

instructions for mankind. The diaries prove that Oles' Honchar had deep knowledge and understanding of the most important Christian sacral text, which occupied the key place in the writer's language picture of the world.

Key words: the Bible, Holy Scripture, biblical expressions, biblical phraseological units, biblical allusions.

УДК 81'276.2/.6:004.738.5

Оксана Таран

СЛЕНГІЗМИ В ЖАНРІ ІНТЕРНЕТ-ЩОДЕННИКА: ФУНКЦІОНАЛЬНО-КОМУНІКАТИВНИЙ АСПЕКТ

У статті визначено жанрово-мовні особливості інтернет-щоденників, схарактеризовано тематику записів, обгрунтовано специфіку вияву автокомунікації. Моделювання жанру Інтернет-щоденника за методикою А. Вежбицької дозволило авторові статті виявити прагмакомунікативні умови функціонування сленгізмів у ньому.

Ключові слова: інтернет-щоденник, автокомунікація, елементарний ілокутивний компонент, сленгізм, функція.

Постановка наукової проблеми та її значення. Вихідними теоретичними положеннями для нас є: концепція М. Бахтіна про діалогічність мовлення, виходячи з якої вчений визначив, що кожний жанр має певні цільові настанови, мовленнєві задуми мовців [1], та теорія Ю. Лотмана про дві моделі комунікації в системі культури: «Я – ВІН» (комунікативна) і «Я – Я» (автокомунікативна) [7].

Лінгвістичний ракурс дослідження щоденникового дискурсу здебільшого сфокусований на письменницьких (літературних) щоденниках: Т. Радзієвська (1993) – щоденники О. Блока, О. Герцена, В. Кюхельбекера, Т. Шевченка та ін.; Л. Мацько (2009) – О. Довженка; М. Степаненко (2010) – О. Гончара; В. Харченко (2010) – С. Єсеніна; Т. Космеда (2012) – Т. Шевченка. Дослідження Інтернет-щоденників (інші назви: *мережеві щоденники, віртуальні щоденники, живі щоденники* (від англ. Live Journal), *буденне письмо*) поки перебуває на початковому етапі й монографічно представлено кандидатськими дисертаціями на матеріалі російської мови –

О. Новикової (2005), С. Заборовської (2006), на матеріалі німецької мови – І. Волосенко (2012).

І літературознавці, і мовознавці одностайні в тому, що щоденник як жанр мовлення ґрунтується на автокомунікації, тобто комунікації моделі «Я – Я» (за Ю. Лотманом). У ній адресат – друге «Я» – функціонально прирівнюється до третьої особи, але на відміну від моделі «Я – ВІН», де інформація переміщується в просторі, тут переміщення відбувається в часі [7, с. 164]. Т. Космеда так описує процес автокомунікації в щоденнику: «<...> автор щоденника прагне репрезентувати діалог зі своїм внутрішнім «Я», «Я₁», «Alter Ego», хоче оприлюднити, «привідчинити» двері в особистісний комунікативний простір, здійснює особливий вид мовленнєвої діяльності й под.» подає в щоденнику «сприйняття довкілля крізь призму власного «Я» з урахуванням обов'язкового діалогу із «Я₁»» [6, с. 121, 123].

Психолінгвальна природа автокомунікації зумовлює функції щоденника. Відповідно до його комунікативної спрямованості вони докладно описані в дисертації К. Танчин: 1) фіксація подій, 2) сповідь перед самим собою, втеча у власний світ, самоаналіз, самонавчання, 3) підсвідома потреба виразити себе, запам'ятати себе, зупинити потік свого життя, залишити сліди свого існування (це є рудиментом боротьби давньої людини зі смертю), 4) нарцисичний потяг до самоспоглядання – щоденник як особливий різновид самозадоволення, 5) психічна самотерапія. У зв'язку з останньою функцією важливе таке спостереження автора: щоденники «у багатьох випадках подають викривлене зображення особистості діариста. Тому що в них записують зазвичай перш за все те, що пригноблює чи бентежить людину в певний момент. Неспокій, сформульований і прояснений словом, видається не таким серйозним, не так пригнічує; слово допомагає оволодіти своїм станом» [10, с. 7-8]. У цьому вбачаємо прояви міфологічного мислення, у якому слово наділене магією. Психотерапевтичну функцію виконує не тільки семантичне наповнення щоденника, але й сам факт регулярних записів у ньому веде до емоційно-психічної рівноваги (Т. Радзієвська, 1993). Регулярність записів створює ритмічність, що, за Ю. Лотманом (2000), в автокомунікації є зовнішнім кодом, під впливом якого перебудовується й словесне повідомлення.

