

УДК 81'33, 81'42

## ДИСКУРСИВНЫЙ МАРКЕР *LIKE* В МОЛОДЕЖНОМ ОНЛАЙН-ДИСКУРСЕ

### DISCOURSE MARKER *LIKE* IN ONLINE YOUTH COMMUNICATION

Е. М. Мурашковская

E. M. Murashkovskaya

ФГБОУ ВПО «Московский государственный университет  
имени М. В. Ломоносова», г. Москва

**Аннотация.** Целью исследования является определение функций дискурсивного маркера *like* в онлайн-дискурсе на аутентичном языковом материале, а именно в высказываниях носителей английского языка в возрасте 16–23 лет на англоязычных форумах, в блогах и социальных сетях. Богатый материал исследования позволяет выделить следующие функции этого дискурсивного маркера: 1) заполнение паузы-хезитации; 2) акцентирование внимания на информации; 3) «смягчение»; 4) переход к новой теме; 5) комментирование информации; 6) выражение понимания/непонимания, симпатии и других чувств; 7) уточнение информации. В работе также доказана полифункциональность дискурсивного маркера *like* в молодежном онлайн-дискурсе.

**Abstract.** The paper focuses on identifying the functions of discourse marker *like* in the online youth communication based on authentic linguistic material, namely utterances of English-speaking teenagers and young adults aged 16 – 23 taken from forums, blogs and social networking sites. The following functions of this discourse marker are revealed: 1) filling in hesitation pauses; 2) emphasizing; 3) «softening», 4) switching to a new topic. 5) commenting on the information, 6) expressing comprehension/incomprehension, liking and other feelings, 7) asking for clarification. Thus, multifunctioning of the discourse marker *like* is proved and illustrated.

**Ключевые слова:** анализ дискурса, онлайн-дискурс, молодежная коммуникация, дискурсивный маркер, *like*, функции.

**Keywords:** discourse analysis, online discourse, youth communication, discourse marker, *like*, functions.

**Актуальность исследуемой проблемы.** В условиях ускоряющегося научно-технического прогресса, глобализации и постоянных перемен в социальной и экономической сферах жизни стремительно развивается новый вид человеческого общения – *онлайн-коммуникация*.

Онлайн-коммуникацию можно определить как любое общение в компьютерных сетях, осуществляемое посредством информационно-коммуникационных ресурсов Интернета.

Теперь, когда в большинстве стран мира существует открытый доступ в Интернет, коммуникация вышла на новый уровень и приобрела большой потенциал для теоретических и прагматических лингвистических исследований. «Язык – средство общения между людьми, и он неразрывно связан с жизнью и развитием того речевого коллектива, который

им пользуется как средством общения» [7, 23]. Следовательно, можно утверждать, что язык виртуальной коммуникации как новой сферы человеческого общения обладает «принципиально новыми структурными, стилистическими и графическими свойствами» [6, 261].

«Так как эта интеракция происходит онлайн посредством информационно-коммуникационных технологий, на речь устанавливаются определенные ограничения, происходит своеобразная оптимизация речи к условиям онлайн-общения, которая сопровождается определенным выбором языковых единиц, их сочетаемостью, сокращением длины высказываний, что обусловлено экономией речевых усилий» [5, 124–125]. Принцип экономии в языке был сформулирован французским лингвистом А. Мартине, который пишет: «Термин „экономика“ включает все: и ликвидацию бесполезных различий, и появление новых различий, и сохранение существующего положения. Лингвистическая экономия – это синтез действующих сил» [4, 130]. При этом принцип экономии проявляется на всех уровнях языка. «Результат проявления принципа экономии на разных уровнях всегда один и тот же: это сокращение речевой цепи, а следовательно, и экономия усилий и времени» [1, 138]. Экономия времени чрезвычайно важна для виртуальной коммуникации, где обмен репликами происходит молниеносно.

Исследование *дискурсивных маркеров* англоязычной онлайн-молодежной коммуникации (в этом исследовании – это коммуникация, осуществляемая исключительно носителями английского языка в возрасте от 16 до 23 лет – пользователями таких коммуникационных ресурсов Интернета, как аутентичные форумы, блоги и социальные сети) лежит в области популярного сегодня *анализа дискурса*. Определение дискурсивных маркеров, взятое за основу в данном исследовании, сформулировано А. А. Кибриком так: дискурсивные маркеры – слова или словосочетания, кодирующие значения, отличные от пропозиционального содержания (или от истинностной оценки) [2, 3]. Преимущество данного определения – указание на собственное значение дискурсивных маркеров и на то, что это значение отличается от содержания самого высказывания. При этом не уточняется, в чем именно заключено смысловое отличие высказывания и маркера, поскольку дискурсивные маркеры способны выполнять несколько различных функций, что обусловлено разнообразными параметрами их употребления (этот факт подтверждают многочисленные исследования таких западных специалистов, как Д. Шифрин [10], В. Фрайзер [9]). Следует также отметить, что описание дискурсивных маркеров «обычно требует рассмотрения значительно более “длинных” контекстов, чем в случае других единиц» [3, 10], и сбора большого количества примеров, иллюстрирующих те или иные особенности их функционирования.

