

Юрий Владимирович Крылов

Новосибирский государственный педагогический университет, кандидат филологических наук,
доцент кафедры современного русского языка и методики его преподавания, Новосибирск, Россия
e-mail: filin1402@gmail.com

Аспекты изучения языка виртуальной коммуникации

Аннотация. В статье рассматривается виртуальная коммуникация с точки зрения ее места в ряду других видов коммуникации. Целью статьи является попытка представить историю формирования данного вида коммуникации с анализом влияния различных мессенджеров и технических средств коммуникации (пейджеры, кнопочные сотовые телефоны, программы коммуникации для стационарных компьютеров и смартфонов, социальные сети). Данный подход позволяет автору уточнить само понятие «виртуальная коммуникация» и определить причины формирования особенностей данной формы общения: стремление к краткости; активное использование эмодзи, стикеров и мемов; специфическая языковая игра и пр. Особое внимание уделяется связи виртуальной коммуникации с коммуникацией через пейджеры и СМС-сообщения.

Ключевые слова: виртуальная коммуникация, мессенджеры, интернет-коммуникация, эмоджи, СМС.

Yuriy V. Krylov

Novosibirsk State Pedagogical University, Candidate of Philological Sciences,
Associate Professor of the Department of Modern Russian Language and Teaching Methods, Novosibirsk, Russia
e-mail: filin1402@gmail.com

Aspects of Studying the Language of Virtual Communication

Abstract. The article examines virtual communication from the point of view of its place among other types of communication. The aim of the article is to attempt to present the history of the formation of this type of communication with an analysis of the influence of various messengers and technical means of communication (pagers, push-button cell phones, communication programs for desktop computers and smartphones, social networks). This approach allows the author to clarify the very concept of “virtual communication” and determine the reasons for the formation of the features of this form of communication: the desire for brevity; the active use of emoji, stickers and memes; a specific language game, etc. The article also pays special attention to the connection of virtual communication with communication through pagers and SMS messages.

Keywords: virtual communication, messengers, internet communication, emoji, SMS.

Введение (Introduction)

Статья посвящена анализу этапов и аспектов изучения такой формы языка, которую в лингвистике чаще называют языком интернета. Нам представляется, что привязка к сети Интернет сужает исследуемое понятие. Такое предположение основывается на сопоставительном анализе коммуникации в интернет-форумах, в чатах мессенджеров, в СМС-переписке и сообщениях, передаваемых на пейджер. На основании данных наблюдений можно выделить особый язык в рамках виртуальной коммуникации как особого вида языковой деятельности со своими законами и особыми языковыми единицами и жанрами. Интернет, сотовая связь, возможность быть всегда на связи, быстрая коммуникация — эти явления уже стали обыденными. Дистанционное общение и коммуникация в мессенджерах и соцсе-

тях теперь не просто элемент жизни человека, но весьма значимый для него элемент. Психологи отмечают неврозы, вызванные забытым дома телефоном; мы постоянно смотрим новости и проверяем мессенджер на предмет новых сообщений. Быть круглосуточно на связи — распространенное требование при устройстве на работу. Виртуальное общение стало важным элементом жизни общества. Признание этого позволяет обратить взгляд на природу и особенности виртуального общения.

Динамичность развития виртуального пространства, интернета и компьютерных технологий влияет на динамичность изменения виртуальной коммуникации. Из чего-то экзотического, касающегося узкого слоя населения, она за неполные 30 лет в России превратилась в область языка, которой пользуются все и везде.