Автокомунікація задає основні ознаки щоденникового дискурсу, тож уважаємо за необхідне звернутися до описаних Ю. Лотманом рис автокомунікативної системи: 1) редукція слів, які мають тенденцію

до перетворення на знаки слів, індекси знаків, що, у свою чергу, мають тенденцію до ізоритмічності; 2) «Із цим пов'язана й основна особливість синтаксису цього типу мовлення: він не утворює завершених речень, а прагне до безкінечних ланцюжків ритмічних повторювань»; 3) автокомунікативні тексти обростають індивідуальними значеннями й отримують функцію організатора безладних асоціацій, що накопичуються у свідомості автокомуніканта [7, с. 168-171].

Аналіз досліджень цієї проблеми. У науковій літературі називають такі ознаки щоденникового дискурсу: хронологічність, фіксація плинності подій, суб'єктивність, буденність, публічна інтимність (вислів М. Кронгауза, 2009), фрагментарність, порушення причиново-наслідкових зв'язків, відсутність єдиного задуму, незавершеність, стилістична необробленість оповіді, відсутність чіткого прагматичного завдання, відсутність конкретного адресата, локалізація перлокутивного ефекту у сфері психіки суб'єкта, нерезультативність комунікативного акту (у зв'язку з відсутністю зовнішнього адресата).

Інтернет-щоденник ХХІ ст., що став предметом нашої уваги, очевидно, становить окремий жанровий різновид щоденника. У мовознавчих дослідженнях інтернет-щоденників Рунету (О. Новикова, С. Заборовська) наголошено, що на відміну від класичного щоденника, головною особливістю якого є записи тільки для себе, у віртуальному щоденнику самовираження орієнтоване на іншого. Однак інтернет-щоденник, відповідно до авторських намірів, має три ступені публічності: відкритий (можливо, з окремими записами обмеженого доступу) – доступний для читання всім, з обмеженим доступом – доступний тільки для віртуальних і реальних друзів, закритий – щоденник написаний тільки для себе. Цей момент, очевидно, не врахований і в дисертації О. Новикової, яка з огляду на полілог автора і коментаторів однозначно визначає інтернет-щоденник як спосіб комунікативної взаємодії на відміну від автокомунікативної спрямованості класичного щоденника [8, с. 122].

Як показало здійснене нами протягом п'яти років спостереження записів у десяти відкритого типу інтернет-щоденниках, такі коментарі є поодинокими й мають фатичний характер. Однак, припускаємо, автокомунікативна домінанта у відкритих і з обмеженим доступом інтернет-щоденниках набуває певних трансформацій, вияв специфіки яких є одним із **завдань** цієї статті.

Джерельною базою послуговували розміщені на розважальному сайті <http://weblog.rc-svit.com/weblog> відкриті інтернет-щоденники, вибірка здійснювалася із записів 2009 – 2013 рр. кожного щоденника. Вік авторів – 19-22 роки, причому переважно це дівочі щоденники (із десяти випадково обраних щоденників тільки два – чоловічі).

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження. За тематичним спрямуванням проаналізовані інтернет-щоденники є побутовими, описують головні й важливі для їхніх авторів події: жадане дозвілля – уживання алкогольних напоїв та інтимні стосунки (у тому числі й одностатеві), подорожі, взаємини з друзями, коханими й конфліктні ситуації з батьками, обтяжливі зобов'язання перед училищем / ВНЗ, роботодавцем. Більшість записів одноманітні, що теж задає певний ритм і свідчить на користь автокомунікації. На думку Т. Радзівської, для щоденникового дискурсу з установкою на регулярність властиве повторення записів про однотипні події як зовнішнього, так і внутрішнього життя – це свідчить про сформованість узусу (тематичного та дискурсивного репертуару) [9, с. 10].

