

ИНТЕРНЕТ-ЖАНРЫ

Жанры речи. 2021. № 2 (30). С. 144–153
Speech Genres, 2021, no. 2 (30), pp. 144–153

Научная статья
УДК 81'38:004.77
<https://doi.org/10.18500/2311-0740-2021-2-30-144-153>

Жанр новогодних поздравительных текстов в социальных сетях

В. И. Аннушкин^{1✉}, Т. В. Шаламова², Е. Б. Штукарева³

¹Государственный институт русского языка им. А. С. Пушкина,
Россия, 117485, г. Москва, ул. Академика Волгина, д. 6

²АНО ДПО «Brookes International Baccalaureate World Continuum School»,
Россия, 129323, г. Москва, Лазоревый проезд, д. 7

³Национальный исследовательский технологический университет «МИСиС»,
Россия, 119049, г. Москва, Ленинский просп., д. 4

Аннушкин Владимир Иванович, доктор филологических наук, профессор кафедры русской словесности и межкультурной коммуникации, vladannushkin@mail.ru,
<https://orcid.org/0000-0003-3121-4215>

Шаламова Татьяна Владимировна, кандидат филологических наук, учитель русского языка как иностранного, tatiannushkina@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0001-8430-8720>

Штукарева Елена Борисовна, кандидат филологических наук, доцент, доцент Центра русского языка, shtukareva@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0002-3082-9755>

Аннотация. В статье исследуются содержательно-стилистические особенности современной поздравительной речи в социальных сетях на материале текстов профессионального сообщества бизнес-тренеров и специалистов по коммуникации. Данный тип поздравительной речи условно отнесен к письменной, электронной, официально-деловой, профессиональной речи. Содержание и стиль текстов, с одной стороны, сохраняют культурные традиции риторики поздравительной речи, с другой стороны, требуют инновационных идей и новых средств выразительности. Поздравление становится одним из информационных поводов для создания сообщений рекламного характера. Через тексты поздравлений их авторы занимаются продвижением идей и рекламой своих компаний. При ориентации на общую систему общих мест-идей специфика общения в соцсетях требует содержательно-стилистического динамизма и разнообразия языковых средств, которые проявляются в контаминации книжного стиля, профессиональных терминов с разговорными, просторечными и арговыми элементами. Каждый автор стремится к созданию собственного идиостиля, фиксируя замысел то в развернутых фигурах речи, то в предельной лаконичности. Приходится констатировать орфографическую и пунктуационную небрежность, а иногда сознательное нарушение правил пунктуации как стилистический прием. Поздравительная речь в соцсетях – выразительный пример современных тенденций в «употреблении языка» и создании «языкового вкуса эпохи».

Творческие новации в составлении поздравительных текстов в соцсетях требуют активного «самоанализа» деятельности самих филологов, которые также участвуют в подобных поздравительных акциях и могли бы стать «законодателями стиля и вкуса». Поэтому статья завершается примерами текстов поздравлений коллег-русистов, проявляющих творческую изобретательность и стилевое своеобразие в создании подобных текстов.

Ключевые слова: поздравительная речь, социальные сети, коммуникация, риторика, стилистика, выразительность

Для цитирования: Аннушкин В. И., Шаламова Т. В., Штукарева Е. Б. Жанр новогодних поздравительных текстов в социальных сетях // *Жанры речи*. 2021. № 2 (30). С. 144–153. <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2021-2-30-144-153>

Статья опубликована на условиях лицензии Creative Commons Attribution License (CC-BY 4.0)

Article

<https://doi.org/10.18500/2311-0740-2021-2-30-144-153>

Genre of New Year greetings in social networks

V. I. Annushkin¹✉, T. V. Shalamova², E. B. Shtukareva³¹Pushkin State Russian language Institute,

6 Ac. Volgin St., Moscow 117485, Russia

²Brookes International Baccalaureate World Continuum School,

7 Lazorevyy Pr., Moscow 129323, Russia

³National University of Science and Technology MISIS,

4 Leninskiy Av., Moscow, 119049, Russia

Vladimir I. Annushkin, vladannushkin@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0003-3121-4215>Tatyana V. Shalamova, tatiannushkina@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0001-8430-8720>Elena B. Shtukareva, shtukareva@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0002-3082-9755>

Abstract. The article examines the content and stylistic features of modern greeting discourse in social networks based on the texts of the professional community of business coaches and communication specialists in social networks. This type of greeting discourse is conventionally referred to a written electronic formal professional discourse variety. The content and style of these texts, on the one hand, preserve the cultural traditions of greeting speech rhetoric, on the other hand, they require innovative ideas and new means of expression. Congratulations become one of the informational reasons for creating advertising messages. Through the texts of greetings, their authors promote ideas and advertise their companies. When focusing on a common system of common places-ideas, communication in social networks requires content-stylistic dynamism and a variety of language tools, which are manifested in the contamination of bookish style and professional terms with colloquial and argotic elements. Each author tries to create their own style, expressing their ideas either in the expanded figures of speech, or in the utmost conciseness. It is necessary to state spelling and punctuation negligence, as well as sometimes deliberate violation of punctuation rules as a stylistic device. The greeting discourse in social networks is an expressive example of modern trends in the “use of language” and the creation of a “language taste of the era”.

Creative innovations in the compilation of greeting texts in social networks require an active “introspection” of the activities of philologists themselves, who also participate in such greeting events and could become “legislators of style and taste”. Therefore, the article ends with examples of greeting texts written by specialists in Russian philology who show creative ingenuity and style originality in creating such texts.