© Крылов Ю. В., 2025

Для цитирования: Крылов Ю. В. Аспекты изучения языка виртуальной коммуникации // Вестник Омского государственного педагогического университета. Гуманитарные исследования. 2025. № 2 (47). С. 90–95. DOI: 10.36809/2309-9380-2025-47-90-95

В связи с этим вполне очевидным представляется положение о том, что язык, обслуживающий коммуникацию в интернете, претерпел трансформации в самых различных аспектах: на уровне лексики, правил построения высказываний и связного текста, жанрово-стилистических норм, соотношения устной и письменной речи, коммуникативных стратегий и тактик. О формировании нового стиля (стиля интернет-общения) свидетельствует целый ряд особенностей, на которые обращают внимание даже обычные пользователи интернета, не склонные к рефлексии над языком. Наиболее значимыми из них являются следующие: смешение речевых стратегий, компьютерный сленг, элементы которого переходят в общеупотребительную лексику; возрождение эпистолярного жанра (что четко демонстрирует постоянно растущая популярность живых журналов и всей блогосферы Сети в целом); игровые условия коммуникации в виртуальном пространстве; интер- и гипертекстуальность, которая находит отражение в коммуникативной организации Сети.

Методы (Methods)

Поскольку целью статьи является уточнение границ понятия «виртуальная коммуникация» посредством анализа лингвистических работ по данной теме разных лет, то основным методом исследования проблемы является аналитический обзор собранной автором библиографической подборки. Привлечение к обзору материалов в промежутке от конца XX в. до сегодняшних дней позволяет говорить о диахронном подходе к анализу научной литературы.

Результаты и обсуждение (Results and Discussion)

История вопроса

Выделяя виртуальную коммуникацию как новый стиль языка, лингвистика обращается к уникальным элементам данного стиля. Сложилась практика рассмотрения начала виртуальной коммуникации с собственно появления интернета и программ коммуникации: электронной почты, службы мгновенных сообщений (ICQ) и пр. [1; 2; 3; 4]. Представляется логичным увидеть прямую зависимость виртуальной коммуникации от появления и развития самого интернета. Вместе с тем если не останавливаться на прямой формальной связи, а обратить внимание на ключевые особенности виртуального диалога (непрямая коммуникация, перевод устной речи в письменную форму, краткость и мобильность коммуникации), то можно увидеть первые формы виртуального общения еще до появления массового интернета. В таком случае первым вариантом виртуального стиля коммуникации можно считать пейджинговую связь: система отправки текстовых сообщений на мобильный приемник абонента.

Пейджер — персональный приемник текстовых или цифровых сообщений. В России пейджеры получили распространение в 1990-х гг., а к началу 2000-х их вытеснила сотовая связь.

Важными особенностями коммуникации через пейджер являются следующие. Адресант передавал сообщение не лично адресату, а через оператора — это первое. Таким образом, адресант общался с адресатом сообщения не напрямую. Во-вторых, адресант говорил текст, который

адресат должен был получить в виде письменного текста. Так впервые массовая коммуникация столкнулась с необходимостью учитывать, прогнозировать перевод разговорной речи в письменную. В-третьих, в силу того что экраны пейджеров вмещали ограниченное количество символов, а память устройств сохраняла относительно небольшое количество сообщений, адресант был вынужден создавать краткие сообщения. В-четвертых, такой формат общения не позволял использовать невербальные уровни коммуникации (имеющие большую значимость для разговорной речи): мимика, жесты, интонация оставались за рамками сообщений. В-пятых, данный вид общения предполагал цензуру: оператор не принимал сообщения с бранной лексикой, оскорбления и, разумеется, ненормативную лексику. В-шестых, чаще всего адресант не получал мгновенной обратной связи на свое сообщение, поскольку пейджер мог оказаться вне зоны приема (метро, подвал, удаленность от города).

Такие условия общения формировали первые навыки виртуального диалога: перевод невербальных элементов в знаки (путем надиктовывания соответствующих символов); креативный обход цензурных запретов (использование перифраз и эвфемизмов); пренебрежение знаками пунктуации и упрощение синтаксиса (преобладание неполных и простых предложений) и пр.

Все эти принципы в дальнейшем получили свое развитие в различных видах виртуальной коммуникации: от СМС до переписки в современных социальных сетях.

