

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЛІНГВІСТИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Кафедра іспанської і новогрецької філології та перекладу

Кваліфікаційна робота магістра з лінгвістики
на тему:

**«ІНТЕРНЕТ-КОМУНІКАЦІЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ СУЧАСНОГО
СПІЛКУВАННЯ
(лінгвопрагматичний аспект)»**

Студента групи ММЛі 01-22

спеціальність 035 Філологія.

спеціалізація 035.05 Романські мови і літератури

(переклад включно), перша – іспанська

освітньо-професійна програма

Сучасні лінгвістичні і перекладознавчі студії та
міжкультурна комунікація (іспанська мова і друга
іноземна мова)

Нікулін Даниїл Юрійович

Науковий керівник:

кандидат філологічних наук,

доцент Наваренко І. А.

Допущено до захисту

«___» _____ року

Завідувач кафедри

_____ *Залеснова О. В.*

Національна шкала _____

Кількість балів _____

Оцінка ЄКТС _____

**MINISTERIO DE EDUCACIÓN Y CIENCIA DE UCRANIA
UNIVERSIDAD NACIONAL LINGÜÍSTICA DE KYIV
Departamento de Filología Hispánica, Neogriega y Traducción**

TRABAJO FINAL DE MÁSTER
sobre el tema:

**“INTERNET - COMUNICACIÓN COMO HERRAMIENTA DE
COVERSACIÓN MODERNA”**

Danyil Nikulin

Estudiante del grupo MMli 01-22

Facultad de Filología Románica y
Traducción

Educación presencial

Especialidad **035. Filología.**

Lenguas y literaturas románicas

**(traducción inclusive), primera lengua
– española**

Tutora académica:

Ph.D en Filología,

Profesora Titular I. Navarenko

Kyiv – 2023

INTRODUCCIÓN.....	4
CAPITULO 1.	
EL CONCEPTO DE COMUNICACIÓN EN INTERNET COMO INTERCAMBIO DE MENSAJES A TRAVÉS DE RED	6
1.1. Las características generales de la comunicación en Internet.....	6
1.2. Los textos electrónicos	9
1.3. La especificidad de la comunicación en Internet	11
1.4. Tipos de comunicación en red.....	12
1.5. Reglas de comunicación en línea.....	14
1.6. Los mensajes cortos. La jerga de SMS.....	32
Conclusiones del primer capítulo.....	33
CAPÍTULO 2.	
INTERNET COMO MEDIO DE COMUNICACIÓN DE LAS PERSONAS EN LA SOCIEDAD MODERNA.....	35
2.1. El lenguaje de la comunicación en Internet.....	35
2.2. Fenómeno psicológico de la comunicación por Internet.....	36
2.3. Comunicación empresarial por Internet.....	36
2.4. La comunicación de la juventud española y el principio de economía del lenguaje	37
2.5. SMS-slang como una nueva forma de comunicación verbal.....	40
2.6. Características del funcionamiento de SMS-argot en español.....	47
2.7. Ventajas y desventajas del uso de la jerga SMS en la vida cotidiana de los jóvenes de habla hispana.....	48
2.8. Peculiaridades específicas linguopragmáticas de la comunicación por Internet.....	59
2.9. Análisis de texto electrónico y organización de información de texto.....	63
Conclusiones del segundo capítulo.....	73
CONCLUSIONES GENERALES.....	75
BIBLIOGRAFÍA.....	78

INTRODUCCIÓN

El surgimiento de Internet como recurso para almacenar, acumular y transmitir información ha contribuido a la extensión de su influencia en la comunicación entre los usuarios de la red digital. La amplia difusión de las tecnologías de la información y de Internet en particular provocó el surgimiento de un nuevo tipo de comunicación. La comunicación por Internet se considera uno de los medios más populares de interacción entre las personas y continúa desarrollándose activamente.

La constante evolución de este tipo de comunicación y su creciente popularidad determinan la problemática de este trabajo, ya que la comunicación en Internet se está convirtiendo en un tipo de comunicación dominante en todos los ámbitos de actividad (política, empresarial, turística, científica, educativa, etc.), que hace **actual** estudiar las características de la comunicación en Internet.

El meta de esta investigación es definir las características clave de la comunicación a través de Internet.

El objeto de la investigación es el concepto de comunicación en Internet y las peculiaridades de la comunicación en Internet en las esferas oficiales y no oficiales de la comunicación.

El sujeto de la investigación son los textos digitales de diferentes estilos funcionales.

Lograr el objetivo establecido implica resolver las siguientes **tareas** principales:

- analizar literatura científica sobre las principales direcciones y resultados de la investigación en el campo de Internet-comunicación;
- describir los principales procesos que son consecuencia de la implantación de Internet-comunicación en todas las esferas de vida social;
- clasificar los tipos de Internet-comunicación, dando sus características y definiendo sus funciones pragmáticos;
 - determinar las particularidades de su diseño fónico y gramatical,
 - definir peculiaridades específicas linguopragmáticas de la comunicación por Internet.

La novedad de la investigación consiste en una aproximación generalizada, no propuesta previamente, a la interpretación del principio de economía discursiva desde el punto de vista de su impacto tanto en el autor del texto como en su destinatario, actuando no como unidades opuestas, sino como una sola unidad discursiva, es decir, todo en el marco de un acto de habla mediado.

El valor teórico es una contribución significativa a la teoría de la comunicación en relación con el estudio en profundidad de las tendencias actuales en el desarrollo del texto en red español. Además, la investigación hace una contribución a la hispanología nacional, ya que rastreamos la especificidad nacional de la comunicación en Internet y las formas de representar el texto en red español, lo que refleja la peculiaridad de la conciencia lingüística nacional.

El valor práctico está determinado por el hecho de que los ejemplos elegidos del uso real de las unidades discursivas pueden usarse con fines educativos en el marco del curso de español moderno para estudiantes universitarios al planificar cursos de lexicología, estilística, teoría discursiva, así como en lexicografía, al compilar diccionarios de abreviaturas y neologismos y lingüística de corpus, recopilando

Métodos de búsqueda. El método principal es descriptivo con sus componentes: observación, generalización, interpretación, clasificación. También en la investigación utilizamos el método de muestreo continuo cuando escogíamos material lingüístico real y el método de análisis contextual para analizar las peculiaridades discursivas de textos digitales.

CAPITULO 1.

EL CONCEPTO DE COMUNICACIÓN EN INTERNET COMO INTERCAMBIO DE MENSAJES A TRAVÉS DE RED

1.1. Las características generales de la comunicación en Internet

El progreso avanza a pasos agigantados. Hasta hace poco, la computadora se usaba principalmente para trabajar o para jugar; pasamos la mitad de nuestra vida en diferentes colas, y hablamos con amigos de otras ciudades y países por teléfono una vez cada seis meses durante cinco minutos. Hoy, gracias al desarrollo de las tecnologías, es posible realizar compras en tiendas en línea, resolver una serie de problemas administrativos y, por supuesto, comunicarse activamente en Internet.

Las redes sociales están ganando cada vez más popularidad y se están convirtiendo en una parte importante de nuestras vidas. Las páginas personales en redes sociales reflejan la vida de individuo. A través de los mismos perfiles conocerás las últimas noticias de vidas de los demás, escucharás la música, verás películas etc. Ultimamente existe el temor de que la comunicación por Internet reemplace completamente la comunicación real en un futuro próximo. ¿Es así y cómo nos beneficiamos de la comunicación en Internet?

El término "comunicación" (del latín *communicatio* - comunicación, mensaje) denota interacción entre personas, el proceso de intercambio bidireccional de información que conduce a la comprensión mutua. Además, la comunicación no es un proceso exclusivamente mecánico de intercambio de mensajes, sino un espacio fenomenológico donde la experiencia se llena de significado y contenido [48, p. 40].

El teórico de la comunicación H. Lasswell y el lingüista R. Jakobson interpretaron la comunicación como un tipo de interacción entre personas dentro del modelo de un acto comunicativo: un proceso unidireccional de transferencia de información de destinatario a destinatario [42, 49]. El filósofo y sociólogo alemán Y. Habermas asigna a la comunicación la función responsable de mantener la unanimidad y la coherencia en la sociedad [41]. El científico japonés E. Masuda caracterizó la comunicación como un factor capaz de cambiar la estructura social, contribuyendo a fortalecer lazos culturales [45].

La comunicación por Internet, junto con otros tipos de comunicación, tiene una serie de ventajas, que incluyen la capacidad de comunicarse con cualquier tema, independientemente de la ubicación geográfica de los participantes de la comunicación y la diferencia horaria. Según la forma se distinguen la comunicación oral (programas de reconocimiento de voz) y la escrita (texto). Cada una de esas formas se diferencian por sus metas pragmáticas, estructura formal y funcionamiento de recursos de la lengua.

Psicólogo en el campo de la comunicación en Internet I. Shabshin destaca las siguientes características de Internet como medio de comunicación masiva:

- falta de una estructura organizativa centralizada, el espacio de Internet no tiene un solo dueño, por lo tanto no hay control y censura total;
- alta velocidad de difusión de la información. Tan pronto como la información aparece en línea, se muestra en sitios de búsqueda (Google, Yahoo, Microsoft Edge), donde otros sitios pueden tomarlo prestado y, como resultado, se distribuye en publicaciones electrónicas (televisión) e impresas (prensa);
- difusión de información en forma de red, similar al chisme: habiendo publicado información en Internet, es imposible seguir el proceso de su distribución, ya que no es lineal, sino que se asemeja al movimiento de una multitud;
- interactividad de la comunicación, cuando los participantes pueden entablar un diálogo y recibir información en tiempo real; además, la audiencia puede compartir por áreas de interés o preferencias, recibir mensajes solo sobre temas seleccionados y, como resultado, discutir estos mensajes [51].

Las características generales de la comunicación en Internet incluyen:

- anonimato, donde cada usuario puede comunicarse de forma anónima, no indicando ningún dato relativo a su sexo, edad, biografía, etc. Esta característica permite evitar la fuga de información privada y brinda comodidad en la comunicación. Al mismo tiempo, existe la posibilidad de crear personalidades alternativas, representando una versión parcial o mejorada del "yo";
- ausencia física, que, en combinación con el anonimato, permite a los participantes de la comunicación fantasear con el interlocutor, para dotarlo de una

cierta cuenta externa y estatus social. También es posible presentar información no confiable a cada uno de los participantes de la comunicación;

- flujo peculiar de procesos de percepción interpersonal en relación con la ausencia de información no verbal. En este caso, los participantes de la comunicación recurren a medios de estereotipación, tratan de encontrar ciertas cualidades específicas en el interlocutor; comportamiento no regulado: debido a la falta de reglas de comportamiento claras y definidas en la red. Los participantes de la comunicación pueden comunicarse informalmente, ignorar mensajes, eliminar contactos.

A menudo, el estilo de comunicación del usuario en Internet difiere de su estilo cotidiano de comunicación en vivo, muchas veces se vuelve libre, a veces grosero, con el uso de lenguaje obsceno e insultos hacia otros participantes de la comunicación;

- emotividad virtual compensatoria: dado que la expresión emocional es complicada en la red, se utilizan signos especiales para transmitir emociones (emoticonos) o las emociones se transmiten de forma descriptiva;

- uso de varios métodos de autopresentación (cuestionarios, páginas personales o sitios web).

La comunicación por Internet incluye elementos tradicionales de comunicación, que incluyen:

- destinatario y destinatario del mensaje;
- mensaje;
- canal de comunicación;
- situación comunicativa;
- filtros aplicados a la información;
- comentario;
- prerequisites objetivos y subjetivos para la comunicación.

En cuanto al destinatario y destinado, cabe señalar que la comunicación por Internet no se implica el contacto directo de los participantes de la comunicación. En su lugar, se trata de un método escrito o de audio de transmisión de información. Al crear un mensaje, pueden estar involucrados todos los lenguajes, naturales y artificiales, pueden agregarse palabras técnicas especiales, símbolos, signos, imágenes,

fotos, videos y audio. La situación comunicativa puede incluir cualquier factor que impida la transmisión de información. Entre ellos: mal funcionamiento o problemas en el funcionamiento de la red. Los filtros incluirán censura parcial o tabú. La información está representada por la reacción del destinatario al mensaje.

La comunicación por Internet puede tomar la forma de comunicación formal e informal que ocurre entre dos o más personas.

En general, es posible definir las siguientes características de la comunicación por Internet: existe mediada, es decir, se realiza a través de un ordenador conectado a la red. La comunicación en Internet reúne a una gran audiencia, lo que determina su carácter social. Además, la comunicación en la red es una comunicación dirigida operativamente, lo que se explica por la velocidad de la retroalimentación. El carácter interactivo como característica de la comunicación en Internet se basa en la capacidad de comunicarse en línea en idiomas en tiempo real.

El intercambio de información durante la comunicación se lleva a cabo gracias al uso de servicios tales como foros, chats, páginas personales, videoconferencias etc.

Además de características especiales, la comunicación por Internet tiene características inherentes a otros tipos de comunicación. Entre ellas, cabe destacar la distribución de la comunicación por escala en masiva, interpersonal y grupal.

1.2. Los textos electrónicos.

Habiendo analizado la comunicación escrita en Internet, es posible destacar los textos electrónicos como su variedad. En el futuro, la comunicación por Internet se puede clasificar según parámetros: método de contacto, tiempo, logro de objetivos. Por como método de contacto, la comunicación por Internet es mediada, es decir, se realiza a través de una computadora. En términos de tiempo, la comunicación por Internet puede ser de corta duración o ilimitada en el tiempo. Al lograr el objetivo, la comunicación en la red puede tener éxito, en el caso de que se logre el entendimiento mutuo, o no tener éxito [4, p. 172-173].



Las principales características de la comunicación por Internet incluyen una combinación de comunicación oral (mensajería instantánea, uso de signos y

símbolos especiales para colorear emocionalmente el mensaje, informalidad de expresión y falta de puntuación) y escrita (falta de contacto visual, escribir el texto del mensaje en el teclado, posibilidad de corrección y cambios en el contenido del mensaje) discurso, y, como resultado, la creación de un tipo híbrido de comunicación. El texto electrónico, a diferencia del texto impreso, no tiene ningún componente físico y depende únicamente de los parámetros de la pantalla. Esto proporciona amplias posibilidades para operar con información de texto, es decir, el mismo texto se puede comprimir, extraer, rotar, etc.

Las características del entorno electrónico provocan dificultades en la percepción del texto electrónico. A las principales limitaciones en cuanto a la percepción de la *мультимедиа* electrónica. El texto incluye: la cantidad de texto que se puede presentar en la pantalla del monitor de forma favorable para la percepción del formulario es menor que la cantidad de texto en una hoja impresa estándar; velocidad de lectura el texto en la pantalla se ralentiza en un promedio del 25% en comparación con la lectura del texto impreso; herramientas gráficas, visuales y multimedia que deben, con por un lado, atraer usuarios, y por otro - ayudarlos a navegar y buscar más rápido, pero no siempre ayudan y, a veces, dificultan la percepción de la información textual [14, p. 193].

Contribuir a mejorar la percepción de la información, presentado en sitios web es la más importante de las tareas diseñadores web modernos que formularon una serie de requisitos para garantizar la comodidad y accesibilidad. Teniendo en cuenta el enorme volumen de información proporcionada por la red global, características, técnicas de lectura de pantalla y qué es la lectura de pantalla es una cuestión actual en

formación de textos. Se utiliza principalmente un tipo de lectura de visualización por eso los autores de los textos de las páginas web deberán tener en cuenta el carácter selectivo de los lectores, es decir, leer y utilizar herramientas especiales para llamar la atención de los lectores sobre las ideas clave.

La clasificación de los géneros de la comunicación en Internet, la selección de sus parámetros de descripción y análisis pueden convertirse en direcciones prometedoras de estudios posteriores.

1.3. La especificidad de la comunicación en Internet.

Debido al anonimato, no existen barreras para la interacción debido al género, edad, apariencia, estatus social, situación financiera, etc. Existe la oportunidad de crear una impresión sobre ti mismo. Es interesante que muchas personas tiendan a inventarse otra vida, las llamadas "personalidades virtuales". Estas "personalidades" hacen cosas que una persona nunca se atrevería a hacer en la vida cotidiana. La comunicación es el proceso de establecer y desarrollar contactos entre personas, que surgió debido a las necesidades de actividades conjuntas e incluye el intercambio de información, percepción e influencia entre sí.

Una característica importante de la comunicación en la red es también su voluntariedad. Usted y sólo usted determina con quién se comunicará ahora, y si se vuelve aburrido, entonces puedes simplemente desconectarse. (Por la misma razón, la comunicación se rompe, que a veces surgen pueden ser malinterpretados por los interlocutores como renuncia a comunicarse con ellos).

La comunicación en línea, al igual que la comunicación habitual, tiene dos lados: intercambio de información y percepción, reconocimiento mutuo, establecimiento de relaciones.

Sin embargo, en la comunicación en red, debido a la falta de un espacio físico común, la interacción entre sí, es limitado. No podrá tocar a otra persona. Pero esta misma característica hace que la comunicación en línea sea tan universal e ilimitada. No importa dónde se encuentre, solo necesita encender la computadora y encontrar la red, y encontrará una gran cantidad de personas que también quieren hablar.

La percepción de otra persona cuando se comunica en Internet también es limitada. La mayor parte de la comunicación en la red se realiza mediante lenguaje escrito, que no puede expresar su entonación o expresiones faciales y no puede ir acompañada de ningún gesto elocuente. El entendimiento mutuo a menudo sufre de esto.

Además de palabras y expresiones especiales, el lenguaje de comunicación en la red también incluye íconos especiales: emoticonos que reflejan sus expresiones faciales, gestos, acciones o estado de ánimo. Al usarlos, debe comprender claramente el significado de un signo en particular, así como asegurarse de que su interlocutor lo sepa. De lo contrario, puede, en primer lugar, pensar que está ensuciando su idioma con paréntesis y modismos incomprensibles y, en segundo lugar, confundir el significado y decidir que lo que le está sucediendo no es en absoluto lo que quería decir.

1.4. Tipos de comunicación en red.

La comunicación directa en vivo incluye muchos tipos diferentes: comercial, amistosa, formal, espiritual, educativa, verbal, no verbal, etc. La comunicación por Internet, a diferencia de la comunicación física, se puede reducir a tres tipos principales:

1. Negocios. Una de las razones por las que Internet se está desarrollando de manera tan rápida y cualitativa es que sirve a las metas y objetivos comerciales. Hace años, todas las cuestiones laborales las resolvíamos nosotros por teléfono, fax o correo. Sin embargo, ahora incluso la señora de la limpieza tiene su propia dirección de correo electrónico. En comparación con lo habitual, la comunicación empresarial a través de Internet es mucho más económica para las organizaciones. Usted se conecta a Internet, configura **Skype, Zoom, Google Meet** etc. y su empleado puede responder llamadas de todo el mundo. También puede realizar seminarios educativos (también se denominan webinars) y conferencias en red. La transferencia de información se asegura fácilmente y los costos de tales actividades son mínimos. Gracias a Internet, un campo de la vida empresarial como el trabajo independiente se está desarrollando rápidamente. Anteriormente, era muy difícil para una madre joven en licencia de

maternidad encontrar un trabajo que satisficiera sus necesidades, con un horario flexible, interesante y bien remunerado. Pero ahora, gracias a varios intercambios independientes y oportunidades de trabajo en línea, se ha convertido en una realidad.

2. Informales. Pero Internet como medio de comunicación funciona no solo en los negocios, sino también en términos personales. Además, la comunicación informal por Internet ocupa actualmente la mayor parte de nuestras vidas. Internet es una de las respuestas más comunes a la pregunta de cómo encontrar pareja, porque es gracias a Internet que se hizo posible buscar entre millones de otras personas. Puede proporcionar solo la información que desea sobre usted y definitivamente será más fácil para usted controlar lo que dice y causar la impresión correcta. Pero estas ventajas se convierten fácilmente en desventajas cuando su pareja tiene las mismas capacidades. De acuerdo, es decepcionante cuando, después de una larga correspondencia, conoces a una persona en persona y resulta ser completamente diferente de lo que imaginabas. Pero Internet es totalmente capaz de satisfacer la necesidad de comunicación interpersonal, por eso ahora se cree que no puede sentirse solo si tiene acceso a la red.