Keywords: greeting discourse, social networks, communication, rhetoric, style, expressiveness

For citation: Annushkin V. I., Shalamova T. V., Shtukarjova E. B. Genre of New Year greetings in social networks. *Speech Genres*, 2021, no. 2 (30), pp. 144–153 (in Russian). <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2021-2-30-144-153>

This is an open access article distributed under the terms of Creative Commons Attribution License (CC-BY 4.0)

Введение. Об исторической динамике и современной проблематике в изучении поздравительной речи

Поздравительная речь – достаточно исследованный предмет в современной русистике. О риторике и стилистике поздравительной речи написан внушительный ряд диссертаций с исследованием истории эпидейктической речи в античной и отечественной науках, классификацией ситуаций и жанров эпидейктического общения в ситуациях праздников и торжеств – от разборов бытовых поздравлений до речей президентов РФ, от поздравлений в поэтических текстах русских классиков до поздравительных юбилейных речей в профессиональной среде ученых-филологов [1–3]. Поздравительной речи в социальных сетях была посвящена часть главы в исследовании Т. В. Аннушкиной, где на материале поздра-

вительных образцов, которыми переполнены сайты Интернета, была предпринята попытка создания ситуативно-тематической классификации тостов. В сущности, поле изучения жанров поздравления значительно богаче и в настоящее время расширяется как за счет появления новых средств коммуникации, так и за счет необходимости включить в поле рассмотрения профессиональные виды медиакоммуникации.

Прежде всего нам хотелось бы подчеркнуть важнейшую роль, которую играет поздравительная речь в дискурсивной практике современного общества. Поздравительная речь акцентирует внимание на основных ценностях, которых придерживается создатель высказывания и эти ценностные идеи должны отразить те «общие места» (позиции, мнения), с которыми согласна аудитория. Именно идеи и стиль

поздравительной речи во многом формируют образ мысли и стиль жизни, которого придерживается данное общество.

Исторически поздравительная речь находится у истоков теории жанров, поскольку в первой классификации «родов речей» Аристотель называл три рода: эпидейктический, совещательный и судебный. «Дело эпидейктической речи – хвалить или порицать» [4: 19]. У Цицерона этот род речи назван «хвалебным» [5: 25], но в русских риториках как доломоновских, так и последоломоновских перевод латинского *genus demonstrativum* (а латинское *demonstrativum*, конечно, восходило к греческому «эпидейксис» – показать, указать; ср. совр. термины дейксис, дейктический) имел самые разные варианты: «показательное слово» (Софроний Лихуд, 1698 год), «показующий род» (Михаил Усачев, 1699 год), «украшительный род» (Старообрядческая риторика, 1712 год) [6: 369], «указательный род слова» у М. В. Ломоносова [7: 103]. Однако в отечественной традиции все-таки возобладало русское словотермин: так, профессор Царскосельского лицея Н. Ф. Кошанский, отмечая три рода речей у древних, перевел *genus demonstrativum* как *торжественные речи* [8: 208–209]. После прерывания риторической традиции в России в середине XIX века в необходимости возвращения к терминам *эпидейктический* и *показательный* не было нужды – и в книгах по светскому этикету и правилам речи писалось, конечно, о «поздравительных письмах и речах» [9: 341–345]. Приведем лишь, обсуждая исторические истоки жанра поздравительной речи, прелюбопытное свидетельство Б. Л. Фонкича о Типографском училище 1681–1687 годов (предтече Славяно-Греко-Латинской академии), ученики которого приходили к патриарху на Рождество 1682 года и произносили «поздравлятельные речи» [10: 128–129].

Выбор термина представляется весьма важным вопросом, поскольку ясно фиксирует изучаемый предмет. Поздравительная речь является видом эпидейктической речи, внимание к которой увеличилось после возрождения риторических исследований в нашей стране. Эпидейктическая речь, в намерения которой входят не только поздравления по разным поводам, но и восхваление (а восхваление всегда звучит в поминальной речи или некрологе – это отмечалось еще в классических риториках), и одобрение (что, как не «эпидейксис», мы имеем в текстах рецензий или даже отзывов на диссертации, как не классическую «похвалу или хулу» на представленный текст или личность автора?). Мы не стали бы останавливаться на разборе отличий поздравительной речи от собственно поздравления, которое, по-видимому, может быть просто кратким вы-

сказыванием или даже репликой, или от поздравительного текста (очевидно, что текст не ограничивается письменной речью или знаками, но и относится также к устной речи), тем более поздравительного дискурса, когда предлагается включить в рассмотрение «всю совокупность обстоятельств», «погружая речь в жизнь».

Современную поздравительную речь невозможно ограничить ситуациями устного бытового общения. Безусловно, она может присутствовать во всех видах коммуникаций: так, никуда не исчезла письменная речь, хотя явно ограничилась в объемах своего употребления (открытку можно написать и вложить в поздравление юбиляру, открытки продолжают любить писать дети и некоторые взрослые, не говоря уже о поздравительных адресах, которые остаются жанрами рукописной речи). В то же время явную победу одерживают новые виды медиакоммуникаций, например, сегодня безусловный приоритет имеют поздравительные тексты в ватсапе, чему способствуют очевидные свойства общения в этом виде коммуникации: сохраняя классические требования этикета (например, поздравление коллеги с днем рождения), посылаются краткие поздравления, в содержании которых ценятся как стандартные формулы, так и обязательно присутствует компонент изобретательного остроумия, связанный с характером и обликом адресата поздравления. Добавим сюда возможность добавления открыток, картинок и даже видео, смайликов в виде улыбок и цветов – вот неполный портрет современного ватсап-поздравления. Кроме того, следует отметить необременительность новой формы в смысле внешних правил и требований: поздравление желательно послать в день события, а ответить на него можно также не сразу, а по прошествии некоторого времени. Так сочетаются обязательность и произвольность, стандарт и творческая инициатива.

