УДК 81'27:004.738.5

IJTIMOIY TARMOQLAR TILINING LINGVISTIK XUSUSIYATLARI

Nazarova Lola Muzaffarovna,
Nodavlat oliy ta'lim muassasasi
University of Economics and Pedagogy "O'zbek va rus tillari" kafedrasi assistenti

DOI: https://doi.org/10.5281/zenodo.20524460

Annotatsiya. *Maqolada ijtimoiy tarmoqlar tili yangi kommunikativ makon sifatida tadqiq etiladi. Internet-kommunikatsiyaning fonetik, leksik, grammatik va stilistik xususiyatlari ko'rib chiqilib, raqamli muhit sharoitida yuzaga keladigan o'ziga xos hodisalar — neologizmlar, o'zlashma so'zlar, abbreviaturalar, emodzilar hamda memlar polikodli matn elementlari sifatida tahlil qilinadi. Ijtimoiy tarmoqlar tili og'zaki va yozma nutq o'rtasida oraliq o'rinni egallovchi alohida muloqot registrini shakllantirishi ko'rsatib beriladi. Tadqiqotda korpus tahlili, diskurs-tahlil va lingvistik eksperiment metodlari qo'llanildi. Tadqiqot materiali sifatida Rossiya va xorijiy ijtimoiy tarmoq foydalanuvchilarining (VKontakte, Instagram, Twitter/X, Telegram) umumiy hajmi 50 000 birlikdan ortiq bo'lgan matnlari olindi. Natijalar zamonaviy rus tili, raqamli lingvistika hamda kompyuter vositasidagi kommunikatsiyani o'qitishda qo'llanishi mumkin.*

Kalit so'zlar: *ijtimoiy tarmoqlar tili, internet-lingvistika, kompyuter vositasidagi kommunikatsiya, neologizmlar, emodzilar, polikodli matn, raqamli diskurs, internet-jargon.*

Аннотация*. В статье исследуются лингвистические особенности языка социальных сетей как нового коммуникативного пространства. Рассматриваются фонетические, лексические, грамматические и стилистические характеристики интернет-коммуникации, анализируются специфические явления, возникающие в условиях цифровой среды: неологизмы, заимствования, аббревиатуры, эмодзи и мемы как элементы поликодового текста. Показано, что язык социальных сетей формирует особый регистр общения, занимающий промежуточное положение между устной и письменной речью. Применяются методы корпусного анализа, дискурс-анализа и лингвистического эксперимента. Материалом исследования послужили тексты российских и зарубежных пользователей социальных сетей (ВКонтакте, Instagram, Twitter/X, Telegram) общим объёмом свыше 50 000 единиц. Результаты могут быть применены в преподавании современного русского языка, цифровой лингвистики и компьютерно-опосредованной коммуникации.*

Ключевые слова*: язык социальных сетей, интернет-лингвистика, компьютерно-опосредованная коммуникация, неологизмы, эмодзи, поликодовый текст, цифровой дискурс, интернет-жаргон.*

Abstract. *The article investigates the linguistic features of social media language as a new communicative space. Phonetic, lexical, grammatical, and stylistic characteristics of internet communication are examined, along with specific phenomena emerging in the digital environment: neologisms, borrowings, abbreviations, emoji, and memes as elements of multimodal text. It is demonstrated that social media language forms a special register occupying an intermediate position between oral and written speech. The study employs corpus analysis, discourse analysis, and linguistic experimentation. The research material consists of texts by Russian and foreign social media users (VKontakte, Instagram, Twitter/X, Telegram) totalling over 50,000 units.*

Keywords: *social media language, internet linguistics, computer-mediated communication, neologisms, emoji, multimodal text, digital discourse, internet slang.*

Введение. Стремительное развитие интернет-технологий и распространение социальных сетей в начале XXI века повлекло за собой трансформацию коммуникативной среды, отразившуюся на языке. Миллионы пользователей ежедневно производят огромные массивы текстов — постов, комментариев, сторис, сообщений, — формируя тем самым особую лингвокультурную реальность. Социальные сети ускоряют процессы формирования неологизмов, заимствований и вариативности.

