая сети, выражается и в обилии матерной лексики – нивелирование статусных различий в общении делает разговор предельно фамильярным. Хотя в ряде мест – например, на сайтах с частушками – это приемлемо, во многих случаях мат явно не оправдан.

По поводу малограмотности, брани и прочих возможных минусов Интернета, вне сомнений, можно и нужно негодовать. Но, как справедливо

замечает Умберто Эко, «игра в моралистов ничего не даст: такова наша судьба – граждан, живущих в век, когда средства массовой информации проникают всюду, – и нужно уметь жить с этим. Но когда мы, подобно канатоходцам, идем по тонкому шнуру, балансируя между серьезностью и фарсом, мы утрачиваем чувство реальности. В какую сторону склониться? Проблема кажется неразрешимой» [Есо 2002, 37].

Наиболее реальным противодействием негативным явлениям в сети нам представляется не внешняя ее организация, а внутренняя самоорганизация, присущая Интернету как открытой сложной системе.

К эффективным способам самоорганизации Интернета мы относим:

- создание и популяризация этических кодексов, основанных на ценностях самой сети: свободе, приватности, общности, незаинтересованности, сохранении среды и т.д. – это позволит единомышленникам объединяться в большие группы, где будут созданы более комфортные условия для существования и общения;
- подпись лицензий или контрактов с обязательством соблюдать моральные нормы при начале работы с Интернет-ресурсом – зачастую это работает как пункт «я согласен соблюдать правила ресурса» при регистрации;
- возможность оперативной обратной связи, которая позволяет владельцу сетевого ресурса контролировать этичность информации на нем;
- введение должности модераторов на сетевых ресурсах, имеющих право редактировать или удалять комментарии\высказывания неприемлемого содержания.

## ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 2

Интернет является открытым коммуникативным пространством, по самой своей сути представляющим почти идеальную среду для существования и развития смеховой стихии.

Важнейшим фактором Интернет-дискурса является анонимность пользователя, реальная или потенциальная, но всегда подразумеваемая собеседником.

Текст в Интернете диалогичен: он не канонизирован, а изменчив, насыщен гиперссылками и позиционируется как незаконченный отрывок всеобщего разговора, который ведут между собой тексты и их создатели в глобальном информационном пространстве. Диалогичность сети Интернет закономерно тяготеет к разговорным жанрам фамильярного, смехового общения.

Бытие самого смеха в Интернете невозможно свести только к бытию субъекта или объекта: оно проявляется исключительно в сфере их взаимодействия.

Язык Интернет-коммуникации обладает рядом проблем, среди которых можно выделить обилие англицизмов и малограмотность. Путем решения подобных проблем видится самоорганизация Интернета. Последняя может быть достигнута созданием и популяризацией этических кодексов, а также постоянным регулированием Интернет-ресурсов.

### ГЛАВА 3. АНАЛИЗ КОНСТИТУТИВНЫХ ПРИЗНАКОВ ИНТЕРНЕТ-ДИСКУРСА ЮМОРИСТИЧЕСКИХ СООБЩЕСТВ 2CH, 4CH, 9GAG И ПИКАБУ

В практической части нашего исследования мы обозначили и сопоставили конститутивные признаки дискурса юмористических Интернет-сообществ “2ch”, “4ch”, “9gag” и “Пикабу”.

Конститутивный признак – признак, объективно определяющий сущность предмета или явления. Так называют существенные признаки понятия, т.е. признаки, с утратой которых оно теряет смысл [Академик, URL].

Материалом исследования послужили наиболее популярные и просматриваемые разделы сайтов:

- “hot”, “trending” (9gag);
- “горячее”, “лучшее” (Пикабу);
- “/b/” (2ch);
- “/b/” (4ch).

Прежде всего расскажем, что из себя представляет каждый из вышеперечисленных ресурсов.

#### 3.1 О сообществах 2ch, 4ch, 9gag и Пикабу

Первым из них был основан 4ch - 1 октября 2003 года. 4ch (сокращение от 4channel) - это англоязычный имиджборд и анонимный веб-форум. На данный момент является крупнейшим имиджбордом в мире. Первоначально он во многом подражал японским имиджбордам, особенно Futaba Channel, однако популярность сайта быстро росла, и тематика обсуждений

расширялась, появились разделы, посвященные видеоиграм, музыке, литературе, политике, фитнесу и спорту.

Его русскоязычным аналогом является Двач - 2ch (сокращение от 2channel). Ресурс официально начал работу 21 февраля 2006 года. Причиной создания этого имиджборда явилось стремление ряда русскоязычных пользователей 4chan'a получить аналог этого ресурса на своем языке. 17 января 2009 года Двач был закрыт его создателем, однако сегодня ресурс полноценно работает на новом домене.

12 апреля 2008 года появляется 9gag - Интернет-платформа и социальная сеть, где пользователи делятся контентом, сделанным ими лично или взятым с других сайтов. Сайт был основан студентом Гонконгского Университета Рэем Чаном и его братом Крисом Чаном с целью создать альтернативную онлайн-платформу для общения, на которой пользователи могли легко поделиться юмористическими фотографиями или видео. На данный момент 9gag является одним из самых успешных сайтов Интернета, и его приблизительная стоимость составляет 56 млн долларов США.

Наконец, 4 апреля 2009 появляется Пикабу - русскоязычное информационно-развлекательное сообщество, которое работает исключительно по принципу пользовательского контента: его владельцы не занимаются написанием и продвижением постов. Посты и комментарии могут содержать в себе форматированный текст, а также прикрепленные изображения, гиф-анимации и видео. Контент как создается самими пользователями, так и копируется ими с других сайтов [Википедия, URL].

Здесь необходимо сделать оговорку, что Пикабу по версии Википедии считается адаптированным аналогом зарубежного социально-новостного сайта Reddit, однако мы исследуем этот ресурс как аналог 9gag. Причин тому две: во-первых, большая часть контента Пикабу - развлекательная (это исходит из определения Пикабу в Википедии), во-вторых, на Пикабу, как и на 9gag, преобладает авторский контент. Кроме того, Reddit появился несколькими годами ранее, нежели 9gag и Пикабу (в 2005), а для нашего

исследования приоритетны более свежие (соответственно, более актуальные) ресурсы.

Первым шагом нашего исследования стало посещение всех разделов каждого из ресурсов с последующим детальным изучением упомянутых выше разделов, включающим внимательное чтение комментариев под постами. Этот простой шаг заставил нас обратить внимание на существенное отличие 9gag от других исследуемых ресурсов: на 9gag гораздо больше картинок.

### 3.2 Конститутивный признак №1: использование графических форм коммуникации

Несмотря на то, что 2ch и 4ch - имиджборды (форумы с возможностью делиться изображениями), они работают во всем известном формате форумов. Обмен информацией между пользователями происходит в текстовом формате. Понятие “новостная лента” там существует не в том формате, в каком мы привыкли ее видеть в самых популярных социальных сетях, а в первоизданном виде - перечень заголовков, которые ведут непосредственно к тредам, где и происходит процесс обмена информацией. На Пикабу и 9gag лента функционирует в привычном формате для веб-пользователя 2019 года: содержание поста видно сразу в ленте. Однако на Пикабу преобладают текстовые посты. Лента 9gag же полностью визуализирована: в ней посетителя ресурса ждут видеозаписи, гиф-анимации и, разумеется, изображения.