Поздравительная речь в составе медиакоммуникаций

В настоящее время наибольший интерес вызывают тексты медиакоммуникаций, причем под «медиа-» мы предложили бы рассматривать все виды коммуникаций, создаваемые с помощью технических средств электронно-компьютерного общения, и в таком случае к ним следует отнести не только тексты СМИ, но и нашу научную, деловую словесность, и, конечно, общение бытовое, в котором частный жанр поздравления приобрел исключительную популярность [6: 14–28].

Этому способствуют новые виды коммуникации, в частности, социальные сети, которые давно перестали быть платформой только для

межличностного общения. Так, каждая компания, помимо официального сайта, ведет свои страницы в социальных сетях, используя их как один из каналов для формирования имиджа и продвижения своих услуг и продуктов. Личная страница преподавателя, консультанта, коучера, тренера становится частью его профессионального имиджа и каналом для транслирования своего опыта и привлечения внимания к своей персоне и результатам своего труда. Поздравительная речь, или поздравление, написанные в связи с тем или иным праздничным событием, – прекрасный повод для того, чтобы заявить или напомнить коллегам, широкой аудитории о существовании фирмы, компании, научном или педагогическом коллективе. Тексты, обращенные к подписчикам, участникам групп, написанные по случаю праздничных событий, появляются на страницах их авторов не только как дань этикету, но как сознательная коммуникативная установка. Помимо традиционной задачи поздравительной речи выразить свое отношение к адресату, эти тексты используются как информационный повод для привлечения внимания целевой аудитории и вовлечения в общение, а в конечном счете – для продвижения услуги или бренда. Интересно заметить, что поздравления пользователей на страницах друг друга уходят в прошлое, но поздравления теперь, как правило, читаются на страницах самих авторов. Популярные аккаунты охотно придерживаются этой тенденции, используя случай напомнить о себе, поделиться своими достижениями и планами.

Исследователи современных приемов SMM-продвижения отмечают, что реклама в социальных сетях носит имплицитный характер: сообщения не демонстрируют явно свою продвигающую цель. На смену баннерной, очевидной рекламе в социальных сетях приходит нативная, или естественная, реклама, «органично интегрированная в контент того или иного информационного источника, то есть соответствующая виду, стилистике и самому контенту площадки, на которой размещена» [11: 376].

В данной статье рассматриваются примеры поздравительных публикаций в профессиональных сообществах социальных сетей Фейсбук и Инстаграм, описывается природа поздравительной речи в целом и её особенности в профессиональной среде с анализом композиции, содержания и риторических приёмов избранных текстов. Для общего анализа и характеристики поздравительных текстов избраны публикации в сети Инстаграм с хештегом #новый год2020, для анализа поздравительной профессиональной речи – поздравления ряда бизнес-тренеров и экспертов по коммуникациям.

Данный тип поздравительной речи условно отнесен нами к *письменной электронной официально-деловой профессиональной речи*, хотя, как будет показано ниже, в данных речах будут встречаться характеристики и других стилей. Определим эту речь как: *письменную*, поскольку она реализуется в письменной форме; *электронную* – реализуется на пространствах социальных сетей; *деловую*, поскольку, несмотря на свою «праздничность», она постоянно апеллирует к тому «делу», которым профессионально занимаются коммуниканты; *профессиональную*, ибо она публикуется в интернет-сообществах специалистов-профессионалов, которые при ориентации на «общие правила» построения поздравительных речей обязательно высказывают идеи, касающиеся их профессии.

Современные исследователи интернет-коммуникации отмечают следующие ее лингвистические особенности: контаминация письменного литературного и устного разговорного языков, антиномия информационной и экспрессивной функции (проявляется в противоречии между стремлением к однотипности и оригинальности изложения), диалогичность общения (существует набор механизмов, которые предусматривают постоянное поддержание обратной связи с помощью откликов, комментариев, групповых дискуссий, подписок на новости группы), атмосфера свободы, смеховая стихия, карнавальность общения (как следствие физической непредставленности коммуникантов), стилистические динамизм и контрастность (проявляется в стилистической раскованности, в смешении ресурсов разных функциональных и экспрессивных стилей), стремление к меньшему объему (в связи с переходом участников сетей на мобильные устройства), семиотические осложнения текста как особые средства выразительности, случайная или нарочитая неграмотность текстов [12–15]. Большая часть этих особенностей присутствует в материалах поздравительных речей.

Содержание и композиция поздравлений: от классики – к социосетям

Содержанием поздравительной речи являются общие места (топосы) как источники доказательств, т. е. основные общечеловеческие и профессиональные ценности (идеи, положения), которых придерживаются в данном профессиональном сообществе. Любая торжественная поздравительная речь предполагает наличие **общих мест** – идей, на которых строится речь. «Общие места» (топосы), или идеи похвалы, которые выделил Аристотель в виде «благ», могут смещаться и изменяться в зависимости от идеологии и мировоззрения

конкретного общества и стиля данной эпохи. Так, М. В. Ломоносов в первой русской научной «Риторике» 1748 г. называл следующие «места», являющиеся ценностными характеристиками человеческой личности («добродетелями»): «мудрость, благочестие, воздержание, чистота, милость, благодарность, великодушие, терпение, незлобие, простосердечие, искренность, постоянство, трудолюбие, дружелюбие, послушание, скромность» [7: 103]. Конечно, для современной стандартной поздравительной речи такими общими местами являются традиционные «здоровье, счастье и успехи в работе», однако очевидно, что в нынешней коммуникативной среде ценятся, кроме стандарта, от которого, как правило, не отказываются авторы текстов, еще и творческое остроумие, способность разнообразить текст подробностями, которые желательнее представить стилистически оригинально и выразительно. В анализируемых нами поздравлениях такими общими местами могли стать понятия *вдохновения, веры в будущее, теплой атмосферы, семейного благополучия, всеобщего веселья, волшебства, стиля взаимоуважения, любви к профессии, полноценной, яркой жизни* и мн. др.