Изучение языка социальных сетей приобретает всё большую актуальность в современной лингвистике: данная область находится на пересечении социолингвистики, прагматики, медиалингвистики и компьютерно-опосредованной коммуникации (КОК). На данный момент целостная картина лингвистических особенностей данного феномена не сложилась, а исследования часто ограничиваются отдельными аспектами или конкретными платформами.

Цель настоящей статьи — систематизировать и описать ключевые лингвистические черты языка социальных сетей на нескольких уровнях языковой системы: фонетическом, лексическом, грамматическом и стилистическом. Для достижения данной цели решаются следующие задачи: выявить специфику графико-фонетического уровня интернет-текстов; проанализировать лексические инновации; охарактеризовать грамматические особенности; рассмотреть роль невербальных и поликодовых элементов; определить место языка социальных сетей в системе функциональных стилей русского языка.

Обзор литературы. Изучение компьютерно-опосредованной коммуникации берёт начало в 1990-х годах. Первой работой считается монография Д. Кристала «Язык и Интернет» (Crystal, 2001), в которой был предложен термин «нетспик» (Netspeak) для обозначения особого функционального стиля коммуникации в сети [1]. Исследователь охарактеризовал ключевые свойства интернет-языка, которые представляют собой асинхронность, анонимность, краткость, игровой характер.

В русской лингвистике данная проблематика активно разрабатывается в трудах Е.И. Горошко [2], Л.Ю. Щипициной [3], Н.Г. Асмус [4]. Горошко вводит понятие «гипертекстуальный дискурс» посредством акцента внимание на нелинейной природе интернет-коммуникации. Щипицина предлагает жанровую классификацию компьютерно-опосредованных текстов и выделяет первичные жанры (чат, форум, блог) и вторичные, производные от них.

С появлением платформ Web 2.0 и социальных сетей фокус исследований смещается в сторону изучения конкретных площадок. Активно исследуются Twitter [5], Facebook [6], Instagram [7], а также мессенджеры [8]. Среди зарубежных исследователей выделяются работы Н. Херринг (Herring, 2007), разработавшей

многомерный подход к анализу КОК, и Б. Левина (Levin, 2020), предложившего концепцию «цифрового стиля».

Несмотря на большое количество публикаций, в научной литературе по-прежнему отсутствует единая классификационная схема лингвистических особенностей языка социальных сетей, которая охватывала бы одновременно несколько уровней языковой системы и учитывала межплатформенные различия. Настоящее исследование призвано восполнить данный пробел.

Материал и методы исследования. Материалом исследования послужили тексты публичных страниц и аккаунтов пользователей четырёх крупнейших социальных сетей: ВКонтакте, Instagram, Twitter/X и Telegram. Общий объём корпуса составил 52 460 текстовых единиц (постов и комментариев), опубликованных в период 2021–2024 гг. Отбор материала осуществлялся методом стратифицированной выборки с учётом тематики, гендера и возраста авторов.

В исследовании применялся комплекс методов: метод сплошной выборки при формировании корпуса; квантитативный анализ для установления частотности языковых единиц; контент-анализ для систематизации тематических кластеров; дискурс-анализ для изучения коммуникативных стратегий; элементы корпусной лингвистики с использованием программного обеспечения AntConc 4.2.0 и Python-библиотеки NLTK.

Результаты исследования. **Графико-фонетический уровень.**

Графико-фонетический уровень языка социальных сетей отличается высокой степенью вариативности и экспрессивности. Среди наиболее характерных явлений выделяются следующие.

1. Повтор букв как средство выражения интенсивности: «оооочень», «спасибооо», «нетттт». По данным нашего корпуса, 18,3% постов в эмоционально окрашенных жанрах содержат хотя бы один случай повтора букв в слове. Данное явление функционально соответствует просодическим средствам устной речи — повышению тона и замедлению темпа.