Жанрово-мовні особливості інтернет-щоденника ґрунтуються на визначених вище ознаках щоденникового дискурсу, однак мають свою специфіку: 1) відкрити до трансформацій форму, адже відкриті щоденники доступні для читачів, які мають право їх коментувати, а автор, відповідно до цих коментарів, може змінювати свої записи або ж взагалі їх закрити чи видалити; 2) запис у щоденнику може бути розрахований: на самого автора; на конкретного адресата (принаймні адресант сподівається на прочитання ним) – С. Заборовська називає це «аксіальним оповідним модусом»; на невизначеного потенційного читача – «ретіальний оповідний модус (численні незнайомі адресати)» [3, с. 12]; 3) у відкритому інтернет-щоденнику спостерігаємо дифузійну авторських інтенцій: авторське «Я» виступає і як інтимне «Я», і «Я» на публіку (автор усвідомлює відкритий статус свого щоденника, якому, до речі, дає назву, наприклад: «*for my, for you*», «*Буденне життя простого хлопця*», «*Історія хвороби*», «*Сповідь Сніжинки*» тощо), і «Я» в масці (на це, зокрема, вказують псевдоніми авторів – ніки; наприклад, проаналізовані щоденники мають такі ніки: жіночі – *snizhynka, ZeLeHaKpOв, капусятко, Nydota, хуліганка* та ін., чоловічі – *PatriotUkraine, coldmoon*). Власне в цьому полягає специфіка вияву автокомунікації в Інтернет-щоденниках; 4) інтернет-щоденник має відкрити гіпертекстову організацію, за ознаками якої відповідає

філософії постмодерного тексту; 5) до всього цього додамо перераховані О. Новиковою мовностилістичні характеристики: розмовний стиль, спонтанність, невідповідність мовлення, неповнота, високий ступінь емоційності й експресивності, інтенсивне використання англомовних запозичень, жаргонізмів/сленгізмів, просторічних слів, інвективів, численні помилки й друкарські огріхи, простий синтаксис, порушення текстової єдності – візуальної, фонетичної, стилістичної [8, с. 123-124, 130].

Отже, метою цього дослідження є опис сленгізмів з огляду на прагмакомунікативні умови їхнього функціонування. Найкраще цій меті відповідає розроблена А. Вежбицькою на основі концепції М. Бахтіна, але в межах авторської семантичної теорії елементарних смислових одиниць методика моделювання різних жанрів, що полягає у визначенні елементарних ілокутивних компонентів, які відповідають простим ментальним актам мовців. Дослідниця наводить поряд з іншими й формули, що визначають мовленнєві жанри спогадів, мемуарів, автобіографії (найближчі до щоденника жанри. – *О.Т.*). У формулах двох останніх жанрів закладена установка на адресата [2, с. 99-111]. У відкритому інтернет-щоденнику, уважаємо, ця установка набуває імовірнісного характеру, елементарний ілокутивний компонент у цьому разі можна сформулювати: «думаю, що людям може буде цікаво знати про моє життя, мої думки, мої почуття». У разі установки на конкретного адресата діє інша формула: «я хочу, щоб *A* знав про моє життя, мої думки, мої почуття». Ці установки відбивають комунікативно-діяльнісні потреби особистості: за Ю. Карауловим, її включення в процес спілкування визначений не тільки комунікативним завданням, але «й усією парадигмою соціально-діяльнісної поведінки, що охоплює також інтенціональності, інтереси, мотиви, цілі й цінності» [5, с. 215]. У цих установках функція сленгізмів – привернення уваги, вони виступають певними сигналами (до дії, для когось і т. п.): *заведу собі якогось ботана що любить зорі і старовинні замки і буду рожати йому дітей* (28.10.2012, <http://weblog.rc-svit.com/weblog.2160406.html>), *Чекаємо гульбану на хаті..* (17.07.2011, http://weblog.rc-svit.com/weblog.1953849_100.html), *вечерком йдемо до Л. на днюшку* (27.10.2012, <http://weblog.rc-svit.com/weblog.2160406.html>), *ЄЄЄ ше літруха і можна на діскачь..* (02.05.2011, http://weblog.rc-svit.com/weblog.1953849_110.html), *так полюбила..... ломка... знову ломка – так хочеться його побачити,*

хочеться поговорити (05.09.2009, http://weblog.rc-svit.com/weblog.1957684_190.html).