С конца 1990-х гг. по мере распространения домашнего и доступного интернета формируется особый вид коммуникации — форумы. Интернет-форум — это создание пользователями (посетителями форума) своих тем с их последующим обсуждением путем размещения сообщений внутри этих тем. Таким образом, это формально письменный вид коммуникации, но имеющий определенные особенности. Сообщение в форуме редко бывает большим самостоятельным текстом, чаще это ответ на предложенный вопрос или предыдущее высказывание. Это полилог: все сообщения прочитываются множеством пользователей форума, ответить может каждый. В большинстве форумов стихийно или конвенционально формируются специфические правила общения: запрет на ругань и оскорбления, требование придерживаться тематики форума и пр. Анализ языка интернет-форумов как особенного жанра виртуальной коммуникации подробно представлен в различных работах лингвистов первого десятилетия XXI в. [5; 6; 7; 8].

В 1996 г. пользователям компьютеров предлагают новый вид коммуникации — мгновенный обмен текстовыми сообщениями. Выходит новая программа ICQ. Создатели позиционируют ее как интернет-пейджер. Ключевыми особенностями данной программы были: бесплатное распространение и использование, простота установки и нетребовательность к ресурсам компьютера и скорости интернета. Следует также отметить, что пользователь мог обозначить свое присутствие в Сети (статус), коммуникация происходила посредством коротких сообщений, в которых предлагалось использовать набор картинок-смайликов, отражающих эмоциональный уровень высказывания. Сходство с коммуникацией через пейджер заключалось в том, что общение

было не устным, а письменным; сообщение доставлялось мгновенно. При этом были существенные различия: адресант мог видеть, доставлено ли и прочитано ли сообщение; текст можно было отредактировать перед отправкой (его было видно); смайлики в общении через пейджинговую связь не использовались.

Это был вид коммуникации в новой коммуникативной ситуации, которая раньше не существовала. Ее уникальными признаками можно назвать: динамичное общение через письменную речь, возможность использовать не только слова, текст, но и картинки; понимание, прочитано ли твое сообщение или нет.

С 2000 г. и — одновременно — с распространением в России сотового формата GSM появляется новый вид коммуникации — СМС (служба коротких сообщений от телефона к телефону). Принципиальными отличиями от ICQ и пейджинга были следующие: субъекты коммуникации оказывались мобильными, они могли вести диалог в движении, в любой ситуации; исключался посредник в виде оператора, который бы переводил устный текст в письменный; клавиатура телефона была менее удобна, чем клавиатура компьютера; одно сообщение СМС могло содержать не более 70 знаков кириллицей.

По мере того как интернет становится более доступным, в России получают распространение социальные сети. В первом десятилетии XXI в. появляются «Одноклассники», «ВКонтакте», «Твиттер», «Фейсбук»^{*}. Все сети предлагают своим пользователям возможность общения. Формируется культура чатов в социальных сетях. В отличие от форумов, общение в соцсетях дифференцируется на личную переписку (субъект — субъект) и комментарии к публичным постам (аналог диалогов в форуме: субъект — множественный субъект). При этом важной особенностью коммуникации в социальных сетях оказывается возможность определять круг общения: субъект, формируя круг подписчиков на свой аккаунт, тем самым задает круг собеседников.

Начиная с 2010 г. на смену СМС-сообщениям приходят и постепенно их вытесняют мобильные мессенджеры: Viber, WhatsApp и позже другие. Мобильный мессенджер предлагает новые условия коммуникации. Собеседники мобильны, они могут общаться в движении, как было и в СМС-переписке. Мессенджер показывает, доставлено ли и прочитано ли сообщение адресатом, что было в ICQ. Сообщение доставляется мгновенно, как в пейджере, но может быть прочитано адресатом в удобное для него время. Пользователям предлагается широкий выбор встроенных эмодзи, возможность добавить иллюстрации, пересылать различные файлы, в том числе и звуковые. Распространение мобильных мессенджеров совпадает с распространением смартфонов и постепенным вытеснением клавишных телефонов, что является также значимым фактором. Смартфон предлагает пользователю уже почти полноценную клавиатуру, в которой у кириллицы нет в прямом доступе только букв Ё и порой Ъ.

Таким образом, прослеживая формирование виртуальной коммуникации от пейджинговой связи, следует опираться

на ряд таких критериев, как использование технических средств в качестве средства коммуникации, дистанционность, письменная форма спонтанной коммуникации. На данный момент следует признать, что уже не интернет как таковой является принципиальным аспектом выделения виртуальной коммуникации и «языка интернета» как особой формы языка, точно так же, как бумага и ручка не являются определяющим фактором выделения письменной речи.

