

БӨЛІМ: ЖАЛПЫ РУБРИКА

Язык социальных сетей: влияние интернет-коммуникации на языковую культуру

ЖАРИЯЛАНДЫ
26.02.2024СІЛТЕМЕ
https://bilimger.kz/150119/

Алматы қаласы Алмалы ауданы

КММ «№34 гимназиясының»

орыс тілі мен әдебиеті пәнінің мұғалімі

Арчакова Татьяна Александровна

Язык социальных сетей: влияние интернет-коммуникации на языковую культуру

Автор: Арчакова Т.А.

Казахстан, г. Алматы

Аннотация

Все более актуальной в нашем быстро меняющемся мире становится тема «Язык социальных сетей: влияние интернет-коммуникации на языковую культуру». Мы живем в эпоху, когда социальные сети проникают в каждый аспект нашей жизни, и это неизбежно оказывает воздействие на наш язык и способы общения. Перед нами встает важный вопрос: как влияние интернет-коммуникаций формирует не только наши виртуальные взаимодействия, но и проникает в основы нашего языка и культуры общения.

Введение

Интернет-коммуникация создает своеобразный язык — смесь сокращений, эмодзи, хештегов и новых слов. Словарь постоянно пополняется, и это становится частью нашей языковой реальности. Мы говорим «лайкнуть», «запостить», «поделиться», «залипать» — слова, которые еще несколько лет назад не существовали в таком контексте.

Однако важно понимать, что это не просто изменения в словарном запасе. Язык

социальных сетей вносит коррективы в наш способ выражения мыслей и чувств. Количество символов в твите или статусе фейсбука ограничено, что требует краткости и лаконичности. Эмодзи стали своеобразным языком эмоций, перенося наши чувства в текстовую форму.

Содержательная часть

Социальные сети часто формируют новые стандарты правописания и грамматики. Хотя некоторые критикуют это как упрощение, можно также рассматривать это как эволюцию языка под воздействием новых технологий. Мы создаем собственные правила и соглашения для общения в онлайн-пространстве. Этот уникальный лингвистический ландшафт, населенный сокращениями, неожиданными аббревиатурами и вирусными словами, выступает в качестве настоящего зеркала наших виртуальных взаимодействий и даже становится своеобразным «языком символов» для миллионов пользователей по всему миру.

Во-первых, удивительный мир сокращений и аббревиатур становится характерным элементом языка социальных сетей. Здесь каждое слово — как капля драгоценного времени — упаковывается в короткое и выразительное сочетание символов. Это не просто средство экономии времени; это своего рода код, который объединяет пользователей в цифровом пространстве, создавая своеобразное сообщество эффективного общения. Краткость и лаконичность, наложенные ограничениями социальных сетей, влияют на выражение наших мыслей. Каждое слово становится весомым, и каждая фраза — произведением искусства в ограниченном пространстве. Этот феномен активно формирует наше понимание языка и требует от нас умения ясно и точно выражать мысли, используя минимальное количество символов.

Аббревиация — «способ словообразования, объединяющий все типы сложносокращенных и сокращенных образований» [Русская грамматика, § 203]

В ряде работ о языке интернета предлагаются перечни английских аббревиатур и акронимов, используемых в русскоязычном интернете, и русифицированных вариантов этих аббревиатур:

IMHO (In My Humble Opinion) — «по моему скромному мнению» (ИМХО)

AFAIK — as far as I know IOW — in other words

ROFL — rolling on the floor laughing и др. [Мечковская 2006; Какорина 2007: 419–420]

Второй феномен, который мы рассмотрим, — это использование эмодзи в интернет-коммуникации. Эти небольшие символы в настоящее время — язык эмоций, переносящий наши чувства в текстовую форму. Они превратились в мощный инструмент для выражения чувственного контекста в мире, где буквы и слова могут иногда

оказаться недостаточными для передачи наших настоящих эмоций. Каждое новое слово, различный эмодзи, становится своеобразной ярлыком нашего виртуального опыта. Использование эмодзи стало яркой чертой языка социальных медиа. Эти маленькие иконки обогащают текст эмоциональной окраской, позволяя пользователю более точно выразить свои чувства и отношение к контенту.

М. А. Павлов в работе «Роль невербальных средств коммуникации в сетевом интернет-дискурсе» [3] пишет, что в повседневной сетевой коммуникации язык эмодзи выражается посредством таких форм, как эмотиконы, смайлы и стикеры. Учитывая мнения ученых, определим, что значит каждый этот термин.

А. И. Байгильдин, Г. А. Волгин, А. Ф. Сагитов в своей работе [4] считают: «эмотикон представляет собой пиктограмму, которая изображает эмоцию. Смайлик же по их мнению – это стилизованное графическое изображение улыбающегося человеческого лица. Их изображают в письме в виде жёлтого круга с двумя чёрными точками, представляющими глаза, и чёрной дугой, символизирующей рот. По версии журнала Cossa [5], «эмотикон — это набор типографских символов, а смайлик— это картинка».

