

Научная статья

УДК 81'271:004.946

DOI 10.52070/2542-2197_2022_11_866_32



Языковые средства инсценировки межличностных взаимоотношений в социальной сети Twitter

М. А. Иванова

Московский государственный лингвистический университет, Москва, Россия

mashaliva@rambler.ru

Аннотация.

Виртуальная коммуникация влияет на изменение способов реализации различных видов межличностных взаимоотношений, что находит отражение в тенденции к «театрализации» дружеских и неприязненных отношений в социальных сетях. В статье на примере немецкоязычных постов социальной сети Twitter анализируются языковые средства инсценировки дружбы и вражды с целью изучения трансформации коммуникативного поведения человека в рамках виртуального пространства. В результате исследования выделены вербальные и невербальные средства, применяемые для создания разнообразных театральных эффектов, привлечения внимания, расширения круга подписчиков-зрителей.

Ключевые слова: виртуальная коммуникация, социальные сети, театрализация, дружба, вражда

Для цитирования: Иванова М. А. Языковые средства инсценировки межличностных взаимоотношений в социальной сети Twitter // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2022. Вып. 11 (866). С. 32–38. DOI: 10.52070/2542-2197_2022_11_866_32

Original article

Linguistic Means of Interpersonal Relations Staging in Social Network Twitter

Maria A. Ivanova

Moscow State Linguistic University, Moscow, Russia

mashaliva@rambler.ru

Abstract.

Virtual communication influences the changes in the ways of interpersonal relations realisation, which is reflected in the trend towards “theatricalization” of friendly and hostile relationships in social networks. The article analyses linguistic means of friendship and hostility staging on the example of German-language Twitter posts to study the transformation of human communicative behaviour within virtual space. The study highlights verbal and non-verbal means used to create a variety of theatrical effects, attract attention and expand the circle of followers-viewers.

Keywords:

virtual communication, social networks, theatricalization, conceptualisation, friendship, hostility

For citation:

Ivanova, M. A. (2022). Linguistic means of interpersonal relations staging in social network Twitter. *Vestnik of Moscow State Linguistic University. Humanities*, 11(866), 32–38. 10.52070/2542-2197_2022_11_866_32

ВВЕДЕНИЕ

Появление новых информационных технологий привело к изменению всей системы коммуникации, реализуемой как между отдельными людьми, так и во всем обществе. В результате цифровизации развиваются новые виды межличностной коммуникации, протекающие исключительно в рамках виртуального пространства и не зависящие от физической удаленности коммуникантов. Общение в мессенджерах, социальных сетях и чатах способствует формированию новой сферы информационного взаимодействия и трансформации социального и речевого поведения участников коммуникации, что, в свою очередь, отражается на когнитивных процессах, связанных с кодированием и декодированием транслируемой информации [Анищенко, 2019]. Общение в рамках виртуального пространства влияет на изменение способов реализации различных межличностных отношений, что находит свое отражение в языке.

В статье рассматриваются особенности (квази)синхронных форм виртуальной коммуникации, таких как чаты и социальные сети. Теоретической базой послужили исследования У. Шмитца, изучившего соотношения устности и письменности в виртуальной коммуникации; В. Швайгера, выделившего характерные для социальных сетей коммуникативные действия, а также Е. Н. Галичкиной, описавшей общие характеристики компьютерно-опосредованного дискурса [Schmitz, 2010; Schweiger, 2019; Галичина, 2012].

В рамках виртуальной коммуникации социальные отношения часто выносятся на всеобщее обозрение, что связано с феноменом «театрализации» (Theatralisierung), описанным Г. Виллемсом на основе аспектов «театральности», выделенных Э. Фишер-Лихте [Willem, 2009; Fischer-Lichte, 1998]. В связи с тенденцией к визуализации и публичности люди привносят элементы театрального действия в различные аспекты повседневной жизни, в том числе инсценируют дружеские и неприязненные межличностные взаимоотношения.