Первым и ключевым вопросом можно считать определение самого объекта изучения — границ виртуальной коммуникации. Так, в конце 90-х — первом десятилетии XXI в. виртуальная коммуникация фактически приравнивалась к текстам интернет-дискурса. При этом в работах того времени язык интернета рассматривался как некий особый жаргон, характерный для ограниченного полупрофессионального сообщества IT-специалистов [1]. Развитие сотовой связи, появление смартфонов и массовое использование мессенджеров очевидно требуют нового понимания виртуального общения, при котором определяющими факторами становятся не интернет как среда и не профессиональное сообщество как основание для выделения жаргона.

Можно констатировать, как динамично изменяется то явление, которое лингвисты называли еще в начале века языком интернета. Так, Л. Ю. Иванов в статье 2001 г. формулирует вопрос: «Насколько вообще целесообразно вести речь о влиянии глобальной сети (далее — ГС) и электронных средств коммуникации на литературный язык? Не составляют ли лица, использующие интернет, замкнутую группу профессионалов, занятых исключительно компьютерными делами, язык которых может быть интересен лишь терминологу или специалисту по профессионально-техническим жаргонам?» [1, с. 132] Сегодня ответ на этот вопрос очевиден: интернет-язык вышел за пределы профессионального сообщества и за пределы собственно интернет-коммуникации. Профессиональные чаты и группы по интересам в мессенджерах стали массовым явлением, социальные сети используются для идентификации субъекта в банковских телефонных приложениях, общение с ботом в чате поддержки стало понятным и привычным элементом коммуникации.

В работах, посвященных общению в интернете, обычно под интернет-коммуникацией понимается особая коммуникативно-информационная среда или коммуникативное пространство, опосредованное электронным коммуникативным каналом [9]. Эта среда характеризуется следующими признаками: виртуальностью, интерактивностью, гипертекстуальностью, глобальностью, креативностью, мозаичностью и анонимностью [4; 6; 7; 8; 9; 10; 11].

Примечательно, что в лингвистических работах, например в статье [4], всё чаще ставится вопрос о том, что сами понятия «интернет-коммуникация», «язык интернета» требуют переосмысления. Определяющим фактором и объединяющим условием на данный момент является не использование интернета, а неличное общение, т. е. коммуникация, происходящая посредством любого виртуального инструмента: электронная почта, интернет, мессенджер, программы сотовой связи. Если изначально язык интернета в лингвистике описывался именно как вид коммуникации

^{*} Продукт компании Meta, признанной экстремистской организацией, деятельность которой запрещена на территории РФ.

посредством Всемирной сети, то сегодня приходится признать, что Всемирная сеть дала коммуникации относительную анонимность, креативность, смешение ролей читающего и творящего текст, глобальность и разнородность (слово, картинка).

Вторым аспектом изучения интернет-коммуникации является выявление и описание в лингвистике формирования новых жанров (блоги, форумы и пр.).

Жанры интернет-коммуникации привлекали внимание лингвистов еще с конца 1990-х гг. Так, к началу 2000-х в русской лингвистике уже были выделены и описаны первые специфические жанры: электронное письмо, веб-страница, электронный дневник и заметки. Развитие виртуального пространства, доступность компьютеров и появление смартфонов привели к тому, что жанры виртуальной коммуникации стремительно росли всю первую четверть XXI в.

Существует уже достаточно приличный список не только статей, но и монографических работ, посвященных изучению интернет-жанров [7; 8; 10; 11; 12; 13; 14; 15; 16; 17; 18]. Лингвисты отмечают, что изменения в системе интернет-дискурса и появление новых жанров связаны не только с развитием дискурсивных практик или творческого потенциала авторов, но и с новыми технологическими возможностями.