3. Juegos. Este tipo se separa de la categoría informal debido al lugar que ocupa en la vida de las personas. Los juegos en línea son una gran capa de la cultura moderna. La naturaleza de la comunicación depende del tipo de juego. Por ejemplo, la comunicación en los juegos de rol (los llamados "juegos itinerantes") se basa en el principio del teatro y la comunicación de las máscaras: cada uno desempeña su papel. A veces, los personajes necesitan unirse para lograr un objetivo común, por ejemplo, matar al hechicero principal, y luego su comunicación adquiere el carácter de comunicación que acompaña a alguna actividad conjunta. La comunicación en otros juegos del tipo de disparos y carreras se caracteriza por su agresividad (no es de extrañar, porque el objetivo del juego es ganar a toda costa). En los juegos intelectuales del tipo de preferencia, la conversación de las personas se parece bastante a las conversaciones de viejos amigos que se han reunido, difieren en una variedad de temas y en su forma única de discutir la comunicación en Internet.



1.5. Reglas de comunicación en línea.

El "territorio" de Internet ha formado sus propias reglas de conducta, ciertas tradiciones, una peculiar cultura de comunicación llamada "netiqueta" (el concepto de apareció a mediados de los años 80 del siglo pasado). Consideremos con más detalle qué significa "ética", "etiqueta" en este contexto específico. En primer lugar, es necesario darse cuenta de que Internet no es una zona sin valores, la red "no es salvaje", la formación del contenido de sus recursos y servicios está influenciada por los valores humanos. En segundo lugar, en el mundo en línea, se deben seguir las leyes en línea. Esto significa que hoy en día no hay necesidad de inventar algún nuevo conjunto de valores para Internet o cualquier otro tipo de comunicación electrónica, porque prácticamente todos los problemas que surgen en el proceso de las comunicaciones electrónicas pueden resolverse siguiendo las leyes y normas que aplicar en la vida real. En tercer lugar, el respeto por las culturas nacionales y locales juega un papel esencial, porque Internet es ahora un fenómeno global, pertenece a todos, y por eso la red está influenciada por varios sistemas de valores. Y finalmente, la ética en Internet es también una retroalimentación en vivo de la opinión del usuario. Esto significa que el

usuario tiene derecho a tener una idea del funcionamiento de la red e influir en el contenido de sus recursos y servicios.

Los usuarios siguen las mismas reglas de comunicación en línea que en la vida real, es decir, no sea grosero, no insulte a otras personas, siga las normas morales y sociales a pesar de la ausencia de un posible castigo. Entonces la comunicación en línea realmente te traerá alegría.

Cuando visite varios foros y sitios, no olvide familiarizarse con las reglas específicas de comunicación en ellos. Recuerda el dicho: "No entres en el monasterio de otra persona con tu carta". Si no le gusta algo en un foro en particular, es más fácil tratar de encontrar otro, en lugar de rehacer este.

En general, las disposiciones de la netiqueta se pueden dividir en tres categorías:

1) psicológico, emocional (direcciones: "Tú", uso de emoticonos y su número, apoyo a los recién llegados o su ignorancia, etc.);

2) técnico (uso de líneas de cierta longitud, limitaciones en el tamaño de las letras, sus firmas, admisibilidad de escritura en mayúsculas, admisibilidad de formato, resaltado en cursiva, color, etc.);

3) administrativo (reglas de nombres [títulos] de temas, reglas de citación, admisibilidad de publicidad, admisibilidad de llama, la necesidad de adherirse al tema de la comunidad).

Las personas que están acostumbradas a una determinada comunidad pueden, sin darse cuenta, romper las reglas de otra. Por lo tanto, en casi todas las comunidades de Internet, requieren familiarizarse con normas y expresar su consentimiento formal a su observancia. Además, normalmente es recomendable que antes de escribir un mensaje a la comunidad, lea los temas existentes, sienta su espíritu y atmósfera.

En la mayoría de los casos, una violación de la etiqueta de red se entiende como insultos y suplantación de identidad, desviación maliciosa del tema (fuera de tema), publicidad, autopromoción en lugares inapropiados. La difamación u otra información errónea maliciosa o el plagio también pueden ser violaciones de la etiqueta de la red.

Para evitar errores en la red, es necesario conocer algunos conceptos:

llama - un proceso que a veces ocurre en Internet, "guerra de palabras";

inundación - mensajes en foros y chats que tienen un gran volumen y no contienen información útil;

spam - mensajes enviados por personas que no conoce, sin su consentimiento;

offtopic - un mensaje fuera del tema de la discusión actual o lista de correo.

Desde que nos decidimos por la cuestión de si la ética tiene relación con las comunicaciones electrónicas y, en particular, con la más popular de ellas, Internet, surge otra cuestión no menos importante: ¿quién es exactamente responsable de regulación ética de la Web? El mecanismo democrático para decidir qué actividades son inadmisibles y, por lo tanto, deben ser criminalizadas en un entorno determinado es el gobierno. Los proveedores de recursos y servicios de red deben darse cuenta de que son diferentes de los operadores de telecomunicaciones y servicios postales que brindan servicios privados, porque muchos usuarios utilizan el servicio de Internet al mismo tiempo. Los operadores de servicios de red deben prever todas las formas posibles de uso de los mismos servicios por diferentes grupos de usuarios y cuidar las medidas de seguridad y la observancia de las normas éticas básicas. Además, existen reglas generales simples para varios tipos de comunicaciones electrónicas que cada uno de sus participantes puede seguir.

La moralidad de la red. "Mandamientos" básicos. La red presenta a personas que tal vez nunca se conozcan en la vida real. Pero hay mucha humanidad en el espacio virtual que en la vida real. Las personas a menudo abusan del hecho de que el interlocutor no puede verlos y se permiten cosas que nunca se permitirían en una comunicación normal. Está claro que puede usar Internet para expresarse más libremente, pero no debe olvidar el principio fundamental de la etiqueta de la red: hay personas en todas partes en Internet, y antes de escribir algo ofensivo, debe pensar si sería capaz de decirlo cara a cara. No hay que olvidar que las palabras se fijan en el espacio virtual. Recuerda que estás comunicándote con una persona. La regla de oro, que nos enseñaron de infantes: no hagas a los demás lo que no quieres recibir de ellos a cambio.

Siga las mismas reglas de conducta que en la vida real. En el mundo virtual, hay menos posibilidades de que se atrapen y, a veces, las personas creen que las reglas

de comportamiento en Internet son menos estrictas que en la vida real. Esta declaración falsa se puede explicar, pero sigue siendo falsa. Los estándares de comportamiento pueden diferir en diferentes puntos del espacio de la red, pero no son más suaves que en la comunicación tradicional. Es mejor seguir la ley tanto en la vida real como en la vida virtual. Hay que mantener la personalidad. En la vida real, la mayoría sigue ciertas leyes, a veces por limitaciones internas, a veces por miedo a que les atrapen.

Usando **las ventajas del anonimato**, es posible que otros no vean el color de sus ojos, piel, cabello; recuerde que sus declaraciones formarán la impresión sobre Usted. No será superfluo recordar la gramática, comprender el contenido semántico de las declaraciones. Cuando quieras decir algo, por ejemplo: "*Creo...*", "*Escuché que...*", pregúntese: ¿por qué no comprobar la fiabilidad de los hechos una vez más? La información no confiable puede causar una tormenta, una ráfaga de emociones en Internet. No ofendas a los demás. Sea paciente y educado. No utilice blasfemias. No se involucre en el conflicto por el conflicto. Ayude a otros donde puede. Es muy efectivo hacer preguntas en Internet, porque muchas personas las ven. Incluso si solo unos pocos "internautas" dan una respuesta calificada, la cantidad total de conocimiento en la Web aumentará. Intercambiar experiencias en la Web es un negocio apasionante. Y la propia Internet surgió del deseo de los científicos de intercambiar de experiencias. No interfiera en los conflictos y no los permita. Las llamas son declaraciones emocionales que muchas veces no tienen en cuenta las opiniones de los demás. Es un mensaje donde el tacto no es lo más importante, pero el objetivo principal es provocar una reacción de los usuarios: "*Bueno, vamos, dime, ¿qué piensas realmente sobre esto?*".

¿Internet prohíbe las llamas? De nada. Las llamas son una vieja tradición de la Red (y la etiqueta no está en contra de las tradiciones). Las llamas pueden traer placer tanto a los autores como a los lectores. Y aquellos que reciben llamas bien pueden merecerlas. Pero la etiqueta está en contra de las llamas que se convierten en guerras verbales: una serie de mensajes maliciosos que se intercambian entre dos o tres participantes en la discusión.

Normas generales de conducta en chats y foros. Los resultados del estudio sociológico mostraron que el 29,9% de los jóvenes acuden a Internet para comunicarse en foros y chats [51].

Del idioma inglés, la palabra "chat" se traduce como una conversación. El chat de Internet es un recurso virtual en el que se puede comunicarse con otros usuarios en tiempo real. Hay diferentes chats - permanentes y temporales, generales y temáticos, profesionales, educativos, juveniles, etc. Un foro es una herramienta de comunicación distribuida en el tiempo. Por regla general, los foros se dividen en temas, y cada una de sus respuestas formará parte de la discusión abierta general de un determinado tema. En el foro, los temas y las respuestas se almacenan durante mucho tiempo, la discusión de un tema puede durar varios años.

Los escenarios de comportamiento en cada tipo de chat o foro variarán. Por ejemplo, los foros y chats profesionales, estrictamente temáticos, requieren ciertas calificaciones y conocimientos, entre los foros de jóvenes existe un anonimato generalizado, a veces permisividad, uso de jerga, etc. Por lo tanto, antes de unirse a una determinada comunidad de Internet, el usuario debe aclarar el algoritmo de acciones y motivos personales para la comunicación, descubra qué quiere exactamente: relajarse, discutir algún tema, simplemente leer los pensamientos de alguien sobre algo, discutir, etc. Luego, dependiendo de la motivación, se puede elegir una u otra herramienta de comunicación. Para convertirse en miembro, debe registrarse para identificarse en el foro o en el chat.

Es bastante simple e implica la creación de **un seudónimo virtual** por parte del usuario, un apodo que el usuario inventa al completar el campo "Nombre". El apodo se puede escribir tanto en letras cirílicas como latinas. Puede ser una palabra derivada del nombre (apellido, nombre patronímico), una forma suavizada del nombre, escrita con el alfabeto latino y varios símbolos (por ejemplo, Alex se convierte en *Ale4k@*), o un "nombre de la corte", un apodo, si es inofensivo. También se puede elegir un apodo, que reflejará ciertos rasgos personales o profesionales de su titular, o tal vez para recordar a uno de sus personajes literarios favoritos. Si escribe el nombre o apellido al revés, recortas o añade varias sílabas, también se puede conseguir un buen apodo.

En chats o foros no se recomienda usar su nombre personal como apodo (si solo que no es raro), ya que en el foro, en el chat de los participantes con el apodo de Elena, María pueden ser muchas y surgirá la confusión.

Lo que se anima en los foros y chats es la tolerancia hacia otros usuarios; cumplimiento de las reglas de recursos, normas éticas universales y derechos humanos; construcciones semánticas simples y comprensibles de los mensajes, brevedad; discusión de temas específicos, problemas y usuarios no específicos; brevedad de información. No vale la pena escribir un ensayo completo si la esencia de la pregunta se puede transmitir en pocas palabras. Por supuesto, la comunicación por chat no es una revisión gramatical, pero los mensajes sin errores suelen causar una buena impresión.

Lo que más a menudo está prohibido en los foros y en los chats: expresiones groseras, obscenas e imágenes personales; crear mensajes que no correspondan al tema del recurso; usar el foro, chatear como un diario personal; crear temas cuyo nombre consiste en texto continuo, un conjunto de letras sin sentido o letras MAYÚSCULAS; abuso de abreviaturas, emoticonos; distribución de enlaces a sitios pornográficos, software sin licencia; uso de apodos, avatares que contengan palabras obscenas y ofensivas, imágenes pornográficas; aclaración de las relaciones.

Foro, chat no reemplazará la comunicación sobre temas serios durante una reunión personal, por lo que no debe usarlos para criticar o criticar a subordinados, amigos, conocidos; amenazas, provocar conflictos entre los usuarios del recurso, difundir información falsa sobre los mismos, etc.; publicitar bienes o servicios, salvo que se trate de un foro especial o concurso publicitario.

Un blog es una forma de web comunicación cuyo contenido consiste en entradas, imágenes o multimedia que se agregan regularmente, o más simplemente, es un diario virtual. Un blog puede ser tanto privado como abierto para lectura; además, los lectores pueden comentar las entradas. Los autores de los blogs se denominan blogueros, y el conjunto de todos los blogs de Internet se denomina blogósfera.

Con los años fueron formadas pautas de comportamiento para los blogueros. Por supuesto, estas reglas son generales, ya que serán ligeramente modificadas o

complementadas en cada blog específico de la Red. Entonces, ya existe el Código del blogger educado:

1. Asumimos la responsabilidad de nuestras propias palabras y de los comentarios que permitimos que se dejen en nuestro blog. No publicaremos material prohibido y eliminaremos los comentarios que lo contengan.

2. No le diremos a nuestro interlocutor virtual lo que no le contamos y que no se atreveríamos a decirle durante una reunión personal.

3. Si la discusión se vuelve demasiado intensa, intentaremos hablar con el interlocutor en privado, antes de responder en público.

4. Habiendo ofendido a alguien, recurriremos a ciertas medidas. En "medidas" en los códigos se refieren a los intentos de llegar a un acuerdo con un interlocutor particularmente emocional "de una manera humana". En el caso de que los comentarios dejados por el interlocutor sean ofensivos, amenazantes, y la persona no pueda calmarse y obligarse a disculparse, los blogueros pueden unir fuerzas con las fuerzas del orden para proteger a la víctima del acosador.

5. No permitimos comentarios anónimos.

6. Ignoramos a los provocadores en línea. Si no reaccionamos a los intentos groseros, perderemos el interés y no dejaremos comentarios.

7. Necesitamos que las compañías en línea alienten más activamente a los usuarios a seguir las reglas para usar el blog.

Redes sociales. Las redes sociales ocupan lugares destacados. Dichos recursos atraen tanto a estudiantes en edad de secundaria como a "internautas" en edad de jubilación.

Es difícil no estar de acuerdo en que las ventajas de los servicios sociales son la provisión de oportunidades para la autorrealización, encontrar personas afines, amigos, comunicación internacional, etc. ¿Dónde están los contras entonces? Los usuarios de estos recursos solo ven la punta positiva del iceberg y se olvidan de posibles peligros ocultos.

La investigación del Instituto Británico de Biología muestra que los procesos fisiológicos del cuerpo humano que ocurren durante la comunicación virtual están lejos

de ser idénticos a los que ocurren durante la comunicación real. A una persona le parece que se está comunicando, y el cuerpo se comporta como si estuviera solo. Tal situación causa mucho más daño al cuerpo que fumar 10 paquetes de cigarrillos por día. El sistema inmunológico sufre este reemplazo virtual de la comunicación real. El equilibrio hormonal se interrumpe, los procesos de pensamiento se deterioran e incluso puede aparecer cáncer.

Los psicólogos, por su parte, afirman que las redes sociales causan un daño enorme a la psique inestable de los niños. Un niño que dedica más de 4 horas al día a la comunicación virtual puede tener dificultades para establecer contactos en la vida real. Durante la comunicación virtual se pierde la importante habilidad de notar y comprender las señales corporales no verbales. Por lo tanto, los niños pueden malinterpretar las intenciones de las personas y meterse en situaciones desagradables situaciones de la vida.

Además de los problemas fisiológicos y psicológicos que pueden surgir, las redes sociales también son peligrosas porque al publicar información personal en las páginas de estos recursos, los usuarios pueden hacerle un gran regalo a un estafador o ladrón. Muy a menudo, en los cuestionarios de los propietarios de las páginas de redes sociales, puede encontrar información completa sobre una persona: números de teléfono, ICQ, domicilios, direcciones de instalaciones de ocio, fotos sinceras, etc.

Si dicha información no está protegida por la configuración de privacidad, estos datos estarán disponibles para cualquier persona. Por supuesto, puede limitar el acceso a su perfil, pero aun así no debe perder la vigilancia y no agregar "amigos" aleatorios a su lista.

Recuerda estar seguro. Una persona que libremente, sin tener en cuenta las normas de seguridad, publica información privada en las páginas de la red, puede convertirse fácilmente en un objetivo para los delincuentes en línea. Antes de escribir algo sobre usted, definitivamente debe verificar si el portal en el que se encuentra el usuario es seguro. Si la dirección comienza con HTTPS (Protocolo seguro de transferencia de hipertexto), el sitio es seguro. El sistema fue desarrollado por *Netscape Communications Corporation* para proporcionar conexiones seguras. HTTPS se usa en

la Web para comunicaciones sensibles a la seguridad (transacciones de pago, inicios de sesión corporativos, etc.).

Respetar el derecho a la correspondencia privada. Ignorar la confidencialidad de la correspondencia es una señal de mala educación tanto en el mundo real como en el virtual. No olvide que se puede rastrear la lectura deliberada de correos electrónicos y castigar al culpable. Por ejemplo, en la práctica de la biblioteca, pueden surgir situaciones en las que los propios visitantes inexpertos le pidan a un empleado del centro de Internet que abra su caja e imprima cierta información. Por ejemplo, mientras los ayuda, no lea las cartas de otras personas, no abuse de su conocimiento, olvide la información que se le ha confiado tan pronto como cierra la bandeja de entrada de otra persona. Pero no todos son como Vd. El consultor debe advertir a la persona sobre los posibles riesgos, tratar de mostrar cómo puede abrir la caja Usted mismo y guardar la información para imprimirla más tarde. En casos extremos, puede aconsejar al usuario que no confíe a nadie su contraseña y que la ingrese él mismo.

Sea consciente de los derechos de autor. No reclame la información descargada de Internet como propia. Por supuesto, Internet contiene una gran cantidad de información, y la tentación de tomar un "trozo" para Usted con impunidad es enorme. Presentar información copiada de Internet como derechos de autor no solo es deshonesto, sino también ilegal. Además, no debe descargar y distribuir fotos, videos y música con derechos de autor sin el pago correspondiente, ya que esto equivale a un robo.

Preste Vd. atención a los términos de distribución de la información, porque ahora más que 140 millones de sitios web utilizan Creative Commons (CC), es decir, licencias de "contenido abierto". Estas son las licencias más conocidas y más utilizadas que cubren una amplia gama de trabajos creativos: audio (música, sonidos, discursos), imágenes, etc. CC ofrece una forma sencilla para que los autores y artistas elijan el método y las condiciones de publicación del trabajo, y para los usuarios condiciones claras de uso de trabajos creativos.

Un elemento integral de dicha licencia es la atestación de autoría (Atribución (BY)). En el futuro, el autor ya puede elegir si permite la creación de obras derivadas

solo con fines no comerciales (No comercial (NC)), o solo con la condición de que las obras derivadas se licencien bajo la misma licencia (Compartir bajo la misma licencia), SA), o tal vez no prohíba en absoluto la creación de obras derivadas y solo permita el uso de la obra original (No Derivatives (ND)).

No abuse de sus oportunidades. Algunos "internautas" se sienten como profesionales. Son ases en todos los juegos de red, expertos en todas las oficinas, administradores de sistemas en todos los sistemas. Dotados de mayor conocimiento o autoridad, estas personas automáticamente tienen una ventaja. Sin embargo, esto no significa que puedan usarlos. Por ejemplo, los administradores del sistema no deben leer el correo privado. Los mensajes y moderadores de foros o comunidades no sirven para influir en el curso y los resultados de concursos o encuestas.

Aprende a perdonar los errores de los demás. Todos fueron novatos alguna vez. Si nota un error, es mejor informarlo en privado. No sea arrogante y orgulloso. Vd. puede demostrar la etiqueta de la red sin romperla.