Цель статьи – анализ верbalных и неверbalных средств, применяемые пользователями для «инсценировки» дружбы и вражды в социальных сетях для изучения трансформации коммуникативного поведения человека в рамках виртуального пространства. Материалом для исследования послужили немецкоязычные посты социальной сети Twitter, на примере которых исследуются языковые способы объективации этих межличностных взаимоотношений. Детально было проанализировано более 100 таких постов.

ОСОБЕННОСТИ КОММУНИКАЦИИ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ И ЧАТАХ

В современном мире Интернет становится пространством, в котором протекает существенная часть повседневной жизни. Многие виды межличностных взаимоотношений, в том числе дружеские и неприязненные, реализуются в рамках виртуального пространства.

Социальные сети становятся платформой для самопрезентации и для демонстрации широкой общественности отношений с другими людьми. Рассмотрим особенности производства и обмена информацией в рамках социальных сетей. В социальных сетях пользователи имеют возможность реализовывать такие виды коммуникативных действий, как:

1) **отбор информации:** социальные сети предлагают пользователям возможность следить за потоком новой информации в реальном времени, а также выбирать пользователей или группы, «подписываться» на них для того, чтобы автоматически получать сообщения о появлении новых постов на определенную интересующую их тему;

2) **восприятие информации:** пользователи социальных сетей просматривают посты новостной ленты для общей оценки информации (стоит или нет ее получать) и для удовлетворения своих потребностей в получении интересующей информации;

3) **производство информации:** пользователи социальных сетей имеют возможность самим публиковать посты и вступать в контакт с другими пользователями в комментариях [Schweiger, 2019].

Наибольший интерес для нашего исследования представляет возможность производства информации, в рамках которой происходит основное коммуникативное взаимодействие пользователей. Можно выделить три основных способа производства информации:

1) **советовать и распространять:** в социальных сетях у пользователя есть возможность мгновенно поделиться с другими заинтересовавшей его / ее информацией или дать ей оценку (например, с помощью репостов, «лайков» и т. д.);

2) **комментировать и обсуждать:** пользователи социальных сетей могут комментировать уже опубликованную информацию и вступать в дискуссии с другими пользователями, при этом традиционно чаще используются вербальные средства, но пользователи могут также использовать эмодзи, фотографии или видео;

3) **публиковать:** пользователи имеют возможность самостоятельно формировать и публиковать информацию в постах [Schweiger, 2019].

Важной особенностью социальных сетей является публичность, которая дает пользователям возможность транслировать информацию на широкую общественность: оценивать и комментировать посты могут как друзья и близкие знакомые, так и малознакомые или совсем незнакомые пользователи.

Основное общение между пользователями социальных сетей происходит в форме чата под опубликованными постами. Чат-коммуникация – это квазисинхронная форма виртуальной коммуникации, протекающей в реальном времени один на один или один с несколькими («one-to-one», «one-to-many»). Чат-коммуникация отличается от других форм коммуникации дистанностью и физической непредставленностью коммуникантов. Участники чата поддерживают связь с помощью различных технических средств, находясь друг от друга на расстоянии. Общение в чате допускает анонимность участников, что позволяет пользователям создавать свой образ, выбирая свой облик, возраст и т. д., и образ собеседника, построенный на ожидании и домысливании и часто не соответствующий реальности [Галичкина, 2012].

С языковой точки зрения, чат – это письменная форма языка, используемая для синхронной коммуникации, которая традиционно являлась реальной устной коммуникацией. Компьютерно-опосредованная форма коммуникации превращает чат в письменный диалог в реальном времени между людьми, находящимися на расстоянии, что создает эффект так называемого далекого присутствия (*ferne Anwesenheit*). Возникает так называемая полуспонтанная вторичная письменность (*sekundäre Schriftlichkeit*) [Schmitz, 2010]. Пользователи применяют характерные для устной коммуникации приемы или благодаря современным технологиям имитируют их доступными средствами.