Інша функція сленгізмів у межах сформульованих елементарних ілокутивних компонентів зумовлена прагненням автора до самопрезентації – у власних очах, в очах потенційних читачів: *якщо повезе то мене візьмуть в цей крутий ресторан)))* (17.02.2013, <http://weblog.rc-svit.com/weblog.1957705.html>), *ну що я можу сказати, в мене все нормік* (26.02.2010, http://weblog.rc-svit.com/weblog.1953849_160.html), *Моя задача зробити так, щоб ця «інаковість» мене не парила* (21.04.2012, http://weblog.rc-svit.com/weblog.1965511_150.html), *мені бракує пофігізму. катастрофічно бракує...* (05.08.2011, http://weblog.rc-svit.com/weblog.1963740_160.html), *вроді попустило... на лірику не пре...* (04.11.2009, http://weblog.rc-svit.com/weblog.1953849_170.html), *оце буде ржачно якщо припрусь вся така красива, напялю на себе мантію а диплом не дадуть* (06.06.2012, http://weblog.rc-svit.com/weblog.1791439_10.html); у протиставленні «Я» і «ІНШИЙ»: *дивіться на себе хто ви є і де ви є...а де зараз вже я...пффф... лошаріки* (08.01.2013, <http://weblog.rc-svit.com/weblog.1957705.html>), *ненавиджу ці тупі понти, вони щоб здатися кращим??????* (25.07.2009, http://weblog.rc-svit.com/weblog.1957684_240.html).

Самопрезентація автора насамперед є вербальною, виражена його мовотворчістю, зумовленою ігровим ставленням до створюваного щоденника – так проявляється, на думку О. Новикової, постмодерний дискурс: «тут важливий не якийсь результат, а сам процес його написання й задоволення від цього» [8, с. 133]. Сленгізми найчастіше утворюються шляхом мовної гри, а тому якнайточніше відповідають постмодерному ігровому дискурсу інтернет-щоденника: *сизжу вдома, а мала б копати картоплю, відкосила.. хіхі* (17.08.2009, http://weblog.rc-svit.com/weblog.1953849_180.html), *купа меланхолії. депресуха певно починається* (28.10.2012, <http://weblog.rc-svit.com/weblog.2160406.html>), *Приїхала з днюшки!! Моїй маленькій Таніці вже три...* (30.01.2011, http://weblog.rc-svit.com/weblog.1953849_150.html), *Конст. дрюкнула всю групу. Але цікава жінка* (21.03.2012, http://weblog.rc-svit.com/weblog.1965511_186.html), *просто купити пачку Парламенту і пляшку «шампуню»..і кайфувати ...до 2 год.ночі....* (28.03.2011, http://weblog.rc-svit.com/weblog.1953849_120.html). Особливо яскраво мовна гра виявляється у ФО, які є характерною рисою інтернет-щоденників: *і тільки коли приїхали*

*і щоб дібратись додому знов сіли на ровери зрозуміла, що **пташка** **здохла**. дупа, копсик, ноги, руки, стегна – все тіло ніби казало це секунда і всьо, упаду мертвим ховрашком (18.06.2012, <http://weblog.rc-svit.com/weblog.1791439.html>), **Хоч би не **нарубатися** в **мебел-дрова**...** (27.08.2011, http://weblog.rc-svit.com/weblog.1953849_80.html), **ми прийшли і одразу ж нам запропонували води чи чогось пити на наш вибір, поки ми вибирали, торгували, спілкувались – частували виноградом. це приємно. навіть коли це відверте **цілування у п'яту точку**** (01.10.2012, <http://weblog.rc-svit.com/weblog.1791439.html>), **Писати мені такі месседжі, а потім вернутися до міста і так різко **дати по гальмах?**** (31.05.2011, http://weblog.rc-svit.com/weblog.1965511_630.html), **я якась дурна, **вавка в голові** прогресує, в нас нічого нема...** (30.01.2011, http://weblog.rc-svit.com/weblog.1953849_150.html), **Знову сама **затрахала собі мозок**. Але то **фігня**** (29.08.2012, http://weblog.rc-svit.com/weblog.1965511_30.html), **всі мої подруги **паряць собі голову** через придурошних хлопців** (08.07.2009, http://weblog.rc-svit.com/weblog.1957684_280.html).*