Memes de internet. Meme (de inglés "meme") es una unidad de información cultural, transmitida de una persona a otra por medio de la imitación, el aprendizaje y similares. El meme de Internet, el fenómeno de la difusión espontánea de cierta información en Internet por todas las formas posibles (correo electrónico, en mensajeros, foros, blogs, etc.), comenzó a utilizarse a mediados de la primera década del siglo XXI. Los memes de Internet también se consideran nuevos conceptos que surgieron a raíz de la difusión de información sobre ellos.

El término meme fue introducido en 1976 por el biólogo y divulgador científico inglés Richard Dawkins en el libro "El gen egoísta". En esta exploración científica el científico extrapola el concepto de genética al entorno de la información y llama meme a una unidad de información cultural que puede "reproducirse". El investigador planteó la idea de que toda información cultural se compone de unidades básicas -memes, al igual que la información biológica- de los genes; y al igual que los genes, los memes están sujetos a selección natural, mutación y selección artificial [37].

R. Dawkins argumentó que la "fertilidad" y la precisión relativa (a diferencia de la precisión absoluta de los genes) son importantes para los memes en la reproducción.

Entre los ejemplos de memes, nombró melodías, ideas, palabras de moda y expresiones, métodos para cocinar sopa o construir arcos, pero también conceptos sobre Dios y la teoría de Darwin. Los últimos ejemplos, sin embargo, reproducen complejos completos de memes o complejos de memes. Entonces, los memes existían incluso antes de Internet. En aquel entonces, los lingüistas los llamaban eslóganes, clichés lingüísticos e incluso paremias. Seguidor de R. Dawkins, el filósofo social D. Dennett aclara la definición de meme y señala: es una formación compleja que se organiza en una unidad separada y memorable. Se despliega con la ayuda de manifestaciones externas, que son la expresión del meme. Los científicos enfatizan dos lados de un meme: una pequeña forma externa que es fácil de recordar y un contenido interno complejo y culturalmente arraigado. El filósofo afirma que solo se transmite la forma estable, mientras que el contenido es revelado por cada receptor individualmente de acuerdo con la profundidad de la inmersión de la persona en el contexto cultural. Sobre la base de la idea de R. Dawkins, surgió la ciencia de la memética (todavía no reconocida). El concepto y teoría de los memes se desarrolla en el marco de la memética, cuyos partidarios buscan estudiar las causas del origen de los memes y los mecanismos de su propagación. Esta ciencia también plantea el problema del nivel de percepción de los memes y su capacidad de propagación.

Con la popularización de las redes informáticas, los memes obtuvieron un nuevo medio para difundirse y convertirse en la base de un fenómeno social especial: los memes de Internet, que generalmente representan información (textos, enlaces) que los usuarios transmiten voluntariamente entre sí. Por regla general, esto se hace con fines de entretenimiento, pero de esta manera se puede difundir otra información, incluso provocativa o dañina. En nuestra época de rápido desarrollo de las tecnologías de Internet, los memes pueden ser considerados palabras y expresiones, imágenes, ideas, símbolos, conceptos, elementos gráficos, fotos, videos, incluso modales, el estilo de comportamiento humano en el proceso de comunicación por Internet, es decir, cualquier segmento de audio o visual de Internet, una declaración, imagen o sonido que tuviera significado y se difundiera en la Web.

En los últimos tiempos, los memes de Internet se han difundido a través de la blogósfera y los foros, pero también pueden difundirse a través del correo electrónico y traspasar Internet, por ejemplo, a los medios tradicionales. En tales casos, se utiliza el término "virus multimedia". Un meme de Internet en los medios de comunicación y en el vocabulario cotidiano es una frase o información, a menudo sin sentido, que ha ganado popularidad espontáneamente. Los memes, o, como también se les llama, mediavirus, pueden ser versiones de las imágenes o videos más populares, "sazonado" con bromas y comentarios sarcásticos.

Sería un error suponer que cada meme distribuido lleva información útil y que su naturaleza puede interpretarse racionalmente. Por lo general, observamos lo contrario: a un sujeto que no está familiarizado con el contexto de aparición de un meme, a un sujeto que no se comunica en Internet, especialmente en el entorno donde los memes ocurren con más frecuencia (blogs y foros), un meme común y preferido entre los usuarios puede parecer la apoteosis de la tontería. Las fuentes de memes pueden ser eventos y noticias actuales, personajes de películas, frases y declaraciones de personas famosas, declaraciones aleatorias, personalidades famosas. Los últimos años han estado llenos de acontecimientos, y los usuarios de Internet han respondido naturalmente con explosiones de creatividad, con muchos chistes y memes específicos que aparecen en línea.

Como ejemplo pueden servir tales memes como:

Un gato llamado "salsa tártara" (el Estadounidense de Arizona), conocido en Internet como *Grumpy Cat*, protagonizó un anuncio de la comida para gatos Friskis. El primer clip se publicó en YouTube el 22 de marzo y su continuación el 26 de marzo. El meme de Internet Grumpy Cat se volvió viral en 2012. En un principio, se creía que la foto de un gato con una expresión de disgusto en la cara estaba editada en Photoshop. Sin embargo, más tarde se supo que la salsa tártara realmente se ve así debido a posibles anomalías genéticas, aunque el animal está sano. El 14 de octubre de 2014, el usuario @ryooneokrock1 publicó una foto de su conejo mascota con un teléfono en el estómago y escribió que el animal parece un estuche para un dispositivo móvil. Como señaló el autor del tuit, el conejo es muy "similar a Sumahoseku", una marca popular

de accesorios para aparatos electrónicos en Asia. Así nació el nuevo meme de Internet Rabbit-cover.

Meme de Internet Harlem Shake: el Harlem Shake se originó a partir de un video popular publicado en YouTube el 2 de febrero de 2013 por adolescentes australianos. En el video original, personas extrañamente vestidas bailaban al ritmo de la música del productor de Bru-Klin, Baauer. Sin embargo, las parodias de este video ganaron la mayor popularidad. Entonces, por ejemplo, "Harlem Shake" interpretado por soldados del ejército noruego ganó más vistas que el original.

Los usuarios de Twitter de Japón lanzaron un nuevo meme llamado "neko montaj" - "montaje de gato" (el dueño del gato/gato adjuntó una caricatura de ojos dibujada en un trozo de papel a la cara de la mascota. Algunos ya comenzaron a probárselo) perros, hamsters, etc.).

Los compiladores del Oxford English Dictionary reconocieron la palabra de 2013 como selfie, un autorretrato de un teléfono móvil subido a una red social.

Trollface es un meme utilizado para troleear en Internet. Este meme, que representa a una persona "torcida" con los ojos entrecerrados, fue creado por un usuario de Deviantart llamado Whyne.

Originalmente, Whyne iba a interpretar su propia versión del personaje de Rape Rodent. No tuvo mucho éxito, pero el meme resultante rápidamente se hizo popular y se difundió por todo Internet.

El cine moderno también es fuente de una gran cantidad de memes en Internet. 2014 vio el surgimiento del primer meme cinematográfico notable, cuando el director Zack Snyder tuiteó la primera foto de Ben Affleck como Batman, lo que provocó una ola de fotos de ranas entre los usuarios.

No solo los seguidores de Snyder, sino también aquellos que no aceptaron la elección del actor para el papel principal participaron en el entretenimiento espontáneo. Unos meses después, el estreno del teaser tráiler de la película "Star Wars: The Force Awakens" provocó una reacción similar. El encuadre con el sable de luz se volvió viral en Internet en fotografías de ranas de diversos grados de ingenio.

Muchos memes surgen en relación con la aparición de nuevos juegos en Internet. Si, en 2014-2018, el juego aparentemente simple "Flappy Bird", creado por un desarrollador vietnamita, se extendió como la pólvora en Internet. Los comentarios excepcionalmente emocionales de los jugadores no jugaron el último papel en esto. La alarmada decisión del desarrollador de retirar el juego de las tiendas de aplicaciones no hizo más que aumentar la atención de los usuarios: en las tiendas online aparecieron iPhones usados con el juego preinstalado, y el número de parodias pronto empezó a contarse por decenas. Como ha demostrado la práctica, los chistes sobre un juego que no se puede derrotar siguieron siendo divertidos y relevantes, por lo que seis meses después, los desarrolladores rusos crearon otro simulador "Flappy Bird" basado en las noticias sobre la caída del rublo.

Los premios Grammy de 2015 provocaron una reacción violenta de los espectadores y, como resultado, se convirtieron en la fuente de una serie de memes en Internet. Sí, el vestido de Rihanna de Gambattista Valli es similar a uno de los rosas en la imaginación de los usuarios.

La peluca de Nicki Minaj, en el paraguas del video musical de la cantante, en el peinado de Siya, en el cabello de los niños o un pastel de bodas e incluso una toallita. Además, cuando durante la transmisión mostraron una toma general del salón en el que se llevó a cabo la ceremonia, resultó que la ubicación de Rihanna se puede determinar infaliblemente incluso desde tal altura. Además, Kim Kardashian fue criticada por presentarse en la ceremonia con un atuendo que parecía más una bata, y Madonna era demasiado reveladora para su edad. Además, el peinado de la cantante Sia se comparó con un bungalow con techo de paja, un pájaro y un perro, y el peinado de Iggy Azalea se llamó nido, y la propia cantante recibió el apodo de Eggy Azalea.

Una de las fuentes más ricas de memes de Internet son los eventos políticos. Sí, los años 2014-2015 no fueron solo agitados. Probablemente fue el período más agitado de toda la historia de la Ucrania independiente. Los medios de comunicación y las redes sociales reaccionaron con el surgimiento de nuevas expresiones y memes que reflejaban la realidad de manera patética, irónica y, a veces, incluso ofensiva. El objetivo de un meme de Internet es proporcionar un nuevo contexto o incluso una

distorsión, no una reproducción exacta. El componente principal de un meme de Internet es su emotividad, y cuanto más alta es, menos crítica es la actitud del usuario hacia el meme. De hecho, un meme no está lleno de contenido o propósito, pero debido a su naturaleza provocadora, da un impulso para llenarlo con cierta información, estimula la comunicación: "un meme actúa como una plataforma en la que se produce el intercambio de contenido individual. Desde este punto de vista, una comprensión profunda del meme no es absolutamente necesaria para una comunicación exitosa, por el contrario, la diferencia en la percepción crea una oleada de comunicación. Aunque todavía no se comprende la naturaleza de los memes, son la mejor ilustración de lo que ha estado sucediendo y discutido activamente recientemente. Es decir, los memes reflejan estereotipos culturales y fenómenos de la realidad moderna, que resultan relevantes e interesantes para los internautas.

La incapacidad del lenguaje escrito para transmitir toda la gama de emociones afecta significativamente la formación de la jerga informática; de ahí su falta de emoción. Este vacío, sin embargo, se llena con bastante éxito con los llamados **emoticones**, pero la mayoría de las veces los autores de documentos electrónicos los reemplazan con íconos creados con el teclado. Dichos íconos parecen estar de lado, pero la gama de emociones expresadas por ellos es mucho más completa. Los emoticonos son un fenómeno que no se encuentra en ningún otro lugar, excepto en el entorno informático.

Un smiley o emoticón es un símbolo gráfico que se utiliza para expresar emociones. Los emoticonos reproducen el estado de ánimo del mensaje, a veces reduciendo la expresión sarcástica o simplemente agregándola. cierto color estético.

Uno de los primeros intentos de utilizar estructuras tipográficas para expresar emociones fue realizado en 1881 por los editores de la revista humorística estadounidense "Puck", que enumeró 4 emoticonos que transmiten emociones como alegría, melancolía, indiferencia y asombro.

En 1953 aparecieron emoticonos en las columnas del periódico New York Herald.

Con el tiempo, los emoticonos de la "Galaxia Gutenberg" migran al "Universo Cibernético". En 1972, los científicos programadores que participaron en el desarrollo de la red informática educativa PLATO (Universidad de Illinois) intentaron usar pequeños íconos con diferentes expresiones faciales, que se ingresaban en el texto con la ayuda de ciertas palabras clave, durante la transmisión de texto de información. Durante los 4 años de su existencia posterior, se convirtieron en una forma de arte separada de la comunicación escrita electrónica.

La siguiente etapa del desarrollo del emoticón cae a principios de los años 80 del siglo pasado, cuando el empleado de la Universidad Carnegie Mellon, Scott Fahlman, ideó los símbolos :-) y :-(. En ese momento, estaba involucrado en los problemas de inteligencia artificial y las primeras redes informáticas que funcionaron en Estados Unidos desde el año 1982.

Estas redes estaban solo en instituciones educativas y militares. Entonces, el "tablero" creado en una de las universidades estadounidenses fue un prototipo de los modernos foros de Internet, donde se discutía una amplia variedad de problemas sociales. Como era de esperarse, con el inicio del uso de la forma escrita de transmisión de información para la comunicación en vivo, los comunicadores se enfrentaron a un problema natural que está íntimamente relacionado con la falta de un canal de comunicación no verbal.

La expansión a gran escala del uso de emoticonos en el texto impreso comenzó con la aparición de la World Wide Web, en la que en poco tiempo la comunidad de Internet adaptó con éxito ciertos símbolos debido a su sencillez y facilidad de escritura. Los emoticonos se han convertido en un atributo gráfico y estilístico "netiqueta" (del inglés netiqueta = Internet + etiqueta - reglas generalmente aceptadas) comunicación cortés en Internet). Así, se puede afirmar que los emoticonos, al convertirse en parte integral del texto electrónico del idioma, se incluyen completamente en el sistema ortográfico del idioma.

Entre los usuarios, es común una actitud ligeramente irónica hacia este tipo de expresión de emociones, por lo que a menudo recurren a medios enfáticamente expresivos, como el uso de íconos retorcidos o duplicados. Por ejemplo, :)))))))))

significa el grado más alto de alegría, mientras que :/// se usa para denotar depresión profunda. El uso de múltiples signos de puntuación, en particular, un signo de interrogación y un signo de exclamación, se ha vuelto extremadamente utilizado, y si en la correspondencia ordinaria parece inorgánico y algo grosero, en la comunicación electrónica esta forma de expresar emociones es bastante aceptable. Como ejemplo pueden servir tales signos:

:) *expresión facial alegre habitual;*
 ;) *sonreír (un ojo entrecerrado o guiñado un ojo);*
 :-) *una sonrisa, simplemente buen humor;*
 :-)) *risas, alegría;*
 :-D *risa fuerte, prolongada, risa a todo pulmón;*
 ;-) *una sonrisa con un guiño; una sonrisa coqueta y/o sarcástica;*
)) *risa muy fuerte (no se pueden ver los ojos por la risa);*
sesenta y cinco
 :] *una sonrisa de satisfacción;*
 O:-) *sonrisa angelical;*
 :-Soy *sonrisa independiente, opinión propia, consideración;*
 :-(*sonrisa triste; tristeza, insatisfacción, insatisfacción;*
 :< *muy triste;*
 :Es *triste, no hay ningún lugar peor;*
 :(*expresión facial sombría, ira;*
 :_(o :(o :*(*llanto, lágrimas, tristeza, ofensa;*
 >:- *amenazante, enojado, amenazante;*
 >;- *una fisonomía amenazadora y guiñante;*
 >:-[*enojado, con el ceño fruncido;*
 :-> *sonrisa amenazadora, aguda, espantosa, desafiante;*
 >:-> *comentario verdaderamente formidable;*
 >;-> *formidable fisonomía guiñante;*
 :-! *enfermo, con temperatura (a veces lo contrario significa que todo está bien, es decir, OK);*
 :-[*confundido, sonrojado;*
 :-E *enojado (gruñido);*
 :-F *enojado con un diente caído;*
 :-@ *grita;*
 :-P *muestra tu lengua;*
 :-S *declaración inconsistente;*
 :-D *ríete a carcajadas;*
 :-C *no está nada mal;*
 :-/ *infeliz (sonrisa torcida);*

:-O sorprendido (boca abierta por la sorpresa);

%-0 está infinitamente sorprendido (los ojos están fuera de órbita);

:-o ah-oh!;

X hace una mueca, contorsionada tanto por la risa como por el dolor;

D sonrisa amplia (con todos los dientes);

xD reírse a carcajadas;

66

HD el estado de ánimo más inexplicable: desde la tristeza hasta la alegría desenfrenada;

xZ No lo sé;

:-con presencia de ironía o sarcasmo;

:-0 ¡no grites!;

:-q intenta tocar la nariz con la lengua.

:-e decepcionado;

:-d dejó una sonrisa burlándose del lector;

:-\ vacilante;

:-< sin alegría;

:-p mostrar lengua;

:- un beso;*

*:-*8 beso largo;*

:-x o :-X mantén la boca cerrada, guarda un secreto, calla, cállate;

:-c malo;

:-v cabeza parlante;

% %-) mirar la pantalla durante 15 horas seguidas;

8-) ponerse gafas oscuras;

8-) genial, simplemente genial;

B-) ponerse gafas de cuerno;

.-) tuerto;

,-) guiños de un solo ojo;

|-yo duermo;

|^o ronquidos;

|-Oh bostezos;

.;(sin nariz, un grito;

8-| incertidumbre.

Emoticones asiáticos. Además de las sonrisas gráficas a las que estamos acostumbrados, también existe otro estilo para marcar la expresión de las emociones, el estado de ánimo de una persona: los "kaomoji" (emoticones asiáticos). En camino a diferencia de los emoticonos "clásicos", no es necesario darles la vuelta al leer, lo principal la atención se centra en los ojos, no en la boca.

Lista de emoticonos asiáticos:

(^_^) sonríe;

(^_~) guiña un ojo;

(>_<) enojado;
 (=^.^=) gato;
 ^..^ paperas;
 ^}{^ amor;
 (<_>) triste;
 ^_^" avergonzado;
 (-_-#) o (-_-⊗) o (-_-") o (-_-+) o (-_-#) febrero;
 (;_;) o (T_T) o (ToT) llora;
 O_O sorprendido;
 (O_o) o (0_o) están muy sorprendidos

1.6. Los mensajes cortos. La jerga de SMS.

Ya no es posible imaginar nuestro presente sin un método de comunicación como los mensajes cortos (SMS). Nos comunicamos cara a cara cada vez menos. Según la investigación, la comunicación a través de la tecnología digital (móviles, computadoras, tabletas, etc.) se está volviendo cada vez más dominante. Todos los días, varias redes sociales y aplicaciones móviles con la función de correspondencia están ganando más popularidad. Este proceso animó a los jóvenes a crear una nueva forma de comunicación que ha entrado con confianza en la vida de los adolescentes modernos. Ahora podemos hablar con seguridad sobre la existencia de un tipo separado de jerga juvenil: la jerga de SMS.

En general, se definen las siguientes **características principales de este género**: brevedad, concentración relativa de marcadores ortográficos no estándar, es una "pequeña conversación" en la forma, inmediatez en la transmisión y percepción de la información, el carácter privado del contenido, dependencia de los medios de transmisión de la información. Todo esto afecta a la imagen lingüística de los SMS.

Sin embargo, los investigadores de la jerga de SMS están debatiendo el significado de este fenómeno lingüístico para la juventud de hoy. Algunos creen que los SMS tienen un impacto negativo en la alfabetización de los jóvenes, ya que comienzan a usar este lenguaje específico no solo para la correspondencia, sino también para otras áreas de la vida. Otros piensan que los jóvenes desarrollan su ingenio y creatividad en el lenguaje SMS, los adolescentes disfrutan especialmente del proceso de creación activa de neologismos SMS.

Dada la corta historia de los mensajes de texto, la jerga de los mensajes de texto está poco estudiada y debe estudiarse en detalle. El pequeño número de trabajos científicos de científicos nacionales y extranjeros no permite formarse una imagen general de un fenómeno lingüístico como "SMS-slang".

Conclusiones del primer capítulo.

Con el desarrollo de la tecnología y la popularización de varias redes sociales y aplicaciones telefónicas con la función de correspondencia, podemos hablar de una nueva forma de comunicación sociolecta. Los jóvenes son los principales usuarios de estos servicios y los autores de las innovaciones.

Los resultados del análisis teórico demuestra que la comunicación por Internet como fenómeno del siglo XXI tiene un impacto significativo en las actividades de todos y enfluye en la sociedad moderna.

