

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования  
«Петрозаводский государственный университет»

Институт иностранных языков  
Кафедра немецкого и французского языков

Кимишян Грета Мамиконовна \_\_\_\_\_ (подпись студента)

ОСОБЕННОСТИ НЕМЕЦКОГО ЯЗЫКА В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

## **ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА**

Направление подготовки бакалавриата  
44.03.05 Педагогическое образование (с двумя профилями подготовки)  
Профиль направления подготовки бакалавриата  
«Немецкий язык и французский язык»  
Форма обучения - очная

Допущена к защите.  
Заведующий кафедрой,  
к. ф. н., доцент  
Котюрова Ирина Аврамовна

Руководитель  
к. ф. н., доцент  
Токко Наталия Ивановна  
«\_27\_» \_\_\_\_\_ мая \_\_\_\_\_ 2020 г/

Петрозаводск

2020

## Оглавление

Введение.....	3
Глава 1. Интернет-коммуникация в социальных медиа .....	6
1.1. Характеристика Интернета как канала коммуникации .....	6
1.2. Определение и особенности социальных сетей.....	10
1.3. Специфика языка виртуального пространства .....	15
Выводы по Главе 1 .....	18
Глава 2. Особенности немецкого языка в социальных сетях Twitter и Instagram.....	20
2.1. Twitter и Instagram как каналы Интернет-коммуникации .....	20
2.2. Особенности немецкоязычной Интернет-коммуникации на лексическом уровне .....	27
2.3. Особенности немецкоязычной Интернет-коммуникации на морфологическом уровне.....	33
2.4. Особенности немецкоязычной Интернет-коммуникации на уровнях синтаксиса и пунктуации .....	37
Выводы по Главе 2 .....	42
Заключение .....	43
Список использованной литературы.....	45

## **Введение**

Появление Интернета в 80-х годах прошлого столетия по праву считается венцом четвёртой информационной революции, ведь «Всемирная паутина» является не только глобальным средством общения, но и универсальным инструментом для поиска, хранения и передачи информации. Интернет стал по-настоящему неотъемлемой частью жизни любого современного человека. Ярким примером, свидетельствующим о важности и необходимости Сети в нашей повседневной жизни, является принятая ещё в 2011 году ООН резолюция, признающая доступ в Интернет одним из неотъемлемых базовых прав человека. Согласно этой резолюции все люди могут свободно пользоваться Интернетом, осуществляя своё право на свободу слова, то есть беспрепятственно выражая своё мнение и убеждения. Государство и иные лица не могут в таком случае необоснованно ограничивать доступ человека к Всемирной сети.

Повсеместное распространение Интернета несомненно способствовало образованию особой, новой области реализации языка. Не без причины многие специалисты говорят о том, что данное пространство можно рассматривать как отдельное сообщество со своими собственными правилами и даже языком. Такая малоизвестная и принципиально новая коммуникативная среда не могла не обратить на себя внимания современных лингвистов. Интернет принёс в язык другие способы общения, стереотипы речевого поведения и языковые особенности оформления текстов.

**Актуальность** данного исследования обусловлена тем, что в современной лингвистике наблюдается повышенный интерес к изучению Интернет-коммуникации и её влияния на язык, которые, в силу новизны и динамичности развития данного направления в языкознании, по-прежнему нуждаются в более детальном и точном рассмотрении.

**Объектом** нашего исследования является процесс коммуникации в социальных сетях.

**Предмет** данной работы – специфика виртуального общения на немецком языке в социальных медиа.

**Цель** исследования состоит в выявлении языковых особенностей немецкоязычных сообщений в соцсетях.

В этой выпускной квалификационной работе в соответствии с поставленной целью будут выполняться следующие **задачи** исследования:

1. охарактеризовать Интернет как особый канал коммуникации;
2. определить и описать феномен социальных сетей;
3. выявить специфику «сетевого» немецкого языка;
4. проанализировать конкретные примеры языкового оформления немецких Интернет-текстов из соцсетей.

Поставленные объект, предмет, цели и задачи этой выпускной квалификационной работы определили и **методы исследования**, а именно обзор, анализ и обобщение научной литературы и статей по изучаемой проблеме, поиск и анализ конкретного языкового материала.

Структура данной работы состоит из введения, двух глав: теоретической и практической, заключения и списка использованных источников.

По результатам исследования была опубликована статья в третьем томе «Гуманитарные науки» сборника научных трудов по материалам VI Республиканской конференции молодых ученых, аспирантов, студентов (от 17 апреля 2020 г.) ГОУ ВПО «ДОННАСА». Помимо этого, ещё две статьи с основными положениями данной работы сданы в печать и ожидают публикации в сборнике научно-практической конференции «Управление:

история, наука, культура» Карельского филиала РАНХиГС и в сборнике докладов 72-й Всероссийской научной конференции обучающихся и молодых ученых ФГБОУ ВО «ПетрГУ».