2. Элиминация знаков препинания, то есть полное или частичное отсутствие точек, запятых, заглавных букв. В 67,4% проанализированных постов Twitter/X точка в конце высказывания отсутствует. Исследователи квалифицируют данное явление как прагматически значимое, так как постановка точки в конце краткого сообщения нередко воспринимается как маркер холодности или агрессии [9].

4. Графические сокращения и акронимы: лол (LOL — laughing out loud), имхо (IMHO — in my humble opinion), имо, кст, спс, нз. Среди русскоязычных пользователей активно используются кальки английских интернет-аббревиатур: «афк» (AFK — away from keyboard), «гг» (GG — good game).

5. Написание всех букв слова заглавными буквами (использование клавиши «CAPS LOCK») как средство выражения эмоциональной интенсивности или иронии: «ЭТО ШЕДЕВР», «ДА КОНЕЧНО». Анализ показал, что в 82% случаев это сигнализирует либо о крайне высокой степени одобрения, либо о саркастическом несогласии.

Лексический уровень. Лексика языка социальных сетей формируется за счёт нескольких продуктивных процессов.

1. Англицизмы. Заимствования из английского языка занимают центральное место в интернет-лексиконе. Значительная их часть прошла через стадию транслитерации с последующей морфологической адаптацией: «постить» (to post), «лайкать» (to like), «зафолловить» (to follow), «репостнуть» (to repost), «сторис» (stories). Модели словообразования демонстрируют высокую продуктивность: «залайканный», «залайкать», «лайкосы».

2. Возникновение неологизмов, не имеющих эквивалентов в традиционных словарях: «хайп», «кринж», «кринжовый», «токсик», «токсичность», «вайб», «чекать», «скамить», «думскроллинг». По данным нашего корпуса, 12,7% лексем, встреченных в текстах 2023–2024 гг., отсутствуют в «Орфоэпическом словаре» Р.И. Аванесова (издание 2020 г.).

3. Переосмысление значения слов. Семантические сдвиги в значении уже существующих слов: «кидать» (обманывать при сделке), «зависнуть» (задержаться где-либо), «топить» (активно поддерживать), «гасить» (критиковать), «катить» (подходить, устраивать). Данные семантические трансформации нередко обусловлены метафорическим переосмыслением исходного значения.

4. Активное использование уменьшительно-ласкательных суффиксов с экспрессивной функцией: «постик», «фоточка», «видосик», «лайкосик», «мегатопчик». Исследователи фиксируют «демократизацию» уменьшительно-ласкательных форм, которые в интернет-речи утрачивают маркер сниженности и становятся стилистически нейтральными.

Грамматический уровень. Грамматика языка социальных сетей подчинена принципу экономии и приближена к разговорной норме. Наиболее характерные черты:

1. Эллипсис — пропуск синтаксически обязательных элементов: «Я в магаз» (вместо «Я иду в магазин»), «Завтра встречаемся?», «Хорошо бы» (пропуск подлежащего и сказуемого). Эллиптические конструкции составили 34,2% от общего числа высказываний в жанре комментария.

2. Простые и сложносочинённые предложения значительно превалируют над сложноподчинёнными. Средняя длина предложения в корпусных данных Instagram составила 8 слов против 14 слов в текстах газетного дискурса (по данным НКРЯ).

Поликодовые элементы: эмодзи, мемы, GIF. Принципиальной особенностью языка социальных сетей является его поликодовый характер — органичное сочетание вербальных и невербальных средств коммуникации. Эмодзи выполняют несколько функций: паралингвистическую (замещение мимики и жестов), прагматическую (смягчение высказывания, ирония), структурирующую (членение текста) и идентификационную (маркирование принадлежности к группе). По данным исследования, в 78,4% постов Instagram присутствует хотя бы один эмодзи, а среднее их количество на пост составляет 3.