**Материал и методика исследований.** Объектом настоящего исследования является англоязычная онлайн-молодежная коммуникация, осуществляемая исключительно носителями языка, а источниками исследования – такие коммуникационные ресурсы, как аутентичные форумы, чаты, блоги и социальные сети. Мы рассмотрели относительно новое явление, встречающееся в англоязычной молодежной коммуникации, – слово *like*.

В ходе исследования были использованы следующие методы:

1) описательный, состоящий из этапов:

а) сбора большого количества примеров употребления дискурсивного маркера *like* в коммуникативных ресурсах Интернета;

б) наблюдения и выявления различных особенностей, проявляемых указанным дискурсивным маркером в собранных примерах;

в) классификации данных примеров соответственно функциям, выполняемым дискурсивным маркером *like*;

г) обобщения по данным примерам;

д) выводов, представленных в виде таблицы;

2) метод контекстуально-прагматической интерпретации при рассмотрении ситуации употребления дискурсивного маркера *like*, связанной с местом, временем, тематикой и участниками общения;

3) метод контекстуального анализа, раскрывающий особенности функционирования дискурсивного маркера *like* в онлайн-молодежной коммуникации.

**Результаты исследований и их обсуждение.** Дискурсивный маркер *like* является одним из самых сложных из-за большого количества функций самого слова *like*. Помимо того, что *like* выступает как дискурсивный маркер, его можно использовать в качестве предлога, как это показано в примере (1), имени прилагательного (2), союза (3), наречия (4), имени существительного (5), глагола (6) и суффикса (7).

(1) He was *like* a son to me.

(2) Cooking, ironing and *like* chores.

(3) Nobody can sing that song *like* he did.

(4) It's nothing *like* as nice as their previous house!

(5) Scenes of unrest the *like(s)* of which had never been seen before in the city.

(6) I *like* chocolate very much.

(7) He said I went "(mumbling)" or something *like* stroke-*like*. (Важно заметить, что в работе сохранена исходная орфография и грамматика всех высказываний).

Важным фактором для изучения маркера *like* является возраст людей, употребляющих его. Поскольку сферой изучения дискурсивных маркеров в данном исследовании является онлайн-коммуникация: форумы, блоги, социальные сети и чаты, – возраст отобранных «испытуемых» колеблется от 16 до 23 лет. Речь этой возрастной группы довольно разнообразна и зависит от многих факторов: степени образованности, социального статуса, места, которое подросток занимает в так называемой «компании», и характера самой «компании».

Однако интересен и тот факт, что дискурсивный маркер *like* в 73 % случаев употребляется людьми только вышеуказанной возрастной группы [8]. Это дает нам основание говорить, что *like* несомненно считается одним из важных дискурсивных маркеров молодежной коммуникации как в устном, так и в онлайн-дискурсе.

Очевидно, что дискурсивные маркеры обладают рядом функций, причем один маркер может иметь сразу несколько функций, проявление которых обусловлено контекстом. В связи с этим необходимым представляется рассмотреть те функции, которыми обладает дискурсивный маркер *like* в онлайн-молодежной коммуникации.

Дискурсивный маркер *like* встречается как на текстовом, так и на межличностном уровнях дискурса. На текстовом уровне такие маркеры регулируют поток информации, а на межличностном уровне – взаимоотношения участников общения.

Сначала рассмотрим те функции, которые дискурсивный маркер *like* выполняет на текстовом уровне в онлайн-молодежной коммуникации.

(8) So... *like* if I want to be cool and trendy should I use them?

Пример (8) был взят из чата, где общение происходит в быстром темпе, люди обмениваются репликами в течение нескольких секунд и, значит, не имеют возможности долго подбирать нужные слова. В таком случае дискурсивный маркер *like* выступает как средство заполнения паузы, нужной для более четкого формулирования высказывания, регулируя поток информации, которую автор высказывания хочет передать собеседнику.