Пользователь 9gag, который провел на ресурсе хотя бы 10 минут, понимает, что если он хочет, чтобы его пост прочитали, т.е. хочет донести свою мысль до народа и быть услышанным, то текстовый формат

самовыражения ему не подходит. Другие пользователи, уже листающие ленту, которая состоит из картинок, привыкли воспринимать именно картинки - вряд ли кто-то остановится и станет читать длинный текстовый пост; такой пост просто затеряется в ленте. Пользователю необходимо выразить свои мысли графически, и самая популярная для этого форма - мем.

Интернет-мем – это единица информации, получившая популярность - как правило, спонтанно – в среде, обслуживаемой информационными технологиями. Являясь разновидностью прецедентных феноменов, Интернет-мемы сохраняют в себе информацию о том тексте, информационном ресурсе, культурном феномене или историческом событии, который послужил источником для появления мема. Следовательно, мем обладает культурной коннотацией, предоставляющей адресату возможность идентификации прецедентного феномена. Эффективность коммуникации напрямую зависит от умения Интернет-пользователя (читателя мема) осуществить экспликацию скрытых культурных коннотаций мема, восстановить те ассоциативные связи, которыми обеспечен комический эффект [Щукина, URL].

В настоящее время количество Интернет-мемов слишком велико, чтобы перечислить их все. Однако приведем несколько примеров, найденных в ленте 9gag:

me: \*picks up food from  
the floor in 4,99 sec\*

bacteria:





В сети есть множество онлайн-сервисов для создания мемов, поэтому любой пользователь даже при отсутствии навыков работы с графическими редакторами легко справится с задачей самовыражения через мем.

Разумеется, пользователи Пикабу, 2ch и 4ch тоже могут общаться посредством мемов, и наше исследование показало, что определенный процент комментариев в тредах имиджбордов\постов на Пикабу содержит мемы вместо текста или наряду с текстом:



Как бы то ни было, создание мема требует гораздо больше усилий, нежели написание текста, а уместить весь необходимый объем информации в картинку гораздо сложнее, чем в текст.

Исходя из этого, можно смело заявить, что на 9gag превалирует графическая форма коммуникации.

### 3.3 Конститутивный признак №2: политика регулирования ресурсов

Что касается непосредственного создания постов на исследуемых ресурсах, основным отличием этих ресурсов является принцип пользования. Для того, чтобы создать новое обсуждение или оставить пост на 9gag или Пикабу, нужно зарегистрироваться. Имиджборды 2ch и 4ch этого не требуют.

Регистрация на ресурсе предполагает создание аккаунта; создание аккаунта, в свою очередь, предполагает возможность его блокировки в случае нарушения правил сайта. Следовательно, пользователи 9gag и Пикабу вынуждены (при желании сохранить свой аккаунт) этих правил придерживаться.

На зарубежном ресурсе эти правила краткие и лаконичные, на русском, наоборот - расписаны очень досконально. Однако почти все основные правила на этих ресурсах совпадают:

- запрещено постить контент порнографического содержания;
- запрещено открыто и завуалированно оскорблять других пользователей.

Помимо запрета на “взрослые” материалы, оба ресурса имеют список тем, на которые нельзя постить и комментировать. На 9gag об этом говорится так:

#### No violence, gory and harmful content

Don't post or comment with violent, gory content or content that encourages others to do things that might cause them to get hurt or to commit specific acts of violence, especially kids. If posting graphic content in a news or documentary context, please be mindful to provide enough information to help people understand what's going on in the content.

Пикабу предлагает гораздо более детальный свод запрещенных тем:

#### 5.1 Контент, запрещенный к публикации на сайте:

- Способы самоубийства, побуждение к самоубийству;
- Распространение наркотиков, способы изготовления и употребления, побуждение к употреблению, положительный опыт употребления наркотиков, а также распространение рецептурных лекарств, запрещенных к открытому обороту;
- Инструкции по созданию, покупке или продаже запрещенных веществ, оружия, взрывчатки;
- Непотребный контент, расчлененка, мертвые изувеченные человеческие тела, а также натуралистичное изображение пыток и убийств крупным планом, жестокого обращения с животными;
- Призывы к распространению пиратского контента, ссылки на пиратские ресурсы;
- Порнографический контент (все медиаформаты), а также изображения половых органов, ануса, изображения или упоминания детей в сексуальном и эротическом контексте. Имеются исключения, которые описаны в п. 6.4 правил.
- Побуждение и призывы к сетевым атакам;
- Инструкции по обходу рекламы на сайте, обходу систем аналитики, необходимых для анализа работы Пикабу;
- Контент, внесенный в федеральные реестры запрещенных и экстремистских материалов;
- Попрошайничество: выпрашивание денег, сбор денежных средств;
- Объявления о продаже, покупке чего-либо, поиск либо предложение работы и т.д.;
- Поиск людей. Объявление о пропаже людей и просьбы сообщить местонахождение тех или иных людей безвозмездно или за вознаграждение. Исключение – розыск людей правоохранительными органами;
- Флуд или спам. Повторяющиеся сообщения и посты, не несущие смысловой нагрузки и мешающие обсуждению, либо рекламный спам, а также призывы к накрутке и скрутке рейтинга. Необоснованный призыв модератора (3 и более раз) может расцениваться как флуд;
- Вбросы - намеренное искажение информации с целью манипуляции общественным мнением.
- Разжигание вражды - призыв к насилию или травле человека либо группы лиц по признакам пола, сексуальной ориентации, расы, национальности, языка, происхождения, отношения к религии, а равно принадлежности к какой-либо социальной группе, или умышленное оскорбление указанных групп с целью провокации.

Помимо свода правил оба ресурса обладают системой модерации. Модераторы сайтов (живые люди) оперативно удаляют нарушающие свод правил комментарии и блокируют пользователей в случае многократных нарушений.

Что касается Двача и Форча, подобных правил на этих ресурсах нет - есть только деление на разделы, в каждом из которых обсуждаются отдельные темы. Модерация на этих сайтах есть, но владельцы ресурсов занимаются этим достаточно редко и без особого энтузиазма. Несмотря на наличие данной системы, пользователи 2ch и 4ch могут оставлять

комментарии и создавать новые обсуждения на любые темы, сопровождая это контентом любого содержания: им не нужно переживать за то, что их аккаунт заблокируют, ведь для вноса своей лепты в ресурс аккаунт и не требуется. Пользователи 2ch и 4ch не стесняются позволять себе излишнюю свободу в выражениях и выборе тем для обсуждения, и зачастую пускаются во все тяжкие:

☐ Аноним 05/06/19 Срд 21:36:35 №5283835 13 📺 ⚡ 0 🗨 0

>>5283806  
>белка  
>дает орех  
Вот ей делать больше нехуй.

☐ **Anonymous** 06/06/19(Thu)00:09:34 No.12630325 [Reply] ▶

Does taking it up the ass really feel this good for men/traps/trans women/sissies/other?

⊕ 6 replies omitted. Click here to view.