El fenómeno de la comunicación por Internet requiere un estudio profundo y multifacético, se distingue por varios enfoques de investigación, por eso es estudiado por muchas ciencias (informática, lingüística, psicología, comunicación social, etc.). Ahora se puede hablar de que existe un lenguaje propio de comunicación online. Es un tipo específico de comunicación (lenguaje de red, una variedad especial lengua hablada).

La comunicación en el mundo moderno está experimentando cambios significativos, que están asociados con globalización de toda la sociedad humana. La comunicación a través de Internet ha entrado profundamente en la vida social moderna y afecta a diversas esferas de la vida y la actividad. La relevancia del tema elegido se explica por la necesidad de estudio más profundo de características de la comunicación virtual, ya que este tipo de comunicación adquiere gran importancia y poco a poco se convierte en una de las principales especies de contactos personales que debido a la tecnología de la información y sus efectos en el surgimiento de nuevas relaciones sociales.

Cabe señalar que la Internet-comunicación como producto de la actividad humana tiene historia antigua que obtuvo nuevas direcciones y desarrollo. El

surgimiento de Internet puso directamente patas arriba a la sociedad: hoy ha dejado de ser simple sistema de transmisión y preservación de información, y condujo a la aparición de nuevas especies relaciones sociales. Las tecnologías informáticas han influido no sólo en las redes sociales, sino a la actividad de personas de diferentes edades, pero también cambió su comunicación, brindando otras nuevas oportunidades para la interacción de información en la realidad virtual.

Hoy en día, la comunicación por Internet se ha convertido en un tema interdisciplinario de investigación. La mayoría de los científicos distinguen una serie de parámetros de comunicación por Internet, los más importantes son la hipertextualidad, la virtualidad, la distancia, separación en espacio y tiempo, igualdad de estatus de los participantes, combinación diferentes tipos de discurso.

CAPÍTULO 2.

INTERNET COMO MEDIO DE COMUNICACIÓN DE LAS PERSONAS EN LA SOCIEDAD MODERNA

2.1. El lenguaje de la comunicación en Internet.

El entorno lingüístico de Internet es una colección de un gran número de esferas de comunicación no relacionadas que funcionan de forma autónoma y, por lo tanto, el lenguaje de comunicación de Internet es funcional y estilísticamente heterogéneo, distinguido por un gran número de géneros.

Un rasgo característico de la comunicación entre comunicadores humanos es la capacidad de realizar un acto comunicativo de forma anónima, de elegir arbitrariamente un participante para una conversación, lo que reduce los riesgos sociopsicológicos de la comunicación, por lo tanto, dicha comunicación también se caracteriza por la afectividad, frecuentes sin el cumplimiento de las normas literarias y el uso de unidades no codificadas.

El lenguaje de la comunicación en Internet se repone con nuevos lexemas debido a los préstamos (en particular, del idioma inglés: unidad, mensaje), profesionalismos (del lenguaje de los profesionales de la informática: parche, en línea) y palabras de otros grupos de vocabulario.

Los préstamos se utilizan a menudo en la escritura inglesa, transliterados al alfabeto ucraniano. Algunas de las fichas se registran en diccionarios (archivo, cuaderno). Las características morfológicas del lenguaje de la comunicación en Internet incluyen, en particular, el uso activo del imperativo. Los préstamos a menudo usan modelos derivativos de otros idiomas (principalmente inglés). Las construcciones sintácticas son las más sujetas a cambios en el lenguaje hablado, lo que corresponde a la tendencia hacia la simplificación de las construcciones sintácticas, economía de texto cuando se comunica en Internet. Se caracteriza por líneas conversacionales cortas, una estructura sintáctica conversacional específica.

A nivel de organización estilística del texto, son características la ampliación de las funciones del género epistolar, así como la transformación de las formas

tradicionales del estilo conversacional, cuya característica principal es la ausencia de una versión oral del idioma.

Como resultado, las unidades de texto escrito asumen las funciones del lenguaje oral. Este lenguaje se caracteriza por un uso limitado de medios no verbales, por lo tanto, para indicar sentimientos, los comunicadores usan sistemas de signos especiales, incluidos íconos especiales, emoticones, así como signos de puntuación, letras mayúsculas para indicar modulaciones de voz. La organización del texto en el lenguaje de comunicación de Internet tiene a menudo una naturaleza no lineal, que se garantiza mediante el uso de hipertexto.

2.2. Fenómeno psicológico de la comunicación por Internet.

La realidad virtual es más simple que la realidad física y social, respectivamente, las dos últimas en la comunicación por Internet se reducen a un conjunto de características separadas. Dominar y aprender la comunicación virtual es mucho más fácil que la comunicación en la vida real, esto es lo que hace que la comunicación por Internet sea tan adictiva, y esto puede explicar en parte el escape a un juego u otra realidad (reducida). La comunicación por Internet tiene las siguientes características:

1) Anonimato, invisibilidad y sensación de seguridad. J. Suler señala que este tipo de comunicación tiene el efecto de la comunicación libre, dentro de la cual son posibles dos realizaciones: la liberación de emociones negativas y la satisfacción de necesidades destructivas (insultar a otros, piratear sitios web) o la realización de la oportunidad de ser franco y no cerrarse en algunos aspectos muy personales.

2) Simultáneamente con la construcción de su propia personalidad virtual, una persona crea una imagen del interlocutor, que casi siempre no se corresponde con la realidad, ya que simplemente inventa la información que falta.

3) Experiencia sensorial limitada, dificultad para expresar emociones, que se compensa parcialmente con un sistema de signos especialmente desarrollado (por ejemplo, emoticonos).

2.3. Comunicación empresarial por Internet.

Se han desarrollado características específicas en el campo de la comunicación empresarial en Internet. Éstas incluyen:

1. Forma escrita de comunicación. En las conversaciones ordinarias, fuera de Internet, el principal medio de transmisión de información es el lenguaje oral. Las formas escritas de comunicación tienen un carácter auxiliar. En la comunicación por Internet, la carga principal de la comunicación comercial recae en la forma escrita. La forma escrita requiere una formulación más concreta de la opinión, aclaración de la redacción, expresión concisa. Este método de comunicación promueve un estilo de negociación no emocional, sino racional, que es útil en situaciones de conflicto.

2. Citar al entrevistador. Una forma conveniente y común correspondiente de responder a las preguntas planteadas en un correo electrónico es copiar la pregunta y escribir la respuesta directamente después de la pregunta. Tal forma permite evitar malas interpretaciones de lo que se dijo anteriormente y, por lo tanto, aumenta la atención a casi todas las palabras escritas.

3. Desformalización de la comunicación. El estilo de comunicación comercial en Internet permite reducir la distancia psicológica entre los socios. Los marcadores de tal cambio son:

- reducción de información en la firma, de la que se eliminan gradualmente detalles completos y frases coloquiales formales;
- cambiar la dirección al destinatario al comienzo de la carta;
- frecuencia creciente de expresiones menos formales;
- la aparición de emoticonos, símbolos especiales para denotar emociones en el texto;
- tratamiento en "usted".

4. La aparición de información personal en los mensajes comerciales. Un socio comercial puede proporcionar información a otro con un enlace a su propio sitio, blog, etc.

5. Aumentar el número de canales de comunicación. Los socios intercambian no solo correo electrónico corporativo, sino también a través de correo electrónico personal, ICQ, Skype. Una persona se vuelve más accesible.

Sin embargo, cada elemento de este esquema cambia en las condiciones del desarrollo masivo de las comunicaciones en el ciberespacio. Internet "juega" con el

esquema tradicional "fuente - mensaje - destinatario", a veces preservándolo en su forma original, a veces dándole un carácter completamente nuevo. La comunicación a través de Internet puede tomar formas completamente diferentes, que van desde sitios web mundiales propiedad de las principales organizaciones de noticias, servidores de listas dedicados a debates de música folclórica, hasta correspondencia personal entre amigos y colegas.

No siempre la comunicación en Internet es sincrónica (uno a uno, e-mails, chats). Existen formas de comunicación asíncrona uno a muchos (e-mails), de muchos a muchos, (por ejemplo, Usenet: resúmenes, listas de correo, donde se requiere el consentimiento para los correos o una contraseña para ingresar a una aplicación en la que los mensajes se relacionan con ciertos temas).

Comunicación asíncrona, donde normalmente el usuario intenta buscar un sitio para obtener cierta información y aquí puede encontrarse con comunicación muchos a uno, uno a uno, uno a muchos (sitios web, blogs).

El mundo de la comunicación electrónica, como objeto específico de investigación científica especial, tiene una historia corta y al mismo tiempo brillante. Los nombres de N. Luman, M. Castells, M. McLuhan, A. Turen, Y. Habermas, U. Eco pueden mencionarse como representantes de esta dirección. En sus obras, la sociedad se presenta como un mundo de comunicación, en el que las nuevas herramientas de información se convierten en una de las herramientas más importantes para la orientación de una persona en el mundo y la interacción de las personas entre sí. Al mismo tiempo, Internet como nuevo entorno de comunicación deja su huella en los tipos de comunicación del pasado.

2.4. La comunicación de la juventud española y el principio de economía del lenguaje

El desarrollo de las últimas tecnologías tiene un impacto en el desarrollo del lenguaje. El uso de teléfonos móviles, es decir, la función de envío de SMS, ha dado lugar a la aparición de un lenguaje especial de mensajes de textos cortos. Un moderno medio de comunicación de alta tecnología, un breve mensaje SMS enviado a través de un teléfono móvil, despierta el interés de especialistas en el campo de la ortografía y la

estilística, la psicolingüística y los estudios culturales de todo el mundo. Los chats de Internet, además de ser un medio para que los internautas se comuniquen en tiempo real, representan una fuente inagotable de ejemplos interesantes para la investigación.

Han pasado poco más de 20 años desde la invención del mensaje SMS corto. Durante este tiempo, el lenguaje de los SMS ha cambiado radicalmente, y las abreviaturas y los emoticonos han entrado en el uso de millones de personas. Según investigaciones de sociólogos, los jóvenes menores de 25 años son los que más utilizan los mensajes SMS. Es este grupo de edad el que es fuente de innovaciones creativas. En realidad, el lenguaje SMS es un género escrito que cambia no solo las características ortográficas, sino también gramaticales del idioma para acortar las palabras y no exceder el número de caracteres que se pueden colocar en un mensaje SMS.

No se puede pasar por alto que el lenguaje de los mensajes de texto cortos tiene mucho en común con la jerga de Internet, porque fue en los chats de la World Wide Web donde nació esta "escritura cursiva" específica y, como resultado, una forma descuidada de abreviaturas. .

Sin exagerar, se puede afirmar que una de las razones del surgimiento del lenguaje SMS debe considerarse la incapacidad del lenguaje escrito tradicional para transmitir completamente el color emocional del mensaje. Y, de hecho, al intercambiar mensajes, los interlocutores tienen menos oportunidades de comprender completamente al oponente que durante la comunicación oral, que se complementa con gestos y entonación.

Se pueden distinguir las siguientes características de este lenguaje: el uso de abreviaturas rebus, números, símbolos y signos de puntuación para expresar la actitud hacia lo escrito, representación cuasi-fonética del sonido de las palabras. Por lo tanto, el lenguaje de los mensajes de texto tiene características tanto de habla hablada como escrita.

Hay varias razones para usar ese lenguaje. Primero, ahorra tiempo. En segundo lugar, ahorra esfuerzo físico al presionar menos teclas que al escribir un mensaje estándar. En tercer lugar, la posibilidad de realizar el potencial creativo, porque los usuarios suelen mostrar imaginación e ingenio, transmitiendo contenido con la ayuda

de nuevas abreviaturas, símbolos, números, etc. Cuarto, es un sentimiento de pertenencia a un determinado grupo. En primer lugar, los mensajes de texto son escritos principalmente por jóvenes. Quinto, un sentido de conciencia y progresividad.

Los críticos del uso del lenguaje de los mensajes de texto también destacan un motivo como el ahorro de esfuerzo mental. La opinión predominante es que el analfabetismo y la pereza mental son los principales factores detrás de los mensajes SMS. Pero según una investigación realizada por los psicólogos B. Plester y C. Wood de la Universidad de Coventry, los estudiantes que mostraron la mayor habilidad para escribir mensajes de texto fueron los que escribieron de manera más competente en clase.

Entonces, el lenguaje de los mensajes de texto es una manifestación interesante del desarrollo del lenguaje. En la etapa moderna, las personas están comenzando a usar creativamente el lenguaje de los mensajes de texto. Existen sitios web que albergan poemas, cuentos, ensayos, novelas, etc. escritos en este idioma.

2.5. SMS-slang como una nueva forma de comunicación verbal.

La jerga es una creación constante de palabras basada en el principio del juego del lenguaje. A menudo, es el efecto cómico y lúdico lo principal en un texto de argot. Para un joven es importante no sólo "qué decir", sino también "cómo decirlo" para ser un narrador interesante. Además, la jerga juvenil es un fenómeno lingüístico de este tipo, cuya existencia está limitada no solo por ciertos marcos de edad, sino también por parámetros sociales, temporales y espaciales. Se puede argumentar que el vocabulario de la jerga es interesante para el investigador como un fenómeno lingüístico único y como un sistema que refleja los procesos inherentes al vocabulario de la lengua nacional.



En la etapa actual, cada vez más personas comienzan a hablar sobre la existencia de una "jerga de SMS" separada que se desarrolla en diferentes idiomas. En particular, en los EE. UU., la "Iliada" se tradujo a "SMS-slang", en Francia, algunos sitios se presentan en inglés, francés y "idioma SMS". Los mensajes de texto se utilizan para publicidad, notificaciones de bancos y varias empresas, se han creado varios millones de sitios con ejemplos de vacaciones, SMS humorísticos, etc.

En España se creó un proyecto denominado "Diccionario SMS", organizado por la Asociación Española de Usuarios de Internet y de los servicios MSN y Lleida.net (sitios de envío de SMS gratuitos). El diccionario también se llama "lenguaje SMS" - "Exoxtiyxati" ("Hechoportiyparati") [59].

Entonces, este fenómeno ha alcanzado tales proporciones que no puede ser ignorado. Al mismo tiempo, hablar de la existencia del "lenguaje SMS" no es del todo correcto desde un punto de vista científico, ya que utiliza el vocabulario y la sintaxis del idioma nacional, aunque de forma muy distorsionada.

Los científicos definen la jerga de los SMS y chats como un sociolecto, una especie de jerga juvenil, ya que son los jóvenes los principales usuarios de los citados servicios y los autores de las innovaciones en este ámbito [57]. Los siguientes se pueden distinguir como rasgos característicos de la jerga de SMS:

1. Disponibilidad de un canal de transmisión electrónica. Los investigadores occidentales definen este tipo de comunicación con el término "Comunicación mediada por computadora".

2. Indireccionalidad. La comunicación entre los participantes de la comunicación informática se lleva a cabo con la ayuda de medios de comunicación técnicos y electrónicos.

3. Lejanía. La lejanía de los participantes de la comunicación informática entre sí y, por regla general, la ausencia de contacto visual directo entre ellos.

4. Hipertextualidad. En el discurso informático, los textos representan un sistema de hipertexto que consta de nodos (unidades de información) y los enlaces asociativos que se les asignan.

5. Virtualidad. La virtualidad se refiere a la naturaleza icónica y simbólica de la interacción mediada por computadora.

6. Creolización. Significa que no solo se utilizan medios lingüísticos, sino también paralingüísticos en los textos que se presentan en forma electrónica, por ejemplo, dibujo, fotografía, y también se utilizan diferentes fuentes, colores, símbolos gráficos, etc. Transmitir emociones y otros medios no verbales mediante emoticonos. A pesar de la naturaleza mediatizada del discurso informático y la falta de contacto visual directo entre sus participantes, la comunicación informática puede ser bastante emocional, y para estos fines, no solo se utilizan medios verbales, sino también no verbales, que incluyen la transferencia de emociones. , expresiones faciales utilizando "emoticonos", que son signos de puntuación combinados en un orden determinado.

7. Ética y etiqueta informática. El proceso de comunicación se divide en fragmentos separados: actos comunicativos. Un modelo clásico de acto comunicativo es el diálogo, como interacción comunicativa de al menos dos participantes. Los participantes tienen un cierto estatus comunicativo.

La jerga es un fenómeno bastante común y sus raíces se remontan a la antigüedad. Es un medio de comunicación para muchos estratos de la población. Los diferentes grupos sociales tienen su propio estilo de expresión, específico para ese **grupo**.

No existe una definición única de argot. Ha habido repetidos intentos de distinguir entre la jerga y el vocabulario común, o la jerga y la blasfemia.

Según el diccionario académico explicativo del idioma ucraniano, la jerga es una variante coloquial del habla profesional; vocablos o expresiones del argot característicos del habla de personas de determinadas profesiones o estratos sociales, que, introduciéndose en el lenguaje literario, adquieren un marcado color emocional y expresivo.

O. L. Tolstova llama a la jerga "un juego de lenguaje que ayuda a un individuo a declararse en su propia microsociedad y al mismo tiempo a separarse con él del resto de la sociedad" [29].

En el diccionario explicativo, el concepto de "jerga" se define como: "La jerga es un conjunto de palabras y expresiones utilizadas por representantes de determinados grupos, profesiones, etc., que constituye una capa de vocabulario coloquial que no corresponde a las normas del lenguaje literario (como regla en los países de habla inglesa)" [57].

I. Halperin propone entender bajo argot esa capa de vocabulario y fraseología que se manifiesta en la esfera del lenguaje vivo hablado como neologismos coloquiales, que pasan fácilmente a la capa de vocabulario literario coloquial generalmente aceptado [9].

En el "Diccionario de términos lingüísticos" de OS Akhmanova, se propone la siguiente definición: "Argot - 1. Variante coloquial del lenguaje profesional. 2. Elementos de la variante coloquial de uno u otro grupo profesional o social, que, penetrando en el lenguaje literario de personas que no están directamente relacionadas con este grupo de personas, adquieren un especial color emocional y expresivo en estas lenguas"[3].

Según investigaciones, el límite entre el lenguaje vivo, coloquial y la jerga era y es muy móvil, transitorio. A menudo, el estado de una palabra cambia, y lo que se consideraba jerga en las décadas de 1960, 1970 y 1980 ahora se ha convertido en parte del vocabulario cotidiano de las personas. La jerga de los años 60 fue fruto de un mayor interés por la música popular, la euforia constante, los espectáculos, etc. La jerga de

los años 70 contenía una gran cantidad de epítetos relacionados con los perdedores y tenía una connotación negativa. La jerga de los años 80 estaba dominada por palabras relacionadas con el dinero y la especialización profesional.

La característica principal de la jerga es su oposición al vocabulario de la lengua literaria. La segunda característica es el etiquetado grupal de las palabras: una unidad de argot en la mente de un hablante lleva la impronta de una determinada subcultura y está asociada con un determinado grupo social. Así, se puede señalar que la jerga juvenil es un conjunto de medios lingüísticos de alto poder expresivo en constante transformación, utilizados en la comunicación entre jóvenes que mantienen relaciones amistosas, familiares, y actúan como medio de comunicación intragrupal.

Un factor importante en la creación de tokens de argot es la afinidad de intereses de las personas que forman un tipo de esta formación no normativa. De acuerdo con esta característica, las unidades léxicas de la jerga juvenil se pueden dividir en las siguientes: jerga escolar, jerga estudiantil, musical, militar, jerga informática, jerga relacionada con el uso de estupefacientes y bebidas alcohólicas, etc.

La jerga juvenil es la parte más dinámica del sistema léxico de la lengua, que refleja directamente los cambios socioculturales de la sociedad. Los jóvenes, como grupo social de la sociedad, siempre han tratado de contrastarse con el mundo de los adultos, para hacer su discurso más vivo y expresivo. Al mismo tiempo, los jóvenes se guían por la economía de recursos lingüísticos, lo que conduce al acortamiento de palabras, la adición de signos extralingüísticos, etc.

La jerga es el medio por el cual el idioma se actualiza constantemente, agrega nuevos aspectos a los conceptos antiguos, facilita la comunicación y, lo que es más importante, lo mejora, lo hace más comprensible para los demás.