Интересно заметить, что в данном случае тот, кто выразил свое мнение в этом примере, заполнил паузу не только маркером *like*, но и добавлением многоточия, употребление которого в такой позиции не характерно для английского языка. Случаев употребления дискурсивного маркера *like* с этой функцией множество (23 % от собранного в ходе исследования материала), что, к сожалению, указывает на тенденцию неумения подростков выражать свои мысли быстро и четко.

В устном дискурсе можно встретить маркер *like*, используемый при так называемом фальстарте, т. е. когда в ходе передачи информации участник дискурса решает высказаться по-другому и начинает мысль заново:

(9) I'll go to *like* – I'd rather go to the ball with Linda and dance, then waste my time with Jane.

Однако в такой функции *like* не встречается в онлайн-коммуникации. Причиной этого является тот факт, что в ходе написания сообщения автор высказывания всегда может воспользоваться опцией «стереть» или «удалить».

(10) I met her in September an' it was *like* the best time of my life, *u no*.

В примере (10) можно увидеть еще одну текстовую функцию дискурсивного маркера *like*. Здесь он употребляется с целью акцентировать внимание собеседника на последующей информации, которая особенно важна с точки зрения отправителя сообщения.

Стоит отметить, что *u no* в данном случае обозначает *you know*; такое сокращение, целью которого является экономия времени и усилий, встречается в онлайн-коммуникации довольно часто. Оно также характерно для мобильной коммуникации подростков, т. е. для написания текстовых сообщений sms, где таким путем экономится не только время, но и деньги.

Дискурсивный маркер *like* может также выступать в роли так называемого «смягчителя» информации/оценки. Приведем несколько примеров, в которых проявляется данная функция:

(11) She is *like* not that smart.

(12) He was *like* really handsome and I was *like* looking *like* stupid standing there and *like* watching him.

Следует заметить, что в случаях употребления *like* в значении «смягчителя» после дискурсивного маркера чаще всего стоит прилагательное (в представленных примерах это *smart*, *handsome*, *stupid*), дающее как положительную, так и отрицательную оценку какому-либо предмету или живому существу. При этом маркер *like* направлен на смягчение именно этой оценки и регулирует поток информации, которую передает автор.

Встречаются также случаи, в которых дискурсивный маркер *like* употребляется с целью начать новую тему, предоставить собеседнику обновленную или добавочную информацию.

(13) A: So, they went abroad for five weeks an' that's awesome. It's gonna be my best holidays, *u know*.

B: *Like*, my neighbors and I got on fire.

A: Again? No way.

В примере (13) очевидно, что участник дискурса переводит разговор с темы каникул друга на свою ссору с соседями, никак при этом не комментируя высказывание собеседника. Важно заметить, что такой переход от одной темы к другой был совершен почти в начале дискурса, что говорит о том, что собеседнику [B] непременно хотелось поделиться своими переживаниями по поводу проблемы. В данном случае употребление *like*

предвосхищает переход на новую тему, делая его не столь заметным и обидным для собеседника [А], который реагирует незамедлительно. Таким образом, используя дискурсивный маркер *like*, собеседник [В] явно регулирует поток информации, задавая новую тему для общения.

Дискурсивный маркер *like* с такой функцией встречается нечасто и занимает преимущественно начальную позицию в предложении. Это объясняется тем, что *like* не самый подходящий для ввода новой темы или информации дискурсивный маркер. Несмотря на то, что коммуникативная цель в примере (13) была достигнута, собеседник [В] могли посчитать грубым и эгоистичным. Важно помнить, что использование *like* в такой функции будет в большей степени зависеть от характера отношений между участниками *дискурса*.

*Like* как дискурсивный маркер также имеет ряд функций и на межличностном уровне общения. Он может использоваться для комментирования информации, выражения понимания этой информации и чувств, которые она вызывает.

(14) А: There was some food.

В: *Like* you were eating cereal all the time?

А: No, there were some hotdogs on Fridays.

В примере (14) собеседник [В] использует *like*, чтобы уточнить, правильно ли он понял информацию. При этом этот маркер позволяет создать вопросительную интонацию в предложении, что оправдывает постановку вопросительного знака.

(15) А: It really hurts so much.

В: *Like* I know what you mean.

Дискурсивный маркер *like* употребляется для выражения симпатии к собеседнику и согласия с его точкой зрения, как это показано в примере (15).

На межличностном уровне дискурсивный маркер *like* (впрочем, как и другие маркеры) помогает участникам дискурса регулировать свое взаимодействие, в связи с этим общение, лишённое дискурсивных маркеров, выглядит неестественным, странным и даже недружелюбным [9].

Однако стоит заметить, что один и тот же маркер может иметь сразу несколько функций в различных контекстах. Рассмотрим пример полифункциональности дискурсивного маркера *like* в молодежной онлайн-коммуникации на текстовом уровне:

(16) Britney was *like*... being weird today. Did you notice that?

