

Интернет И Язык Журналистики: Влияние Цифровых Технологий На Языковые Стратегии И Стил ь В Современных Медиа

Гулнора Джалилова¹

Интернет как уникальная среда общения привнесла особые методы общения, языковые инструменты и поведенческие шаблоны. В онлайн пространстве появились уникальные возможности для общения и выражения своих взглядов. Это частично обусловлено тем, что люди склонны скрывать свою личность, общаясь через "маску", которая облегчает коммуникацию. Последнее время характеризуется серьезными изменениями в языке из-за формирования виртуальной реальности, что способствует развитию нового стиля общения в интернете. Этот феномен наблюдается во многих странах и языковых группах, за исключением тех, где интернет не так широко распространен и не оказывает значительного влияния на общественные коммуникативные навыки.

Английский язык, в некоторой степени, отличается от других языков, поскольку практически не заимствует интернет-терминологию из других языков. Однако лингвисты выделяют особый функциональный стиль "weblish" (web + english), который все больше используется различными слоями населения. Для современных исследователей интернет играет ключевую роль в развитии национальной культуры. Важно отметить, что интернет не может быть полностью сравнен с традиционными средствами массовой коммуникации, такими как радио и телевидение.

Во-первых, интернетовский язык не подвержен строгим правилам кодирования, что делает его менее контролируемым. Из-за широкого распространения интернета нельзя гарантировать информационную достоверность, которая обычно является ключевым аспектом для современных СМИ. Например, в социальных сетях часто встречаются фейковые новости и манипулятивные материалы, которые могут быть широко распространены и восприняты как правда из-за отсутствия жестких стандартов проверки фактов. Также, в чатах и форумах люди могут свободно выражать свои мнения, даже если они не соответствуют реальности, что может исказить представление о событиях.

Во-вторых, радио и телевидение предоставляют информацию в одностороннем формате, не предполагая открытого обратного взаимодействия с аудиторией. Например, новостные программы или передачи представляют материалы без возможности мгновенной реакции зрителей.

В-третьих, интернет является преимущественно коммуникативной средой, где возможен двусторонний диалог. Например, социальные сети позволяют пользователям выражать свое мнение и взаимодействовать друг с другом через комментарии, лайки и другие формы обратной связи к контенту.

Дэвид Кристелл в своих исследованиях также упоминает о явлении "виртуальной языковой личности", подчеркивая важность изучения русскоязычного сегмента интернета (рунета) для понимания языковых особенностей онлайн-коммуникации.

Русский язык в интернете чаще всего представлен в письменной форме, где значительная часть текстов является спонтанными высказываниями, напоминающими устную разговорную речь.

¹ Университет журналистики и массовых коммуникаций Узбекистана



Также важным фактором является компенсация отсутствия невербального общения в онлайн-коммуникации, что проявляется в различных способах передачи эмоций и выражения смысла без использования жестов или мимики. Для компенсации отсутствия эмоций в виртуальной среде часто используются стандартизированные эмоциональные реакции, такие как смайлики или эмодзи.

Эти символы, широко распространенные не только в интернете, помогают передать эмоциональное состояние и выразить чувства.

Слово "смайлик" является примером адаптации иностранного слова.

Изначально английское слово "smiley", обозначающее "улыбку :-)", было преобразовано для русскоязычной аудитории путем добавления уменьшительного суффикса "-ик".

"Эмодзи" или "эмоджи" — это символы, которые используются для передачи эмоций в цифровом общении. Это графические выражения, которые могут быть использованы для передачи различных чувств и настроений. Термин "эмодзи" происходит из японского языка и переводится как "картинка со смыслом". Хотя многие пользователи интернета часто путают эмодзи с обычными смайликами, эмодзи предлагают более широкий спектр выражений благодаря своему разнообразию. Различные варианты произношения слова возникли из-за многоязычности интернета и культурного влияния различных языков.