Параллельно с изучением и описанием видов виртуальной коммуникации лингвисты еще с конца 1990-х гг. обращаются к системе жанров виртуальной коммуникации. В данном вопросе пока нет точного понимания границ сетевых жанров. Например, в статье [15] упоминаются два различных подхода. Более узкий подход предполагает, что сетевые жанры — это жанры собственно интернета, применяемые в виртуальной коммуникации (электронное письмо) и собственно рожденные в рамках данного типа общения (твиттинг, блогинг). Широкий подход предполагает включение в виртуальные жанры и СМС-общение, и пейджинговую связь, и другие виды дистанционного общения.

Работы лингвистов связаны как с изучением и описанием различных отдельных жанров (комментариев, мемов, блога), так и с попытками систематизации, структуризации многочисленных жанров и выделения оснований для сравнительного анализа этих жанров (см.: [8; 11; 14; 15]).

Третьим вопросом рассмотрения интернет-языка является выделение уникальности собственно структуры виртуальной коммуникации.

Как отмечает О. В. Дедова, ситуация общения в виртуальном диалоге должна быть рассмотрена с неременным учетом параметра «канал» коммуникации [19, с. 26]. Данный параметр представлен в ставшей уже классической структуре описания коммуникации, предложенной в 1948 г. известным социологом Г. Лассуэллом: Кто? — Коммуникатор; Что? — Сообщение; По какому каналу? — Канал; Кому? — Получатель; С каким эффектом? — Результат (изложено в [20], многократно интерпретируется в русскоязычных научных работах). Следует отметить, что данная модель линейна, т. е. канал оказывает непосредственное влияние на результат. Развитие информационных технологий привело к тому, что не учитывать влияние канала или средства на результат, а значит, и на особенности соб-

ственно коммуникации нельзя. Таким образом, оказывается невозможным описание и изучение виртуальной коммуникации без учета и анализа технической составляющей: без изучения особенностей мессенджеров и социальных сетей, без понимания специфики создания сообщения с помощью виртуальной клавиатуры на сенсорном экране, без учета даже скорости и доступности интернета.

Четвертое — влияние технической стороны на особенности виртуальной коммуникации. То, какие технические средства и программы используют собеседники, оказывается немаловажным фактором получаемого диалога. Так, появление смартфонов с полноценной виртуальной клавиатурой повлияло на скорость набора сообщений, что, в свою очередь, отразилось в появлении множества мессенджеров, вытеснивших СМС. Как результат, пользователи теперь не ограничены в длине сообщения, могут использовать встроенные в клавиатуру эмодзи и стикеры. Вместе с тем переход виртуального общения от компьютера к телефону создает новые условия и продукт — текст «на ходу». Набор текста сообщений на телефоне возможен и часто используется в движении, что создает неудобство и влияет на количество и качество текста [21]. Как следствие, развитие голосовых сообщений — нового вида виртуальной коммуникации.

Осмысление новой формы языка предполагает обязательный учет технических особенностей пространства данного языка. Невозможно понять природу виртуального общения в полной мере без того, чтобы не соотносить распространение мемов с технической возможностью мгновенно найти подходящий мем и легко его переслать адресату; без пренебрежения буквой Ё и отсутствия для этой буквы отдельной клавиши на виртуальной клавиатуре; без распространения голосовых сообщений и динамичности коммуникации.

Можно отметить, что виртуальная коммуникация — это вид коммуникации, который максимально зависит от технической стороны средств общения: доступности и скорости интернета; софта, используемого субъектами; и «железа» (компьютеров, смартфонов, умных часов), посредством которого происходит коммуникация.

Так, пока скорость и доступность интернета были ограничены (конец 1990-х — первое десятилетие XXI в.), субъекты общения были привязаны к компьютеру, общение в основном происходило через почтовые программы. В итоге произошло развитие жанров виртуального личного и делового письма [22; 23; 24]. Далее появляется служба мгновенных сообщений ICQ, что дает толчок к развитию новых жанров и видов общения — начинается виртуальный диалог. Одновременно с этим пейджинговая связь конца прошлого столетия и СМС-переписка в первом десятилетии нового столетия способствовали развитию у людей навыков текстового виртуального диалога.