Третий аспект — это формирование языковых тенденций и трендов. Социальные сети быстро распространяют новые слова, фразы и концепции, создавая своеобразную «языковую моду». Это явление позволяет нам наблюдать за становлением новых лингвистических течений и даже принимать участие в их формировании.

Главная и объединяющая их функция различных средств пополнения словарного запаса заключается в том, что они способствуют демократизации литературного языка. Об этом глубоко и точно писал Л.В. Щерба:

«До революции технические слова почти совсем не входили в литературный язык <...> и не попадали даже на страницы ежедневной прессы. Это старая европейская традиция литературных языков <...>. Это было вполне понятно: литературный язык в первую голову был тогда языком салона, языком высшего общества, которое весьма далеко стояло от всякого производства <...>. В дальнейшем идет процесс постепенной демократизации литературного языка, обслуживаемых литературным языком значительных слоев людей дела. В связи с этим в каждом новом издании “Словаря французской Академии” появляется все новое и новое количество производственных терминов. Тот же процесс, но не в такой четкой форме, происходил и у нас» (Щерба. 1957: 137—138).

В современном обществе язык СМИ становится «источником для выработки и апробации новых языковых средств, как информативных, так и экспрессивных — (флэшка, онлайн-торговля, экотур, отгуглиться, отцифровать, протестное голосование). Вводя их в публицистический диалог и закрепляя многократным повторением, язык СМИ “латает дыры” в русской языковой картине мира» (Трофимова, Кузнецова. 2010:188).

Язык массовой информации проявляется как уникальная лаборатория, где осваиваются новые лексические средства. Он выступает в роли важнейшего языкотворческого инструмента, формирующего и утверждающего литературные стандарты, а также служит средством поддержания единства литературного языка. Вклад языка массовой информации в языковые процессы современности невероятно значителен и разносторонен, представляя собой ключевую особенность текущей языковой обстановки. Этот процесс развивается в контексте функциональных стилей и других сфер национального языка, и его результаты окончательно закрепляются в языке массовой информации.

В итоге мы видим, как новый язык, формируемый в социальных сетях, становится своеобразным художественным произведением, где каждое слово, каждый эмодзи — крошечные частицы выразительности. Сокращения, аббревиатуры, эмодзи и хештеги — все они создают новую лексическую реальность, которая находит отражение в повседневной речи и обогащает нашу языковую культуру.

Однако мы также замечаем, что в этом процессе существуют вызовы, связанные с необходимостью адаптации к новым форматам коммуникации и сохранением баланса между инновациями и традиционными языковыми структурами. Сохранение языковой грамотности и богатства традиционных форм общения становится важным аспектом в эпоху, где виртуальное пространство играет все более значимую роль в нашей жизни.

Все это вместе составляет языковую картину современного общества, где социальные сети становятся не только средством общения, но и важным фактором формирования культурного ландшафта. Мы наблюдаем, как язык социальных сетей становится площадкой для выражения личных и коллективных идентичностей, источником новых тенденций и своеобразным зеркалом наших социокультурных изменений.

Заключение.

Погружение в этот лингвистический мир социальных сетей не только расширяет наше представление о языке, но и заставляет нас задуматься о том, как мы используем и формируем этот удивительный инструмент общения. И пусть наш язык будет средством объединения, понимания и творчества, сохраняя баланс между новым и старым, виртуальным и реальным.

Список литературы:

1. Ю. М. Кувшинская Аббревиация в речи интернет-форумов. chrome-

extension://efaidnbmnnnibpcajpcgiclfndmkaj/https://www.hse.ru/data/2014/01/17/1327304435/2kuvshinskaja.pdf

2. ПОНЯТИЕ И ФУНКЦИИ ЯЗЫКА ЭМОДЗИ В НЕВЕРБАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ ИНТЕРНЕТ-ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ

Макаров Константин Викторович¹, Шумилина Виктория Геннадьевна²

¹Национальный исследовательский Нижегородский университет им. Н.И. Лобачевского, студент

²Национальный исследовательский Нижегородский университет им. Н.И. Лобачевского, студентка <https://web.snauka.ru/issues/2020/05/92122>

3.Павлов Михаил Андреевич «Роль невербальных средств коммуникации в сетевом интернет-дискурсе» Вопросы филологии и межкультурной коммуникации.

4.Байгильдина А.И., Волгин Г.А., Сагитова А.Ф. «Эмоции в пикселях». Концепция “Общества знаний” в современной науке

5.Интернет-журнал “Cossa” - “Фантастические смайлы и где они обитают” <https://www.cossa.ru/405/213686>

КМ АА Куәлік нөмірі: **KZ45VPY00102718** — ҚР Мәдениет және Ақпарат министрлігі

© 2026 **Bilimger.kz** Ақпараттық-танымдық білім порталы. Барлық мазмұн авторлық құқықпен қорғалған.