## **Глава 1. Интернет-коммуникация в социальных медиа**

### **1.1. Характеристика Интернета как канала коммуникации**

В настоящее время Интернет является активно развивающимся и набирающим всё большую популярность во всем мире средством массовой информации. По данным исследований агентств WeAreSocial и Hootsuite аудитория Интернета на 2019 год возросла на более чем 360 миллионов человек (9,1%) по сравнению с прошлым годом и стала насчитывать 4,388 миллиарда активных пользователей. Из них 3,484 миллиарда используют социальные сети, в первую очередь для общения, развлечения, просмотра новостей, обучения и других целей [18]. Поэтому невозможно отрицать влияние Всемирной паутины на все сферы жизнедеятельности социума, на мышление, культуру и коммуникацию людей.

Неудивительно, что в последнее время характеристики речи в сети Интернет стали популярным объектом лингвистических исследований, современные ученые также выделяют такой относительно новый термин, как «Интернет-коммуникация». В связи с этим необходимо определить, что под ним подразумевают.

Существует множество подходов к определению коммуникации как процесса взаимодействия между людьми в самом широком смысле. Наиболее ёмкую дефиницию сформулировала Конецкая В. П., ученая определяет его как «социально обусловленный процесс передачи и восприятия информации в условиях межличностного и массового общения по разным каналам при помощи различных коммуникативных средств (вербальных, невербальных)» [12]. Одним из каналов коммуникации сегодня может выступать также и Интернет, а общение с его посредством и получило название «Интернет-коммуникации». При этом в сети задействованы обе формы коммуникации – вербальная и невербальная, во многом благодаря тому, что в Интернете

информация может передаваться в различных формах: в виде текста, в аудио- и видеосообщениях, в различных документах многих других форматов. Такое многообразие является одной из важнейших особенностей Интернета как канала коммуникации.

Дифференцируются также и разнообразные виды общения в Сети. Бабаева Ю.Д., Войскунский А.Е., Смыслова О.В. выделяют следующие:

1. Общение в режиме реального времени, или так называемый «чат» (с одним или одновременно с несколькими собеседниками);
2. Общение, при котором сообщения к адресату приходят с отсрочкой (с одним или одновременно с несколькими собеседниками).

Помимо этого, ученые классифицируют виды общения в Интернете по таким параметрам, как:

- открытость сообщества для всех желающих вступить в общение или закрытость его для посторонних;
- наличие или отсутствие контроля за деятельностью участников;
- ограничение вербальными текстами или мультимедийность [1].

Другой основополагающей особенностью сетевого общения является анонимность. Баркович А. А. отмечает, что благодаря анонимности в Интернете поменялось также поведение и восприятие партнера при коммуникации. Скрываясь за анонимностью, пользователи сети часто пренебрегают общепринятым этикетом и проявляют бóльшую свободу высказываний, чем в реальной жизни. Выводы о личности собеседника во многом строятся на косвенных, опосредованных данных, доступных из коммуникативного акта. Интернет-язык в отсутствие сведений о собеседнике, напрямую полученных от органов чувств, воспринимается

намного острее и основательнее, чем «обычная» речевая деятельность, сопровождаемая зрительным и слуховым контактом с человеком [4].

Стоит также отметить, что язык Интернета чрезвычайно адаптивен и пластичен, возможно потому, что большинство его пользователей – молодые люди. Их виртуальные личности находятся в постоянном поиске нового содержания, дополнительных слов для описания своих впечатлений, чувств, эмоций, и это постоянно фиксируется в языке Интернет-коммуникации. Язык Сети стремится к наиболее удобным и целесообразным формам выражения и является оригинальным, тяготеющим к новизне.

Многие специалисты отмечают такую особенность online-общения, как сочетание устной и письменной форм речи. С одной стороны Интернет-общение происходит в основном посредством текста, иногда с элементами графики и анимации (например, с так называемыми «смайликами» или «стикерами»), то есть в письменной форме, но с другой стороны, пользователи лишь фиксируют в сети свою устную речь, её идиолект и, более того, ошибки, звучащие в ней. Причины этому лежат в основном в спонтанности, неподготовленности и моментальности компьютерной коммуникации.

Кроме того, Казнова Н. Н. отмечает, что во Всемирной паутине происходит сближение стилей литературного и разговорного языка, позволяющее определить тип речи, представленный в Интернете, как литературно-разговорный: сплетение «кодифицированного литературного языка с некодифицированной разговорной речью» [10, с.13]. Поэтому неудивительно, что литературные нормы зачастую не соблюдаются пользователями Интернета, ввиду свободных правил, в первую очередь речеповеденческих.



Помимо этого, для Интернет-коммуникации характерно возникновение оригинальных, ранее не существовавших в литературном языке понятий или появление дополнительных значений у уже имеющихся слов. Традиционно большинство вариантов нетривиального использования языковых средств зарождается и испытывается в разговорной речи. Однако, как уже упоминалось ранее, в Интернете языковая практика тесно связана с письменной формой и поэтому обладает широчайшей вариативностью – от коллоквиализма (англ. colloquialism – «слово или выражение из сферы неформального общения»; от лат. com- и loqui- – «говорить») до криптолекта (арго) (англ. cryptolect или cant или argot – «вариант языка, предназначенный для исключения из общения посторонних»; от др-греч. κρυπτός – «секрет» и λεκτός – «говорить»).