Домінантною в самопрезентації є емотивна складова, що відбиває почуття автора щоденника, його внутрішній світ, а також його ставлення до довкілля; передається переважно прикметниковими й іменниковими емоційно-оцінними сленгізмами: **Здав того **гръобаного** екзамена в **автошколі!!! ураааа!!!**** (24.05.2011, http://weblog.rc-svit.com/weblog.1998173_490.html), **Це ж треба, **довбаний** КінгсБрідж всього 7% алкоголю, а як розвезло** (10.08.2009, http://weblog.rc-svit.com/weblog.1965511_1170.html), **перший день після канікул, годинник переведений – **жесть**...** (28.03.2011, http://weblog.rc-svit.com/weblog.1998173_610.html), **температура повітря + 30, води десь теж так. **Кааайф**** (01.10.2012, <http://weblog.rc-svit.com/weblog.1791439.html>), **а тим часом в мене знову **кльовий** настрій** (27.10.2012, <http://weblog.rc-svit.com/weblog.2160406.html>), **давно в мене вже такого **афігенного** настрою не було))))))** (10.02.2013, <http://weblog.rc-svit.com/weblog.1957705.html>).

На окрему увагу заслуговує таке спостереження К. Танчин: «У тих, хто веде щоденник, проглядає одна спільна константа – це страждання, породжене власним безсиллям» [10, с. 11]. Ця константа реалізована переважно дієслівними сленгізмами – вони передають динаміку емоційного стану: *Таке відчуття, що Бог на мене **забив**, і на*

справедливість теж (30.06.2012, http://weblog.rc-svit.com/weblog.1998173_40.html), *задовбалась* бути постійно розуміючою стороною. *хочу, аби мене розуміли* (18.09.2011, http://weblog.rc-svit.com/weblog.1963740_130.html), *мене вже то всьо задрало...* (25.12.2012, <http://weblog.rc-svit.com/weblog.1957705.html>), *як же замахало мене це все* (04.01.2012, http://weblog.rc-svit.com/weblog.1998173_130.html). Із цим пов'язана наступна функція інтернет-щоденника – психічна самотерапія, що вписується в модель автокомунікації, яку Т. Космеда пов'язує з потребою в експлікації емоцій, що приносять людині полегшення [6, с. 149]. При цьому реалізований елементарний ілокутивний компонент «Я пишу тому, що хочу відчутти емоційне полегшення, задоволення». Його втіленню в текст сприяє емоційно-експресивно-оцінні конотації сленгізмів: *а я сижу і втикаю, не збираюсь вибачатись...* (31.12.2012, <http://weblog.rc-svit.com/weblog.1957705.html>), *І ще дістала ця біганина по бібліотеках, випуски, шифри, очікування і т.і.* (09.10.2012, <http://weblog.rc-svit.com/weblog.1998173.html>), *якесь таке хринове відчуття..... душевна порожнеча...* (28.07.2009, http://weblog.rc-svit.com/weblog.1957684_240.html). Очевидно, емоційне полегшення, зокрема зняття агресії, настає і в називанні неприємних авторів людей сленгізмами, що містять семи «лайливий», «презирливий»: *Я не просто обурений, а ошелешений тим всім, що ті козли хочуть робити далі* (22.06.2012, http://weblog.rc-svit.com/weblog.1998173_50.html), *типу тому оленю міся мало і шось там ше* (19.02.2013, <http://weblog.rc-svit.com/weblog.1957705.html>), *як я могла з таким чмом так довго зустрічатися??????* (24.07.2009, http://weblog.rc-svit.com/weblog.1957684_250.html).

Однією з функцій щоденникового дискурсу є самоствердження й самореалізація в бажаних для авторського «Я» масках, що відповідає такому елементарному ілокутивному компонентові: «Я хочу, щоб люди мене уявляли таким, як хочу я». Часто це втілюється в мовній розкутості й агресії, що зумовлена повною вербальною свободою в мережі Інтернет (аналогічно до інтернет-комунікації) і виражена сленгізмами арготичного походження, хоча мовці цього можуть і не усвідомлювати: *поголовно всі хочуть з тебе витягнути з тебе якомога більше бабла* (01.10.2012, <http://weblog.rc-svit.com/weblog.1791439.html>), *з Іркою напевно прийдеється зав'язати...* (19.07.2011, http://weblog.rc-svit.com/weblog.1953849_

100.html), *Наукова то торба, семінари і читати інші книжки мене кумарить* (20.09.2012, <http://weblog.rc-svit.com/weblog.1998173.html>), *думаю списала замало..хочаааа..еее проканає...* (21.02.2011, http://weblog.rc-svit.com/weblog.1953849_130.html).