Композиция полного, развернутого поздравления содержит, как правило, три части:

1. Вводная часть включает:

- а) обращение к адресату поздравления. Например: *«Друзья!»*; *«Дорогие подписчики!»*; *«Коллеги!»*;
- б) вступление ех abrupto (неожиданное начало без обращения), энергично обращающее внимание на суть события. Например: *«Уже и двери чуть приоткрыты, и столы накрыты, и елки украшены ...»*; или *«Новый год совсем близко...»*;

2. Основная часть – собственно поздравление, включающее обычно несколько частей:

- а) краткое красочное (нередко афористическое) поздравление. Например: *«Как говорится, “лучший мой подарочек – это ты”. Я имею в виду всех вас! Благодарю вас за творчество и вдохновение, за идеи, вопросы и материалы, за ежедневную поддержку и взаимоуважение, за ежедневное взаимообучение!»* и др.;
- б) пожелание различных благ адресату, например: *«Пусть в ваших сердцах царят гармония и любовь, пусть в ваших домах звучат смех и голоса любимых и близких людей, пусть ваши дела будут успешны, а поступки мудры, и пусть сбываются мечты и появляются новые!»* и др.

3. Заключительная часть включает в себя итоговое восклицание. Именно в этой части нередко содержится «изюминка» всего поздравления, его кульминация, ради которой

пишется вся речь. Например: *«Добро пожаловать всему доброму!»* или в шутливой форме: *«Пусть все ваши люди и животные будут здоровы. Остальное купите...»*.

В отличие от традиционных письменных или устных поздравлений в ряде сообщений автор может не начинать речь с обращения, а заканчивать им, или вообще избегать его, заменяя имя адресата фотографией: *И ведь ничего не изменилось! Вы по-прежнему Лучший!!! С Днём рождения, Александр Михайлович!!!; Сегодня у самого самого Мудрого Доброго Щедрого Близкого Человека День рождения! Будьте долго-долго с нами!*

В структуру поздравительного поста часто вставляются элементы, в содержательном плане лишь опосредованно связанные с темой. Так, в описание итогов прошедшего года и выражение благодарности коллегам неожиданно вставляется бытовой фрагмент личной жизни: *Вчера на пляже пришла незнакомая кошка, улеглась мне на колени. Я смотрела на море, пила вино и радовалась последнему дню года. А кошка уютно лежала на мне и, кажется, спала...* Отталкиваясь по ассоциации от любого слова, составляющего этот текст, автор может достаточно произвольно строить его продолжение в виде аллегории, пожелания и т. д.

В современных социальных сетях более всего ценятся лаконичность и остроумие. Нередко новогодние «посты»-публикации содержат одну-две остроумные шуточные фразы, цепляющие глаз (*Новый год – это время, когда до утра не спит не только сова; или Провожайте уходящий год с улыбкой, чтобы в Новом году она вернулась счастливым смехом*). По хештегу #новыйгод2020 в профессиональных сообществах можно найти среди пожеланий примеры следующих топосов:

- (любовь – пожелание оформлено метафорически) *Желаю найти свою вторую половинку в Новом году и уйти из него одним целым!*
- (творческая новация, преодоление трудностей – оформлено образно путем сравнений) *Пусть в наступающем Новом году ваши умы будут полны крутых идей и проектов. Добирайтесь до целей на коньках, скользя легко и виртуозно. Пусть никакие сугробы и выюги не помешают вам совершить задуманное;*
- (движение и развитие – оформлено в виде анафоры с параллельными конструкциями): *Желаю в Новом году крыльев тем, кто хочет летать; скорости – тем, кто не может бездействовать; сил – тем, кому предстоит пройти испытания; мужества и спокойствия – тем, кто его заслужил... без ухода на пенсию;*

В традициях русского культурного менталитета привычно заменять прозаическую форму стихотворной, хотя такие тексты, как правило, далеки от совершенства: *В Новый год поднимем мы бокалы за любовь и вдохновение./Пожелаем тем, кто чувства долго ждет, еще немножечко терпения.*

Поздравление становится одним из информационных поводов для создания сообщений рекламного характера. Так, пост профессора Московской международной высшей школы бизнеса Александра Сергеева формально содержит признаки поздравительной речи, но это также повод для разговора о профессиональных успехах: *Новый год уже близко и можно начинать высказывать пожелания... Это и интерес, и самореализация, и материальное благополучие, и отношения, и статус, и много чего еще. И я желаю, чтобы у вас все это было: и интерес, и самореализация, и деньги, и всё то, чего вы хотите.* Через риторические вопросы обсуждаются механизмы и способы получения этих благ: *Как это работает? Как устроен кадровый рынок? Что на нем продается, а что нет и за какие деньги? Почему одни кандидаты получают десятки хороших предложений в год, а другие рассылают резюме, которые не несут ответа?* Ответы автор обещает дать на своем учебном семинаре: *Разберемся с великолепной Инной Можайской 8 февраля на групповом карьерном коучинге «Карьерная встряска». Ссылка в первом комментарии. Сделайте себе подарок к Новому году. Удачи!!!!!!*