Социальные сети не только помогают начинать и поддерживать новые контакты, но и являются платформой для непрерывной связи с уже существующими. Такие особенности чат-коммуникации, как анонимность и дистанность, способствуют созданию благоприятной среды для неограниченной рамками комфорtnого социального взаимодействия демонстрации межличностных отношений, например, дружбы или вражды, ненависти [Иванова, 2021].

Таким образом, в социальных сетях пользователям предоставляется возможность демонстрировать в опубликованных постах себя и свои социальные контакты, свое отношение к ним. Мгновенные оценки в виде комментариев и «лайков» позволяют создать ощущение постоянно присутствующей

«публики», перед которой необходимо разыгрывать «представление», чтобы получить новые комментарии и «лайки».

ИНСЦЕНИРОВКА КАК ОДИН ИЗ АСПЕКТОВ ТЕАТРАЛЬНОСТИ

Пользователи социальных сетей как бы переносят свою жизнь в Интернет, который становится для них «сценой», где они могут «инсценировать» разные виды межличностных взаимоотношений. Этот процесс связан с феноменом *театрализации* (Theatralisierung).

Этот термин впервые упоминается в работах Г. Виллемса. По его мнению, медиатизация общества привела к перестройке моделей и логики конструирования реальности через (медиа) театральность. Определяя театрализацию, Г. Виллемс опирался на четыре тесно взаимосвязанных аспекта *театральности* (Theatralität), описанные Э. Фишер-Лихте:

- перформанс (Performance) – процесс представления актера присутствующим зрителям, например, посредством тела и голоса;
- инсценировка (Inszenierung) – процесс создания театральной постановки, результатом которого является само выступление;
- телесность (Körperlichkeit) – телесное присутствие действующих лиц;
- восприятие (Wahrnehmung) – роль и функции присутствующей публики, зрителей [Fischer-Lichte, 1998].

Г. Виллемс утверждает, что эти аспекты трансформируются в рамках медиатизации общества. Социальные сети задают условия для модификации этого феномена. Например, роль аспекта телесности значительно уменьшается в социальных сетях. Благодаря различным технологиям эффект присутствия достигается при помощи фотографий и видео. Наличие публики (аспект восприятия) становится постоянным фактором: комментарии и «лайки» могут поступать непрерывно. При этом зрители могут незаметно наблюдать за происходящим и лишь условно оповещать о своем присутствии [Willem, 2009]. Также наряду с этим необходимо учитывать и другие аспекты театральности, такие как: роль (участник чата действует в рамках одного из стандартных театральных амплуа, например герой-любовник или резонер); событие; ритуал (появляется набор правил, которым следуют все активные участники чата); стратегия (участник чата стремится достичь какой-то заранее определенной цели, решить поставленную «сверхзадачу»); стиль (участник чата пользуется одними

ЯЗЫКОЗНАНИЕ

и теми же оборотами речи, принятами в рамках чата, уделяет внимание оформлению постов) и др.

В социальных сетях основным, определяющим аспектом феномена театрализации является инсценировка (Inszenierung). Именно инсценировка формирует телесность, предполагает восприятие, и исключительно благодаря ей происходит перформанс. Пользователи социальных сетей предстают как актеры, которые в своих постах, как в *перформансе*, рассказывают о своей жизни. Пользователь может выбирать свой *образ* (выбрав аватар, отредактировав фотографии и т. д.) и *декорации* (также, как правило, с помощью размещения фотографий, сделанных и / или отредактированных пользователем или позаимствованных им в сети) – аспект телесности. Каждая их *реплика* доступна *широкой публике* (подписчикам и другим пользователям) – аспект восприятия. При этом все пользователи могут также выступать в роли *актеров* (активно участвуя в *постановке*, например, комментируя пост) или *зрителей* (пассивно следя за происходящим, ограничиваясь *апплодисментами* – «лайками» или их аналогами). Если пользователю не нравится пост, он может выразить свою *критику* в комментариях [Иванова, 2021].