Інтернет-щоденник передає потік свідомості його автора, у якому беззмістовні мовленнєві прокладки завдяки частотності їхнього уживання задають певний ритм тексту, а отже, є зовнішніми кодами автокомунікації: *Котик) Моє чудо, блін)* (07.08.2012, http://weblog.rc-svit.com/weblog.1965511_50.html), *от блін, ну не можу я зрозуміти, як можна кохати людину, з якою не говориш кожного дня по телефону* (07.07.2009, http://weblog.rc-svit.com/weblog.1957684_280.html), *Короче, я довольна, як слон)))*. *В Диканьці було круто* (14.05.2011, http://weblog.rc-svit.com/weblog.1965511_650.html), *По ходу я ще нічо доброго не зробила...* (23.09.2008, http://weblog.rc-svit.com/weblog.1841383_590.html), *Захворіла по ходу. Це все через оті нерви на вихідних* (11.05.2011, http://weblog.rc-svit.com/weblog.1965511_660.html), *походу це кінець.. з великої «любові»* (24.11.2011, http://weblog.rc-svit.com/weblog.1953849_80.html). У цій функції виступають і окремі евфемістичні сленгізми: *найбільше не люблю ідіотів, для яких це все справді капець як важливо* (06.06.2012, http://weblog.rc-svit.com/weblog.1791439_10.html), *це капець) в нас така срака на дорозі)* (03.12.2012, <http://weblog.rc-svit.com/weblog.1957705.html>), *знов почало боліти горло, та й взагалі то ніна..* (02.04.2011, http://weblog.rc-svit.com/weblog.1953849_120.html), *...Випускний пройшов... вірніше якась пародія... урочистої не було.. ніпец..* (02.05.2011, http://weblog.rc-svit.com/weblog.1953849_110.html), *пниц...вмазаний...як то не постратись з батьками...алкоголь зло...* (02.02.2013, <http://weblog.rc-svit.com/weblog.1957705.html>), *Філософія... Це просто трубець* (20.09.2012, <http://weblog.rc-svit.com/weblog.1998173.html>).

Висновки та перспективи подальшого дослідження. Отже, формулювання елементарних ілокутивних компонентів за методикою А. Вежбицької дозволило не тільки змоделювати жанр інтернет-щоденника, але й виявити прагмакомунікативні умови функціонування сленгізмів у ньому. При цьому сленгізми є маркерами постмодерного стилю епохи. Особливість утілення автокомунікації в інтернет-щоденнику полягає в публічній інтимності. А. Залізник зазначає, «що виникнення феномена «публічної інтимності» пов'язане не тільки з тим, що нові технології дають можливість легко

й швидко поділитися своїми думками й почуттями з необмеженою кількістю людей, але також і з тим, що ці технології дозволяють представити цій масі людей *свій текст як свідчення свого індивідуального буття*» [4]. В інтернет-щоденнику автокомунікація проявляється в зовнішніх кодах. Перспективним бачимо гендерний аспект дослідження сленгізмів в інтернет-щоденниках.