Во Всемирной сети также широко используется намеренно неправильное употребление слов, создающее комический эффект – малапропизм (англ. malapropism – «замена одного слова другим, сходным по звучанию»; от французского mal à propos – «невпопад») и какография (англ. cacography – «ошибочное правописание»; от др-греч. κακός – «плохой» и γράφῃ – «писать»). Однако Баркович А.А. считает, что не все случаи нестандартного словоупотребления носят демонстративный и преднамеренный характер, а скорее некоторые из подобных отклонений от нормы являются лишь следствием плохого владения языком [4, с.67].

Многие специалисты выделяют также такую особенность сетевой коммуникации, как интертекстуальность. Баженова Е. А. определяет это понятие, как «текстовую категорию, отражающую соотнесенность одного текста с другими, диалогическое взаимодействие текстов в процессе их функционирования, обеспечивающее приращение смысла произведения» [3, с.104]. Как можно заметить по данному определению, термин «интертекстуальность» применялся первоначально исключительно по

отношению к художественным текстам. Но в настоящее время ученые говорят также и об интертекстуальности Интернет-дискурса. Она проявляется в открытости Интернет-текстов и возможности быстрого автоматического обнаружения эксплицитных межтекстовых связей благодаря современным поисковым системам. Так например на запрос вышеприведенной цитаты Google выдает 8 930 ответов, среди которых можно найти не только её источник – оригинальную публикацию Баженовой Е.А., но и все научные работы и статьи, в которых она используется. Благодаря этому можно легко обнаруживать случаи плагиата и компиляции, однако пока Интернет-технологии к сожалению не способны выявлять менее очевидные, перефразированные заимствования.

## **1.2. Определение и особенности социальных сетей**

Особое положение в online-пространстве занимают социальные сети. Как упоминалось выше, по данным исследований агентств WeAreSocial и Hootsuite их аудитория насчитывает 3,484 миллиарда активных пользователей, а это практически 80% от всего количества посетителей Интернета. Среднестатистические показатели свидетельствуют о том, что в соцсетях люди проводят 2 часа 15 минут каждый день, что составляет примерно одну треть от их общего времени во Всемирной паутине и одну седьмую — от их активной части суток [18].

Исследователи определяют понятие социальной сети, как платформу для взаимодействия объединённых общими интересами двух или более людей; как интерактивный веб-сайт, контент которого наполняется самими участниками сети; как автоматизированную социальную среду, осуществляющую связь посредством веб-сервиса внутренней почты или мгновенного обмена сообщениями [6].

Именно поэтому учёные приходят к выводу, что социальные сети на данный момент являются не только площадкой для межличностной коммуникации людей, но и своего рода средством массовой информации, ведь у них есть и нужный для этого контент, и многомиллионная аудитория. Это в свою очередь ведёт к тенденции активного использования в социальных медиа классических жанров журналистики, например заметки, репортажа, рецензии, некролога, блиц-опроса и так далее, но в некоторой степени адаптированных под условия Интернета.

В социальных сетях людям предоставлена возможность создания собственного профиля, для установления связи с другими профилями и использования всех возможностей сети: публикации собственного контента и оценивания чужого. Зачастую пользователи платформы используют полную или частичную анонимность, хотя при регистрации в соцсетях предлагается указывать настоящие пол, имя, возраст, семейное положение и другие данные, размещать реальные фотографии для поиска уже знакомых людей, для заведения дружбы с незнакомыми и установления с ними связи.

Во всех социальных медиа публикуется информация совершенно разной тематики: развлекательной, образовательной, новостной, коммерческой и так далее. Что касается формы публикуемого контента, то она отличается в зависимости от самой платформы: на YouTube это преимущественно видеоматериалы и комментарии к ним, в Instagram — в основном фото-, видеоматериалы и комментарии, в Twitter — чаще всего короткие текстовые посты с прикрепленными к ним фото-, видео- и GIF-файлами, а Facebook включает в себя все выше перечисленные возможности и позволяет также пользователям обмениваться личными сообщениями.

Помимо ранее перечисленных традиционных жанров, пришедших из журналистики и как правило претерпевших некие трансформации, в сети появились абсолютно новые жанры, среди которых комментарий, пост или

заметка автора, личные сообщения или коммуникация с помощью мессенджеров.

Жанр **комментария** первоначально зародился в журналистике, «с его помощью автор выражает отношение к актуальным событиям, формулирует связанные с ними задачи и проблемы в форме сжатого анализа недостатков или достижений, а также выражает их оценку, прогноз развития и т.д.». От других жанров прессы комментарий «отличается тем, что в нём обычно анализируется какое-то явление, уже известное аудитории, и в этом анализе превалирует отношение к предмету отображения» [16]. Неудивительно, что эта форма высказывания обрела свою популярность и в online-среде. Его посредством пользователи чаще всего соцсетей делают замечания и пояснения, выражают свои мнения, рассуждения, критику и отзывы о публикуемом материале или о другом таком же комментарии. Специалисты отмечают то, что из-за растянутости во времени и возможности обдумать своё высказывание комментарий становится «практически аналогом монолога в составе диалога» [11].

Однако благодаря его приближенности к живому диалогу и открытому доступу для прочтения (в отличие от личных сообщений) жанр комментария является наиболее показательным и содержательным для изучения лингвистами Интернет-сленга, трендов и в целом коммуникации. Именно поэтому во второй, практической главе данной работы на рассмотрение будут взяты по большей части комментарии из двух популярнейших социальных медиа.