Современные сетевые технологии позволяют существенно увеличить и разнообразить число сцен, инсценировок, действующих лиц, ролей, зрителей в рамках одного пространства, что способствует широкому распространению феномена театрализации.

ЯЗЫКОВЫЕ СРЕДСТВА ИНСЦЕНИРОВКИ ДРУЖБЫ И ВРАЖДЫ

Рассмотрим, какие вербальные и невербальные средства используются для инсценировки таких межличностных взаимоотношений, как дружба и вражда, на примере социальной сети Twitter.

Twitter, как платформа для микроблогов, задает определенные условия инсценировки: посты ограничены 280 символами и могут сопровождаться фотографиями (до четырех штук), видеоклипом или gif-изображением.

Пользователям предоставляется возможность сделать свои дружеские отношения публичными, как с помощью постов, описывающих какие-либо события (встречи с друзьями, благодарность друзьям), так и с помощью комментариев к постам, где пользователи могут высказывать свое одобрение или поддержку. В таких постах пользователи часто напрямую обращаются к своим друзьям и / или подписчикам. При этом, при обращениях используются обозначающие дружеские отношения неологизмы и слова из молодежного языка (например,

Soulsister, BFF, Mädels и др.) или заимствования из английского (например, *baby, cuties, wife* и др.).

Посты могут быть посвящены определенному пользователю (из близкого окружения автора), например:

Happy Birthday meine **Soulsister**, meine **bessere Hälfte**, die absolut wundervollste und günstigste Person im gesamten Universum  – С днем рождения моя «душевная сестра», моя лучшая половинка, абсолютно замечательнейший и добрейший человек во всей Вселенной.¹

Moin, Moin meine liebe **BFF**. – Привет, привет мои любимые *BFF* (самые лучшие друзья).

Иногда пользователь прибегает к технической функции упоминания другого пользователя (через символ @ и его пользовательское имя), чтобы точно было понятно, кому предназначается сообщение, например:

Möchte übrigens einmal loswerden das @... eine ganz wunderbare **beste Freundin** ist. Ich liebe sie über alles und möchte sie nicht mehr missen! Love you **baby**  – Кстати, я хотела бы сразу сказать, что @... прекрасная лучшая подруга. Я люблю ее больше всего на свете и не хочу больше по ней скучать! Люблю тебя, *детка*.

Habe übrigens viel Liebe übrig für @...  **My wife** – Кстати, у меня осталось много любви для @... Моя жена.

Также такие посты могут быть обращены ко всем подписчикам автора, которых он воспринимает как своих друзей, например:

gutso **jungs und mädls**, jetzt ab zur nachhilfe – Доброе утро *парни и девушки*, сейчас к репетитору.

Можно отметить активное использование прилагательных с положительной коннотацией (например: *süß; lieb; sweet; bezaubernd* и т. д.), иногда гиперболизированной за счет превосходной степени или усиительных лексем (например: *absolut wundervollste und günstigste; ganz wunderbare beste Freundin* и т. д.). Авторы постов часто используют необычные прозвища для своих друзей, например: *die kleine Zaubermaus; an meinen lieben Girls; Ihr Cuties; ALTER* и др. Пользователи демонстрируют таким образом свое отношение к конкретным

¹ Зд. и далее перевод наш. – М. И.

пользователям или группе пользователей, выделяя наиболее близких на фоне остальных.

В постах, описывающих дружеские отношения, используются и невербальные средства. Прежде всего – это эмодзи, служащие для выражения положительных эмоций, чувств и т. д., например, использование символов красного и белого сердца в приведенных выше постах. Эту особенность можно проиллюстрировать и следующими примерами:

Freitagabend ist dank @... super schön. 😊❤️ Wochenende wird gut – freue mich. 🎉 – Вечер пятницы прекрасен благодаря @... Выходные будут хороши-ми – радуюсь.