ДЖЕРЕЛА ТА ЛІТЕРАТУРА

1. Бахтин М. М. Эстетика словесного творчества / М. М. Бахтин. – М. : Искусство, 1979. – 424 с. – (Из истории сов. эстетики и теории искусства).
2. Вежбицка А. Речевые жанры (пер. В. В. Дементьева) / Анна Вежбицка // Жанры речи : сб. ст. – Вып. 1. – Саратов : Изд-во Гос. уч.-науч. центра «Колледж», 1997. – С. 99-111.
3. Заборовська С. В. Особливості віртуального дискурсу в просторі Інтернет (на прикладі інтернет-щоденника) : автореф. дис. ... канд. філол. наук : спец. 10.02.02 «Російська мова» / С. В. Заборовська. – Х., 2006. – 19 с.
4. Зализняк А. Дневник: к определению жанра [Электронный ресурс] / Анна Зализняк // НЛО : независимый филологический журнал. – 2010. – № 106. – Режим доступа: <http://magazines.russ.ru/nlo/2010/106/za14.html>.
5. Караулов Ю. Н. Русский язык и языковая личность / Ю. Н. Караулов. – [изд. 7-е]. – М. : Изд-во ЛКИ, 2010. – 264 с.
6. Космеда Т. А. Ego і Alter Ego Тараса Шевченка в комунікативному просторі щоденникового дискурсу : монографія / Т. А. Космеда. – Дрогобич : Коло, 2012. – 372 с.
7. Лотман Ю. М. Автокоммуникация: «Я» и «Другой» как адресаты (О двух моделях коммуникации в системе) / Ю. М. Лотман // Лотман Ю. М. Семиосфера. – СПб : Искусство, 2000. – С. 163-177.
8. Новикова Е. Г. Языковые особенности организации текстов классического и сетевого дневников : дис. ... канд. филол. наук : спец. 10.02.01 / Новикова Елена Геннадиевна. – Ставрополь, 2006. – 255 с.
9. Радзівєвська Т. В. Комунікативно-прагматичні аспекти текстотворення : автореф. дис. ... доктора філол. наук : спец. 10.02.15 «Загальне мовознавство» / Т. В. Радзівєвська. – К., 1999. – 20 с.
10. Танчин К. Я. Щоденник як форма самовираження письменника : автореф. дис. ... канд. філол. наук : спец. 10.01.06 «Теорія літератури» / К. Я. Танчин. – Тернопіль, 2005. – 18 с.

Таран Оксана. Сленгизмы в жанре интернет-дневника: функционально-коммуникативный аспект. В статье описаны жанрово-языковые особенности интернет-дневников, дана характеристика тематики записей в них. Опираясь на концепцию М. Бахтина о диалогичности речи и теорию Ю. Лотмана о двух моделях коммуникации в системе культуры, автор обосновывает специфику автокоммуникации в интернет-дневниках.

Моделирование жанра интернет-дневника по методике А. Вежицкой позволило выявить прагмакоммуникативные условия функционирования сленгизмов в нем: 1) установка на адресата носит вероятностный характер, функция сленгизмов – привлечение внимания; 2) доминантной в самопрезентации автора является эмотивная составляющая, реализуемая эмотивно-оценочными сленгизмами; 3) в реализации терапевтической функции интернет-дневника участвуют глагольные сленгизмы – они передают динамику эмоционального состояния; 4) самоутверждение и самореализация в желанных для авторского «Я» масках обуславливает часто вербальную агрессию, воплощенную в сленгизмах арготического происхождения.

Ключевые слова: интернет-дневник, автокоммуникация, элементарный иллокутивный компонент, сленгизм, функция.

Taran Oksana. Slang Words in the Internet Diaries Genre: Functional and Communicative Aspect. The article describes the genre and language features of Internet diaries, the characteristic of subjects is also given there. Based on M. Bakhtin's idea of dialogic speech and Y. Lotman's theory about two models of communication in the culture system, the author of the article defines the specificity of autocommunication in Internet diaries. The making model of Internet diary genre according to A. Wierzbicka methodology allowed to reveal such pragmatic and communicative conditions of slang words functioning, as following: 1) the aim for the addressee has probabilistic characteristic, the function of slang words in it is attracting attention; 2) a dominant in author self-presentation is emotive component, realized by slang words with emotive and evaluative connotation; 3) verbal slang words take part in the realization of the therapeutic function of Internet diary – they make dynamics of the emotional state; 4) self-assertion and self-realization in desirable for the authorial «I» masks is the condition of verbal aggression, incarnated in slang words which are argots in origin.

Key words: Internet diary, autocommunication, elementary illocutionary component, slang word, function.

УДК 811.161.2'373

Віра Христенюк

ЛЕКСИЧНІ ТА ГРАМАТИЧНІ РИСИ МОВИ ГРАМОТ XIV–XV СТОЛІТЬ

У статті проаналізовано лексичні та граматичні особливості українських ділових документів, зокрема грамот різних типів XIV–XV століть. Описано