

Предмет исследования. Ведущие сферы-источники и сферы-мишени метафорического моделирования в современном афроамериканском рэп дискурсе.

На основе исследования текстов афроамериканского рэпа было выделено четыре основные метафорические модели. В каждой из этих моделей рассматривается несколько наиболее типичных подмоделей.

Антропоморфная метафора. При исследовании этого разряда анализируются концепты, относящиеся к исходным понятийным сферам «Болезнь», «Секс», «Человеческое тело», «Физиологические органы», «Рождение», «Смерть», «Любовь», «Насилие», реализуются следующие метафоры: «~~деньги~~», «~~сердце~~», «~~разочарование~~», «~~чудо~~», «~~единство~~», «~~музыкальный инструмент~~». *Your love can do what no one else can (B&Jay-Z)*.

Артефактная метафора находит свое выражение в концептах: «Продукты питания», «Физические ощущения», отмечены следующие метафоры: «сыр», «~~хлеб~~», «~~фесто~~», «~~ролод~~», «насыщение». *I'm that nigga trying to holla cause I want some bread (50 Cent)*.

Социоморфная метафора охватывает различные сферы человеческой деятельности, относящиеся к понятийным сферам «Человек», «Война», актуализированы следующие метафоры: «~~борьба~~», «~~враг~~», «~~союзник~~», «~~победа~~», «~~поражение~~», «~~победители~~», «~~проигравшие~~». *I'm the boss Bentley or the Porsche (50 Cent)*.

Природоморфная метафора. Источниками метафорической экспансии в данном случае служат понятийные сферы «Животный мир», «Мир растений», «Мир неживой природы». Базовыми концептами являются «~~тихий-первозлементы~~» (земля, воздух, огонь, вода); «~~животное~~», «~~хищник~~», «~~добыча~~», «~~охота~~», «~~выживание~~», «~~растение~~». *All my dogs who hustle everyday (BR)*.

На основе полученных данных можно сделать вывод, что наиболее продуктивными являются антропоморфные (50% от всей выборки) и социоморфные (40% от всей выборки) метафоры.

Василенко Е.И.,
УрГПУ, Екатеринбург
студентка 4 курса Института иностранных языков

Проявления гендерных различий речевого поведения англо- и русскоязычных пользователей социальной сети Twitter

Настоящая научно-исследовательская работа посвящена рассмотрению характерных отличительных черт виртуального общения мужчин и женщин, а также сравнительному анализу речеповеденческих механизмов онлайн-коммуникации в сервисе Twitter.

Объектом исследования является отечественное и зарубежное Интернет-пространство, представленное социальной сетью Twitter.

Предметом исследования являются проявления гендерных различий в процессе Интернет-коммуникации.

Материал исследования – так называемые «посты» или «твиты» («posts/tweets») – сообщения, статусы в социальной сети Twitter.

Процессы общения между индивидами в современном обществе в большей мере протекают в среде Интернет, т.к. это самое быстрое и простое средство, позволяющее объединять пользователей со всех точек Земли в одном пространстве. Согласно мнению Горощко Е.И., онлайн-общение аккумулирует в себя громадное разнообразие жанров, речевых практик, способов и форматов коммуникации.

В ходе исследования были проанализированы 20 постов, написанные авторами-мужчинами, и 20 постов, написанные, соответственно, женщинами.

Результаты исследования доказали, что при опосредовании электронной средой некоторые гендерные особенности коммуникации могут нейтрализовываться, или возникают ее новые формы, которые не фиксируются при обычном речевом общении, о чем упоминает Е.И. Горошко в своей работе «Электронная коммуникация (гендерный анализ)». Однако некоторые гендерно-маркированные особенности речевого поведения проявляются также и в виртуальной среде: электронная речь мужчин – более грубая, агрессивная, наблюдается склонность к саркастичной эмоциональной окраске сообщений, чаще используются оскорбления, сленг, утвердительные заявления. Женскому электронному поведению свойственен же так называемый модус вежливости. Женщины произносят больше извинений, благодарностей, с большим интересом реагируют на посты других женщин. Проведенный анализ 40 постов в сети Twitter доказывает мнение С. Херринг, которая утверждает, что мужской стиль может быть охарактеризован как стиль коммуникативного соперничества, а женский – коммуникативного сотрудничества.

Газизуллина Г.Р.,
УрГПУ, Екатеринбург
студентка 4 курса Института иностранных языков

Речевые стратегии молодежной интернет-коммуникации в англоязычной и русскоязычной среде

На наш взгляд, перспективным представляется исследование специфики реализации речевых стратегий в рамках интернет-коммуникации США и России, т.к. в рамках межкультурной коммуникации Интернет является одной из главных сфер общения молодежи. К ключевым понятиям перспективного исследования можно отнести следующие: коммуникация, виртуальная коммуникация, молодежная коммуникация, коммуникативное поведение, речевая стратегия.

Коммуникация - обмен информацией между индивидами через посредство общей системы символов.

Виртуальная коммуникация - межличностное общение в сети Интернет. Признаки интернет коммуникации: виртуальность, дистантность, опосредованность, высокая степень проницаемости, наличие гипертекста, креолизованность, статусное равноправие участников, передача эмоций, мимики, чувств с помощью смайликов, комбинация различных типов коммуникации, специфическая компьютерная этика. Цели виртуальной коммуникации практически совпадают с целями реальной коммуникации: коммуникативные, учебные, игровые, манипуляционные, социализирующие и т.п. Однако в качестве наиболее общей цели виртуального взаимодействия следует отметить самовыражение виртуальной языковой личности, в процессе которого виртуальная языковая личность реализует свое стремление к публичности, к признанию другими, в то же время оставаясь анонимной. Языковое оформление интернет-коммуникации довольно своеобразно, в основном преобладают аббревиатуры и сокращения.

Молодежная коммуникация - социально обусловленная организация системы восприятия, получения, обмена информацией, дифференциации информации и реализации коммуникативного взаимодействия индивидов как членов определенного социума, проходящих социализацию в возрасте от 16 до 29 лет.

Коммуникативное поведение - это совокупность норм и традиций общения определенного народа. Говоря о коммуникативном поведении народа, необходимо учитывать национальные особенности характера.