Guten morgen ihr lieben und einen schönen Sonntag euch 😊😊 – Доброе утро вам дорогим и хорошего вам воскресенья...

Danke für den tollen Nachmittag/Abend @... 🥰❤️... – Спасибо за прекрасный день /вечер @...

Dankeschöön Leute 🎉🎉🎉 – Большое спа-аасибо люди.

Эмодзи не только передают эмоциональное состояние автора поста, но и привлекают внимание других пользователей. Также авторы постов могут добавлять фотографии, видео и gif-изображения, чтобы сделать свои сообщения более яркими, наглядными, запоминающимися. Это добавляет в виртуальный мир ощущение реальности.

Пользователи социальной сети Twitter инсценируют свои дружеские отношения таким образом, чтобы у других создавалось впечатление об их активной социальной жизни. При этом нередко под близкими друзьями понимаются люди, познакомившиеся в виртуальном пространстве и ни разу не встречавшиеся в реальном мире (Twitterfreundschaft).

В социальных сетях имеется возможность к открытому высказыванию негативных мнений, побуждающих других пользователей на ответную негативную реакцию, что приводит к разжиганию конфликтов. Одним из основных языковых средств при написании таких постов является использование грубой обсценной лексики или оскорблений для привлечения большего внимания, например: *Arschloch, dumme sau, scheiße, verfickter hurensohn* и др.

Wieso sich **einige** bewusst dazu entscheiden, ein *Arschloch* zu sein, obwohl **sie** doch die Wahl haben, werde ich nie verstehen. – Я никогда не пойму, почему некоторые осознанно выбирают быть ***, когда у них есть выбор.

В примере пользователь употребляет личное местоимение 3-го лица множественного числа *sie* и неопределенное местоимение *einige*, чтобы пост мог быть адресован любому читателю. Иногда также используется обращение второго лица единственного числа, что направляет содержание поста на конкретного человека. Но, при этом, у читателей создается ощущение, что автор поста обращается напрямую к ним, например:

...**du** dumme sau **stell dich** doch eins gegen eins wie-
so entfolgst **du** mir??? – ...ты тупая свинья, давай
разберемся один на один, почему ты отписываешь-
ся от меня???

Авторы постов используют намеренные пре-
увеличения, несерьезные угрозы и обобщения,
например:

ich **hasse euch alle** – я ненавижу вас всех

Am meisten hasse ich Menschen – Больше всего я
ненавижу людей

bin ich der einzige der die **0 hübsch** findet? – я один,
кто считает ее на 0 красивой?

...ich hoffe du **wirst lebendig von Eidechsen mit aids gefressen**... – ...я надеюсь тебя сожрет ящерица со
СПИДом...

Формулируя свои посты таким образом, поль-
зователи стремятся получить ответную реакцию.
Для придания постам большей красочности и эмо-
циональности пользователь графически выделяет
написанное, например, с помощью прописных
букв или повторения букв:

welcher **HURENSOHN** versucht sich in mein twitter zu
hacke

ich **HASSE HASSE HASSE** es

Ach du **scheeeeße** was ist denn hier los...

Ich **HAAASSE** es wenn curly hair Leute zu Komplimen-
ten für ihre Haare antworten: 😱😱😱 ja aber die sind
so viel Arbeit' **BRO WAS FÜR ARBEIT?**!....