В новогоднем обращении бизнес-консультанта, эксперта по коммуникациям в медицине Анны Хасиной также содержатся формальные, достаточно трафаретные компоненты поздравления и пожеланий (*Поздравляю с наступившим Новым годом! Радости, счастья, успехов и всего прекрасного! <...> В Новом году желаю всем друзьям гармонии и равновесия! Ура!*), но большая часть ее текста (83%, 1942 знака из общего количества 2339) представляет собой «самопрезентацию» с информацией о достижениях автора и выражением благодарности тем, кто ей помогал:

<...>много писала;

- *написала и защитила диплом MBA. Александр Сазанович, спасибо вам за умные и дружелюбные комментарии! Михаил Косолапов, твои «волшебные пинки» были очень кстати;*
- *написала 15 статей в отраслевые журналы (посчитала и офигела, как много). Благодарю соавторов Камиль Бахтияров, Малявин Андрей, Анна Аксельрод, Жанна Салтанова, Екатерина Бриль, Олег Кныш за радость рождения общего текста! Nina Nemtsova, Anna Stoyalova, Poksa-*

на Мухарямова, вы знаете, что вы добрые феи? Это мое экспертное мнение;

- *написала раздел главы в учебнике «Основы менеджмента медицинской визуализации» – ужасно горжусь и благодарю Sergey Morozov за доверие! <...>*

Приведенный текст представляет собой жанр подведения итогов уходящего года – особый тип публикаций, который становится общим трендом, заменяющим традиционное новогоднее поздравление. Очевидно в нем влияние стиля западных предисловий с длинным перечнем лиц, которым выражается благодарность. На страницах социальных сетей современные медийные личности предлагают список своих достижений, тем самым как бы ставя себя в пример своим подписчикам, а если это бизнес-тренеры или ведущие профессиональных сообществ, то показывается живой результат трудов и достижений. Пример – публикация в Блоге Аяза Шабутдинова, предпринимателя и бизнес-тренера, с длинным перечнем успехов, записанных в тезисной форме: *продали, привлекли, отметили, организовали, посетили, сбросил, набрал, дописал* и пр. В конце – лаконичное поздравление с приближающимися праздниками и пожеланием веры в светлое будущее: *«Желаю в НГ найти себя и своё дело. Когда это есть – ничего не страшно!»* Поздравительная часть публикации составляет 2% от всего текста (56 знаков из общего количества 2196).

Идиостиль и лингвостилевые ресурсы: богаты ли они?

Каждый оратор (даже имея традиционные места-идеи) стремится к созданию собственного **идиостиля**. Идиостиль проявляется прежде всего в богатстве и своеобразии лексики, синтаксическом построении текста и его оформлении. При общей праздничной торжественности допускаются элементы сниженности стиля речи с использованием разговорных словечек, игрой словами и т. д.

Стилистический динамизм проявляется в употреблении как высокой книжной лексики (*апофеоз, витать* в значении ‘незримо, таинственно присутствовать’, *благо, благая лета, величайший, единомыслие, многая лета, созидатель, свершение*), научных и профессиональных терминов (*комплекс, коучинг, средства коммуникации, трекинг, фасилитация*), так и разговорных словечек (*подпить* в значении ‘опьянеть’, *позитив* ‘положительные эмоции’, *ужасно* ‘очень’, *негатив* ‘информация отрицательного свойства’, *подкидывать* ‘делиться’), просторечных (*заковыристый, улеглась, короче*) и жаргонных слов (*драйвово, засветиться* ‘выдать, обнаружить себя’, *пилл*).

Один и тот же пост может содержать как научную терминологию, так и разговорные слова: *Сегодня у декана БШ МИРБИС Федорова Фёдора Валентиновича день рождения! Придать хорошим MBA-Программам Мирбиса ещё больше современных оттенков, связанных с цифровизацией, Индустрией 4.0, управлением эмоциональностью и информационной доступностью в бизнесе – это только некоторые из задумок (разг.) этого успешного руководителя.*

Своеобразие синтаксических построений состоит в том, что их авторы, с одной стороны, стремятся к краткости, с другой – безусловно ценится способность выразить творческий замысел в какой-либо, пусть самой незамысловатой фигуре речи. Приведем несколько таких текстов, где экспрессивность достигается благодаря использованию риторических и графических приемов:

- Парцелляция, анафора, нанизывание прилагательных с предварительным распространением вступлением:

Сазанович!!!!

Как только мы слышим это имя, уверен, у каждого человека, которому посчастливилось его знать, становится на душе тепло и приятно.

Он фантастичен!!!!

Он умный и мудрый!

Он наивный и открытый!

Он энергичный и веселый!

Он глубокий и новаторский!

Он САЗАНОВИЧ!!!!!!

И я его люблю ...

Саша – с днём рождения тебя дорогой!!!!!!

- **графические ресурсы** используются для передачи интонации, модуляции голоса, например, комбинация строчных и прописных букв, повтор букв и восклицательных знаков: *Уррраааааа!! С Днём Рождения!; С Вами – ооочееень ХОРОШО!; Он САЗАНОВИЧ!!!!!!; Поздравляюююююю!!!*
- **использование прописной буквы вместо строчной**, подчеркивающее важность, значимость характеристики или события, уважение к адресату: *Спасибо Всем за идеи, поддержку, вдохновение....; С Новым Годом!!! Пусть Он будет!!!; Самая Красивая, Мудрая и Жизнелюбивая женщина, Друг и Наставник!!! ... Спасибо Вам за ВСЁ.*

Вербальные способы передачи информации в поздравительных постах дополняются невербальными – здесь наблюдается следующая тенденция: использование **смайликов** (значков, составленных из знаков препинания, букв и цифр, передающих эмоции) становится довольно редким явлением (встретились только в шести из двухсот сообщений); на смену им пришли **эмодзи / эмоджи** (знаки, переда-

ющие более широкий набор эмоций, целые образы и действия, например, изображение снеговиков, елочек, сердечек, аплодисментов и т. д.).