Есть разные точки зрения на такой веб-жанр, как **пост**: некоторые говорят о нём как о микро- или субжанре блога, а некоторые выделяют его в отдельную категорию. Само это слово произошло от английского глагола «to post», одно из значений которого «осведомлять, информировать». Таким образом пост в любой социальной сети представляет собой размещённое в

своём аккаунте или в специализированных группах информационное сообщение.

Пост отличается от комментария тем, что он не является прямой реакцией на какое-либо высказывание или любой другой опубликованный контент, хотя может содержать в себе мнение, анализ, оценивание или критику чего-либо. В зависимости от конкретной соцсети, от её интерфейса и предлагаемых функций, пост может включать в себя материалы разного формата: например в Instagram пост обязательно должен состоять из фотографии и/или видеофайла с сопроводительным текстово-графическим (с так называемыми «эмодзи») комментарием по желанию, в то время как Twitter-пост может быть просто текстовым или графическим сообщением.

**Личные сообщения** похожи на комментарии тем, что они являются взаимным обменом информации самого разного типа, и тем, что они приближены к живому диалогу. Самое главное отличие же заключается в их приватности, ограниченном круге читателей, а в этом данный жанр напоминает обмен e-mail или SMS-сообщениями. В настоящее время так называемые «мессенджеры» или системы мгновенного обмена сообщениями присутствуют практически во всех социальных медиа, даже там, где они первоначально не предусматривались, например в Instagram, платформе, которая прежде создавалась исключительно для обмена, оценки и обсуждения фотографий, а не непосредственного общения.

Известный американский блогер, автор и ИТ-евангелист Роберт Скобл в одной из статей своего блога проанализировал и сформулировал основополагающие особенности социальных медиа:

- Прежде всего он отметил возможность легко и быстро видоизменять и даже удалять опубликованный контент, сравнивая это с тем, что

уже выпущенную газету нельзя скорректировать или полностью уничтожить.

- Кроме того Р.Скобл обращает внимание на интерактивность соцсетей, возможность взаимодействовать с автором контента напрямую посредством текстовых и графических комментариев и/или условных оценок, представленных во многих сетях в виде так называемых «лайков» или «дизлайков», иногда посредством простого действия «поделиться», называемого на разных платформах по-своему: «репост», «реблог», «ретвит».
- Следующее свойство соцсетей вытекает из предыдущего: популярность выпущенного в Интернете материала и отклик, который он вызвал у других, можно отследить в режиме реального времени благодаря упомянутым выше показателям. Подобное достаточно трудно вычислить у «традиционных» средств массовой информации.
- Также Р.Скобл упоминает возможность мгновенного доступа к старым, ранее вышедшим публикациям любого пользователя сети, при условии открытого аккаунта для посторонних.
- Помимо этого автор статьи указывает на мультимедийность выкладываемого материала, представленного в разных формах: текстового, графического, анимационного, аудио- и видеоформатах. Этот пункт является достаточно спорным, потому что телевидение на сегодняшний день располагает теми же возможностями.
- Затем Скобл подчёркивает присущую Интернету свободу в самовыражении, не ограниченную практически никакими рамками, в том числе ни по количеству, ни по объёму опубликованного

контента, а также отсутствие необходимости согласовывать с кем-либо выпускаемый контент.

- Далее блогер говорит об интертекстуальности — способности ссылаться на чужие посты, комментарии, статьи и так далее, быстро и легко их находить с помощью встроенных в социальные медиа, внутренних поисковиков или даже «использовать их повторно» [23]. Стоит также отметить, что благодаря этому свойству сетей «аудитория» каждого зарегистрированного пользователя, количество людей, которые знакомятся с контентом непосредственно от его автора, не ограничивается только лишь кругом его «друзей» или «подписчиков», а может быть увеличена и расширена с помощью вышеупомянутого действия «поделиться» («репост»/«реблог»/«ретвит»/т.п.). Таким образом любой размещённый в открытом доступе материал может достичь огромного количества людей.

### **1.3. Специфика языка виртуального пространства**

В силу того, что пользователи Интернета в своей коммуникации зачастую лишены возможности паравербальных способов выражения (темпа речи, тембра, высоты и громкости голоса, эмоциональной окраски, создаваемой посредством вздохов, смеха, плача и других звуков, воспроизводимых исключительно человеческим голосом, определенных пауз, жестов и мимики), то этот недостаток частично компенсируется использованием так называемых «смайликов» или «эмоджи» – заменителей эмоциональных реакций. Они лишь информируют об эмоционально окрашенном отношении автора к написанному, передавая направленность и степень его чувств.

В качестве замены высоты и громкости голоса Интернет-пользователи применяют «капс» (англ. "Caps Lock" – клавиша на компьютерной клавиатуре, предназначенная для фиксации смены регистра букв со строчных на заглавные), который воспринимается во Всемирной паутине как «повышенные тона».

Ещё одной особенностью языкового оформления Интернет-текста является утрированно большое использование восклицательных знаков в конце одного предложения. Слишком большое количество восклицательных знаков указывает на чрезмерную эмоциональность и темпераментность пишущего.