☐ Аноним 05/06/19 Срд 19:52:07 №5283262 4 📺 ⚡ 8 🗨 0

>Ответственность за акцию взяла на себя ранее неизвестная группа, которая называет себя "Телеграм-партия "Суверенный Крым"

В натуре ебанько, сидеть в подзалупном сервисе и пытаться быть анонимным.

☐ **Anonymous** 06/06/19(Thu)00:49:15 No.12630584 ▶ >>12630603

>>12630555  
>I am not on any meds or drugs

you need to start using drugs asap. life is boring without druggos

☐ **Anonymous** 06/06/19(Thu)00:50:17 No.12630591 ▶ >>12630597 >>12630605

What's the point of anything. We're all gonna die one day. And fade into nothing. Void.

Сами пользователи данных имиджбордов считают анонимность публикаций преимуществом своих ресурсов. Чтобы не быть голословными, приведем скриншот комментария из треда на Дваче, посвященному обсуждению преимуществ Двача перед Пикабу:

>>171257254

Отсутствие аккаунтов. [REDACTED] Это самый огромный плюс, которого нет у всяких обоссанных форумов и соц. сетей. Где какое-то быдло не зайдет на мой профиль и не начнет мне пояснять что когда-то там, я что-то такое написал с чем он не согласен, или например начнет спорить с моими вкусами, начнет апеллировать к авторитету, а не спорить с утверждениями. Даже по твоим постам это заметно, как ты пытаешься клеймить всех школьниками и тупарями, чтобы тебе было проще, как-то по-домашнему.

Помимо активной модерации, на Пикабу и на 9gag имеется система рейтинга постов и комментариев. Зарегистрированные пользователи имеют возможность ставить положительные (плюсы) и отрицательные (минусы) оценки. Комментарий или пост с большим количеством минусов будет иметь отрицательный рейтинг, и пользователям будет сложнее увидеть и прочитать этот материал.

Данная система отсутствует на 2ch и 4ch, что также дает пользователям данных имиджбордов больше свободы в тематиках обсуждений: резкие, неполиткорректные, аморальные и содержащие непотребный контент обсуждения\комментарии никак не “минусуются”, и все, что могут сделать с ними возмущенные пользователи - это прокомментировать в свою очередь. Однако их комментарии в системе форума равнозначны.

Сами двачеры любят свой ресурс за отсутствие системы рейтинга. Подтвердим это еще несколькими скриншотами из обсуждений на тему “Двач или Пикабу”:

>>143077642 (OP)

> Плюсики-хуюсики, минусыки-хуинусики.

Из-за этой параша в топ вылетает всякая хуета, а заминусить тебя могут просто за своё мнение, **БЛАДЖАД!**

Стоит начать дискуссию мнением, которое идёт в разрез общепринятым - закидывают минусами. Если ты заминусован - ты автоматически не прав. И эти минусы становятся главным аргументом в споре соперника.

Основываясь на различиях в принципах пользования ресурсами, можно заявить, что на имиджбордах может встречаться гораздо менее приемлемый юмор, нежели на Пикабу и 9gag, а дискурс данных имиджбордов включает в себя больше табуированных тематик и нецензурной лексики.

### 3.4 Конститутивный признак №3: слэнг

В ходе исследования было принято решение не опираться только на сопоставительный анализ, но также учесть живое мнение Интернет-пользователей, непосредственно участвующих в жизни исследуемых ресурсов.

С помощью сервиса Google Forms мы запустили анонимный опрос, где пользователям Интернета было предложено определить, с какого из двух ресурсов (Двач или Пикабу) взяты комментарии. Все комментарии были переписаны в блокнот Windows и представлены в виде скриншотов блокнота, чтобы интерфейс сайтов не выдавал себя, и пользователи делали выводы только на основе содержания комментариев. Орфография и пунктуация комментариев были сохранены. Комментарии выбирались из обсуждений раздела “/b/” на Дваче (самый популярный и одновременно с этим разнонаправленный раздел); на Пикабу - из раздела “горячее”, во внимание также шел рейтинг контента.

В опросе приняли участие 70 человек возрастом от 11 до 38 лет; 67 из 70 опрошенных определили себя как активных пользователей Интернета.

Из 20 предложенных скриншотов (10 с Двача, 10 с Пикабу) ни один не был воспринят опрошенными однозначно. Максимальный процент верных догадок составил 86% - 60 из 70 опрошенных верно определили Пикабу как ресурс следующих комментариев:

(первый): может ли инспектор ДПС выписывать штраф, если он один в автомобиле?

(второй): не может. должно быть три. один читать умеет, другой писать, а третий просто хороший собеседник

Такой же процент опрошенных верно определил Двач в следующем скриншоте:

ЕДЕШЬ С ДРУГОМ В ОМСК, ЧТОБЫ ПОЙМАТЬ БЭД ТРИП  
@  
НА ВЪЕЗДЕ В ГОРОД ВАС АТАКУЕТ СТАЯ НЕИЗВЕСТНЫХ НАУКЕ ПТИЦ  
@  
ИДЕШЬ ГУЛЯТЬ ПО НАБЕРЕЖНОЙ  
@  
В ГОРОДЕ НИКОГДА НЕ БЫЛО РЕКИ

Однако некоторые единицы отобранного нами контента ввели опрошенных в заблуждение. В следующих комментариях большинство опрошенных ошибочно определило исходным ресурсом Пикабу (комменты взяты с Двача):

(первый): Если земля круглая а не плоская, то почему люди не сваливаются с земли в космос? Только не надо мне тут про гравитации, притяжения и т.д.

(второй): Потому что они прикреплены к поликлиникам же.

\*\*\*

(первый): что должна сделать девушка, чтобы вы снова хотели заняться с ней сексом?

(второй): Забрать заявление.

(первый): Стою на почте и жду своего талона для получения посылки, как вдруг за окном резко начинается ливень. Мужик прямо передо мной открывает полученный пакет, достаёт зонт и произнеся "как вовремя" выходит на улицу. Взглядом его провела вся очередь...

(второй): Очередь в шоке, а ты немного смущён и раздосадован, что не сможешь сделать так же, ведь в твоей посылке дилдо...

(третий): Что мешает открыть полученный пакет, достать дилдо и произнеся "как вовремя" выйти на улицу?

\*\*\*

Пикабу, в свою очередь, тоже был неоднократно принят за Двач. Следующие комментарии большинство опрошенных ошибочно отнесло к Двачу:

(первый): yobuwki-vorobuwki. vtoraya gifka nepriyatnaya(

(второй): vy anglichanin?

(третий): Pohoje na to

\*\*\*

(первый): Удачи

(второй): Удачи.

(третий): Удачи

(четвертый): Удачи.

(пятый): Удачи

(шестой): Удачи

(седьмой): Нихуя себе эхо

\*\*\*

(первый): Мне кажется, видишь цыган - начинай их пиздить, не надо ждать, когда они подойдут!

(второй): Соглашусь, но если они (цыгане) еще не подошли и ждать их подхода Вы не советуете, то кого начинать-то п...ть?

(третий): Похуй кого. Ты главное начинай пиздить, а тогда цыгане и не подойдут.

\*\*\*

(первый): Мне иногда кажется что на дваче сидят извращенцы

(второй): Мне иногда кажется, что в ульях живут пчёлы.