Невозможно не отметить орфографическую и пунктуационную неграмотность, речевую небрежность, которую мы назвали бы «неряшливостью», потому что едва ли можно предположить, что авторы текстов не владеют элементарной грамотностью – они просто не перечитывают свой текст, но «выпускают в свет» без проверки. Описки или опечатки приводить не имеет смысла, а вот игнорирование запятых даже самим авторам, видимо, представляется простительным. Ср. (выделяем слова, после которых требуются запятые...):

Благодарна случаю и наверно судьбе, что удалось работать под руководством этого замечательного человека!!!;

Давайте, все кто знает Марию поздравим этого замечательного человека с этим важным днем! Будьте здоровы, заряжайтесь от умных студентов и заряжайте умных студентов своим оптимизмом и разумеется знаниями;

Федор Валентинович успешности Вам на Вашем верном пути, Ваша команда вместе и рядом с Вами!

В сегодняшних социальных сетях редко встретишь строгое следование правилам пунктуации, что может служить поводом для отдельного исследования. Запятые не просто не ставятся, но часто ставятся не там, где нужно. Часто пользователи используют запятые как знак «моё сообщение еще не закончено, читайте дальше». Также использование смайликов порой заменяет знаки препинания, зато компенсирует отсутствие интонации, мимики и передает настроение пишущего [16: 154].

Очевидно, что можно рассматривать как своеобразный новый стилистический прием пропуск запятой для подчеркивания струящегося потока радостной мысли, нередко заканчивающейся обилием восклицательных знаков в конце предложения: *Улыбайтесь как всегда красиво искренне счастливо!!!!; Сегодня у самого самого Мудрого Доброго Щедрого Близкого Человека День рождения! Будьте долго долго с нами!; С Днём рождения! Улыбайся наслаждайся радуйся люби желай! Добра и Любви тебе желаю от всей души!*

В. Н. Головин пишет о трёх составляющих, создающих **выразительность речи**: 1) самостоятельность мышления автора речи, его равнодушие, интерес тому, о чем он говорит или пишет, и к тем, для кого он говорит или пишет; 2) хорошее знание языка, свойств и особенностей языковых стилей; 3) сознательное намерение автора речи говорить и писать выразительно [17: 145]. Анализируемый кон-

тент не вызывает сомнений с точки зрения равнодушия и увлеченности авторов своим делом. Успешность ведения ими страниц и профессиональных сообществ напрямую зависит от умения выразительно и оригинально донести свои мысли в письменной форме. В результате проведенного исследования к теории построения яркой, успешной, запоминающейся и эффективной поздравительной речи в социальных сетях стоит добавить критерии остроумия, лаконичности, сочетания классических приёмов построения текста с творческой инновационностью автора. Конечно, стоит говорить и о «вкусе» как способности выражать прекрасное и уместное, отражающем «вкус эпохи» и свидетельствующем о новых тенденциях в «употреблении / употреблении языка», т. е. стилистике, как ее определил в последней книге В. Г. Костомаров [18: 133]. Филологи-руссисты, вне всякого сомнения, могут и должны влиять на этот складывающийся динамичный «языковой вкус эпохи».

Вместо заключения: могут ли филологи стать «законодателями стиля»?

Объем статьи позволяет лишь кратко коснуться тенденций, которые складываются в самом филологическом сообществе, когда наши коллеги поздравляют друг друга в собственных коллективах с теми или иными праздниками – это ведь также профессиональная речь в соцсетях. Тем не менее, такой профессиональный «самоанализ», на наш взгляд, должен иметь место, поскольку мы, филологи, в некотором смысле и должны являться законодателями стиля, образцами речевой деятельности в создании текстов. В кандидатской диссертации Т. В. Аннушкиной проанализирован опыт юбилейных поздравлений проф. А. Н. Щукина с указанием конкретных лиц и анализом их стилевых векторов (в терминологии В. Г. Костомарова) [1]. Коммуникативная ситуация современного общества меняется стремительно, например, сейчас вошли в моду телефонные поздравления по ватсапу, где ценятся изобретательность и остроумие, не переходящие границ этикета, но и не банально стандартные.

Тенденции, отмеченные выше, будут сохраняться и развиваться, при этом сохранение традиции должно идти параллельно с твор-

ческими новациями, ориентацией на стильную гармонию и уместность созданного текста. При этом стандарт поздравления сосуществует с образностью и разнообразием индивидуального стиля. Приведем несколько примеров, заканчивая статью и предоставляя читателю размышлять самостоятельно над тенденциями к изобретению идей и украшенности стиля – необходимыми компонентами поздравления (имена и отчества изменены):