Что касается особенностей оформления текстов в Интернете, язык видоизменяется под влиянием Сети практически на всех его уровнях, обходя стороной пока лишь только фонетический. Это обусловлено тем, что компьютерная коммуникация, как отмечалось выше, протекает преимущественно в письменной форме, соответственно не затрагивая звуковую сторону речи. Однако с развитием Интернета и появлением таких функций, как «голосовое сообщение», вероятнее всего лингвистам вскоре предстоит рассматривать модификации и на этом языковом уровне.

Анализ текстов коммуникантов, общающихся в Интернете, позволяет выделить следующие изменения на лексическом, морфологическом, синтаксическом и пунктуационном уровнях языка.

1. На лексическом уровне можно наблюдать:
  - а) возникновение и использование большого числа жаргонизмов, арго, сленговых, а также нецензурных выражений, сниженной лексики;
  - б) создание и употребление аббревиатур и акронимов, либо служащих для эвфемизация, смягчения первоначального грубого



и непристойного смысла, либо для засекречивания какой-либо информации, предназначенной для узкого круга пользователей, либо используемых только лишь из соображений языковой экономии;

- с) повсеместное использование словообразования для обозначения ранее не существующих понятий в языке;
- д) внедрение в речь огромного количества иноязычных элементов, различных заимствованных слов, преимущественно из английского языка.

2. На уровне пунктуации подмечают:

- а) тенденцию либо к полному пренебрежению знаков препинания, либо, как упоминалось ранее, к их чрезмерному употреблению, что в обоих случаях является отклонением от норм пунктуации литературного языка;
- б) появление новых символов в качестве знаков пунктуации, таких как #, ~, @, или нестандартных комбинаций традиционных, например ¡! и ¿?;
- с) разнообразные комбинации стандартных знаков препинания, получившие новое значение, или так называемые «смайлики», например ;-(, :-).

3. На уровне синтаксиса наблюдается:

- а) частое использование пользователями сети эллиптических предложений и эмфатических конструкций;
- б) преобладание простых предложений над сложносочиненными и сложноподчиненными из-за принципа экономии усилий.

4. На морфологическом уровне можно отметить склонность к аграмматизму (нарушение орфографических норм, использование неправильных глагольных форм, несоблюдение согласования существительных и прилагательных и так далее),

что в основном бывает вызвано двумя причинами, о которых говорилось ранее: ради создания комического эффекта или вследствие плохого владения языком.

### **Выводы по Главе 1.**

Итак, проанализировав всё вышесказанное, можно резюмировать, что к основным особенностям общения в киберпространстве лингвисты относят следующее:

- наличие вербальной и невербальной форм коммуникации;
- анонимность;
- сочетание устной и письменной форм речи, литературного и разговорного стилей;
- интертекстуальность;
- плодотворность Интернет-среды для возникновения новых способов выражения;
- влияние Всемирной паутины на оформление текстов.

Кроме того, социальные сети — интерактивные платформы для взаимодействия объединённых общими интересами людей, создающих свой и потребляющих чужой контент — не только отражают вышеперечисленные базисные характеристики Интернета как канала коммуникации, но обладают рядом уникальных, отличающих их от других веб-площадок функций и возможностей, среди которых:

- корректировать и удалять уже опубликованное;
- взаимодействовать с авторами контента и другими пользователями разными способами;

- отслеживать популярность публикации;
- находить старые материалы.

## **Глава 2. Особенности немецкого языка в социальных сетях Twitter и Instagram**

### **2.1. Twitter и Instagram как каналы Интернет-коммуникации**

По приведённым ранее статистическим данным можно сделать вполне обоснованный вывод, что социальные медиа имеют наибольшую популярность у подавляющего большинства Интернет-пользователей. Что касается доминирующих платформ среди нынешних соцсетей, рейтинги демонстрируют стабильную популярность таких сервисов, как Twitter и Instagram. По последним исследованиям они занимают 3 и 4 места соответственно в немецкоязычном online-пространстве, уступая лишь Facebook и Pinterest [24]. Стоит также ещё раз подчеркнуть, что эти социальные сети являются наиболее подходящей средой для рассмотрения языковых тенденций во Всемирной паутине, поскольку преобладающее количество пользователей Twitter и Instagram находятся в молодой возрастной группе, а подростки и молодежь в целом наиболее склонны к языковому творчеству, поиску новых, нестандартных способов выражения.

Несомненно, у каждой социальной сети, включая Twitter и Instagram, есть ряд общих признаков, уже описанных и разобранных в первой главе данной работы. Однако стоит также подробнее рассмотреть созданные на этих двух платформах с помощью разного набора предлагаемых функций специфические условия для коммуникации.

Социальная сеть «Твиттер» была создана в 2006 году и задумывалась как платформа для обмена короткими заметками о своих повседневных делах, чувствах и мыслях с друзьями и знакомыми, подписанными на их получение. Такая заметка на Твиттер-жаргоне называется «der/das Tweet» («die Tweets»). Одним из главных отличий Твиттера от стандартных мессенджеров были открытость и доступность опубликованных сообщений

широкому кругу зарегистрированных пользователей. Таким образом, за каждым диалогом или обсуждением в этой соцсети могли следить абсолютно все, даже не задействованные в коммуникации посторонние люди. Однако на сегодняшний день пользователи этого хостинга располагают возможностью переписываться личными сообщениями, которые называются в Твиттере «DM» или «DMs», от словосочетания «direct messages»:

@xCopperCoin: Ja schreib ma DM wie du willst

@JulianHille: Wer sich mit solchen Druckkessel auskennt, darf mir mal in die DMs flutschen. [...]