Entonces, hay muchas definiciones de argot, pero no se puede negar que la jerga ocupa un lugar importante en la cultura del habla. Comprender la jerga es un punto muy importante al aprender idiomas extranjeros. Porque son términos de la jerga los que pueden transmitir muy vívidamente ciertas características de una determinada cultura. Muchas expresiones pueden ser modismos, que a primera vista no llevan carga

de información, y para comprenderlos es necesario profundizar en la esencia de la cultura y las tradiciones.

Los mensajes SMS son una alternativa a la comunicación telefónica directa: Los mensajes SMS se utilizan cuando es imposible o se desea evitar el contacto directo o la conversación telefónica con el destinatario de la comunicación. La naturaleza privada de los mensajes SMS, que los distingue cualitativamente de una conversación telefónica, asegura la confidencialidad de la comunicación.

Un aspecto separado e importante del desarrollo de los mensajes SMS es su impacto en el lenguaje estándar. La actividad, el enfoque en la comunicación casual y en vivo contribuyen a cambios en las normas del lenguaje literario en la dirección de su liberalización y generan dudas sobre la inviolabilidad y la obligación de observar las normas literarias, por lo que algunos lingüistas hablan sobre el impacto negativo de Los propios mensajes SMS, que consiste en la limitación del "SMS -slang" y la adaptación de este lenguaje a la vida cotidiana de un individuo. La influencia positiva provocó el surgimiento de nuevas formas lingüísticas debido a la relación entre el lenguaje y las tecnologías modernas.

La capacidad de estar constantemente disponible para la comunicación se ha convertido en un atributo de nuestra vida, en la que el recurso del tiempo se convierte en el más escaso.

La parte del mundo de habla hispana también usa SMS y le gustan mucho las abreviaturas. Pero a menudo tienen que ser descifrados como un código misterioso. Independientemente de la edad, el estatus social y la religión de las personas que escriben mensajes cortos, llamamos al lenguaje de los SMS el lenguaje de la juventud, porque después de todo, el grupo principal de usuarios

Hoy en día, cada vez más personas comienzan a hablar sobre la existencia de un lenguaje de SMS separado, que se está desarrollando dentro de otros lenguajes. Según la investigación de O. L. Tolstova, los medios de expresión utilizados en los mensajes se pueden dividir condicionalmente en dos grupos, según su función en la correspondencia, estos son, respectivamente: medios de economía y medios que contribuyen a acercar la correspondencia SMS a la comunicación oral [29]. El primer

grupo consiste en medios de ahorro. Dado que el texto de un mensaje (el llamado guión) está limitado a 160 caracteres, existe la necesidad de transmitir más información usando menos caracteres y en el menor tiempo posible.

La mayoría de las herramientas de comunicación en los mensajes de texto están dirigidas específicamente a ahorrar tiempo y dinero. Por lo tanto, los truncamientos aquí tienen un carácter hipertrofiado y se distinguen por su variedad, se observan desviaciones significativas de la norma lingüística. Vale la pena señalar que tales medios de expresión, además de la economía, también cumplen la función de codificación. Con su ayuda, los adolescentes hacen que la correspondencia sea incomprensible para las personas que no tienen este sociolecto, en particular para los padres. Por lo tanto, SMS garantiza la privacidad.

El segundo grupo consiste en herramientas que contribuyen a la aproximación de la correspondencia de SMS al habla hablada. La principal diferencia entre la jerga de SMS y otros sociolectos es que es una forma de expresión escrita, no verbal, que es más característica de la comunicación de jerga. En este tipo de comunicación no hay rasgos prosódicos, contacto visual, las palabras son parásitos, este discurso no es espontáneo. También es irreversible, después de enviar un mensaje de texto, ya no es posible agregar o corregir nada, al mismo tiempo, existe la posibilidad de correcciones hasta que se envía el SMS.

Sin embargo, el lenguaje SMS trata de acercarse lo más posible a la forma oral. En particular, la velocidad de recepción de un mensaje de texto es de 6-8 segundos, lo que crea la ilusión de sincronidad y la acerca a la comunicación oral. Los mensajes utilizan estructuras propias del lenguaje hablado (ausencia de construcciones sintácticas complejas, oraciones complejas, omisión de algunas palabras, etc.), lo que contribuye a la creación de un ambiente de comunicación distendida. Las entonaciones elevadas se transmiten con mayúsculas en todo el mensaje: ¡QUÉ DICES!!!!

El acercamiento al habla oral también se ve facilitado por el uso de los llamados emoticonos e íconos: :-), :-D (*sonrisa, risa*), :((*tristeza*), :'((*llanto*), :| (*decepción*), |o (*bostezos*), etc. Tales marcas compensan la falta de contacto visual y añaden expresividad al texto.

2.6. Características del funcionamiento de SMS-argot en español.

Al analizar la correspondencia personal, identificamos algunos rasgos característicos de los mensajes de los representantes de la juventud de habla hispana, entre los que se encuentran:

1. Omisión de vocales. En las palabras más utilizadas, a menudo se puede encontrar la omisión de vocales. Este fenómeno es más común que dejar caer letras consonantes, aunque también ocurre. La mayoría de las veces, se omite la vocal "e", ya que la mayoría de las palabras en español tienen esta vocal. Solo hay cinco vocales en español, y la búsqueda se reduce a solo cinco letras. Por ejemplo: *Hy pso d sa (hoy paso de salir)*. *N se q t abre echo pro t mosqueo n s normal (no sé qué te habré hecho, pero tu mosqueo no es normal)*.

2. Uso de las letras "H" y "E". En español nunca se pronuncia la letra "H", por lo que en los mensajes se puede omitir esta letra, así como la letra "e" al principio de la palabra. Por ejemplo: "*str*" - *estar*, "*n*" - *en*, "*ola*" - *hola*.

3. Liberación de acentos. Para acelerar la escritura, los usuarios suelen ignorar algunas reglas ortográficas, en primer lugar, si estamos hablando de teléfonos móviles, entonces sus teclados tienen una gran cantidad de caracteres y es necesario dedicar mucho tiempo para encontrar caracteres con énfasis gráfico; en segundo lugar, no todos los programas admiten la configuración de la tilde gráfica, por lo que es mucho más fácil y rápido escribir sin ella. Por ejemplo: *dia (día)*; *cual (cuál)*; *móvil (móvil)*.

4. Sin "CH" y "LL". En los mensajes, la combinación de letras "Ch" se reemplaza por la letra "X", y la doble "Ll" por la letra "Y". Por ejemplo: *noxes (noches)*, *yamame (llamame)*, *mxo (mucho)*.

5. Uso de palabras en inglés. En los mensajes puede encontrar palabras en inglés utilizadas en la práctica internacional. Por ejemplo: "*OK*" - *Acepto, está bien*; "*U*" *solía dirigirse a "usted" (en inglés "uou")*. Por ejemplo: *tas OK?* (¿estás bien?).

6. Uso de símbolos matemáticos. Si es posible, debe usar signos o números matemáticos en lugar de expresiones o sílabas, así como una combinación de letras y números latinos, donde "-" significa menos; "+" significa más; "1" reemplaza solo, sola. Debido a que en español fonéticamente los números pueden reemplazar sílabas,

se realiza la siguiente sustitución: se puede escribir "t2", que significará la palabra "todos" y "S3", que equivale a estres. . Por ejemplo: *100pre (siempre); salu2 (saludos)*.

7. Signos de exclamación y de interrogación. Como sabes, en el idioma español están marcados tanto al final como al principio de la oración, pero en los mensajes de texto a menudo puedes encontrar estos signos solo al final de la oración. Por ejemplo: *"¿MK?" (¿me quieres?). Toy zzz qdms en la dsk? bsit2" (estoy dormido ¿quedamos en la discoteca? Besitos)*.

8. Uso de mayúsculas para expresar disgusto e indignación: *¡VAYA! ¡UPSSS!*

9. Abreviaturas. Para acortar y acelerar la escritura, se utiliza una notación que consiste en las letras o números iniciales de una frase. Por ejemplo: *TQITPP (te quiero y te pido perdón)*.

10. Omitir la letra e antes de s, así como después de b, c, d, t. De esta forma, se conserva su sonido fonético (be), (se), (de), (te). Por ejemplo: *stoy (estoy), tngo (tengo)*.

11. Usar k o q en lugar de "que". Por ejemplo: *q (que), kiza (quizá); kdms? (¿quedamos?)*.

12. Reemplazar las combinaciones de letras "bue" en "gue" con w. Por ejemplo: *wnas (buenas), wapa (guapa)*.

13. La sílaba "sa" se reemplaza por la letra k, porque fonéticamente el nombre de la letra y la sílaba son idénticos. Por ejemplo: *ksa (casa), nunk (nunca)*.

2.7. Ventajas y desventajas del uso de la jerga SMS en la vida cotidiana de los jóvenes de habla hispana.

Hay mucho debate sobre la importancia de los SMS para la juventud española actual. Es posible identificar varios aspectos del impacto de los mensajes SMS en la cultura general del habla: el impacto negativo, que consiste en las limitaciones del "lenguaje de los SMS" y la adaptación de este lenguaje a la vida cotidiana de un individuo; un impacto positivo, que está determinado por el surgimiento de nuevas formas lingüísticas que representan la relación entre el lenguaje y las tecnologías modernas; el aspecto social, que refleja las peculiaridades de la comunicación SMS de diferentes estratos sociales de la población según género, características profesionales y sociales.

Según algunos investigadores españoles (S. Betty, J. C. Rodríguez), los SMS tienen un impacto negativo en la alfabetización de los jóvenes de hoy, ya que comienzan a utilizar este lenguaje específico no solo en los mensajes telefónicos, sino también en otros ámbitos de la vida. El uso de SMS tiene un efecto negativo en la escritura de los jóvenes, en particular, los científicos notan un aumento en el número de errores ortográficos, falta de puntuación, vocabulario simplificado. Esto, a su vez, conduce a la primitivización del pensamiento y la degradación general [33].

Uno de los investigadores de los mensajes de texto SMS señala que el formato especial del canal SMS forma una nueva forma no solo de comunicación, sino también de pensamiento. Al mismo tiempo, este lenguaje viene muy bien a la hora de escribir una sinopsis, mensajes de texto, es una alternativa a la taquigrafía.

En el lenguaje SMS, los jóvenes españoles muestran su creatividad e ingenio. Vale la pena señalar que para los jóvenes la función del juego de lenguaje es casi la más importante. Los jóvenes disfrutan del proceso y la posibilidad de la creatividad. Esto se evidencia en el hecho de que algunas innovaciones no cumplen la función de economía (por ejemplo, *escribir k en lugar de c, moxu (niña), 1000+o (emilio), etc.*), también hay algunos íconos que solo aumentan el número de caracteres impresos y no llevan ninguna otra función que el juego de lenguaje ##### (cremallera), (((((((((((((((((((¿dóndeestoy?).

La trascendencia del fenómeno del argot SMS también se pone de manifiesto con la aparición en el argot juvenil español de tokens para personas que escriben en estilo SMS y con gran número de errores ortográficos: elhoygan, elchater.

Como vemos, la creación más activa de neologismos tiene lugar en este ámbito, además, se producen todo tipo de innovaciones gramaticales y gráficas. Hemos destacado las siguientes funciones principales de la jerga de SMS: función de economía, enfoque del habla oral, codificación, función de juego de lenguaje.

Los lingüistas enfatizan que los medios de comunicación influyen en la elección de los medios lingüísticos. Por lo tanto, surge el concepto de "cultura lingüística de la comunicación por SMS", que determina la influencia de la comunicación por SMS en

el desarrollo de la cultura general del habla no solo de un determinado estrato social, sino de la sociedad en su conjunto.

Un aspecto separado e importante del desarrollo de los mensajes SMS es su impacto en el lenguaje estándar. La actividad, el enfoque en la comunicación en vivo, la comunicación casual contribuyen a cambios en las normas del lenguaje literario en la dirección de su liberalización y plantean dudas sobre la inviolabilidad y la obligación de observar las normas literarias, por lo que algunos lingüistas hablan sobre el impacto negativo de SMS mensajes mismos.

Entonces, el desarrollo de tecnologías modernas condujo al desarrollo de la comunicación SMS entre todos los segmentos de la población; La comunicación por SMS se ha convertido en una forma común de comunicación entre personas al igual que las cartas, los correos electrónicos y la comunicación cara a cara; La comunicación por SMS afecta el desarrollo y la mejora del lenguaje estándar, que tiene características positivas y negativas.

La jerga juvenil, como tipo de subcultura lingüística, tradicionalmente atrae la atención de filólogos nacionales y extranjeros por su colorido emocional y expresivo, brevedad, imaginaria, etc. Sin embargo, la definición de este concepto se ha aclarado y cambiado con el tiempo.

Así, la lingüista ucraniana Olena Selivanova define la jerga como un sistema léxico no literario que representa una sinonimia expresivo-evaluativa paralela, a menudo estilísticamente reducida, de las designaciones de conceptos bien conocidos y pertenece a una determinada subcultura social; una especie de sociolecto [27, 560].

El investigador español M. Casado define este término como un sistema de fenómenos lingüísticos (principalmente a nivel de vocabulario) que caracterizan el habla de amplios estratos juveniles como manifestación de solidaridad por edad e identificación grupal [34].

En la terminología española existen varios conceptos cuasi-sinónimos que están bastante vagamente delimitados: jerga juvenil, lenguaje juvenil, jerga urbana, argot urbano, slang.

En el marco de nuestro estudio, para caracterizar las formas de habla juvenil, utilizamos el término “jerga” como el que corresponde con mayor precisión al contenido, ya que la jerga se asocia principalmente con la juventud.

Los jóvenes utilizan activamente la jerga en la comunicación por SMS y en los chats. Es un tipo especial de comunicación que utiliza, aunque de forma ligeramente distorsionada, el vocabulario y la sintaxis del español común. Sigue la aplicación del principio de economía lingüística para transmitir la mayor cantidad de información posible en el menor tiempo posible.

La jerga de los SMS y chats se distingue por el rechazo a las normas ortográficas generalmente aceptadas, el uso de la ortografía como recurso expresivo adicional, el uso de símbolos matemáticos, números, diversas generalmente aceptadas, así como algunas propias de ésta, abreviaturas, en su mayoría creado sobre la base de combinaciones de palabras, el rechazo del uso de la puntuación, la falta casi total de letras mayúsculas, incluso en nombres y títulos.

También O. O. Potebnya notó la unidad en el lenguaje de los procesos de simplificación de ciertas unidades y formas y la aparición de otras nuevas. En los escritos de O. Potebny, se destaca un problema que luego se considerará en el contexto de la economía del habla y "la búsqueda del menor esfuerzo": la simplificación de la fonación. Según el lingüista, el gasto de esfuerzo en la pronunciación de un sonido se justifica sólo en la medida en que sin él no se puede "mantener el significado frente a uno mismo", y el límite que no puede traspasar la reducción es la comprensibilidad para el receptor. Dado que está determinado no solo por los medios lingüísticos de formular el pensamiento, sino también por una serie de otros factores de la situación comunicativa, señala que el límite de reducción no es constante, sino variable [23, 75-76].

En la lingüística ucraniana se considera el principio de economía en el contexto del problema del progreso del lenguaje. (Bulakhovskyi). Él cree que el lenguaje que da el "resultado deseado" con un mínimo gasto de energía es más perfecto que otros, pero advierte contra la posible absolutización de esta posición. [6, 222].

Como señala O. O. Selivanova, la economía lingüística (es decir, la reducción del número de medios lingüísticos o su reducción) se justifica si no va acompañada de cambios cualitativos en el contenido del mensaje, lo que es posible a condición de que las unidades verbalizadas asuman la carga de significado de reducidos; o la información comprimida puede ser decodificada por el receptor debido a su conocimiento previo o su competencia comunicativa, experiencia compartida con el hablante, etc. [27, 441]

Sin duda se presta gran atención a la acción del principio de economía del lenguaje, se reconoce su importante papel y gran importancia pragmática para el funcionamiento del sistema lingüístico. En particular, en el marco de los enfoques cognoscitivos y pragmáticos que se desarrollan activamente en la lingüística española, se fundamenta la necesidad de abandonar la visión de la economía sólo como tendencia a la minimización del trabajo o como consecuencia de la pereza humana. El principio de economía se considera como una combinación de dos tendencias opuestas: economía del plan de expresión y economía del plan de contenido, teniendo en cuenta la influencia mutua de ambas partes activas: el hablante y el que percibe el discurso.

El lingüista francés A. Martine señaló el hecho de que el principio de economía opera en todos los niveles del lenguaje. Subraya que las necesidades prácticas de la comunicación presuponen una redundancia constante o significativa de la forma del lenguaje, característica de todos sus niveles [59, 537]. De modo que el principio de economía opera en todos los niveles principales del lenguaje: fonético, léxico, sintáctico.

En la jerga de los mensajes SMS y chats de la juventud española se nota la presencia de simplificación de diptongos y asimilación a nivel fonético. Muestra la ausencia de h y la omisión de vocales: *hl - hasta luego - see you, msj - mensaje - message, el diptongo ua se sustituye por la letra w, que no es propia de la ortografía española: iwal - igual - the same , también.*

Un ejemplo de economía lingüística a nivel léxico es la reducción de palabras, varios tipos de abreviaturas. Después de todo, el reemplazo de una unidad léxica con un código peculiar que surge en el proceso de reducción contribuye no solo a la

racionalización de la actividad del habla de los hablantes nativos, sino también a la optimización de los procesos de formación de palabras. El concepto de "abreviatura" incluye tanto el proceso como el resultado del proceso de truncamiento, contracción de fonemas y morfemas de palabras y frases sin cambiar su significado léxico-gramatical. La formación de una versión más corta de una unidad léxica con el fin de su uso posterior como lexema independiente se debe al deseo de los hablantes de simplificar formalmente un signo lingüístico (especialmente cuando es clave y se usa a menudo dentro de un mensaje determinado). Por ejemplo: *k — que — what, lg — lugar — place*.

La abreviatura es otra forma de ahorrar recursos lingüísticos. Consiste en acortar los términos sintagmáticos a sus letras iniciales. En la jerga moderna de la juventud española, que utilizan para comunicarse en mensajes de texto y chats, existen abreviaturas específicas que muchos no entendían al principio, pero que con el tiempo se hicieron comunes. Por ejemplo, *asds - al salir de clase - after school es una abreviatura muy utilizada por los escolares, TQM - te quiero mucho - es utilizada por los adolescentes, y BCN - Barcelona - Barcelona - no todo el mundo conoce esta abreviatura ahora*.

A nivel sintáctico, la economía lingüística se manifiesta en el hecho de que al redactar mensajes de texto y en chats, los hablantes utilizan oraciones simples u oraciones sin conjunciones. También observamos un fenómeno peculiar cuando una abreviatura reemplaza una oración completa: *TQITPP — te quiero y te pido perdón — te amo y te pido que me perdones; o las oraciones forman dos letras: tq — te quiero — te amo*.

En el lenguaje de los chats y SMS, también hay un proceso de convergencia de formas de comunicación orales y escritas, en relación con las cuales se utilizan la puntuación y la ortografía para transmitir información emocional y evaluativa y significados adicionales.

La ortografía tradicional española se basa en una combinación de los siguientes principios: fonético, fonológico, etimológico y tradicional. Los cambios ortográficos en los textos en línea reproducen principalmente el principio fonético (*muy wueno = muy bueno, muy bueno, pa quedar = para quedar, para quedar muchas veces*

ignorando el fonológico (*combersar* = *conversar, comunicar*) tradicional (*aces* = *haces*) y etimológico (*k* = *que*). Al mismo tiempo, aparece un nuevo principio de organización ortográfica: icónico, es decir, el uso de letras o símbolos aritméticos como signos, cuyo significado es el grafema mismo (x, + o -; 100), y el significado es la imagen sonora correspondiente (x = *pop* ; + = *mas* 100*pre* = *siempre*).

Así, el proceso de economía lingüística se expresa claramente en la jerga de la juventud española en mensajes de texto y chats. Se manifiesta en todos los niveles básicos del lenguaje. La economía lingüística incluye fenómenos y procesos cualitativamente diferentes, cuya base común es, en primer lugar, la eliminación de elementos informacionalmente redundantes con la ayuda de la economía de los medios del lenguaje formal y, en segundo lugar, la economía de la actividad cognitiva del receptor debido a la presencia de construcciones tipificadas y figurativas y la correcta distribución de la carga comunicativa.