- *Дорогой Виктор Александрович! От всей души поздравляем с юбилеем. Здоровья, сил, новых творческих озарений, успехов в реализации текущих и будущих проектов! Пусть Бог дарует благополучие и удачу Вам и Вашим близким!*
- *Ураааааа! С днем рождения! С любовью! Радостью! Беспредельным уважением! Обнимаю. Дорогой Виктор Александрович, берегите себя.*
- *С днем рождения, Витя! Пусть сбывается только хорошее!*
- *С Вашим днем, дорогой Виктор Александрович! Пусть жизнь Вам дарит вдохновение, а Вы вдохновляете жизнь!*
- *Дорогой Виктор Александрович, многодесятилетний друг Витя! Только светлое майское теплое утро могло послать в мир такого добросердечного и мудрого, творческого человека, как Ты-Вы! Поздравляю с вступлением в клуб юных шестидесятников, пусть чистое солнечное восприятие мира продлится многие лета! (смайлики с цветками и сердечками)*
- *Дорогой Виктор Александрович, с днем рождения! Берегите себя! Будьте счастливы во всем! Пишите, творите, любите! Удачи!*

В этих поздравлениях нетрудно выделить не только богатый состав общих мест-идей (топосов), но и отметить риторико-стилистические украшения, связанные с современным «употреблением языка». Ватсап позволяет вступать в мгновенный «диалог» (см. обоснование этого термина – [6: 14]), а поздравляемый юбиляр отвечает почти мгновенно после непосредственного получения сообщения. В то же время никто не принуждается вступать в диалог сразу. Все эти новые возможности требуют осмысления и изучения, чтобы сделать наше общение не обременительным, но комфортным и оптимальным.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. *Аннушкина Т. В.* Поздравительная речь в разных сферах общения : содержание – композиция – стиль : дис. ... канд. филол. наук. М., 2016. 213 с.
2. *Мехта Анжу.* Содержательно-композиционные и стилистические особенности русской политической

торжественной речи (на материале выступлений президентов РФ в 2000–2010 гг.): дис. ... канд. филол. наук. М., 2012. 208 с.

3. *Шаталова С. В.* Эпидейктические жанры речи : дис. ... канд. филол. наук. Ярославль, 2009. 379 с.

4. *Аристотель.* Риторика // Античные риторики. М. : Университетская библиотека, 1978. С. 15–166.

5. Цицерон Марк Туллий. Три трактата об ораторском искусстве / под ред. М. Л. Гаспарова. М.: Наука, 1972. 472 с.

6. Аннушкин В. И. Риторическая наука и коммуникативная практика современного информационного общества // Риторические традиции и коммуникативные процессы в эпоху цифровизации: сб. тр. XXIII Междунар. науч. конф. по риторике (Москва, 6–8 февраля 2020 г.). М.: ФГБОУ ВО МГЛУ, 2020. С. 14–28.

7. Ломоносов М. В. Краткое руководство к красноречию // Полн. собр. соч.: в 11 т. М.; Л.: Изд-во Академии наук СССР, 1952. Т. VII. С. 89–378, 805–839.

8. Кошанский Н. Ф. Риторика. Издание подготовили В. И. Аннушкин, А. А. Волков, Л. Е. Макарова. М.: Русская панорама: Кафедра, 2013. 320 с.

9. Правила светской жизни и этикета. Хороший тон. Сборник советов и наставлений на разные случаи домашней и общественной жизни. СПб.: Типография и литография В. А. Тиханова, 1889. Репринтное издание. М.: Рипол, 1991. 432 с.

10. Фонкич Б. Л. Греко-славянские школы в Москве в XVII веке / отв. ред. Д. Н. Рамазанова. М.: Языки славянских культур, 2009. 296 с.

11. Арыткина Д. И. Нативная реклама в социальных сетях // Правовое регулирование медиакommunikационной сферы в России: новое в законодательстве и проблемы правоприменения. V Всерос. науч.-практ. конф. с междунар. участием. Саратов: Саратовский источник, 2018. С. 375–378.

12. Крылова М. Н. Язык современного интернет-общения (на материале интеллектуального контента социальной сети «ВКонтакте») // Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики. 2019. № 1. С. 128–137.

13. Трофимова Г. Н. Языковой вкус интернет-эпохи в России. Функционирование русского языка в Интернете: концептуально-сущностные доминанты. М.: Изд-во РУДН, 2004. 380 с.

14. Чирич И. В. Речэтикетные тактики в мессенджерах и их влияние на устную речь // Новая наука: новые вызовы: сб. науч. тр. Всерос. науч.-практ. конф. Краснодар: АНО ДПО «Институт стандартизации, сертификации и метрологии», 2019. С. 11–16.

15. Штукарева Е. Б. Языковая специфика интернет-коммуникации // Интернет-коммуникация как новая речевая формация: колл. монография. М.: Флинта, 2016. С. 191–302.

16. Стурикова М. В., Кирпичиква М. Е. Пунктуация в текстах социальных сетей // Социокультурное пространство России и зарубежья: общество, образование, язык. 2014. Вып. 3. С. 154–159.

17. Головин Б. Н. Основы культуры речи. М.: Высшая школа, 1988. 320 с.

18. Костомаров В. Г. Стилистика, любовь моей жизни... СПб.: Златоуст; М.: Гос. ИРЯ им. А. С. Пушкина, 2019. 184 с.

REFERENCES

1. Annushkina T. V. *Pozdravitel'naya rech' v raznykh sferah obshcheniya: soderzhanie – kompozitsiya – stil'* [Congratulatory Speech in Different Spheres of Communication: Content – Composition – Style]. Diss. Cand. Sci. (Philol.) Cand. Moscow, 2016. 213 p. (in Russian).

2. Mekhta Anzhu. *Soderzhatel'no-kompozitsionnye i stilisticheskie osobennosti russkoj politicheskoy torzhestven-*

noj rechi (na materiale vystuplenij prezidentov RF v 2000–2010 gg.) [Content-compositional and Stylistic Features of the Russian Political Solemn Speech (Based on the Speeches of the Russian Presidents in 2000–2010)]. Diss. Cand. Sci. (Philol.). Moscow, 2012. 231 p. (in Russian).