Тем не менее, привычка переписываться друг с другом «в открытую» сохранилась у Twitter-пользователей и по сей день, что делает эту платформу полезной и удобной для изучения лингвистами особенностей живого, естественного общения в Сети.

Другой основополагающей чертой данного хостинга является ограниченность возможных символов в одном сообщении, в так называемом «твите». Раньше это количество исчислялось 140 символами из-за первоначального желания разработчиков создать некий аналог SMS-сообщений, с присущими им сокращениями, но с сентября 2017 года по многочисленным просьбам пользователей допустимое число знаков увеличили вдвое, до 280. Эта отличительная черта Твиттера существенно влияет на коммуникацию и язык людей: пользователи не имеют возможности писать развернутые высказывания, анализы и критику, а как следствие они вынуждены формулировать свои мысли в сжатом формате, зачастую жертвуя грамматикой и пунктуацией. Поэтому типичными для этой социальной сети являются сообщения подобного рода:

@graveyardshxwty: mein tag ist momentan von morgens bis abends gefüllt mit kunst in jeglicher form und mache den ganzen tag nur das was mich erfüllt i'm literally so scared irgendwann wieder zurück in den alltag zu müssen ahh

Орфография и пунктуация оригинального «твита» полностью сохранены, поэтому мы можем наглядно увидеть, что его автор пожертвовал правильностью текста ради того, чтобы уместить всё его содержание, а подобное нередко можно встретить на просторах Твиттера. Более того, на этой платформе отсутствует функция редактирования опубликованного контента, что является частым предметом критики пользователями этой соцсети. Эта особенность также имеет огромное значение для коммуникации в Твиттере: из-за этого привычными и допустимыми становятся опечатки, орфографические и другие ошибки.

Самыми часто используемыми веб-жанрами коммуникации на данной платформе являются жанры поста и комментария, в которые хостинг позволяет включать текст, эмодзи, ссылки, фото-, видео- и/или GIF-файлы. Взаимодействовать с любым опубликованным контентом можно как вербально (посредством комментария), так и невербально (посредством использования функций «Нравится» — «der Like» («die Likes») или «Поделиться» — «der/das Retweet, RT» («die Retweets, RTs»)). Их большое количество, отмечаемое внизу каждого «твита» специальными значками и цифрами рядом, является для многих показателем популярности и значимости сообщения. Зависимость от этих чисел в каждой социальной сети, не только в Твиттере, в последнее время перерастает у многих в одержимость, что также имеет определенное влияние на форму высказывания собственного мнения, речевое поведение и выстраиваемый в Сети имидж, однако корни этой проблемы скорее уходят в психологию, нежели в лингвистику.

@DummerBokblin: [...] Ich freue mich wie immer sehr über RTs, Likes und Feedback :)

Социальная сеть «Инстаграм» была запущена в 2010 году и первоначально представляла собой узкоспециализированный сервис для редактирования и загрузки фотографий только определенного формата, а именно с соотношением сторон 3:2, напоминающем полароидные снимки. Однако со временем разработчики расширили спектр возможностей и функций для Инстаграм-пользователей, превратив эту платформу в один из крупнейших фото- и видеохостингов не только для развлечения и эстетического удовольствия, но и для коммерческой и рекламной деятельности. Реклама в этой социальной медиа может косвенной: когда, например, какой-либо известный блогер с большим количеством подписчиков на одной из своих публикаций надевает брендовую вещь, акцентируя на ней, как бы ненавязчиво, внимание своих подписчиков, при этом не упоминая напрямую этот товар в тексте сопроводительного сообщения; а также реклама в Инстаграм может быть прямой и отражаться в подписи к выложенному контенту:

@bibisbeautypalace: Ich liebe es, dass das Wetter im Moment so gut ist...Wir verbringen so viel Zeit draußen [эмодзи] Seid ihr auch so Frühlings- und Sommermenschen? [эмодзи] Mein komplettes Outfit & die Tasche ist übrigens von @sheingermany - ich liebe deren große Auswahl an Kleidung & Accessoires! Zeige euch in meiner Story gleich auch noch einige andere Teile [эмодзи] Mit dem Code 2020BIBI bekommt ihr im Moment sogar 25% Rabatt auf Alles (ab einem Warenwert von 49€ - gültig bis 10.06.2020) [эмодзи] - Werbung -

Тем не менее, основная функция Инстаграма — обмен личными фотографиями и видео — осталась неизменной, именно поэтому в этой соцсети преобладают такие digital-жанры, как пост и комментарий. Инстаграм-пост непременно должен содержать в себе визуальный компонент

— фото- и/или видеоматериал, что является одной из отличительных черт данной платформы, порождающей большое количество креолизированных текстов. Пользователи могут опустить вербальное описание к постам, в ином случае сопровождающая подпись к выложенному контенту может быть не только непосредственным описанием происходящего на фотографии/видеозаписи или фактов, связанных с ней, но и рассуждениями, анализом, критикой и т.п. на совершенно отвлеченные темы. При этом Инстаграм-пользователи практически не ограничены в количестве знаков и объёме своего высказывания (допустимое их количество — 2000 символов), они имеют возможность редактировать уже опубликованный текст, в отличие от Твиттер-пользователей. Что касается частого несоответствия по смыслу между выложенной публикацией и сопроводительным сообщением, эта особенность давно стала предметом многих шуток, поскольку в Инстаграме нередко можно встретить подобные посты: ряд фотографий, так называемых «селфи», полуголой девушки в откровенном наряде и высокопарная подпись