Со временем интернет становится более скоростным, компьютеры — более мощными, а телефоны вытесняются смартфонами. Всё это в корне меняет ситуацию виртуального диалога: текстовые сообщения дополняются мультимедийным контентом (картинка, видео, звук); субъекты диалога чаще ведут его, находясь в движении, параллельно

с другой активностью; сама клавиатура на экране телефона по удобству набора текста уступает физической клавиатуре. При этом собеседники получают возможность наговаривать и пересылать голосовые сообщения, что порождает совершенно новый вид общения, отличный от прямого диалога и от переписки одновременно.

Появление в телефонах фотокамер приводит к тому, что креолизованный текст занимает важное, если не главенствующее положение в виртуальной коммуникации. Об этом говорит лавинообразное распространение таких социальных сетей, как «Тик-Ток», «Инстаграм»^{*}, и появление элементов визуального контента в «традиционных» уже «Фейсбуке»^{**}, «ВКонтакте» и «Одноклассниках».

Одной из специфических черт виртуальной коммуникации является отсутствие прямого контакта собеседников. В результате из общения уходит невербальный уровень: мимика, жесты. Между тем эти элементы общения являются важными, поскольку очевидно, что они могут определять смысл высказывания, меняя его до противоположного. Невербалика, кроме того, выполняет важную фатическую функцию в коммуникации. Заменой данного уровня в виртуальном пространстве можно считать невербальные элементы интернет-общения: смайлики, эмодзи, картинки, стикеры и пр.

Первыми в виртуальном общении появляются смайлики. Эмоциональные реакции, «нарисованные» литерами алфавита, еще в самом начале виртуального общения (с 1990-х) позволили показывать эмоциональный фон текста: разные степени радости и грусти, удивление, возмущение. Это оказался настолько эффективный способ коммуникации, что смайлики из символов получили свое развитие в виде эмодзи: нарисованных улыбок. Набор эмодзи сперва встраивался в коммуникационные компьютерные программы, затем, с появлением электронных клавиатур и смартфонов с экранными клавиатурами, наборы эмодзи стали неотъемлемой частью любой виртуальной клавиатуры. На данный момент многие клавиатуры могут контекстно предлагать и автоматически заменять набранное пользователем то или иное название эмоции соответствующим эмодзи.

Наборы эмодзи содержат не только собственно эмодзи, передающие эмоции, но и эмодзи, обозначающие различные предметы (посуду, транспорт, спортивный инвентарь и пр.), людей, дифференцируя их по полу, цвету кожи, роду занятий, и пр. Клавиатуры эмодзи содержат более нескольких тысяч элементов и регулярно дополняются. Пользователи Сети составляют целые фразы и диалоги только из эмодзи.

Одновременно с уже классическими эмодзи в виртуальном общении активно используются стикеры: самостоятельные картинки, выражающие также определенное настроение или передающие часто повторяющиеся смыслы. При этом компьютерные технологии позволяют коммуникантам создавать авторские наборы стикеров, тем самым предоставляя возможность сделать уникальным контент в общении.

В целом можно отметить, что мультимедийные элементы коммуникации в интернет-дискурсе являются значимым

* Продукт компании Meta, признанной экстремистской организацией, деятельность которой запрещена на территории РФ.

** Продукт компании Meta, признанной экстремистской организацией, деятельность которой запрещена на территории РФ.

компонентом, без которого невозможны ни сама коммуникация, ни грамотный и глубокий ее анализ.

Наконец, активность субъекта коммуникации. Помимо принципиальной важности канала коммуникации пользователь также получает совершенно новые возможности. Виртуальная коммуникация меняет условия общения. Субъект получает большие возможности для творчества, проявления креативности: встроенный в виртуальную клавиатуру набор эмодзи, доступность любого сетевого контента для включения в сообщение, сайты, позволяющие сформировать мемы, предлагающие выбор шуток и цитат по указанной теме. Даже просто отправить электронную открытку к празднику сейчас не составит труда именно в плане выбора вариантов данной открытки.