Это помогает пользователям передать «инто-
нацию» их поста (например, как будто кричащую
или разочарованную), выделяя при этом наиболее
важные моменты и создавая эффект телесного
присутствия. Кроме того, для передачи эмоцио-
нального состояния пользователи иногда добавля-
ют в свои посты эмодзи. Можно отметить, что это
происходит реже, чем в выраждающих дружествен-
ные отношения постах.

du dummer hurrensohn  – ты тупой *** сын

...Und von diesen Typen muss ich kotzen  – ...От таких меня тошнит

...du kleines huhn alter lass es du dumme sau  – ...ты мелкая курица оставь это тупая свинья

В примерах используются заведомо негативные эмодзи, изображающие оскорбительные жесты или недовольное, озлобленное выражение лица. В основном, использование таких эмодзи универсально, так как они четко иллюстрируют тот или иной жест или действие. Кроме того, у каждого пользователя есть набор любимых эмодзи-смайликов, которые он использует чаще всего в той или иной ситуации.

Но иногда пользователи используют эмодзи с положительным эмоциональным наполнением в постах с негативным смыслом для выражения саркастичного или ироничного тона высказывания, например:

Liebe es, wenn die Reichen in diesem Land nichts besseres zu tun haben als dumme Tweets zu schreiben. Schön, dass du dir das alles leisten kannst  – Люблю, когда богатым в этой стране нечем заняться, кроме как писать глупые твиты. Прекрасно, что ты можешь себе все позволить.

Пользователи социальной сети часто публикуют посты, в которых высказываются о своем враждебном отношении к другим людям, вещам, явлениям, формулируя их таким образом, чтобы вызвать ответную реакцию, которая может способствовать дальнейшему разворачиванию конфликта. При этом пользователям удается привлечь внимание к своему аккаунту, набрав наибольшее количество реакций («лайков», комментариев, репостов).

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Исследование показало, что пользователи социальной сети Twitter часто предстают в своих блогах

в роли главных героев собственной пьесы и представляют свои социальные контакты на сцене (в чате) на всеобщее обозрение перед зрителями (своими подписчиками и другими пользователями). Инсценироваться таким образом могут как дружеские, так и неприязненные отношения, и за их развитием могут следить все пользователи социальной сети. В ожидании ответной реакции («лайков» или комментариев) пользователи стараются как можно более ярко описать ту или иную ситуацию, наиболее остро (часто гиперболизировано или нарочито грубо) сформулировать ту или иную мысль.

При этом авторы постов используют целый ряд типичных для виртуальной коммуникации невербальных средств (эмодзи, графические выделения написанного, пунктуационные знаки) для передачи эмоциональной составляющей и создания эффекта коллективного присутствия, имитации временной и пространственной близости, что помогает достичь аспекта восприятия и телесности. Для инсценировки дружеских отношений применяются вербальные средства, такие как прозвища, прилагательные с положительной коннотацией, заимствования и неологизмы; в то время как для неприязненных отношений – грубая обсценная лексика, обобщения и намеренные преувеличения и угрозы. Эти языковые особенности виртуальной коммуникации придают репликам большую яркость и значимость, служат как для выражения положительных эмоций, сочувствия и поддержки, так и для разжигания конфликтов, выплескивания негативных чувств и настроений, обеспечивая яркий *перформанс*.

Таким образом, можно говорить о феномене инсценировки межличностных отношений в виртуальном пространстве. Дружба, любовь, вражда и ненависть становятся публичными, более театрализованными, поэтому участники виртуальной коммуникации используют особые языковые средства для создания разнообразных театральных эффектов, привлечения внимания, расширения круга подписчиков-зрителей. Изучение этих языковых средств необходимо для понимания фазы современного развития языка социальных сетей.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Анищенко А. В. О влиянии информационной коммуникационной среды на процессы концептуализации эмоций // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2019. Вып. 11 (827). С. 9–19.
2. Schmitz U. Schrift an Bild im World Wide Web: Articulirte Pixel und die schweifende Unbestimmtheit des Vorstellens // Sprache intermedial: Stimme und Schrift, Bild und Ton / A. Deppermann, A. Linke. Berlin, New York: Walter de Gruyter GmbH & Co. KG, 2010. S. 383–418.