Maneras de ahorrar dinero en mensajes SMS.

Sobre la base de la investigación realizada, distinguimos dos tipos de economía lingüística en la jerga de SMS y chats: métodos de economía que no afectan la comprensión del texto, métodos de economía que conducen a una especie de codificación de un mensaje de texto .

Entre las formas de ahorro que no afectan la comprensión del texto, destacamos las siguientes.

- 1). Descuido o rechazo total de los signos de puntuación.
- 2). Falta de acento y tilde (*mnn* — *mañana, dia* — *día*)
- 3). Ausencia de h: *aora* (*ahora*), *oy* (*hoy*), *echo* (*hecho*).
- 4). Usando y en lugar de ll: *yamare* (*llamaré*), *yamam* (*llámame*), *yaves* (*llaves*), *yegams* (*llegamos*).
- 5). Usando k en lugar de que y c: *k bno* (*qué bueno*), *k tl?* (*¿qué tal?*); *Kasa* (*casa*), *kand* (*cuando*).

Formas de guardar, lo que lleva a una especie de codificación de un mensaje de texto.

- 1). Omisión de vocales. Ejemplo:

Y pso. Tngo mvid fmily sbdo. Bsss wps. Kuntam en chat. (Yo paso, tengo movida familiar el sábado. Besos guapos. Cuéntame en el chat. Soy paso, nos reunimos en familia el sábado. Besos, cariño. Cuéntame todo en el chat).

2). Los nombres de las letras del alfabeto se usan para denotar sílabas (*k — [ca], t — [te], m — [me], q — [cu]*).

Hola wpa! QTL? Estoy bien xo os exo de —! Yo no m qria sparr de vos! T mandao Ie-mail xo cro qn ta yegao m e-mail! Bsos. (¡Hola guapa! ¿Que tal? I'm ok pero os echo de menos! Yo no me quería separar de vosotros! Te he mandado un e-mail pero creo que no te ha llegado mi e-mail! Besos. Hi, beautiful !Cómo estás? Estoy bien pero te extraño (te extraño) ¡No quería romper contigo! ¡Te envié un correo electrónico pero probablemente no lo recibiste! ¡Besos).

Tenga en cuenta que la letra *k* no es para nada característica de la ortografía española, se usa porque se encuentra más cerca del teclado.

3) Reemplazando *ch* y *ll* con *x* e *y*.

Os exo de — mxos bss. (Os echo de menos, muchos besos. I miss you, kisses).

4). Uso de símbolos matemáticos: *— y +* como *menos y mas*, *=* como *igual*, *x* en lugar de *por*: *ad+* (*además, además*), *d+iao* (*demasiado, también*), *=* (*igual, igualmente*), *MD=* (*me da igual, no me importa*), *t exo d -* (*te echo de menos, te extraño*).

5). Usando *x* en lugar de *por* y *ch*: *xq* (*porque, porque*), *xfa* (*por favor, por favor*); *mxxo* (*mucho, muchos*), *xata* (*chata, niña*).

6). Ausencia de parte o todas las vocales en una palabra: *crvz* (*cerveza*), *ns vms* (*nos vemos*), *qdms n la dsk* (*¿quedamos en la discoteca? ¿Nos vemos en la discoteca?*), *bn* (*bien, bueno*), *bss* (*besos, tsomky*), *cmo stas?* (*¿como estas como estas?*).

7). Coloque *e* antes de *s*: *star*, *escribir*, *stirar*, *scuxar* (*estar, escribir, estirar, escuchar, be, write, pull, listen*).

8). Uso de números: *NT1D* (*no tengo un duro, no hay dinero*), *a1k* (*aunque, a pesar de*), *salu2* (*saludos, hola*), *TPN3* (*te penetré, te entiendo*), *B7* (*besitos, lindo*), *a10* o *a2* (*adiós, adiós*), *100pre* (*siempre, siempre*).

8). Abreviaturas y acrónimos tomados del inglés LOL (*Laughing Out Loudly*), *IMHO* (*In My Humble (Honest) Opinion*), *OMG* (*Oh, my God! - My God!*); y en castellano puro: *LAP* (*lo antes posible*), *MK* (*¿me quieres?*), *TQITPP* (*te quiero y te pido perdón*), *NTC* (*no te creas*), *fds* (*fin de semana*).

Cabe señalar que los métodos de economía que conducen a una especie de codificación de un mensaje de texto requieren un estudio detallado, ya que si uno de los hablantes no conoce este código, no podrá comprender lo que se dice.

Así comentan algunos informantes las peculiaridades del lenguaje SMS. “Lo veo MUY EXTREMADAMENTE complicado porque cada uno usa abreviaturas diferentes y muchas veces la misma palabra significa dos cosas, y lo digo como una persona que usa mucho el lenguaje de los SMS”. (Me parece extremadamente difícil, porque cada interlocutor usa diferentes abreviaturas y, a menudo, la misma palabra significa cosas diferentes, lo sé porque yo mismo uso mucho el lenguaje SMS). “X ej no pdria scribr sto si no ablara sms en ms amios y family tmb, pro la vdd s l lnguaj q qesta muxo ntndr si no tas costumbrao, io no 100pre lo uc pro en l time ia lo scribo qik aunq cq no too l mund lo usa asi m parc q = ment eso mpeora ls coss. (Por ejemplo, no podría escribir esto si ho hablara sms con mis amigos y familia también, por la verdad es un lenguaje que cuesta mucho entender si no estás acostumbrado, yo no siempre lo uso pero con el tiempo ya lo escribo quick. Por ejemplo, *Yo no sería capaz de escribir así si no me comunicara vía SMS con mis amigos e incluso familiares, este idioma es realmente difícil de entender a menos que tengas el hábito, no siempre lo uso, pero con el tiempo aprendí a escribirlo rápidamente*).

Por lo general, en un mensaje de texto puede ver el uso de todas o la mayoría de las herramientas de ahorro de idioma que destacamos: *i a to2 ace 1 xla +trd?* (*Hola a todos ¿Hace una chela más tarde? Hola a todos. ¿Hasta luego?*). En este ejemplo no hay h, se usan números y signos matemáticos: 2 (*dos*), 1 (*una*), + (*más*), se usa x en lugar de ch, se truncan las vocales.

Así, el lenguaje de los mensajes SMS es un claro ejemplo de la máxima aplicación del principio de economía del lenguaje. Sin embargo, debemos tener en cuenta que, en ocasiones, el deseo del hablante de acortar una palabra conduce a la

creación de un texto que necesita ser descifrado en lugar de leído, por lo que se realizan un número significativo de sustituciones ortográficas. Por lo tanto, es imposible hacer al menos una imagen relativamente completa de la ortografía de "computadora": cada minuto, la lista se repondrá con nuevas opciones de ortografía, nuevos enfoques para lograr la máxima brevedad del lenguaje.

Características comunicativas de los chats en español.

El lenguaje de los SMS ha influido en el lenguaje de la comunicación en línea en Internet, especialmente en las salas de chat, donde la velocidad del diálogo a veces es tan alta que los interlocutores tienen que recurrir a diversas formas de ahorrar medios lingüísticos.

Al analizar las características de los textos de comunicación en Internet, descubrimos una serie de tendencias que caracterizan el idioma del chat en español, y también comparamos la frecuencia de su uso en chats y mensajes SMS. Así se puede ver el impacto de la cultura SMS en la comunicación por Internet. En base a los estudios mencionados, podemos concluir que el lenguaje de la comunicación virtual no es nuevo y proviene del lenguaje de los mensajes SMS, gran parte del cual pertenece a la jerga juvenil. Sólo el método de comunicación en sí es nuevo. La forma de presentación depende de la edad del usuario y de su destinatario, básicamente, cuanto más jóvenes son, más se satura su comunicación con diversas abreviaturas. Este lenguaje se desarrolla muy rápido y cambia todos los días, porque no existen normas como tales y cada usuario puede influir en su desarrollo mediante el uso de nuevas palabras y variantes de abreviaturas.

En la cultura de la comunicación española, el afán de economía ha dado lugar a resultados peculiares. Los rasgos característicos del diccionario SMS de otros idiomas (inglés, francés) son muy diferentes al español. Así, si el diccionario de SMS en inglés se caracteriza por la "fonética alfanumérica" (*4U en lugar de "para ti"*), y el francés se caracteriza por ignorar las "letras mudas", entonces las palabras de Internet en español pueden describirse como una especie de jeroglíficos de letras, abreviaturas criptográficas condicionales específicas, que a menudo son difíciles de interpretar y son el resultado de un "cifrado generalmente aceptado".

En mensaje a menudo se utilizan los siguientes medios de economía del lenguaje: *el uso de k en lugar de que, x en lugar de por, la omisión de vocales, el uso de números y símbolos matemáticos.*

En base a esto, observamos que las principales características de la cultura SMS española influyeron en la comunicación por Internet. Aunque parecería que no existen restricciones en el idioma de comunicación en Internet que determinen la especificidad de la comunicación por SMS: el problema de limitar el número de caracteres y el problema de ahorrar dinero, que se encuentran entre los factores de la economía lingüística en Mensajes SMS. Sin embargo, por regla general, los aspectos específicos de la comunicación por Internet los dominan los jóvenes que, a través de la investigación, llegan a crear tradiciones de comunicación por SMS. Al no tener problemas para ahorrar volumen de texto y recursos en la comunicación por Internet, suelen recurrir a métodos ya dominados de comunicación por SMS para aumentar significativamente la velocidad de reacción en la comunicación en línea, lo que a su vez permite alcanzar la velocidad de reacción a la respuesta del interlocutor, como en el caso del discurso oral.

La comunicación en los chats de Internet es rápida y simplificada. Esto se evidencia por la sintaxis cercana a la telegráfica, el rechazo de las letras mayúsculas, los signos de puntuación y el uso de una gran cantidad de abreviaturas.

Dado que la comunicación se realiza en tiempo real, se dedican hasta 30 segundos a formular una opinión. Así, una charla no es más que una improvisación literaria en la que unos hablantes utilizan el principio de economía lingüística.

Por tanto, en el lenguaje de los SMS y chats de la juventud española se utiliza mucho el principio de economía lingüística. Los ejemplos discutidos y la encuesta anónima muestran que esta forma de expresar una opinión tiene ventajas y desventajas. Entre las desventajas se encuentra un tipo de codificación que resulta incomprensible para muchos hablantes mayores o extranjeros. Sin embargo, también hay ventajas. Puede aplicar estos métodos de ahorro al escribir apuntes de conferencias, al realizar entrevistas, cuando necesite codificar rápidamente y, lo más importante, para que otros escriban información importante.

2.8. Peculiaridades específicas linguopragmáticas de la comunicación por Internet.

Los recursos de la "World Wide Web" actúan como nuevos medios culturales. Estos medios "median las actividades vitales de una persona y pueden influir no sólo en la formación de la personalidad, sino también en sus funciones mentales superiores". Internet no es sólo un medio, sino también un entorno de comunicación específico. Con su ayuda, las evaluaciones y opiniones se transforman en acciones sociales apropiadas de individuos y grupos. Los usuarios de Internet realizan varios tipos de actividades en el ciberespacio: cognitivas, lúdicas y comunicativas. Al ser una "comunidad cerrada", Internet es una esfera específica de comunicación. Por un lado, actúa como comunicación virtual y, por otro, es una extensión del mundo real. La comunicación virtual es una interacción comunicativa de sujetos que se produce con el uso de una computadora, como resultado de lo cual aparece un modelo específico de la realidad, que "se caracteriza por el efecto de la presencia de una persona en ella y permite actuar con imaginarios". y objetos reales". Este tipo cualitativamente nuevo de "interacción comunicativa de sujetos" muestra serias diferencias con la comunicación interpersonal y de masas. Se originó, funciona y se lleva a cabo en un entorno virtual. Por esto, una de las características más importantes de la comunicación virtual es la comunicación simultánea diádica (bidireccional) con un gran número de participantes. Este hecho está determinado por los procesos permanentes de aumento de la velocidad y volumen de la información transmitida, lo que permite a los comunicadores abordar el proceso con mayor selectividad. Al mismo tiempo, se están transformando las formas y métodos de comunicación.

Los medios lingüísticos están enormemente simplificados. Aparecen variantes truncadas de palabras. Las normas lingüísticas no se observan tan estrictamente. Por un lado, los fenómenos mencionados contribuyen a la aceleración de los procesos de interacción. Por otro lado, determinan ciertos problemas relacionados con la corrección de la percepción de dicha información por parte de todos los comunicadores. Hasta cierto punto, la comunicación informática se caracteriza por: a) la ausencia de contacto visual; b) alto nivel de anonimato; c) débil regulación social del comportamiento

verbal, eliminación de rígidas convenciones sociales y fronteras culturales; d) la complejidad del componente emocional de la comunicación en combinación con un esfuerzo persistente por llenar emocionalmente el texto.

La comunicación por Internet es una nueva formación lingüística que se está desarrollando rápidamente. Este desarrollo se produce en la dirección de la intensidad y diversificación de métodos y formas. La comunicación por Internet se caracteriza por una serie de características (diversidad comunicativa, multifuncionalidad, dinamismo) y hoy, en términos de poder de influencia en otras áreas de la comunicación, muy probablemente prevalece sobre el resto. Debido a esto, la descripción de las características específicas de la comunicación por Internet y del discurso mediado por computadora permite hacer una descripción completa de las características específicas de la existencia lingüística moderna. En la etapa actual de desarrollo del pensamiento científico, está creciendo el interés en diversos aspectos del estudio de la lingüística informática y las comunicaciones por Internet.

El ciberespacio es un lugar de implementación específica del sistema lingüístico. El surgimiento de altas tecnologías proporciona motivos para afirmar el surgimiento de un tipo de lenguaje funcional especial: el lenguaje que satisface las necesidades de comunicación en el campo de los medios de comunicación electrónicos. El idioma de Internet (idioma de Internet) es un tipo de idioma nacional. Se utiliza en un entorno específico de Internet y es un sistema autoorganizado complejo, abierto, no lineal, que está formado por medios fonéticos, léxico-fraseológicos y gramaticales, cuyos parámetros están determinados por factores característicos de Internet. Internet es un campo multifacético donde funciona el lenguaje humano natural. La observación de los procesos de tal uso del sistema lingüístico permite determinar algunas de sus características expresivas, determinadas por el dinamismo funcional, una serie de nuevas tendencias que operan en su organización comunicativa y pragmática. En la tradición científica de habla inglesa, el idioma de Internet se denomina "lenguaje electrónico", "*e-talk*", "*estilo cableado*", "*geekspeak*", "*netspeak*", "*lenguaje de Internet*". La presencia de nombres de variables atestigua los procesos de formación del propio objeto de investigación y su sistema terminológico. En términos de

investigación lingüística, Internet abre amplias perspectivas para considerar el lenguaje en su aspecto comunicativo.

Por lo general, el principal portador de información durante la comunicación en red es el texto escrito (en Instagram, por ejemplo, la carga principal recae en la fotografía). El texto escrito en Internet tiene un carácter criollo (semióticamente complicado), ya que (la formación verbal) va acompañado de una serie de componentes adicionales del plan visual (formato visual o de audio), que permiten expresar más plenamente la opinión del remitente de la información, para presentarla en la mayor gama posible de emociones y sentimientos.

El aumento en la proporción de visualización de texto está determinado por las necesidades de la comunicación moderna. Hoy en día, las ilustraciones se utilizan cada vez más como elemento de creación de textos.

La hipertextualidad del texto de Internet es una de sus características distintivas. Al llevar hipervínculos, el texto de Internet, por un lado, garantiza la movilidad para dirigirse a otro texto asociado asociativamente ubicado en otro lugar del ciberespacio y, por otro lado, lo convierte en un hipertexto global, una especie de red integrada de interactividad.

La interpretación del texto informático surge de la capacidad de comentarlo, familiarizarse con los comentarios de los demás y reaccionar ante ellos "visualmente" o verbalmente, "me gusta" (expresando una evaluación de aprobación).

El contenido y el diseño del lenguaje de la comunicación en Internet (contenido léxico, estructura de oraciones, abreviaturas gráficas, etc.) están determinados por las relaciones en las que se encuentran los comunicadores, los roles que desempeñan.

La comunicación por Internet se produce tanto a nivel de un destinatario específico como a nivel de un destinatario general.

La elección de las palabras aquí debe abordarse con cuidado. En mayor medida, esto se aplica a aquellos casos en los que el mensaje se dirige a un destinatario general. En tales condiciones, una persona no imagina a su destinatario, no conoce su nivel.

Competencia comunicativa. En este caso, se deben proporcionar las condiciones más cómodas para la percepción de la información. Es especialmente

necesario abordar con cuidado la transferencia de información por medios indirectos, lo que requiere una preparación adecuada del destinatario, permanencia con él en el mismo espacio cultural y un nivel adecuado de conocimientos previos. Después de todo, son comunicadores.

No están familiarizados con el modelo cognitivo actual de otros comunicadores.

Se afirma que la comunicación con un destinatario desconocido tiene un carácter psicoterapéutico. Esto permite hablar, hacer un acto de autorrevelación. Además, puede que no se trate de un proceso de revelación de la identidad del remitente del mensaje. En dicha comunicación, "no sólo la construcción del destinatario, sino también la construcción del emisor del mensaje, es decir, la autoconstrucción cognitiva".

En términos de normatividad, la radiodifusión en las comunidades de Internet se caracteriza por la variabilidad y el dinamismo funcional. "Consolidación normativa de una serie de estructuras, símbolos, palabras, fórmulas, lenguaje, muestras en el discurso virtual; complicación del pragmatismo en el contexto de la simplificación de los medios de expresión; aprobación de diversas estrategias y tácticas comunicativas: todo esto conduce a importantes acumulaciones habituales, cuya masa crítica, al final, puede conducir a cambios cualitativos en la norma" [27].

La comunicación por Internet se caracteriza por el carácter híbrido del uso del sistema lingüístico. Aquí se crea una variedad especial: "lenguaje espontáneo hablado escrito". Estos textos espontáneos multigéneros actúan como la realización de una personalidad lingüística en el espacio de Internet. El espacio de Internet determina y perfila el proceso comunicativo, centra la atención en sus parámetros, crea condiciones previas para el enriquecimiento personal, produce nuevas formas de expresión y difusión del conocimiento. Aquí el enriquecimiento de los individuos y su comunicación en su conjunto se produce a través de juegos de apoyo y socialización. Internet nos brinda la capacidad de fortalecer y diversificar la percepción y la imaginación, para desarrollar habilidades creativas. Al ser una nueva esfera de implementación del lenguaje y un entorno comunicativo especial, Internet trajo

requisitos previos para el surgimiento de nuevas formas de comunicación, estereotipos de comportamiento lingüístico y nuevas formas de existencia del sistema lingüístico.

Por tanto, el surgimiento y desarrollo de las tecnologías de Internet asegura la entrada de la humanidad en la fase histórica de la evolución de nuestra civilización. Las cuestiones de un análisis integral del sistema lingüístico en la diversidad de sus interacciones con semiosistemas de otros tipos han entrado en la agenda de la lingüística moderna. Uno de estos temas urgentes es la comunicación por Internet, una nueva formación lingüística que demuestra una dinámica significativa. La aparición del lenguaje de Internet, un tipo de idioma nacional utilizado en un entorno de Internet específico, está determinada por las características específicas de la comunicación en Internet. El principal portador de información en la comunicación online es el texto escrito (texto de Internet), que tiene un carácter criollo. La investigación científica en la dirección de un mayor estudio de la comunicación por Internet tiene importantes perspectivas de investigación, teniendo en cuenta su desarrollo y la participación de un número cada vez mayor de personas en este tipo de comunicación.

2.9. Análisis de texto electrónico y organización de información de texto.

La resolución de problemas relacionados con la búsqueda de ejemplos que ilustren tal o cual fenómeno lingüístico, así como la aclaración del uso de lexemas individuales, llevaron al surgimiento de una nueva dirección en la lingüística aplicada: la lingüística de corpus, es decir, la ciencia que estudia la creación de corpus de los textos y su uso. La lingüística de corpus es una rama de la lingüística que estudia la creación, procesamiento y uso de corpus.