@peggy.acc: Was du liebst, lass frei. Kommt es zurück, gehört es dir – für immer. [эмодзи]

Немаловажно также и то, что длинные подписи к постам не отображаются в новостной ленте подписчиков полностью, поскольку Инстаграм сворачивает их до двух первых строк, что вынуждает пользователей писать либо ключевую и основную, либо вызывающую интерес и цепляющую на дальнейшее прочтение информацию большого поста в самые первые строки. Например, объёмная подпись к публикации Инстаграм-пользовательницы xlaeta первоначально выглядит как отрывок «"Wenn mich jemand nach unserer Hochzeit fragt" [эмодзи]- Wer meine Stories schaut, der weiß...», интригующий своим продолжением, после



«развертывания» представляет историю, которой поделилась девушка со своими 2,3 миллионами подписчиков:

"Wenn mich jemand nach unserer Hochzeit fragt" [эмодзи]- Wer meine Stories schaut, der weiß, dass wir unsere geplante Hochzeit vor ein paar Wochen abgesagt haben. [эмодзи]Sie wäre Anfang Mai gewesen, also wären wir jetzt eigentlich schon verheiratet. [эмодзи] Sie hätte also auch unter keinen Umständen stattfinden können. Ich hatte noch so lange gehofft, dass wir irgendwie feiern können, da wir klein heiraten und ohne Menschen aus Risikogruppen, aber am Ende war uns dennoch das Risiko VIEL zu hoch und wir haben uns vor den Regelungen dazu entschieden alles abzublasen. [эмодзи] Wir haben jetzt allerdings endlich wieder einen neuen Termin für unsere Hochzeit. [эмодзи] Ratet mal in den Kommentaren, wann sie stattfinden wird. Ich bin gespannt, ob jemand das richtige Jahr und den richtigen Monat errät. [эмодзи] Bald sage ich es euch. [эмодзи] Kleiner Tipp: Ein bisschen Hoffen müssen wir aber dennoch. [эмодзи]

Помимо этого, важной особенностью для коммуникации в Инстаграм является следующая функция хостинга: владельцы профилей могут отмечать места и людей, изображённых на выложенных фото- и видеофайлах, тем самым привлекая к обсуждению заинтересованных пользователей. Таким образом Инстаграм-посты могут вызывать комментарии — ещё один немаловажный для данной платформы веб-жанр. В отличие от Твиттера, тексты комментариев в Инстаграм не могут быть креолизованными, то есть они имеют только вербальное выражение с небольшими визуальными элементами в виде эмодзи. Как следствие, центром большинства постов в этой соцсети и коммуникативной активности комментаторов под ними становится опубликованное изображение. Именно оно определяет содержание комментариев, а это как правило оценка визуальной составляющей. Например, под фотографиями девушки на фоне озера можно

увидеть типичные для данной соцсети комментарии (пост пользовательницы missjulianic от 1 февраля 2020 года):

@mb0584: Super Panorama, sehr geiles Bild. Schönes Wochenende

@oliver\_logan\_: Beautiful [эмодзи]

@thomas.weber68: [множество эмодзи сердец и роз]

@caro.bmgt: Sehr hübsch [эмодзи]

@romborg: Bester Fotograf [эмодзи]

@vivianereinhardt: Wie schööön [эмодзи]

Стоит также отметить, что в секции комментариев они ранжируются по количеству лайков: имеющие большое их количество находятся на самом верху, чем меньше — тем ниже их расположение. Это в свою очередь поощряет пользователей писать такие комментарии, которые понравятся многим и которые возможно даже привлекут кого-либо к профилю написавшего комментарий. Такая функция Инстаграма имеет существенное влияние на форму и содержание высказывания своего мнения, а как следствие и на межличностную коммуникацию в общем на данной платформе.

В остальном же Инстаграм похож на Твиттер: опубликованный контент оценивается двумя путями, вербально и невербально; пользователи данной соцсети тоже слишком зависимы от цифр, а именно от количества лайков, комментариев и подписчиков, они придают им излишнее значение; несмотря на предоставляемую возможность общаться приватно, с помощью личных сообщений, пользователи предпочитают переписываться в комментариях, на всеобщее обозрение. Также и изменения, происходящие на различных уровнях немецкого языка под влиянием Сети, не отличаются на обоих хостингах, именно поэтому мы будем рассматривать примеры языковых

особенностей оформления текстов и с Twitter, и с Instagram, никак не разделяя их.

## 2.2. Особенности немецкоязычной Интернет-коммуникации на лексическом уровне

Немецкие лингвисты отмечают доминирование словообразования как способа номинации новых понятий и терминов, составляющих особый сленг Интернета, и выделяют два вида словообразования: по составу и по смыслу. К словообразованию по составу относят аббревиацию, усечение и итерацию.