В виртуальном общении, отсутствие возможности передать интонацию и акцентуацию частей фразы компенсируется использованием заглавных букв, что принято называть «капс». Это явление происходит от английского термина Caps Lock, который отвечает за переключение в верхний регистр клавиатуры. При изучении интернет-языка часто встречается термин «компьютерная коммуникация» или СМС (computer mediated communication) на английском. Однако существует множество других терминов, связанных с этой средой. Западные лингвисты используют различные термины, которые могут различаться по широте своего значения. Например, для англоязычных пользователей web часто означает world wide web, поскольку это понятие создает условия для существования не только одной сети, такой как Интернет, но и связи между компьютерами по различным протоколам передачи данных. Д. Кристелл в своей работе "Язык и Интернет" указывает на ошибочность считать понятия "интернет" и "веб" синонимичными, учитывая этот факт. В англоязычных странах более распространено использование термина "веб", который в два раза популярнее, чем "интернет". "Интернет" относится к глобальной среде общения и коммуникации в целом. В русскоязычном сегменте чаще используется термин "интернет", который объединяет несколько понятий, таких как "веб", "всемирная паутина", "вэб", "сеть" и другие. В то же время "интернет" имеет меньшее количество альтернативных форм, чем термин "веб".

Одна из важных форм коммуникации называется "компьютерный разговор" (computer mediated conversation), которая может происходить в различных форматах, таких как чаты, форумы, блоги, электронная почта и другие. Е. Н. Галичкина, русский лингвист, провела глубокий анализ интернет-коммуникации и предложила возможность исследования дискурса с разных точек зрения: коммуникативной, структурно-семантической, структурно-стилистической и социально-прагматической.

Исследования российских и зарубежных ученых в области сетевых текстов различных жанров позволили выявить основные стилистические показатели, которые определяют выбор языковых средств: научный или разговорный функциональный стиль. В интернет-текстах более выражена стилистическая контаминация по сравнению с традиционными текстами, поэтому иногда бывает сложно однозначно определить стилевую принадлежность конкретного текста, так как в нем могут присутствовать языковые особенности нескольких стилей. Однако мы считаем целесообразным условно разделить все сетевые тексты на группы в зависимости от функционально-стилистических особенностей и сферы их применения: научно-технические, научно-популярные и публицистические тексты.



Научно-популярные тексты, такие как учебная литература и справочный материал, часто используют термины, избегая профессионализмов и жаргонизмов. Авторские справочники и руководства зависят от компетентности писателя, его уровня и целевой аудитории. В этих текстах чаще всего встречаются профессионализмы с добавлением общепринятой терминологии, а жаргонизмы используются крайне редко, преимущественно в видеообзорах.

Публицистические тексты, такие как блоги, персональные страницы и личные сайты, более разнообразны по лексическому составу. Они могут содержать как общеупотребимые термины, так и профессионализмы, используемые в узком профессиональном кругу. Жаргонная лексика в таких текстах служит социальным идентификатором и добавляет выразительности в речь.

Многие тексты в интернете объединяют языковые особенности нескольких стилей, что делает границы между ними размытыми. Например, интернет-обзоры электроники могут содержать элементы публицистического, научно-технического и разговорного стилей.

Кроме того, различные формы организации текстового материала также играют важную роль. Классификация способов организации текстов подразумевает дополнительное разделение интернет-текстов не только по языковому составу, но и по стилистическим особенностям

Список литературы:

1. David Cristal "How language works" – Penguin Books Ltd. 2007
2. Noira Y. et al. Lexico-Semantic Relations in the Terminology System of "Tourism //Annals of the Romanian Society for Cell Biology. – 2021. – С. 5238-5246.
3. Галичкина Е.Н. "Компьютерная коммуникация. Лингвистический статус, знаковые средства, жанровое пространство" – ФЛИНТА 2018
4. Джалилова Г. Х. ЛЕКСИКА КАК ФАКТОР, СПОСОБСТВУЮЩИЙ ФОРМИРОВАНИЮ ИМИДЖА ПЕЧАТНОГО ИЗДАНИЯ //O'ZBEKISTONDA FANLARARO INNOVATSIYALAR VA ILMIY TADQIQOTLAR JURNALI. – 2023. – Т. 2. – №. 18. – С. 213-217.