Durante la última década, la lingüística de corpus ha adoptado rápidamente la experiencia acumulada en otros campos suficientemente desarrollados, unidos por el término AOT (procesamiento automático de texto) o ART (comprensión automática de texto), la lingüística de corpus tiene hoy dos líneas de desarrollo: el análisis lingüístico.

El análisis de la información se implementa en sistemas como IPS (sistemas de información y búsqueda), y el análisis lingüístico busca interpretar y revelar el significado del texto, mientras que el análisis lingüístico se caracteriza por la localidad,

es decir, se desarrolla en el marco de una oración. . El análisis informativo, por el contrario, "ve" el texto como un todo. Estas dos direcciones se desarrollaron casi en paralelo, casi sin contacto, por lo que no recibieron suficiente desarrollo. El análisis lingüístico no arrojó una traducción automática correcta, ya que una frase interpretada incorrectamente puede adquirir un significado completamente diferente en el contexto.

Hoy en día, en el diccionario científico de los lingüistas aparecen conceptos muy similares: "bibliotecas electrónicas", "matriz de texto", "colección de textos", "archivo electrónico", "base de datos de texto completo". Entre ellos se pueden distinguir los corpus lingüísticos o corpus de lenguas. Un corpus de texto es un tipo de corpus de datos, cuyas unidades son textos o sus fragmentos suficientemente significativos, incluidos, por ejemplo, algunos fragmentos completos de la macroestructura de los textos de un área problemática determinada.

El corpus de textos se caracteriza por cuatro parámetros principales: primero, debe ser lo suficientemente grande; en segundo lugar, el corpus debe estar estructurado o marcado; en tercer lugar, los textos que formen parte de un determinado corpus deben estar en versión electrónica; en cuarto lugar, el término "corpus electrónico" incluye, por regla general, software especial para trabajar con este corpus.

El valor del corpus se ve en lo siguiente:

- una vez hecha, la funda se puede utilizar muchas veces;
- el corpus muestra datos del idioma en su entorno real, lo que permite estudiar la estructura léxica y gramatical del idioma, así como los procesos continuos de cambios lingüísticos que ocurren en el idioma durante un cierto período de tiempo;
- el corpus se caracteriza por la expresividad, o una composición equilibrada de los textos, lo que permite utilizarlo para probar motores de búsqueda, morfologías de máquinas, sistemas de traducción, así como utilizarlo en diversos estudios lingüísticos;
- el corpus es importante para la enseñanza de lenguas, porque con él es posible comprobar de forma rápida y eficaz las peculiaridades del uso de una palabra o forma gramatical desconocida. Hoy en día, en el diccionario científico de los lingüistas aparecen conceptos muy similares: "bibliotecas electrónicas", "matriz de texto",

"colección de textos", "archivo electrónico", "base de datos de texto completo". Entre ellos se pueden distinguir los corpus lingüísticos o corpus de lenguas. Un corpus de texto es un tipo de corpus de datos, cuyas unidades son textos o sus fragmentos suficientemente significativos, incluidos, por ejemplo, algunos fragmentos completos de la macroestructura de los textos de un área problemática determinada.

Trabajar con corpus, es decir, con conjuntos de textos presentados en formato electrónico, se ha convertido en uno de los principales métodos de investigación lingüística. Así, allá por los años 60, se creó el Corpus Browniano (EE.UU.)[1], que incluye 1 millón de palabras. Desde entonces, han surgido varios corpus construidos de manera similar: LOB Corpus (inglés británico en la década de 1960), Kolhapur (inglés indio [en]), Wellington (inglés de Nueva Zelanda, Australian English Corpus (inglés australiano), Fraun Corpus (principios de la década de 1990 inglés americano de la década de 1990), así como el FLOB Corpus (inglés británico de la década de 1990). El Corpus Internacional de Inglés y el Corpus Nacional Británico [archivado el 25 de febrero de 2011 en Wayback Machine.] comprenden una colección de 100 millones de palabras de texto hablado y escrito. . Se están completando otros corpus de lenguas nacionales (húngaro, italiano, croata, checo, japonés) con un volumen de 100 millones de palabras. A principios del siglo XXI se creó el Corpus Nacional Americano [Archivado el 13 de mayo de 2008 en Wayback Machine.], 100 millones de palabras y corpus Gigaword (inglés, árabe, chino), incluidos mil millones de palabras.

Además de los corpus de lenguas vivas, se elaboraron corpus informáticos de lenguas antiguas a partir de colecciones de textos. Por ejemplo, desde la década de 1970 se ha creado una base de datos de la Biblia hebrea. El Corpus de la lengua árabe del Corán contiene más de 77.000 palabras. El primer corpus lingüístico informatizado fue desarrollado en 1971 por el Proyecto Francés de Montreal y contenía un millón de palabras.

La existencia de corpus de texto permite ampliar y automatizar significativamente el análisis del material lingüístico, que es la base más importante de cualquier investigación lingüística. Cuantos más materiales se analicen, mayor será la importancia de las conclusiones y el nivel de su fiabilidad.

Los programas informáticos modernos le permiten encontrar los ejemplos correctos entre el corpus de textos almacenados electrónicamente en la computadora. Esto ahorra una cantidad significativa de tiempo en comparación con la tecnología tradicional de recolección manual de muestras.

Cabe señalar que la anotación, o marcado, es la principal característica del corpus, que lo distingue de las colecciones electrónicas, bibliotecas y enciclopedias ampliamente disponibles en Internet en la actualidad. El marcado de texto es la atribución de cierta información al texto para facilitar su análisis.

Hay diferentes tipos de marcado:

- marcado de metatexto (autor, nombre, fecha de creación, volumen, tema del texto, etc.), que caracteriza el texto en su conjunto;
- el marcado estructural es información sobre la estructura del texto, que permite separar una palabra de otra, resaltar los límites de una combinación de palabras, oración, texto;
- La calificación lingüística consiste en atribuir determinada información lingüística a unidades textuales (oración negativa o interrogativa, exhortación o conjunción, etc.).

Como saben, cuanto más rico y diverso sea el marcado, mayor será el valor científico y educativo del corpus.

En Ucrania, el primer corpus de textos en idioma ucraniano disponibles para búsqueda en Internet fue desarrollado por empleados del Laboratorio de Lingüística Informática del Instituto de Filología de la Universidad Nacional Taras Shevchenko de Kiev bajo la dirección de N. P. Darchuk en 2004. El volumen del corpus es de más de 100 millones de usos de palabras. El corpus se puede buscar en línea desde 2010.

El corpus contiene textos periodísticos, artísticos, científicos, legislativos, poéticos y folclóricos procesados por un analizador lingüístico automático. A cada unidad de texto (morfema, palabra, frase, oración) se le asigna información que la acompaña: pertenencia a una parte del lenguaje, forma gramatical, función sintáctica, contexto, etc. El corpus proporciona dos tipos de información:

- Concordancias o contextos de uso de las unidades buscadas (con indicación de las fuentes). Con la ayuda de concordancias, es posible estudiar las peculiaridades del uso de palabras en textos de diferentes estilos, el uso de ciertos lexemas por parte del autor individual, el desarrollo de nuevos significados, etc. Las concordancias también se utilizan en la investigación psicolingüística y sociolingüística (el estudio de las relaciones asociativas entre palabras), en el análisis literario (para revelar la visión del autor de ciertos conceptos o imágenes, las características de la imagen lingüística del mundo de un determinado autor), etc.

- Características cuantitativas del uso de unidades lingüísticas en los textos. La información de frecuencia revela regularidades en la estructura léxica y estadística de los textos, el funcionamiento del lenguaje en el habla, rasgos estilísticos, rasgos formales de las unidades y categorías gramaticales[8].

Desde 2014 se está desarrollando activamente el corpus web ucraniano de la Universidad de Leipzig (Alemania), que contiene textos de Internet, sin marcas morfológicas.

Desde 2017, está en funcionamiento el Corpus General Anotado Regionalmente de la Lengua Ucraniana (GRAK [archivado el 1 de septiembre de 2018 en Wayback Machine.]). El volumen de la décima versión del corpus supera los 650 millones de tokens.

GRAK contiene textos de 1816 a 2020 y tiene un metamarcado extenso. Los textos del corpus están fechados (año de redacción y año de publicación), marcados por autor, estilo, género, región o país de creación, ortografía, etc. GRAK presenta por primera vez un gran corpus de textos de la diáspora (alrededor de 40 millones de fichas). GRAK contiene textos ucranianos originales y traducidos. La anotación morfológica del corpus se llevó a cabo con la ayuda de la herramienta de análisis del idioma ucraniano basada en el diccionario VESUM y el motor LanguageTool. Para buscar en el corpus se utilizó el administrador de corpus NoSketchEngine, que brinda la oportunidad de buscar en todo el corpus o parte del corpus, obtener concordancias, listas de frecuencias y descargar resultados para seguir trabajando con ellos. Hay herramientas adicionales disponibles en el sitio web de GRAK, como una herramienta

para visualizar los resultados de la búsqueda en forma de gráficos de frecuencia por año, una herramienta para buscar en una lista grande y una herramienta para analizar la composición del corpus.

En 2018, se presentó el proyecto de corpus ucraniano-polaco "Laboratorio de Ucrania", dentro del cual hay un corpus con homónimos eliminados manualmente y marcas sintácticas de 140 mil palabras, un corpus web de casi 3 mil millones de palabras (Ucrania, Polonia), corpus paralelos . El marcaje morfológico de los casos se realizó mediante el sistema de Dependencias Universales. La búsqueda funciona con NoSketchEngine.

Corpus ucraniano marrón [Archivado el 26 de julio de 2020 en Wayback Machine.] - en desarrollo Lang-uk [Archivado el 31 de julio de 2019 en Wayback Machine.] Corporas de textos ucranianos disponibles para descargar: noticias, Wikipedia, textos de arte, web. El volumen es de unos 600 millones de tokens.

Corpus de la biblioteca "Reading" [Archivado el 6 de julio de 2019 en Wayback Machine]: textos de libros reconocidos automáticamente. El volumen es de unos 600 millones de tokens. La búsqueda se realiza palabra por palabra (sin lematización ni análisis morfológico).

El espacio de los corpus de textos electrónicos hizo posible el uso eficaz de concordancias electrónicas, que abren perspectivas para modelar la imagen lingüística del mundo. Concordance es un programa de aplicación lingüística especializado que selecciona automáticamente unidades lingüísticas específicas a partir de textos electrónicos. La función de concordancia se puede comparar con la función de búsqueda en un editor de texto, pero las capacidades de la concordancia son más amplias: analiza no uno, sino varios textos o corpus de textos electrónicos a la vez, mientras que la concordancia muestra información sobre el contexto de uso de un idioma determinado. unidades. Dependiendo de las capacidades técnicas, la concordancia puede proporcionar información sobre la frecuencia de uso y la compatibilidad de una u otra unidad lingüística, y también brinda la oportunidad de hacer referencia a un texto específico en el que se encontró un ejemplo. Existe una concordancia electrónica de las obras completas de Grigory Skovoroda en el sitio web

de la Universidad de Alberta en Canadá, así como una concordancia en línea de la novela "Crossroads" de Ivan Franko (autores: Buk S., Rovenchak A.) en el sitio web de la Universidad de Lviv.

Sin duda, la lingüística de corpus se representa vívida y claramente en una de las direcciones más prometedoras: la lexicografía informática. Los diccionarios y enciclopedias electrónicos se desarrollan hoy en día como productos de software autónomos y en red. No hay duda de que los diccionarios electrónicos brindan al usuario muchas oportunidades adicionales en comparación con sus homólogos impresos:

- permitir almacenar una gran cantidad de información debido al uso de hipervínculos;
- el diccionario electrónico dispone de un eficaz sistema de búsqueda (búsqueda en texto completo, búsqueda simultánea en varios diccionarios, velocidad de búsqueda);
- se pueden utilizar herramientas multimedia en diccionarios electrónicos: voz de los titulares, introducción de material ilustrativo con fotografías, animaciones, videoclips;
- la posibilidad de utilizar diccionarios en redes locales y globales;
- importante ahorro de tiempo y recursos materiales en la creación de diccionarios informáticos.

Una considerable experiencia en investigación en lexicografía informática permite ampliar las posibilidades de estudiar la estructura semántica de una palabra política. Así, hoy los proyectos científicos desarrollan activamente una idea relacionada con la organización del espacio conceptual del lenguaje de la política desde el punto de vista de la unidad hipertextual.

Hablando de los detalles del contenido de dicho diccionario, observamos que una palabra en la versión electrónica se implementa en un macrocampo semántico que consta de varios campos integrados en un determinado sistema:

1. el campo de indexación sirve para realizar búsquedas cómodamente en la base de datos;

2. campo de la palabra del título;
3. el campo de la información gramatical, cuya carga pragmática está relacionada con el estatus gramatical específico en los textos;
4. campo de referencias etimológicas;
5. el campo de interpretación del autor no se construye sobre todo el paradigma semántico de la palabra, sino sólo sobre su parte principal, temáticamente relacionada con la esfera política de uso;
6. el campo de las ilustraciones trabaja para verificar la definición, revelando así la semántica de la palabra política en un entorno contextual determinado. Es importante señalar que en el diccionario, las ilustraciones de textos de varios géneros se utilizan en la forma tradicional como contexto justificativo (esto es especialmente importante para los significados metafóricos) y como técnica lexicográfica que ayuda a crear espacios, temporales y socio- perspectivas históricas;
7. el campo de la fraseología;
8. El campo de la información enciclopédica refleja las principales etapas de la formación de esta definición, la evolución de sus rasgos dominantes.

El soporte informático de un diccionario del tipo de referencia consta de dos componentes:

- la base de datos del diccionario está determinada por el sistema de gestión de la base de datos;
- la interfaz está desarrollada específicamente para este diccionario. La base para su implementación fue el lenguaje de programación Delphi, que permite realizar la tarea de búsqueda automática de palabras, así como una cómoda navegación dentro del diccionario.

Presentaremos un retrato virtual lexicográfico de la palabra escalada.

La palabra en el diccionario electrónico se presenta en 4 campos:

- el campo 1 consta de un bloque de la palabra del título, un bloque de sufijos gramaticales y un etimo. En el mismo ámbito, el bloque de interpretación del autor es elemento obligatorio;

- el campo 2 está representado por material ilustrativo del Corpus de la lengua nacional rusa. Estas ilustraciones ayudan a describir la estructura semántica de la palabra y determinar el estado comunicativo de la palabra;

- campo 3: la microestructura del diccionario electrónico, que incluye definiciones de definiciones modernas y publicaciones de referencia de definiciones.

- el campo 4 es, en nuestra opinión, una parte estructural necesaria de la publicación electrónica de referencia y contiene información enciclopédica sobre este concepto. En un gran diccionario enciclopédico, por ejemplo, esta palabra se define como expansión, aumento (de armamentos, etc.), fortalecimiento gradual, extensión (de un conflicto, etc.), agravamiento (de una situación, etc.).

Son los campos tercero y cuarto los que pueden describir la dinámica del desarrollo de la semántica de la palabra. Por ejemplo, la palabra escalada en los diccionarios modernos de lenguaje político se presenta con un componente pragmático negativo implícito, condicionado por el término categórico acción encaminada a un resultado negativo, lo que se confirma en el "Campo de ilustraciones".

Por tanto, el diccionario es una colección alfabética sistematizada de vocabulario político nuclear. El estudio lexicográfico propuesto permite identificar las principales tendencias en el desarrollo del vocabulario político nuclear, asegurar la disponibilidad del diccionario gracias a un sistema de búsqueda eficaz y también almacenar una gran cantidad de información mediante hipervínculos.

La lingüística aplicada es una rama de la lingüística relacionada con la solución práctica de cuestiones relacionadas con el aprendizaje de idiomas.

Los problemas tradicionales de la lingüística aplicada incluyen la compilación de diccionarios, el desarrollo de alfabetos y sistemas de escritura, la transcripción del habla oral y la transliteración de palabras extranjeras, la justificación lingüística de la enseñanza de lenguas nativas y extranjeras, la traducción de un idioma a otro, la estandarización y unificación de los conocimientos científicos y terminología técnica, compilación de libros de referencia lingüística especiales, creación de lenguajes artificiales, mejora de la ortografía y la puntuación, cultura del lenguaje, etc.

Los nuevos problemas de la lingüística aplicada incluyen la traducción automática (máquina), la creación de lenguajes de información, la anotación e indexación automática de documentos, el soporte lingüístico para el funcionamiento de los sistemas de información, el procesamiento automático de información textual, el soporte lingüístico para los sistemas de control automático (ACS), la automatización. análisis (reconocimiento) y síntesis automática de texto, etc. La lingüística aplicada está estrechamente relacionada con las matemáticas, la cibernética y la informática.

Los problemas más importantes de la lingüística aplicada son la traducción automática y el servicio de información.

Uno de los problemas urgentes de la lingüística aplicada es el problema del servicio de información, más precisamente, el problema del soporte lingüístico de los sistemas de búsqueda e información de tipo automático, cuya finalidad es almacenar, buscar y emitir información. Los problemas de compresión de texto y resúmenes automáticos están relacionados con el problema de la recuperación de información. Las estadísticas son de gran importancia aquí. Mientras "lee" el texto, la máquina selecciona las palabras más frecuentes y, combinándolas según determinadas reglas, crea una anotación.

A pesar de las cuestiones sin resolver y de la imperfección de los programas modernos, la máquina ya facilita el trabajo del lingüista. Almacena en la memoria ilustraciones textuales del significado de las palabras, puede ordenar las palabras alfabéticamente, dar el contexto de cada palabra, calcular la frecuencia de uso de la palabra, etc. Así, con la ayuda de una máquina se creó el "Diccionario de frecuencias de la lengua rusa", editado por L. M. Zasorina. La máquina procesó un millón de usos de palabras, lo que está fuera del alcance incluso de un gran equipo de científicos.

En Ucrania, se creó el Fondo de Información y Lengua Ucraniana de la Academia Nacional de Ciencias, cuya tarea es organizar un sistema automatizado para compilar diccionarios monolingües de ucraniano y bilingües (traducción ucraniano-otros idiomas y idioma extranjero-ucraniano). En este fondo se está preparando un fichero léxico electrónico académico fundamental que los lingüistas pronto podrán utilizar para sus investigaciones teóricas.

Esta lingüística también se utiliza en asuntos militares. En particular, se crea un lenguaje de comando especial que, con el uso generalizado de medios técnicos, permite comunicarse efectivamente con unidades en las difíciles condiciones de realización de operaciones de combate (ver sobre esto: [Kolgushkin 1970]). El conocimiento lingüístico también es útil para los especialistas en codificación y decodificación. Los hechos establecidos por la lingüística también se utilizan en un campo aparentemente tan lejano como la medicina.

Conclusiones del segundo capítulo.

En relación con el desarrollo histórico y social en la sociedad moderna, se produjo una verdadera explosión lingüística: la abolición de la censura y la democratización total de todas las esferas de la vida llevaron a la invasión del lenguaje literario de vocabulario reducido: jerga juvenil, jerga profesional, coloquialismos.

El estatus de la comunicación oral y escrita se hizo más móvil, lo que llevó a que se eliminaron las fronteras entre ellas. Como resultado, la lengua escrita ha perdido su posición como lengua normativa literaria, que le era característica en los últimos años. El lenguaje hablado se convirtió no sólo en objeto de mayor atención, sino también de mayor uso.

La jerga juvenil de la comunicación en Internet es un fenómeno lingüístico interesante, cuyo uso está limitado no sólo por determinados marcos de edad, como se desprende de su propia denominación, sino también por marcos sociales y espacio-temporales. Pasa tiempo en el entorno de jóvenes escolares urbanos y en grupos de referencia individuales más o menos cerrados. No es sólo un léxico que utiliza las unidades básicas de la lengua nacional, sino que también vive de sus bases fonéticas y gramaticales.