Второй элемент активности субъекта коммуникации заключается в том, что в виртуальной среде любой может стать писателем, комментатором. Практически все социальные сети предлагают пользователям возможность реакции на инициальное сообщение: от лайка до развернутого, пространного текста. Появился и сформировался новый виртуальный жанр — комментарий [12]. При этом диалог в сетевом дискурсе предполагает, с одной стороны, элемент анонимности, а с другой, адресности. Реакция на сообщение может как быть от неизвестного адресата, так и принадлежать знакомому, что делает ее более значимой для автора сообщения.

Заключение (Conclusion)

Подводя итоги анализа сложившейся картины изучения интернет-языка, можно уверенно констатировать, что уникальность сформировавшегося языка виртуальной коммуникации определяется множеством факторов на различных уровнях коммуникации: дистанционность временная и пространственная; замена мимики эмодзи; общение «на ходу»; особая грамматика высказывания и специфические жанры. Сам вопрос взаимозависимости интернета и речи не является сегодня закрытым и привлекает внимание лингвистов [25].

За прошедшие более чем два десятилетия изучения и описания языка виртуальной коммуникации лингвисты использовали большое количество вариативных терминов: *интернет-язык*, *виртуальный диалог*, *язык интернета*, *дистанционная коммуникация* и пр. Близкие и в то же время довольно различные по своей природе термины, сформировавшиеся в лингвистике, требуют упорядочивания и систематизации в соответствии с современным пониманием природы виртуальной коммуникации.

Поскольку нет сомнения в том, что именно для виртуальной коммуникации особо значимым является канал (средство, программа, технический уровень коммуникации), то изучение, описание и опора на специфику технической стороны коммуникации становятся обязательными аспектами изучения лингвистикой.

В результате влияния того же канала коммуникации, технических особенностей виртуального общения, развития мультимедийных элементов коммуникации требуется системное изучение этих элементов (эмодзи, стикеров, мемов и пр.).

Признание того, что техническая сторона виртуальной коммуникации и использование мультимедийного контента

оказывают значительное влияние на строение речи в виртуальном диалоге, приводит к тому, чтобы систематизировать сформировавшиеся «законы» языка виртуального общения, описать особенности семантики, грамматики, синтагматики данного вида коммуникации.

Изучение и описание языка виртуальной коммуникации требуют системного многоуровневого подхода к объекту исследования. При этом изучение необходимо проводить с учетом почти трех десятилетий изменений данной формы языка, не ограничиваясь рамками сети Интернет.