Особенно интересен последний скриншот: пользователи Двача, как оказалось, не столь самокритичны. Допускаем, что часть опрошенных выбрала исходным ресурсом данного комментария Двач ввиду того, что название имиджборда фигурирует в содержании комментария.

В завершение опроса мы предложили каждому пользователю в свободной форме описать, на что они обращали внимание в ходе прохождения опроса. Многие оставили поле для ответа пустым, но часть особо заинтересованных поделилась своими соображениями. Что характерно, у всех, кто дал развернутый ответ на последний вопрос, преобладают верные ответы на другие вопросы теста.

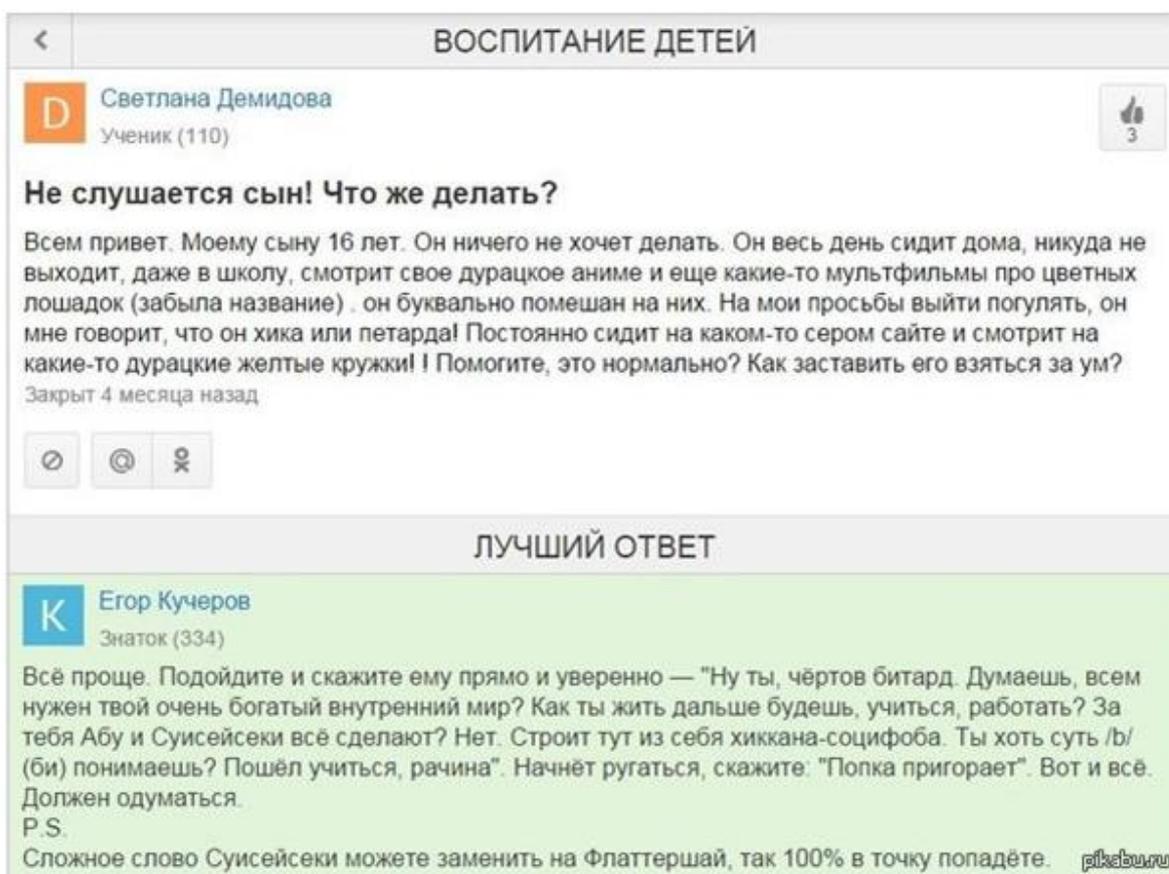
13 из 70 опрошенных отметили, что более грубые комментарии или комментарии аморального содержания относили к Двачу. Одна из опрошенных прокомментировала свои ответы следующим образом: “Я не уверена, что верно отметила, но, сказала бы, степень упоротости и манера подачи информации. Пикабу "ближе к народу" и "более житейский", плюс люди стараются пошутить так, чтобы собрать побольше лайков, получается часто такое современное армянское радио, а на дваче за счет анонимности не боятся делиться мыслями более сокровенными или в более развязной/открытой манере хладными сказами”.

Данное наблюдение нам импонирует и в полной мере подтверждает выводы о дискурсе имиджбордов, сделанные выше.

11 из 70 опрошенных заявили о том, что отличить Двач от Пикабу им помог слэнг.

Действительно, одной из особенностей Двача, которая становится заметна в первые 5 минут изучения ресурса, является местный слэнг. На Пикабу и 9gag подобной особенности нет совсем, в то время как на Дваче она выражена очень ярко. Особого внимания заслуживает тот факт, что данный слэнг очень хорошо развит, и посторонний человек может действительно не понять, о чем идет речь. В ходе исследования мы неоднократно столкнулись с данной проблемой.

Хорошей иллюстрацией такого непонимания послужит скриншот с ресурса Ответы.Mail, выложенный на Пикабу:



В ходе исследования мы были вынуждены изучить данный слэнг и выделили несколько классификаций базового набора слэнговых слов:

## 1. Англицизмы

В этот раздел мы включили слова, пришедшие из английского языка. Зачастую они представляют собой английские слова в их прямом значении, написанные русскими буквами:

- Алсо - от английского “also - кроме того”;
- Бтв - от английского “btw” = “by the way - кстати”.

Некоторые английские слова в русской транслитерации используются в косвенном значении. Например:

- Холивар - от английского “holly war - священная война” - употребляется в значении “ругань, ссора, перебранка”. Используется для описания агрессивных стычек двачеров в комментариях.

Кроме того, было замечено употребление калькированных слов с английского языка:

- Доставлять - от английского “to deliver - доставлять”, в английском языке имеет также значение “приносить удовольствие, радовать”. Используется в последнем значении без предлогов (с прямым дополнением).

## 2. Японизмы

Небольшой раздел, включающий в себя слова японского происхождения, например:

- Хикка - от японского “引きこもり хикикомори - нахождение в уединении”, используется для обозначения подростков и молодежи, отказывающихся от социальной жизни и зачастую стремящихся к крайней степени изоляции и уединения вследствие разных личных и социальных факторов.

Самые ходовые слова японского происхождения, как бы то ни было, изначально даже не являются полноценными словами:

- Кун - именной суффикс в японском языке, который добавляется к имени собственному для обращения к собеседнику. Вне деловой среды используется людьми равного социального статуса (коллегами, одноклассниками, друзьями). На Дваче используется в значении “представитель мужского пола”;
- Тян - еще один именной суффикс в японском языке; используется при обращении к собеседнику, который младше говорящего. На Дваче используется в значении “представительница женского пола”.

### 3. Аббревиатуры

Симпатию двачеров к аббревиатурам мы объясняем стремлением сэкономить время при написании комментария. Пожалуй, по той же причине в свое время появились аббревиатуры в SMS и ICQ.