Hoy en día, la jerga juvenil está cada vez más relacionada con las computadoras y las redes sociales, donde se comunica la mayor parte de la población joven. La jerga es una capa de vocabulario coloquial, móvil y expresivamente coloreada, no estándar, históricamente formada, que a menudo tiene un carácter humorístico y grosero.

La jerga juvenil es uno de los tipos de jerga de más rápido crecimiento, ya que los jóvenes son más propensos a las innovaciones en el lenguaje y al deseo de destacar o, por el contrario, separarse de otros hablantes de un idioma en particular.

La aparición de la jerga en el vocabulario de las redes sociales también está motivada por los siguientes motivos:

1. La tendencia a la diversidad de expresiones de opinión, como siempre ha sido la de la juventud, es y ha sido un deseo de destacarse de la "masa gris común".

2. La tendencia a individualizar el vocabulario. Los adolescentes siempre están deseosos de utilizar palabras y expresiones de moda para mostrar su pertenencia al entorno juvenil.

3. Luchar por la "economía lingüística". Este deseo es uno de los estímulos más importantes dentro del lenguaje. Este es el deseo de expresar la propia opinión de la forma más rápida y clara posible, ya que en el mundo urbanizado moderno el ritmo de vida es altísimo, lo que requiere realizar tantas acciones como sea posible en el menor tiempo posible.

Un rasgo característico del vocabulario emocional y evaluativo de la jerga de Internet es una gran cantidad de préstamos del idioma inglés. Las peculiaridades de la jerga de Internet también pueden incluir su apertura a diversas subculturas juveniles y muchos grupos sociales, cuya consecuencia es la difusión de la jerga de Internet, tanto en sus segmentos individuales como en todo mundo virtual.

El análisis del vocabulario de emociones de la jerga juvenil de Internet nos permite postular lo siguiente: el lenguaje de la jerga juvenil en la comunicación en Internet tiene un gran potencial expresivo emocional, que encuentra su expresión única en una amplia gama de palabras con un significado emocional y evaluativo brillante e inequívoco. A partir del análisis de los ejemplos dados, se puede concluir que el vocabulario peyorativo prevalece cuantitativamente sobre el mejorativo, lo que generalmente refleja un mayor número de valoraciones negativas que positivas propias del habla oral.

CONCLUSIONES GENERALES

Internet es una red informática global que une cientos de miles de redes locales estatales, corporativas, públicas, educativas y domésticas basadas en acuerdos estándar sobre métodos de intercambio de información y un sistema de direccionamiento unificado.

En este sentido, las tecnologías de Internet comenzaron a desarrollarse rápidamente en el marco de las relaciones regionales, comunidades universitarias, escuelas y otras organizaciones, que se dieron cuenta de que se había abierto ante ellos una nueva dimensión: el "ciberespacio", que potencialmente posee recursos de información inagotables y es capaz de unir millones de usuarios.

El lugar y el papel de Internet están relacionados con el hecho de que simultáneamente brinda a las personas la oportunidad de actuar no solo como consumidores, receptores y destinatarios de información, sino también como sus fuentes autónomas (generadores). Internet, por otro lado, elimina las restricciones geográficas y crea la oportunidad de aumentar la audiencia (a diferencia, por ejemplo, del teléfono, que potencialmente puede conectar a todos y a todos, pero no puede aumentar el número de destinatarios por mensaje).

Las comunicaciones por Internet permiten superar las barreras raciales, de edad, de género y físicas, abren una forma de comunicación cualitativamente nueva, eliminando las restricciones de zonas horarias y rutinas diarias. Las comunicaciones por Internet también tienen un "efecto memoria" más pronunciado debido a la posibilidad de grabar mensajes.

Las tecnologías de Internet superan todos los métodos existentes de entrega de mensajes de información en términos de velocidad y confiabilidad.

Internet muestra que la capacidad de difundir, recopilar e interpretar información ya no es prerrogativa exclusiva del Estado. Las redes informáticas contribuyen a la expansión de las formas de control y poder. El intercambio de información en Internet se realiza de tal forma que la ubicación geográfica y la nacionalidad tanto de la fuente como del destinatario del mensaje dejan de ser un factor significativo.

Los resultados del estudio nos permiten sacar las siguientes conclusiones:

El estudio destaca diferentes aproximaciones a la interpretación del concepto de "jerga", donde argot son palabras o expresiones propias de personas de determinadas profesiones (marineros, artistas) o estratos sociales;

Se sigue la historia del desarrollo de este término y se considera su funcionalidad.

Se considera la justificación científica del concepto como "SMS-slang". La jerga SMS se define como un sociolecto, un tipo de jerga juvenil, ya que son los jóvenes los principales usuarios de los servicios mencionados y los autores de las innovaciones en este campo.

De acuerdo con los objetivos y tareas realizadas por SMS-slang, se destacan sus siguientes funciones: ahorro de tiempo; acercamiento al habla oral, codificación, función de juego de lenguaje; ahorro de esfuerzo físico al pulsar menos teclas; la posibilidad de realizar el potencial creativo; un sentido de pertenencia a un determinado grupo; un sentido de conciencia y progresividad.

Como rasgos característicos de la jerga de los SMS, se pueden distinguir los siguientes: la presencia de un canal de transmisión electrónica, la indirección, la lejanía, la hipertextidad, la virtualidad, la criollización, la ética y la etiqueta informática.

Tras analizar los textos de correspondencia de la juventud española moderna, se destacaron los principales medios de expresión de la jerga SMS española, tales como: omisión de vocales; liberación de acentos; sustitución de algunas letras; uso de palabras en inglés; uso de símbolos matemáticos; uso de letras mayúsculas; abreviaturas; omitir letras, reemplazar combinaciones de letras con una letra, reemplazar sílabas con una letra. Todas estas técnicas se pueden dividir condicionalmente en dos grupos, según su función en la correspondencia, estos son, respectivamente, medios de economía y medios que contribuyen a llevar la correspondencia SMS más cerca del habla oral.

En los últimos años, la jerga de SMS ha logrado un éxito considerable. Este extraño idioma ha echado raíces en muchos campos y ha pasado del mundo virtual a la vida cotidiana de los jóvenes tanto de habla hispana como de habla ucraniana. Los

adolescentes perciben la jerga de los SMS incluso mejor que el lenguaje normativo, que a menudo consideran aburrido, y las personas que lo utilizan no son modernas.

El trabajo destacó las consecuencias positivas y negativas del uso de la jerga SMS en el habla de los jóvenes. Los aspectos positivos incluyen: ahorro de tiempo y esfuerzo; implementación de habilidades creativas al crear nuevas palabras; una manifestación interesante del desarrollo del lenguaje; uso activo de tecnologías modernas; la posibilidad de comunicación en ausencia de contacto directo. Se consideran negativos: la jerga de los SMS, según algunos científicos, enmascara la dislexia, el analfabetismo y la pereza mental; simplificación y distorsión del lenguaje de la formación de dependencia de las redes sociales e Internet.

Dada la corta historia de la mensajería SMS, la jerga de los SMS está poco investigada y debe estudiarse en detalle. En nuestra opinión, este fenómeno puede ser particularmente interesante de estudiar para los jóvenes científicos, ya que este tema es cercano a la mayoría de los jóvenes. El tema es particularmente prometedor en la etapa actual de desarrollo de la comunicación y las tecnologías de la comunicación.

BIBLIOGRAFÍA

1. Алікберов, В. І. [2000]. Сленг та переклад. Тернопіль: ЛІЛЕЯ.
2. Андрианова, Н. С. [2003]. Интернет-коммуникация – реальность или симулякр?. Дніпропетровськ: Вісник Дніпропетровського університету. Серія «Мовознавство» [зб. наук. праць / відп. ред.
3. Арапов, М.В. [2002]. Сленг // Лингвистический энциклопедический словарь/ Гл. ред. В.Н. Ярцева. 2-е изд., дополненное. М.: Большая Российская энциклопедия.
4. Боярова, К. В. [2009]. Интернет як засіб комунікації людей [Електронний ресурс] Режим доступу: www.confcontact.com/_03_18/peб_boyarova.php. – Назва з екрану.
5. Будагов, Р. А. [1972]. Определяет ли принцип экономии развитие и функционирование языка? Київ: Наукова думка.
6. Войскунский, А. Е. [2004]. Актуальные проблемы психологии зависимости от Интернета.
7. Вусик, Г. Л. [2008]. Загальне мовознавство (соціолінгвістичний аспект). Донецьк: Юго-Восток.
8. Гальперин, И. Р. [1956]. О термине «сленг» М: Вопросы языкознания.
9. Голодюк, Я. Б. [2010]. Колоквіальні аббревіатури в Інтернет-комунікації: класифікація, характер адаптації українськомовним дискурсом Прикарпат. вісн. НТШ. Сер. Слово. № 2.
10. Жуковский. [2004]. Слова на вітрі: історія ідеї комунікації. К.: КМАкадемія.
11. Заводна, Л. Сучасний погляд на молодіжний сленг. — Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Npd_2014_1_16.pdf
12. Зайцева, С. В. Інтернет-спілкування як нова форма міжособистісної комунікації. — Режим доступу: <http://ukrmova.com.ua/zmist-zhurnalu/vipusk-11/internet-spilkuvannya-ya-k-nova-forma-mizhosobistisnoї-komunikacії>.
13. Карпа, І. Б. [2009]. Мова та Інтернет: функціональні характеристики та ефективність інтерактивної комунікації К: Вип. 11. – Т. VII (119).
14. Кондратюк, О. Молодіжний сленг як мовне явище. — Режим доступу: <http://www.ji.lviv.ua/n38texts/38-zmist.htm>.
15. Корытникова, Н. В. [2007]. Формы и характеристики интернет-коммуникации: социологический анализ. Вісник Харківського національного університету ім. В.Н. Каразіна «Соціологічні дослідження сучасного суспільства: методологія, теорія, методи» / відп. ред. В.С. Бакіров. — Харків: Видавничий центр ХНУ ім. В.Н. Каразіна.
16. Кубрякова, Е. С. [1965]. Что есть словообразование. М.: Наука.
17. Лурье, В. Ф. Table Talk сегодня [Электронный ресурс] - режим доступа: www.rnthenia.ru/folktee/CYBERSOL/IAM/tabletalk.html -Загл. с экрана

- 18.Малыгин, В. Л. [2009]. Интернет-зависимое поведение. Критерии и методы диагностики К.: НАН України. Інститут української мови.
- 19.Пеллих, И .В. Молодежный сленг как социальная разновидность речи/
<http://cyberleninka.ru/article/n/molodezhnyu-slengkak-sotsialnaya-raznovidnost-rech>
- 20.Полякова, Т. І. [2014]. Лінгвостилістичні характеристики жанру твітінг в англomовній політичній інтернет-комунікації : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук: 08.00.04 «Германські мови» / Тетяна Леонідівна Полякова. Харків.
- 21.Пристайко, Т. С. [2010]. Дніпропетровськ: Вид-во ДНУ, – Вип. 16. – С. 3–8.
- 22.Потебня, А. А. [1985]. Из записок по русской грамматике: в 4-х т. М.: Просвещение.
- 23.Остапенко, Г. І. Особливості віртуального спілкування молоді в комунікаційному середовищі мережі інтернет. Режим доступу: <http://www.kytmu.edu.ua/wsc/toms/10/113-117.pdf>
- 24.Савельев, Е. А. [2011]. Русскоязычные sms-тексты в социолингвистическом аспекте (на примере текстов SMS-сообщений представителей молодежной среды): автореф. дисс. канд. филол. наук. Нижний Новгород.
- 25.Селіванова, О. О. [2011]. Лінгвістична енциклопедія. Полтава: Довкілля-К.
- 26.Селіванова, О. О. [2006]. Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія. Полтава: Довкілля-К.
- 27.Толстова, О. Л. [2012]. Іспанський молодіжний сленг як об'єкт лінгвістичних досліджень. Мовні і концептуальні картини світу. Режим доступу: http://library.univ.kiev.ua/ukr/host/viking/db/ftp/univ/mikks/mikks_2012_42_02.pdf
- 28.Толстова, О. Л. [2013]. Мовленнєві особливості іспаномовного sms-сленгу. Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Mikks_2013_43\(4\)_27.pdf](http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Mikks_2013_43(4)_27.pdf).
- 29.Фирсова, Н. М. [2015]. Современный молодежный сленг испанцев. М.: Книжный дом «Либроком».
- 30.Álvarez, Benito G. [2003]. Comunicación y discurso. Sevilla: Megrablum Edicion y Comunicación, S.L.
- 31.Masuda Y. [2005]. The Information Society as Post-Industrial Society Washington.
- 32.Barnhart, R.K. [1988]. The Barnhart Concise Dictionary of Etymology. Bronxville, N.Y.: The H.W. Wilson Company,.
- 33.Betty, S. La jerga juvenil de los SMS [2006]. Cuadernos del Lazarillo, № 31 (julio-diciembre), Salamanca: España. Режим доступу: <http://cibersociedad.net/archivo/articulo.php>.
- 34.Casado, V. M. [1988]. Lengua y Cultura: la etnolingüística. Madrid, España: Síntesis.
- 35.Cruz, Piñol M. [2002]. Enseñar español en la era de Internet. Barcelona:Editorial Octaedro.
- 36.Clancy, M.T. [1994]. Without Remorse. London: HarperCollinsPublishers.

37. Dawkins, Richard El gen egoísta <https://www.uv.mx/personal/tcarmona/files/2010/08/DAUKINS-1989-EL-GEN-EGOISTA.pdf>
38. Eble, C. Slang and Sociability. [1996]. Chapel Hill and London: The University of North Carolina Press.
39. Gómez Torrego Leonardo. [1992]. El buen uso de las palabras. Madrid: Arco Libros.
40. Guerrero Ramos G. [2010]. Neologismos en el español actual. Madrid: Arco Libros.
41. Johnson, S. A [1998]. Dictionary of the English language. L., (Stereotype edition).
42. Habermas, Jurgen https://pics.unison.mx/doctorado/wp-content/uploads/2020/05/Teoria-de_la_accion_comunicativa-HabermasJurgen.pdf
43. Hotten, J. C. [1965]. The slang dictionary. London: New York Public Library.
44. Lasswell, Harold Dwight [1948]. The Structure and function of communication for society. The Communication of Ideas: Harper and Brothers.
45. Malena Sánchez Mocerco. El lenguaje en Internet: ¿avance o retroceso? Режим доступа: <http://myriades1.com/vernotas.php>
46. Masuda, E. <https://prezi.com/pdtuapsrhhbnh/presentation/>
47. McCrindle-Research [1992]. Word-Up-03_Youth-Slang_Mark-McCrindle Mencken H.L. The American Language.
48. Partridge E. [2000]. The World of Words. An introduction to Language in General and to English and American in particular.
49. Partridge E., Beale. A [2000]. Dictionary of Slang and Unconventional English. 8th ed. L.: Routledge.
50. Reed John, June [2014]. <http://blog.oxforddictionaries.com/2014/06/social-media-changinglanguage/>(статья)
51. Roberts P. [1971]. Slang and its Relatives // American Speech, XLIII, 4 The Online home of American slang. - <http://slangcity.com>
- 48 <http://teenslang.su/content/&sstr=C>
52. Ortega, Marisa. [2009]. <https://core.ac.uk/download/pdf/290482054.pdf>
53. Shabshin, I. <https://www.youtube.com/watch?v=76ZjtEMqhDA>
54. Jakobson Roman. [1977]. Echoes of His Scholarship. Eds. Daniel Armstrong, Cornelis H. van Schooneveld.

FUENTES DE ILUSTRACIÓN

55. Великий тлумачний словник сучасної української мови / уклад. і гол. ред. В.Т. Бусел. — Київ–Ірпінь: Перун, 2007. — 1736 с.
56. Етимологічний словник української мови: в 7-ми томах / гол. ред. О.С. Мельничук. — К., 1982–2012. — Т. 1–6.
57. Словник сучасного українського сленгу / упор. Т. Кондратюк. — Харків: Фоліо, 2006. — 352 с.
58. Перший словник українського молодіжного сленгу / уклад. С. Пиркало; ред. Ю. Мосенкіс. — Київ: ВІПОЛ, 1998. — 83 с.

59. Diccionario de la jerga juvenil. Realizado por los alumnos del IES Sierra de Leyre (Sangüesa, Navarra). — Режим доступа: <http://lenguetazosliterarios.blogspot.com/2010/11/creacionde-un-diccionario-colaborativo.html>.
60. Diccionario SMS: hexo x ti y xa ti, tú pones las reglas. — Режим доступа: <http://www.diccionariosms.com>
61. Diccionario Temático de la Jerga Juvenil. — Режим доступа: <http://alasakar.wordpress.com/2011/05/23/diccionario-tematico-de-lajerga-juvenil>.

CHATS

62. www.chateagratis.net
63. www.chatear.com
64. www.elchat.com
65. www.hispablog.ru
66. www.canalchat.org

RESEÑA

La comunicación en el mundo moderno está experimentando cambios significativos, que están asociados con globalización de toda la sociedad humana. La red informática ha entrado profundamente en la vida social y afecta a diversas esferas de la vida y la actividad de una persona. La relevancia del tema elegido se explica por la necesidad de estudio de características de la comunicación virtual, ya que este tipo de comunicación adquiere gran importancia y poco a poco se convierte en una de las principales campos de contactos.

El objetivo de investigación científica es el estudio de la comunicación moderna, que ocurre debido a la tecnología de la información y sus efectos en el surgimiento nuevas relaciones sociales.

Las tecnologías informáticas han influido no sólo en las redes sociales, sino también en la actividad de personas de diferentes edades, pero también cambió su comunicación, brindando otras nuevas oportunidades para la interacción de información en la realidad virtual.

Hoy en día, la comunicación por Internet se ha convertido en un tema interdisciplinario de la investigación científica. Un papel importante en esta cuestión lo desempeñan las obras dedicadas a la comunicación a través de Internet. La mayoría de los científicos distinguen una serie de parámetros de comunicación por Internet, los más importantes son la hipertextualidad, la virtualidad, la distancia (separación en espacio y tiempo), igualdad de estatus de los participantes, combinación de diferentes tipos de discurso.

La comunicación a través de Internet se manifiesta en dos aspectos: 1) intercambio de información entre varios sujetos de comunicación para usando voz, video, mensajes de texto, documentos, archivos, etc, (por ejemplo, sistemas de tiendas online, banca online, etc.); 2) comunicación entre comunicadores humanos.

Hoy en día, existen muchas formas de comunicación por Internet, a saber: correo electrónico, sitios web, conferencias diversas, foros, chats (Internet Relay Chat), juegos en red, etc. Las actividades distinguen los centros de comunicación más interactivos (sitios web, chats) y los menos interactivos (correo electrónico y teleconferencias).

Todos los métodos de comunicación tienen una serie de características: anonimato: puede ocultar su nombre, sexo, edad, estatus social, país de residencia; contactos voluntarios: pueden ser interrumpidos en cualquier momento; la comunicación casi siempre se realiza por escrito; comunicación polifónica, que permite combinar un gran número de prácticas lingüísticas y tipos de discurso; falta de comunicación no verbal; falta de unidad en el tiempo y el espacio, es decir, una oportunidad única para ser simultáneamente en diferentes zonas horarias y en diferentes países. gracias a internet: las fronteras interestatales dejan de ser un obstáculo para los contactos, por lo que ampliar la interacción intercultural, promover el acercamiento de los pueblos y crecimiento de su autoconciencia nacional e

internacional; luchar por la emocionalidad en la comunicación. Esto se expresa en la creación de varios iconos especiales para indicar emociones (alegría, tristeza, sonreír, amar, besar, etc.).

Los resultados de investigación demostraron que la comunicación por Internet como fenómeno del siglo XXI tiene un impacto significativo en las actividades de todas estructuras de la sociedad moderna.

El fenómeno de la comunicación por Internet requiere un estudio profundo y multifacético, que se distingue por varios enfoques de investigación, por eso es estudiado por muchas ciencias (informática, lingüística, psicología, comunicación social, etc.).

Palabras clave: la comunicación por Internet, la emocionalidad en la comunicación, formas de comunicación por Internet, métodos de comunicación, iconos especiales, la interacción intercultural, crecimiento de autoconciencia nacional.