3. Schweiger W. Informationsnutzung online // Handbuch Online-Kommunikation / W. Schweiger, K. Beck. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden, 2019. S. 195–231.
4. Галичкина Е. Н. Общая характеристика компьютерно-опосредованного дискурса // Интернет-коммуникация как новая речевая форма: коллективная монография / науч. ред. Т. Н. Колокольцева, О. В. Лутовинова. М.: ФЛИНТА, Наука, 2012. С. 53–71.
5. Willems H. Theatralität als (figurations-)soziologisches Konzept: Von Fischer-Lichte über Goffman zu Elias und Bourdieu // Theatralisierung der Gesellschaft. Band 1: Soziologische Theorie und Zeitdiagnose / H. Willems (Hrsg.). Wiesbaden: vs Verlag, 2009. S. 75–100.
6. Fischer-Lichte E. Inszenierung und Theatralität // Inszenierungsgesellschaft / H. Willems, M. Jurga. Wiesbaden, Opladen: Westdeutscher Verlag, 1998. S. 81–90.
7. Иванова М. А. Языковые аспекты театрализации межличностных отношений в виртуальном дискурсе // Германистика 2021: *nove et nova*: материалы IV Международной научной конференции. 10–12 ноября 2021 г., МГЛУ, г. Москва. М.: ФГБОУ ВО МГЛУ, 2021. С. 214–218.

REFERENCES

1. Anishchenko, A. V. (2019). On the influence of information and communication environment on the processes of conceptualization of emotions. *Vestnik of Moscow State Linguistic University. Humanities*, 11(827), 9–19. (In Russ.)
2. Schmitz, U. (2010). Schrift an Bild im World Wide Web: Articulirte Pixel und die schweifende Unbestimmtheit des Vorstellens. In A. Deppermann, A. Linke, Sprache intermedial: Stimme und Schrift, Bild und Ton (S. 383–418). Berlin, New York: Walter de Gruyter GmbH & Co. KG.
3. Schweiger, W. (2019). Informationsnutzung online. In W. Schweiger, K. Beck, Handbuch Online-Kommunikation (S. 195–231). Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.
4. Galichkina, E. N. (2012). Obshchaya kharakteristika komp'yuterno-oposredovannogo diskursa = General characteristics of computer-mediated discourse. In T. N. Kolokoltseva, O. V. Lutovinova Internet-kommunikatsiya kak novaya rechevaya forma (pp. 53–71). Moscow: FLINTA, Nauka. (In Russ.)
5. Willems, H. (2009). Theatralität als (figurations-)soziologisches Konzept: Von Fischer-Lichte über Goffman zu Elias und Bourdieu. In H. Willems (Hrsg.), Theatralisierung der Gesellschaft. Band 1: Soziologische Theorie und Zeitdiagnose (S. 75–100). Wiesbaden: vs Verlag.
6. Fischer-Lichte, E. (1998). Inszenierung und Theatralität. In H. Willems, M. Jurga (Hrsg.), Inszenierungsgesellschaft (S. 81–90). Wiesbaden, Opladen: Westdeutscher Verlag.
7. Ivanova, M. A. (2021). Linguistic aspects of theatricalisation of interpersonal relations in virtual discourse. *Germanistika 2021: *nove et nova** (pp. 214–218): the digest of articles of an international scientific conference. Moscow: MSLU. (In Russ.)

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

Иванова Мария Александровна

аспирант, преподаватель кафедры лексикологии и стилистики немецкого языка
факультета немецкого языка Московского государственного лингвистического университета

INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Ivanova Maria Alexandrovna

Postgraduate student, Lecturer at the Department of German Lexicology and Stylistics,
Faculty of the German Language, Moscow State Linguistic University

Статья поступила в редакцию 13.07.2022
одобрена после рецензирования 15.08.2022
принята к публикации 14.09.2022

The article was submitted 13.07.2022
approved after reviewing 15.08.2022
accepted for publication 14.09.2022