Большинство аббревиатур Двача заимствованы с его зарубежного прообраза - 4ch:

- ИТТ - ITT - in this thread - в данной теме;
- ИРЛ - IRL - in real life - в реальной жизни;
- ОП - OP - opening post - первый комментарий в теме\автор темы;
- БАМП - BUMP - bring up my post - просьба обратить внимание на пост\тему. Комментарий такого содержания оставляется с целью повысить популярность темы и в какой-то степени является эквивалентом всем известным “лайкам”.

Есть и аббревиатуры с англоязычными словами в основе, образовавшиеся уже на самом Дваче:

- ДС - DC - default city - “город по умолчанию”. Так на Дваче обозначается Москва. Замечено также неоднократное использование аббревиатуры ДС-2 в значении “Санкт-Петербург”.

Часть аббревиатур являются сокращениями русских словосочетаний:

- ТНН - тян не нужны. Используется для обозначения позиции холостяка; человека, не состоящего в отношениях. Часто употребляется хикками;
- ЕОТ - есть одна тян. Служит началом историй, в которых фигурируют девушки.

### 4. “Паронимы”

Данная категория на самом деле не имеет ничего общего с паронимами. Сюда мы отнесли термины, появившиеся в результате созвучия тех или иных

слов. Большинство таких терминов - просто английские слова, прочитанные на русский лад:

- Бугурт - от английского “butthurt” - в буквальном переводе “боль в заднице”. Означает болезненную негативную реакцию на новость\комментарий, сопровождаемую ярковыраженной агрессией;
- Битард - от английского “/b/ tard” - пользователь\комментатор раздела /b/ - раздел Двача, где нет общей тематики обсуждений. Используется самими двачерами для обозначения себя;
- Соус - от английского “source” - первоначальный источник, используется в прямом значении английского слова;
- Тред - от английского “thread” - тема на форуме, обсуждение.

В эту же категорию мы отнесли термины Двача, родившиеся благодаря отдаленной схожести никак семантически не связанных между собой слов:

- Пека - от ПК (персональный компьютер), используется в значении “компьютер”. Также было замечено употребление слова “пекарня” в том же значении;
- Лиственница - используется в значении “девственница”. Встречается также неологизм “лиственник” в значении “девственник” [Словарь Двачера, URL].

Следует заметить, что Двачеры могут создавать сложные слова на основе простых единиц своего слэнга:

- Бугурт-тред (от “бугурт” и “тред”) - тема на форуме, где все комментаторы ведут себя крайне агрессивно и обсуждают негативные истории.

Многие из англоязычных терминов, перечисленных выше, являются слэнговыми единицами 4ch (такие, как thread, /b/tard, butthurt). Это неудивительно, т.к. Двач является русским аналогом 4ch и закономерно наследует термины. К слэнговым единицам 4ch можно также отнести:

- Newfag (нюфаг) - новенький; неопытный пользователь имиджборда или другого Интернет-сообщества;
- Oldfag (олдфаг) - противоположность нюфагу; опытный пользователь имиджборда или другого Интернет-сообщества; завсегдаит имиджборда.
- Noob (нуб) - то же, что нюфаг;
- Far (фапать) - мастурбировать (происходит от ономапоеи со звуками, которые издаются при мастурбации). Имеет производные, например: fappable, farworthy (фапательный) - пригодный в качестве объекта мастурбации;
- Lulz (лулзы) - юмористическая единица. Также имеет производные, например: lulzy (лулзовый) – смешной [Wiktionary, URL]

Данный терминологический список, разумеется, нельзя считать полным, однако он полностью освещает термины 2ch и 4ch, с которыми нам довелось столкнуться в ходе нашего исследования.

Результаты опроса подтвердили наш тезис о влиянии системы регулирования ресурсов на Интернет-дискурс, а также помогли нам в определении данного и следующего конститутивных признаков.

### 3.5 Конститутивный признак №4: форма изложения

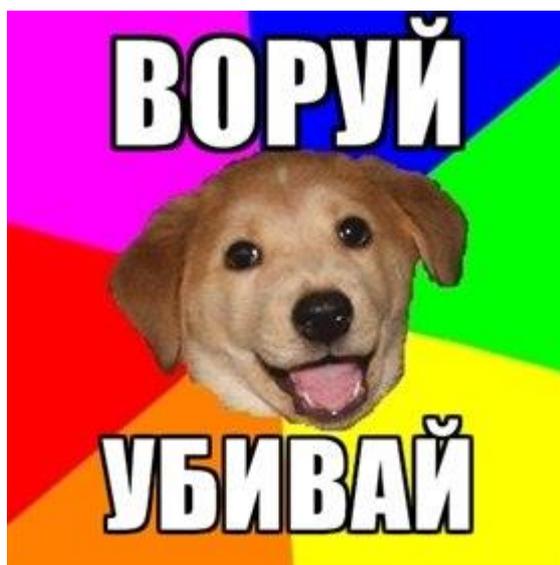
6 человек из 70 опрошенных отметили, что рассказ, написанный заглавными буквами, где предложения разделяются знаком @, сразу выдает Двач:

ЗАХОТЕЛ ЗЕВНУТЬ  
@  
ЗЕВАЕШЬ  
@  
ЗАКРЫВАЕШЬ РОТ  
@  
ВО РТУ ПАЛЕЦ ГЛУПОЙ ДВУНОГОЙ ОБЕЗЪЯНЫ

Форма изложения, вне сомнения, является важным конститутивным признаком любого дискурса. Мы придерживаемся следующей точки зрения: характерная для ресурса форма изложения превалирует на каждом из них. Было решено ввести в Google поисковый запрос “лучшие посты\треды Пикабу\9gag\2ch\4ch” и изучить результаты.

Как выяснилось, процент опрошенных нами пользователей, определивший Двач по наличию знака @ между строчками, был прав – по нашему запросу нашлось много историй подобной формы. Заметим, что в ходе исследования ни на одном другом ресурсе данная форма изложения нам не встретилась.

После более детального погружения в данный вопрос нам удалось выяснить, что такая форма повествования берет начало у некогда популярных “эдвайсов”, также известных как макросы – по своей сути, прародителей мемов [Мичурин, Сонин URL]. Первым макросом считается Собака-Советчица, чьи советы, как правило, были сомнительны. Приведем самый популярный макрос с этой собакой:



Альтернативное название макросов – “эдвайсы” – происходит от английского advice – “совет”, т.к. оригинальный макрос (собака) дает советы. Позднее стали появляться другие персонажи, дающие советы на

определенные темы; с течением времени содержание макросов стало содержать не только советы, но и краткие описания какой-либо ситуации, характерной для персонажа макроса. Среди популярных макросов можно выделить: социально-дезадаптированного пингвина, сумасшедшего волка, жабу-холостяка, Филосораптора (динозавра, занимающего себя философскими рассуждениями). Примеры:



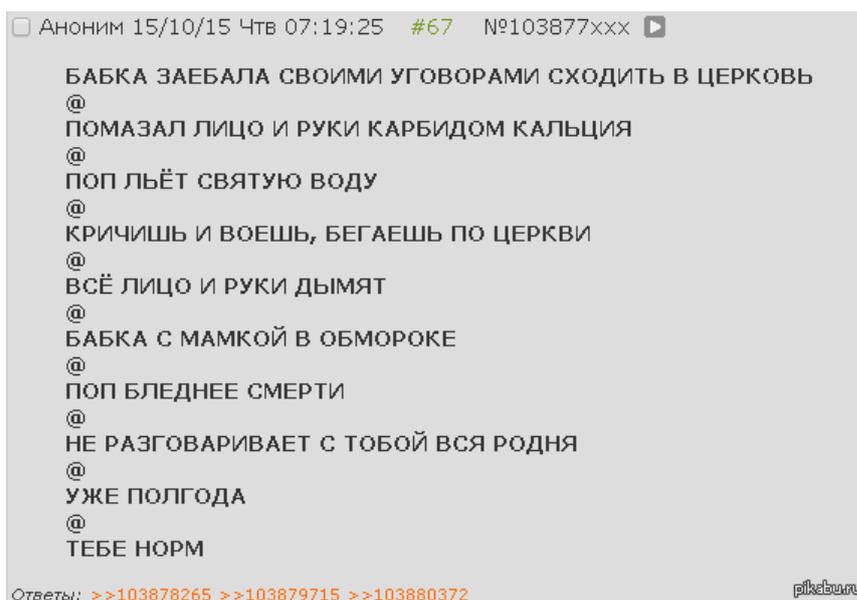
Как мы уже говорили ранее, в условиях имиджборда для выражения своей позиции\точки зрения гораздо быстрее и эффективнее написать текстовый комментарий, нежели прикрепить изображение. Однако, когда

макросы были на пике популярности, пользователям Интернета (в частности, имиджбордов) хотелось использовать популярную форму изложения. Так начали появляться макросы в текстовом виде: советы, разделенные символом “собаки” - @:

ВОРУЙ  
@  
УБИВАЙ

Использование заглавного текста объясняется стремлением достичь визуального сходства с макросами, а также выделить текстовый макрос на фоне остального текста.

С течением времени данная форма изложения закрепились, и вместо содержания исключительно повелительных форм стала допускать повествовательные. Позднее, когда желающие использовать данную форму столкнулись с невозможностью уместить весь необходимый объем информации в два предложения, появилась практика увеличивать количество “собак”:



Исследование показало, что на зарубежном прообразе Двача - 4ch - есть своя характерная форма повествования:

[1371366067444.jpg](#) (10 KB, 339x342, 1368908678026.jpg)



Anonymous (ID: knSyUX9k) 06/16/13(Sun)03:01:07 No.48731942

#### Close calls

- >be me
- >be today
- >driving home herp derp
- >mostly wooded areas, not paying much attention
- >transitions to lake area, people milling around
- >still not paying attention
- >60 year old burnout on a fucking bicycle rides out in the road
- >swerve miss by inches
- >car in other lane, swerve, miss head on collision by inches
- >minivan on side of road
- >jerk wheel back the other way
- >my car 180's missing guardrail and minivan by mere. fucking. inches.

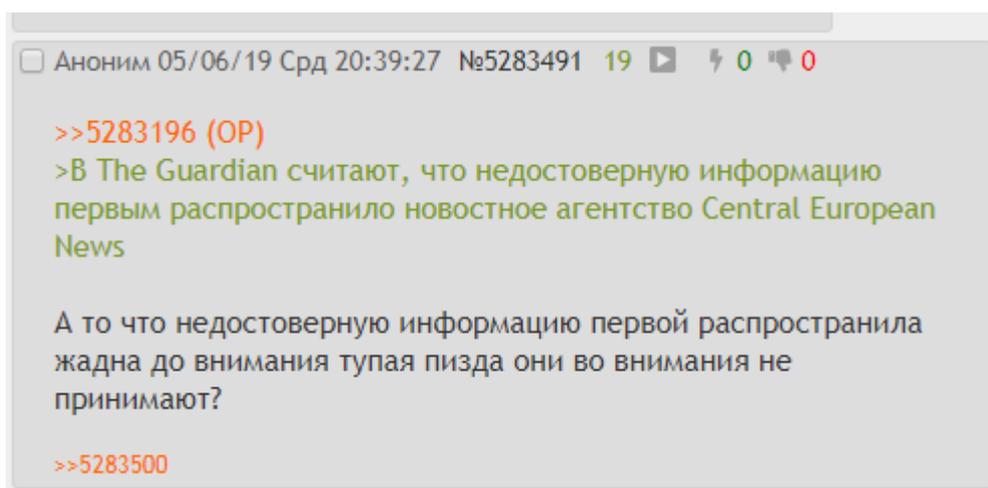
- >burnout on bike rolls up, my windows are down obviously
- >"oh my god man i'm sorry, that was fucking amazing dude, that was so close"
- >"nigga I don't even get paid for this shit"
- >all of his wat
- >we stare at each other without words for at least 10 seconds
- >i turn the car around and drive home
- >wtf did i just say?

Интернет определяет данный феномен как “meme arrow” – “стрелочка”. Форма повествования предполагает написание истории отдельными имплицитными предложениями (1 предложение – 1 мысль), начиная каждое предложение с маленькой буквы; перед каждым предложением ставится знак «больше»: > [Know Your Meme, URL].

Феномен берет свое происхождение от схожего феномена, родившегося на имиджбордах: “green text stories” – зеленые рассказы. Зеленые рассказы в первоизданном виде – короткие язвительные шутки в адрес уже опубликованных текстовых историй\комментариев на имиджборде. Код имиджборда при цитировании чужого комментария делает текст зеленым и ставит в начале строки знак >, чтобы обособить цитату в тексте [Know Your Meme, URL]:



К слову, Двач тоже обладает такой функцией:



Вновь пришедшие на имиджборд пользователи, являясь новичками и в силу отсутствия опыта не знаящие происхождения и предназначения зеленого текста, начали использовать данный формат цитирования для выражения своих собственных идей и рассказов:



Код имиджборда 4ch устроен так, что для окраски текста в зеленый цвет цитирование не обязательно - это можно сделать, нажав Enter (начать

писать с новой строки) и поставив знак >. Сейчас такой тип повествования является наиболее популярным на данном имиджборде [Best Of 4chan, URL]:



О превалирующей форме повествования 9gag мы уже сказали ранее: это графическая форма. Свои наблюдения, точки зрения, идеи пользователи ресурса предпочитают представлять в виде мемов, дабы мысль не затерялась в новостной ленте:



YouTube when  
trying to load the  
actual fucking  
video

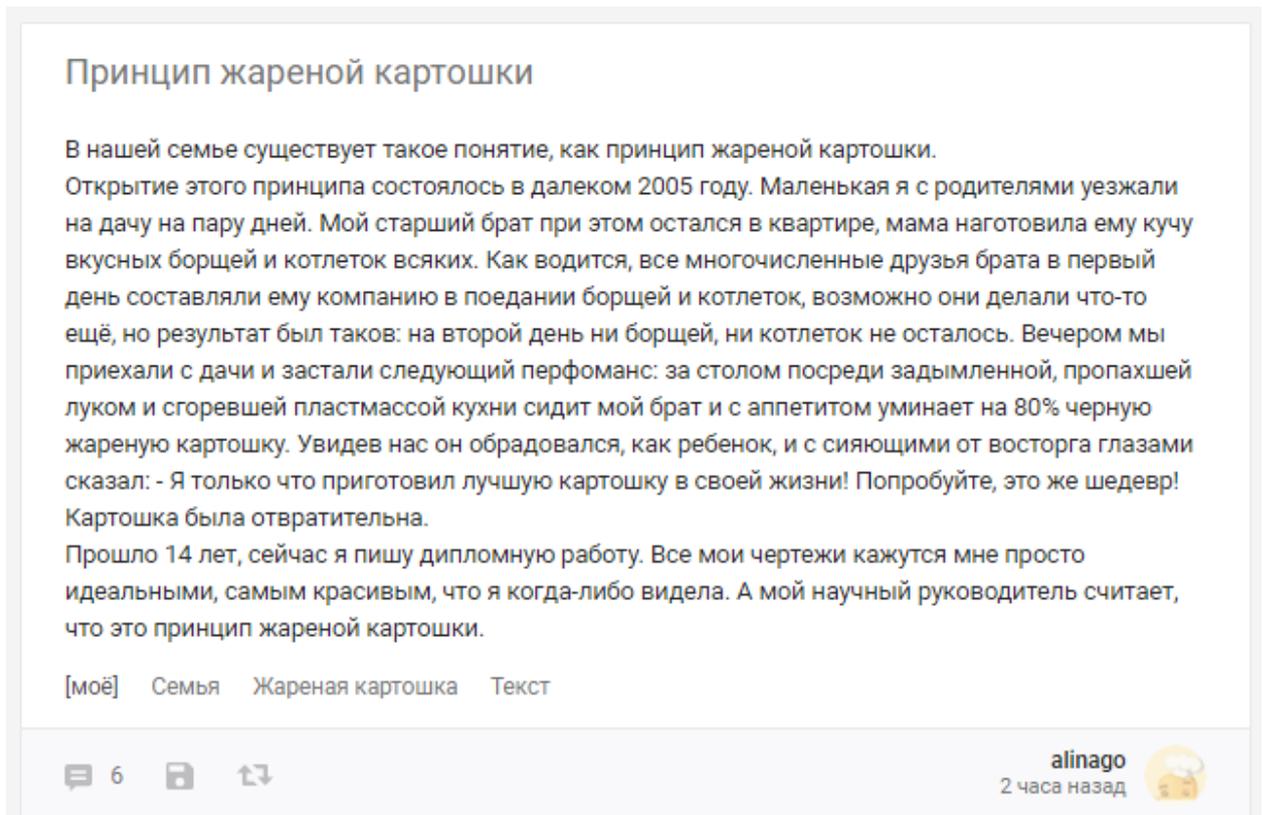


YouTube when  
loading ads

Стоит отметить, что по статистике самого ресурса большинство пользователей 9gag – люди младше 24 лет [9GAG Demographics, URL], а по

данным опроса пользователей Пикабу, их средний возраст – от 26 до 35 лет [Средний возраст Пикабу.ру, URL].

Что касается последнего, превалирующая форма коммуникации ресурса – это простой текст. Пользователи Пикабу не боятся большого скопления букв и не жалеют времени на их написание:



На основе данной выше статистики можно утверждать, что более юные участники Интернет-дискурса чаще оформляют свою речь графически, нежели участники постарше. Это говорит о том, что возраст участников Интернет-дискурса может влиять на его конститутивные признаки.

### ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 3

Анонимность использования Интернет-ресурса подразумевает использование больше табуированных тематик и нецензурной лексики, делая дискурс более разносторонним по содержанию, а его участников – более искренними и открытыми в своих высказываниях.

Каждому из исследованных ресурсов соответствует своя характерная форма выражения мыслей. Превалирующие формы 2ch и 4ch объясняются историческими факторами, касающимися непосредственно самих ресурсов; превалирующая форма 9gag – структурой веб-сайта ресурса.

Графическая форма выражения мыслей более свойственна пользователям ресурсов, относящихся к младшей возрастной категории (до 24 лет); текстовая – пользователям средней возрастной категории (от 26 до 35 лет). Форма выражения мыслей, выбранная участником Интернет-дискурса, зачастую обусловлена прагматикой сообщения – несоответствие формы выражения мыслей устоявшемуся на ресурсе может привести к коммуникативному провалу.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В ходе исследования были выделены следующие конститутивные признаки Интернет-дискурса сообществ 2ch, 4ch, 9gag и Пикабу:

- использование графических форм коммуникации – данная особенность присуща всем исследованным ресурсам, но превалирует на 9gag в силу устройства сайта и возраста его пользователей;
- политика регулирования ресурсов – ввиду анонимности ресурсов 2ch и 4ch на данных имиджбордах может встречаться гораздо менее приемлемый юмор, нежели на Пикабу и 9gag, а дискурс данных имиджбордов включает в себя больше табуированных тематик и нецензурной лексики;
- слэнг – 3 из 4 исследованных ресурса имеют характерный слэнг, который может ввести нового пользователя в заблуждение. Слэнговые единицы, как правило, имеют иностранное происхождение (если речь идет о русскоязычном ресурсе), либо их происхождение объясняется историческими факторами;
- форма изложения – каждый из исследованных ресурсов имеет характерную форму изложения, которая объясняется исторически, либо зависит от возраста пользователей ресурса.

Дискурс в целом и дискурс Интернет-ресурса в частности может зависеть от возраста участников дискурса, анонимности и принципов работы Интернет-ресурса, историческими факторами. Несоответствие формы мыслевыражения ситуации может привести к коммуникативному провалу.

Следует сделать оговорку о том, что дискурс (в частности, Интернет-дискурс) претерпевает постоянные изменения, и выводы, сделанные в нашей работе, могут являться ошибочными в зависимости от момента времени. Тем не менее, данная работа стала нашей отправной точкой в изучении Интернет-феноменов как элемента дискурса и может послужить опорным материалом для дальнейших исследований по теме.

## БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

## Источники:

1. <https://9gag.com/>
2. <https://pikabu.ru/>
3. <https://4chan.com>
4. <https://2ch.hk>

## Словари и энциклопедии:

1. Merriam-Webster Dictionary [Электронный ресурс]. URL: [www.merriam-webster.com/dictionary/dictionary](http://www.merriam-webster.com/dictionary/dictionary) (23.04.2019)
2. Wikipedia [Электронный ресурс]. URL: [https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D1%82%D0%B5%D0%BD%D0%B4%D0%B0%D0%BF\\_\(%D0%B6%D0%B0%D0%BD%D1%80\)](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D1%82%D0%B5%D0%BD%D0%B4%D0%B0%D0%BF_(%D0%B6%D0%B0%D0%BD%D1%80)) (02.05.2019)
3. Wiktionary [Электронный ресурс]. URL: [https://en.wiktionary.org/wiki/Category:English\\_4chan\\_slang](https://en.wiktionary.org/wiki/Category:English_4chan_slang) (02.05.2019)
4. Академик [Электронный ресурс]: Словари и энциклопедии на Академике. URL: <https://dic.academic.ru/> (24.03.2019)
5. Литературный энциклопедический словарь под ред. В.М. Кожевниковой и П.А. Николаевой. М.: Советская энциклопедия, 1987. 752 с.
6. Ожегов С. Словарь русского языка. М., «Русский язык», 1987. 850 с.
7. Толковый словарь живого великорусского языка [Электронный ресурс]: Владимир Даль. Толковый словарь живого великорусского языка. URL: <http://slovardalja.net> (23.04.2019)
8. Ушаков Д.Н. Большой толковый словарь современного русского языка. М., «Альта-Принт», 2007. 1248 с.