Интернет-мемы представляют собой поликодовые единицы, включающие изображение и вербальный компонент. Лингвистически мем функционирует как прецедентный текст, так как его понимание требует принадлежности к определённому дискурсивному сообществу. Жанр мема характеризуется клишированностью структуры при вариативности содержания, что позволяет квалифицировать его как интернет-жанр с шаблонной матрицей.

Обсуждение. Полученные результаты позволяют рассматривать язык социальных сетей как особый функциональный регистр, занимающий промежуточное положение между устной разговорной и письменной книжной речью. Данная позиция согласуется с концепцией «письменной разговорности» (written orality), предложенной Д. Тёрнером [10], и развивает её применительно к платформенной специфике.

Существенно, что выявленные лингвистические особенности не являются однородными в связи с тем, что они варьируются в зависимости от платформы, жанра, аудитории и тематики. Так, язык Telegram-каналов экспертной тематики тяготеет к книжной норме, тогда как комментарии в Instagram демонстрируют максимальную степень разговорности и поликодовости. Это свидетельствует о необходимости учёта платформенного контекста при анализе интернет-дискурса.

Процессы неологизации и заимствования, фиксируемые в языке социальных сетей, являются отражением более широких социокультурных тенденций: глобализации, «молодёжной культуры» как идеала, ускорения темпа жизни. Вместе с тем наблюдается и обратная тенденция, а именно ряд диалектных и просторечных форм получает широкое распространение в сети, что свидетельствует об определённой «реабилитации» нестандартных вариантов.

Заключение. Проведённое исследование позволяет сделать следующие выводы. Язык социальных сетей представляет собой полифункциональный

коммуникативный феномен, характеризующийся специфическими чертами на всех уровнях языковой системы. На графико-фонетическом уровне доминируют повтор букв, элиминация пунктуации и вариативность орфографии как средства передачи фонетических характеристик устной речи. На лексическом уровне ключевыми процессами выступают заимствование, возникновение неологизмов и переосмысление значения слов. Грамматика тяготеет к эллипсису, паратаксису и разговорной норме. Поликодовые элементы — эмодзи, мемы, GIF — органично интегрированы в структуру высказывания и выполняют как паралингвистические, так и собственно коммуникативные функции.

Практическая значимость исследования определяется его применимостью в курсах современного русского языка, стилистики, медиалингвистики и цифровой коммуникации. Перспективным направлением дальнейших исследований представляется сопоставительный анализ интернет-языка различных лингвокультурных сообществ, а также диахроническое изучение динамики языковых изменений в цифровой среде.

Список литературы:

1. Crystal D. Language and the Internet. Cambridge: Cambridge University Press, 2001. 272 p.
2. Горошко Е.И. Лингвистика Интернета: формирование дисциплинарной парадигмы // Жанры и типы текста в научном и медийном дискурсе. Орёл: ОГИИК, 2007. С. 223–237.
3. Щипицина Л.Ю. Жанры компьютерно-опосредованной коммуникации: монография. Архангельск: Поморский ун-т, 2009. 238 с.
4. Асмус Н.Г. Лингвистические особенности виртуального коммуникативного пространства: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Челябинск: ЧГУ, 2005. 23 с.
5. Zappavigna M. Discourse of Twitter and Social Media: How We Use Language to Create Affiliation on the Web. London: Bloomsbury, 2012. 256 p.
6. Androutsopoulos J. Orthographic practices in online communication: evidence from German // Journal of Sociolinguistics. 2011. Vol. 14. No. 5. P. 672–706.
7. Bourlai E. Comments in Instagram: Literacy practices in social media // Discourse, Context & Media. 2018. Vol. 22. P. 46–58.
8. Кронгауз М.А. Самоучитель олбанского. М.: АСТ, 2013. 416 с.
9. Houghton K., Usman M. Period (.) at the end of a text message renders the message as cold and unfriendly // Acta Psychologica. 2020. Vol. 202. Article 102998.
10. Turner J. Language in the Academy: Cultural Reproduction and Transformation. Bristol: Multilingual Matters, 2011. 216 p.