В примере (16) дискурсивный маркер *like* имеет две функции. С одной стороны, он заполняет гезитационную паузу, с другой стороны, выступает в роли «смягчителя». Отправитель сообщения пытается подобрать нужные слова, чтобы лучше выразить свои эмоции, одновременно он хочет заранее смягчить свое высказывание. Дело в том, что сообщение взято из темы на музыкальном форуме, посвященной Бритни Спирс, и люди, высказывающиеся в данной рубрике, являются фанатами певицы. Очевидно, отправитель сообщения не мог позволить себе высказаться критически по отношению к Бритни, поэтому он сразу попытался придать характеристике певицы смягченный вид, еще не придумав саму характеристику.

Таким образом, функциональные особенности дискурсивного маркера *like* можно представить в виде таблицы. В таблице 1 можно увидеть уровни употребления дискурсивного маркера *like* (текстовый и межличностный), функции, соответствующие определенному уровню, и способность данного маркера регулировать либо поток информации, либо взаимодействие участников дискурса.

Функции дискурсивного маркера *like* в молодежном онлайн-дискурсе

Уровень употребления	Функции
Текстовый уровень (соотносится с планом содержания)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- заполнение паузы-гезитации;</li> <li>- акцентирование внимания на информации;</li> <li>- «смягчение»;</li> <li>- переход к новой теме</li> </ul>
Межличностный уровень (соотносится с планом выражения)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- комментирование информации;</li> <li>- выражение понимания/непонимания, симпатии и других чувств;</li> <li>- уточнение информации</li> </ul>

Такое многообразие функций дискурсивного маркера *like* обусловлено множеством речевых ситуаций его употребления и экстралингвистических факторов.

**Резюме.** Как было отмечено выше, употребление *like* во многом зависит от возраста участников дискурса, огромную роль при этом играют тема общения и общий уровень грамотности и образованности собеседников.

Дискурсивный маркер *like* является одной из самых сложных и одновременно интересных для изучения единиц дискурса. Многие исследователи посвятили свои работы анализу функций данного маркера, его позиции в предложении, частотности его употребления и роли в современном дискурсе. Однако употребление *like* меняется со временем, дискурсивный маркер приобретает одни функции и теряет другие, при этом иногда становится сложным выявить саму причину его употребления в отдельных высказываниях.

Все это и составляет огромный потенциал дискурсивного маркера *like*, расширяет и углубляет сферу его исследования, ставит новые цели перед учеными-лингвистами и повышает интерес к анализу данного дискурса в целом.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Головач, О. А. Принцип экономии в лингвистике / О. А. Головач // Вектор науки Тольяттинского государственного университета. – 2011. – № 3 (17). – С. 137–139.
2. Кибрик, А. А. Лекция «Дискурсивные маркеры» 2009 г. / А. А. Кибрик [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.philol.msu.ru/~otipl/new/main/courses/discourse/New/14-discourse-markers.pps>
3. Киселева К. Дискурсивные слова русского языка: опыт контекстно-семантического описания / К. Киселева, Д. Пайара. – М. : Метатекст, 1998. – 447 с.
4. Мартине, А. Основы общей лингвистики / А. Мартине // Новое в лингвистике. Выпуск 3. – М. : Прогресс, 1963. – С. 366–566.
5. Мурашкова, Е. М. Тема-рематические отношения в молодежной онлайн-коммуникации (на материале английского языка) / Е. М. Мурашкова // Вестник Московского университета. Серия 19 : Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2014. – № 1. – С. 124–131.
6. Сигарева, Н. В. Особенности речевой деятельности в виртуальном пространстве / Н. В. Сигарева // *Studia Linguistica. Язык и текст в проблемном поле гуманитарных наук* : сб. науч. тр. – СПб. : Политехника-сервис, 2008. – № 17. – С. 261–266.
7. Тер-Минасова, С. Г. «Мысль изреченная есть ложь...» / С. Г. Тер-Минасова // Ценности и смыслы. – 2012. – № 1 (17). – С. 22–33.
8. *Corpus of Contemporary American English (COCA)* [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://corpus.byu.edu/coca/>
9. Fraser, B. Types of English Discourse Markers / B. Fraser // *Acta Linguistica Hungaria*. – 1988. – № 38. – P. 19–33.
10. Schiffrin, D. Discourse Markers: Language, Meaning, and Context. – *Handbook of Discourse Analysis* / Edited by D. Schiffrin, D. Tannen, and H. E. Hamilton. – Oxford : Blackwell publishers, 2001. – P. 54–75.