## Статьи и монографии:

9. Eco U. La «carnavalisation» des mœurs // Liberation. 2002. 4 juillet.

10. Merton R. The Normative Structure of Science. // The Sociology of Science. Chicago, 1973. P. 267-278.
11. Parker I. Discourse dynamics. London: Routledge, 1992.
12. Pocheptsov, G.G. Language and Humour. Kiev: Vysca skola Publishes. Head Publishing House, 1982. 328p.
13. Woodilla J. Workplace communions: The text of organizing. // D. Grant, T. Keenoy & C. Oswick (Eds.). Discourse and organization. London: Sage. 1998. P. 31–50.
14. Аверинцев С.С. О духе времени и чувстве юмора // Новый мир. – 2000. – № 1. – С. 140
15. Бахтин М. М. Творчество Ф. Рабле и народная культура средневековья и Ренессанса. М.: Художественная литература, 1965. 530 с.
16. Бергсон А. Смех. М.: Искусство, 1992. 128 с.
17. Ван Дейк Т. Дискурс и власть: Репрезентация доминирования в языке и коммуникации. М.: Книжный дом «Либроком», 2013. 344 с.
18. Ван Дейк Т. Язык. Познание. Коммуникация. Благовещенск: БГК им. И.А. Бодуэна де Куртенэ, 2000. 308 с.
19. Гавра Д.П., Ипатова Н.А. Использование концепции дискурсивных практик Т.А. Ван-Дейка в исследованиях социальных явлений // Журн. социологии и социальной антропологии. 2008. Т. 11, № 1. С. 127–135.
20. Дмитриев А.В., Латынов В.В., Яковлев И.Г. Политика, политология, Интернет. М., 2002. С.9.
21. Желтухина, М.Р. Тропологическая суггестивность масс-медиального дискурса: о проблеме речевого воздействия тропов в языке СМИ. М.: Институт языкознания РАН, 2003. 656 с.
22. Кулинич, М.А. Лингвокультурология юмора: (на материале английского языка). Самара, Издательство СамарГПУ, 1999. 180 с
23. Курганов Е. Похвальное слово анекдоту. СПб., 2001. С.9.
24. Лихачев Д.С. , Панченко А.М. Смеховой мир Древней Руси. М., «Наука», 1976. 198 с.

25. Лихачев Д.С., Панченко А.М., Поньрко Н.С. Смех в Древней Руси. – Л.: Наука, 1984. С. 3.
26. Лук А.Н. Юмор, остроумие, творчество. М., 1977. С. 117.
27. Первичные формы научной коммуникации (экспертный отчет) // Коммуникация в современной науке: Сб. переводов – М., 1976. С. 40, 42, 58
28. Пропп, В.Я. Проблемы комизма и смеха. Ритуальный смех в фольклоре (по поводу сказки о Несмеяне): собрание трудов В.Я. Проппа. М.: Лабиринт, 1999. 288 с.
29. Разуваев В.В. Политический смех в современной России. М., 2002. С. 173.
30. Розеншток-Хюсси О. Значение юмора для выживания. // Вопросы философии. – № 8. – 1997. С. 147 – 150.

#### Электронные ресурсы:

31. 9GAG Demographics [Электронный ресурс]: 9GAG Demographics. URL: <https://9gag.com/gag/3325624/9gag-demographics> (25.04.2019)
32. Best Of 4chan [Электронный ресурс]: 40 of the Funniest 4 Channel Threads Ever. URL: <https://runt-of-the-web.com/funniest-4chan-threads#8> (25.04.2019)
33. Humorous Communication [Электронный ресурс]: Finding a Place for Humour in Communication Research. Owen H.L. URL: [www.teacher.shu.edu.tw/~tyu/CTA.pdf](http://www.teacher.shu.edu.tw/~tyu/CTA.pdf) (21.04.2019)
34. Know Your Meme [Электронный ресурс]: Documenting Internet phenomena. URL: <https://knowyourmeme.com/memes/meme-arrows> (12.05.2019)
35. Анекдотов.нет [Электронный ресурс]: URL: <http://anekdotov.net/> (25.04.2019)
36. Аристотель. Поэтика [Электронный ресурс]: Аристотель. Собрание сочинений в 4 т. URL: [http://www.philologos.narod.ru/classics/aristotel\\_poe.htm](http://www.philologos.narod.ru/classics/aristotel_poe.htm). (04.05.2019)

37. История смайлика [Электронный ресурс]: Этномир. URL:  
<https://ethnomir.ru/articles/istoriya-smaylika/> (26.04.2019)
38. Мак Сеннет [Электронный ресурс]: Краткая биография отца американской комедии. URL:  
<https://www.peoples.ru/art/cinema/producer/sennett/> (26.04.2019)
39. Мичурин Д.С., Сонин А.Г. [Электронный ресурс]: Эволюция поликодовых текстов: от воздействия к взаимодействию URL:  
<https://cyberleninka.ru/article/v/evolyutsiya-polikodovyh-tekstov-ot-vozdeystviya-k-vzaimodeystviyu> (21.04.2019)
40. Ошибки поисковых запросов [Электронный ресурс]: URL:  
[https://yandex.ru/company/researches/2012/ya\\_orfo](https://yandex.ru/company/researches/2012/ya_orfo) (25.04.2019)
41. Русский анекдот [Электронный ресурс]: URL: <https://www.anekdot.ru/> (25.04.2019)
42. Саркисян О.Н. [Электронный ресурс]: Гендерные особенности языковой репрезентации комического (на материале американских развлекательных ток-шоу) автореф. дис. ... канд. филол. наук. Пятигорск, 2014. URL:  
[https://www.pglu.ru/upload/iblock/b9c/text\\_dissertacii\\_sarkisyan.pdf](https://www.pglu.ru/upload/iblock/b9c/text_dissertacii_sarkisyan.pdf) (12.05.2019)
43. Словарь Двачера [Электронный ресурс]: URL: <https://9net.ru/102-2ch.html> (04.05.2019)
44. Средний возраст Пикабу.ру [Электронный ресурс]: URL:  
[https://pikabu.ru/story/sredniy\\_vozrast\\_pikaburu\\_1213039](https://pikabu.ru/story/sredniy_vozrast_pikaburu_1213039) (04.05.2019)
45. Хабр [Электронный ресурс]: Истории из жизни людей. URL:  
<https://habr.com/ru/> (12.05.2019)
46. Шленская Т.В. [Электронный ресурс]: Дискурс-анализ Тёна ван Дейка. URL: [http://eprints.tversu.ru/5533/1/shlenskaya\\_van\\_dijk.pdf](http://eprints.tversu.ru/5533/1/shlenskaya_van_dijk.pdf) (04.05.2019)
47. Щурина Ю.В. Интернет-мемы как феномен Интернет-коммуникации [Электронный ресурс]: URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/internet-memy-kak-fenomen-internet-kommunikatsii> (04.05.2019)