3. Shatalova S. V. *Ehpidejkticheskie zhanry rechi* [Epidectic Genres of Speech]. Diss. Cand. Sci. (Philol.). Yaroslavl', 2009. 379 p. (in Russian).

4. Aristotel. Rhetoric. In: *Antichnie ritoriki* [Ancient Rhetoric]. Moscow, Universitetskaya biblioteka Publ., 1978, pp. 15–166. (in Russian).

5. Ciceron Mark Tullij. *Tri traktata ob oratorskom iskusstve. Pod red. M. L. Gasparova* [Gasparova M. L., ed. Three Treatises on Oratory]. Moscow, Nauka Publ., 1972. 472 p. (in Russian).

6. Annushkin V. I. Rhetorical science and communicative practice of modern information society. In: *Ritoricheskie tradicii i kommunikativnye processy v epohu cifrovizacii: sb. tr. Mezhdunarodnoj nauchnoj konferencii (Moskva, 6–8 fevralya 2020 g.)* [Rhetorical Traditions and Communication Processes in the era of Digitalization: Coll. of Proceeding of the Intern. Conf. on Rhetoric (Moscow, 6–8 February 2020)]. Moscow, Moscow State Linguistic University, 2020, pp. 14–28 (in Russian).

7. Lomonosov M. V. A quick guide to eloquence. *Lomonosov M. V. Polnoe sobr. soch. : v 11 t.* [Collected Works: in 11 vols]. Moscow, Leningrad, Izd-vo Akademii nauk SSSR, 1952, vol. VII, pp. 89–378, 805–839 (in Russian).

8. Koshanskii N. F. *Ritorika* [V. I. Annushkin, A. A. Volkov, L. E. Makarova, eds. Rhetoric]. Moscow, Russkaya panorama, Kafedra Publ., 2013. 320 p. (in Russian).

9. *Pravila svetskoj zhizni i ehtiketa. Khoroshij ton. Sbornik sovetov i nastavlenij na raznye sluchai domashnej i obshchestvennoj zhizni* [Rules of Social Life and Etiquette. Good Form. A Collection of Tips and Instructions for Various Cases of Home and Social Life]. Saint Petersburg, Tipografiya i litografiya V. A. Tikhanova, 1889. Rепринтное izdanie. Moscow, Ripol Publ., 1991. 432 p. (in Russian).

10. Fonkic B. L. *Greko-slavyanskije shkoly v Moskve v XVII veke, otv. red. D. N. Ramazanova* [Ramazanova D. N., ed. Greek-Slavic Schools in Moscow in the XVII Century]. Moscow, Yazyki slavyanskikh kul'tur Publ., 2009. 296 p. (in Russian).

11. Aryutkina D. I. Native advertising in social networks. *Pravovoe regulirovanie mediakommunikacionnoi sfery v Rossii novoe v zakonodatelstve i problemi pravoprimeneniya. V Vserossiiskaya nauchno prakticheskaya konferenciya s mejdunarodnim uchastiem* [Legal Regulation of the Media Communication Sphere in Russia: new in Legislation and Problems of law Enforcement. V All-Ressian Sci.-Pract. Conf. With Intern. Participation]. Saratov, Saratovskij istochnik Publ., 2018, pp. 375–378 (in Russian).

12. Krilova M. N. The language of modern Internet communication (based on the intellectual content of the “Vkontakte” social network). *Current Issues in Philology and Pedagogical Linguistics*, 2019, no. 1, pp. 128–137 (in Russian).

13. Trofimova G. N. *Yazykovoj vkus internet-ehpokhi v Rossii. Funkcionirovanie russkogo yazyka v Internetе: konceptual'no-sushchnostnye dominanty* [Language Taste of the Internet age in Russia. Functioning of the Russian Language on the Internet: Conceptually-essential Dominants]. Moscow, Izd-vo Rossiiskogo universiteta druzhby narodov, 2004. 380 p. (in Russian).

14. Chirich I. V. Speech-etiquette tactics in messengers and their impact on oral speech. In: *Novaya nauka : novye vyzovy: sb. nauch. tr. Vseros, nauch.-prakt. konf.* [New Science : new Calls : Coll. Sci. Papers of the All-Russian Sci.-Pract. Conf.] Krasnodar, Institut standartizacii, sertifikacii i metrologii, 2019, pp. 11–16. (in Russian).

15. Shtukareva E. B. Language specifics of Internet communication. In: *Internet-kommunikaciya kak novaya rechevaya formaciya : koll. monografiya* [Internet Communication as a new Speech Formation : Collective Monograph]. Moscow, Flinta Pub., 2016, pp. 191–302 (in Russian).

16. Sturikova M. V., Kirpichikva M. E. Punctuation in social media texts. *Socio-cultural Space of Russia and Abroad : Society, Education, Language*, 2014, iss. 3, pp. 154–159 (in Russian).

17. Golovin B. N. *Osnovi kulturi rechi* [Basics of speech culture]. Moscow, Visshaya shkola Publ., 1988. 320 p. (in Russian).

18. Kostomarov V. G. *Stilistika lyubov moei jizni...* [Style, the love of my life...]. Saint Petersburg, Zlatoust Publ., Moscow, Gos. IRYa im. A. S. Pushkina, 2019. 184 p. (in Russian).

Поступила в редакцию 20.10.2020 / После рецензирования 22.12.2020 / Принята 15.01.2021

Received 20.10.2020 / Revised 22.12.2020 / Accepted 15.01.2021