1. Иванов Л. Ю. Воздействие новых информационных технологий на русский язык: системно-языковая и культурно-речевая проблематика // *Словарь и культура русской речи: К 100-летию со дня рождения С. И. Ожегова*. М. : Индрик, 2001. С. 131–148.
2. Мечковская Н. Б. Естественный язык и метаязыковая рефлексия в век Интернета // *Русский язык в научном освещении*. 2006. № 2 (12). С. 165–185.
3. Горошко Е. И., Жигалина Е. А. Виртуальное жанроведение: устоявшееся и спорное // *Вопросы психолингвистики*. 2010. № 2 (12). С. 105–124.
4. Селютин А. А. К вопросу о термине «виртуальная коммуникация» // *Знак: проблемное поле медиаобразования*. 2009. Т. 2, № 4. С. 92–93.
5. Мечковская Н. Б. Лингвистический киберпанк в русском Интернете: функции и виды языковой игры с английскими заимствованиями // *Slavistica Revija*. 2007. Т. 55, № 1-2. С. 47–64.
6. Морослин П. В. Язык Интернета как объект лингвистических исследований // *Вестн. Рос. ун-та дружбы народов. Сер. : Лингвистика*. 2009. № 3. С. 10–17.
7. Щипицина Л. Ю. Жанры компьютерно-опосредованной коммуникации. Архангельск : Помор. ун-т, 2009. 236 с.
8. Горошко Е. И. Интернет-жанр и функционирование языка в Интернете: попытка рефлексии // *Жанры речи*. 2009. № 6. С. 111–127.
9. Михайлов С. Н. Компьютерный жаргон как проявление специфики функционирования русского языка в компьютерной сфере общения // *Русский язык как иностранный. Теория. Исследования. Практика*. СПб. : Сударыня, 2004. Вып. VII. С. 121–125.
10. Митягина В. А., Сидорова И. Г. Жанры персонального интернет-дискурса: коммуникативные экспликации личности // *Жанры речи*. 2016. № 2 (14). С. 105–115. DOI: 10.18500/2311-0740-2016-2-14-105-115
11. Щурина Ю. В. Жанровое своеобразие социальной сети Инстаграм* // *Жанры речи*. 2016. № 1. С. 156–168. DOI: 10.18500/2311-0740-2016-1-13-156-168
12. Викторова Е. Ю., Пантеева К. В. Жанр интернет-комментария: аксиологический аспект // *Жанры речи*. 2023. Т. 18, вып. 1 (37). С. 66–73. DOI: 10.18500/2311-0740-2023-18-1-37-66-73
13. Воякина Е. Ю. Интернет-мем и демотиватор как дискурсивные практики новых медиа // *Российский лингвистический бюллетень : электрон. журн.* 2023. № 2 (38). DOI: 10.18454/RULB.2023.38.15
14. Голошубина О. К. Разговор в мессенджере как специфический жанр интернет-коммуникации // *Вестн. Ом. ун-та*. 2015. № 1 (75). С. 208–212.
15. Горошко Е. И., Полякова Т. Л. К построению типологии жанров социальных медий // *Жанры речи*. 2015. № 2 (12). С. 119–127. DOI: 10.18500/2311-0740-2015-2-12-119-127
16. Кириллов А. Г. Трансформация жанра блога в программах обмена мгновенными сообщениями // *Жанры речи*. 2017. № 2 (16). С. 260–267. DOI: 10.18500/2311-0740-2017-2-16-260-267
17. Латушко А. П. Функциональные виды хэштегов (на примере социальной сети Инстаграм**) // *Жанры речи*. 2022. Т. 17, вып. 1 (33). С. 58–65. DOI: 10.18500/2311-0740-2022-17-1-33-58-65
18. Маслова В. А. Теория речевых жанров сквозь призму современной лингвистики // *Жанры речи*. 2021. № 1 (29). С. 6–11. DOI: 10.18500/2311-0740-2021-1-29-6-11
19. Дедова О. В. О языке Интернета // *Вестн. Моск. ун-та. Сер. 9 : Филология*. 2010. № 3. С. 25–38.
20. Lasswell H. D. *The Structure and Function of Communication in Society* // *The Communication of Ideas* / ed. L. Bryson. New York : Harper and Row, 1948. P. 37–51.
21. Лаптева М. Л., Гребельник Т. В. Специфика русскоязычной деловой мессенджер-коммуникации // *Мир науки, культуры, образования*. 2023. № 1 (98). С. 395–398. DOI: 10.24412/1991-5497-2023-198-395-398
22. Шмелева Т. В. Интернет-письмо как новая форма существования языка // *Социальные варианты языка*. 2011. № 7. С. 343–346.
23. Алтухова Т. В., Лебедева Н. Б. Виртуальное общение: новый этап развития письменной коммуникации // *Вестн. Кемер. гос. ун-та*. 2012. № 1 (49). С. 105–111.
24. Колокольцева Т. Н. Диалогичность в жанрах интернет-коммуникации (чат, форум, блог) // *Жанры речи*. 2016. № 2 (14). С. 96–104. DOI: 10.18500/2311-0740-2016-2-14-96-104
25. Дедова О. В. Актуальные направления современной интернет-лингвистики: «язык в интернете» vs «интернет в языке» // *Русское языковое пространство в синхронии и диахронии : моногр. / отв. ред. М. Л. Ремнева ; сост. Г. А. Филатова*. М. : Моск. гос. ун-т им. М. В. Ломоносова, 2023. С. 4–19.

* Продукт компании Meta, признанной экстремистской организацией, деятельность которой запрещена на территории РФ.

** Продукт компании Meta, признанной экстремистской организацией, деятельность которой запрещена на территории РФ.