**Аббревиатуры** в Интернет-коммуникации бывают следующих видов:

- буквенные аббревиатуры:

@alpdrun: *mMn* (= *Meiner Meinung nach*) wird in Frankreich die beste Jugendarbeit weltweit gemacht. [...]

@apfelmann70: *OMG* (= *oh mein Gott*) Respekt ... klar und wünschenswert [эмодзи]

@F\_Schmidmeier: [...] Das hat nichts mit einem Kampf *gg* (= *gegen*) Extremismus zu tun! [...]

@\_emy.mlr\_: Hübsche *ly* (= *love you*)

@A\_Leimbach: Glaube jede Frau, *vllt* (= *vielleicht*) auch Männer kennen diesen schon von klein auf gelernten Druck. [...]

- цифробуквенные аббревиатуры или так называемый «Leetspeak»:

@AmoebenTranspor: [...] Ich schlafe einfach weiter. *N8* (= *Nacht / Gute Nacht*)

@RuediSommer: [...] *8ung* (= *Achtung*), in der Ferienzeit laaaange Wartezeiten, manchmal Stunden.

Появление цифробуквенной аббревиатуры «pr0n» (произошедшей от слов «das Porno» и «die Pornographie») вызвано строгими правилами сообществ практически всех социальных медиа, а именно запретом на распространение и даже на обсуждение материалов эротического характера. Таким образом данное сокращение позволяет пользователям хостингов избегать блокировок своих аккаунтов и удаления сообщений, содержащих неприемлемый материал, поскольку современные Интернет-системы способны автоматически отслеживать и находить подобное через ключевые слова.

@Metfass: Ich glaube langsam, ich brauche auch so einen "Schmuddel"-Account für *Pr0n* und Stuff.

Примечательно, что в социальной сети Instagram не было найдено примеров использования Leetspeak, когда как в Twitter их было крайне сложно исследовать, поскольку многие сообщения, содержащие цифробуквенные аббревиатуры, датировались 2010-2015 годами, что свидетельствует о постепенном исчезновении данного типа сокращений слов.

- слоговые аббревиатуры:

@Andy62508638: [...] hatte das damals auch nicht verstanden und musste mal ein Vortrag in *StaBü* (= Staatsbürgerkunde) darüber halten.

@mad.cnr: Öffnet doch verdammt nochmal die *kitas*!!!!!! (= Kindertagesstätten)

@EinfachNurPauI: Trage seit 3 Tagen eine Cap und *iwie* (= irgendwie) fange ich an es richtig zu mögen.

@Rezlowski: Wie sieht Xavier Naidoo denn heute aus? Ist er mit seinem 25kmh *Mofa* (= Motorfahrzeug) zum Casting gekommen? #DSDS

@peaceo81354852: Und wir so immer *iwas* (= irgendwas) cooles lustiges machen

Процесс **усечения** языковеды делят на два вида: усечение либо финальной части слова («апокопа» – «Kopfwörter»), либо начальной («афереза» – «Schwanzwörter»):

@corinnarien: *Sept* (= September) 2020

@ensgo0r: [...] Bin einfach der *Pro* (= Professional) im aufmuntern

@firooaz47: Sehr schöne Worte *fr.* (= Frau) merkel

@LieslMg: *kanische* (= amerikanische) Ureinwohner definieren sich selbst, soweit ich weiß (...), jedenfalls nicht als "weiß".

@dxndx.06: @esther\_xn nach der Corona Krise *mal* (= einmal) sage dir Bescheid:)НАНАНА

Немецкие специалисты также относят к усечению:

- редукцию:

@mat\_zilla: [...] *Is* (= Ist) das zufällig bei dir in der Nähe? [...]

@ProfDrXalog: Ich bin ehrlich, ich wollte heute *iwas* nochmal just for the lols streamen.

Warum nun nicht?

Internet? *Nö* (= Nein)

Geschwister? *Nö* (= Nein)

Games? *Nö* (= Nein) [...]

@missspecial3: ich hab *nen* (= einen) klassenkameraden, der depressiv ist und will ihm so gern *iwie* helfen. allerdings kann er mich *nich* (= nicht) ab.

- ассимиляцию:

@paulinepauline: "Polizei dein Freund und Helfer" *aufs* (= auf das) Auto kleben, aber auf dem Bürgersteig parken *wie'n* (= wie ein) Assi. Leute Leute...

@esther\_xn: @dxndx.06 Heirate Merkel dann *haste* (= hast du) dein Pass [эмодзи]

@TaxitellerFonzy: wie ging story aus? wie alt *bissu* (= bist du)? und durfte gefragt werden?

@tatjanamariposa: ICH *LIEBS* (= liebe es)!!!!

@nitaplakaj: @moritz20\_10 weil *du's* (= du es) besser machen könntest? Lmao. Mach mal, *will's* (= [ich] will es) sehen.

**Итерация** в лингвистике обозначает многократное повторение одной буквы в слове. В Интернет-общении такой прием служит для усиления значения или акцентирования слова.

@Lord\_Tweek: *Waaaaaaaas?! Es ist schön hier, verdammt* [эмодзи]

@andji.tkd: *Wowwww volll schöööönnn* [эмодзи]

@arun\_richards: [...] oder sehen Sie dort die Dinge plötzlich *gaAaAAAAaaAAanz* anders?

@drxna\_ks: *Eyyu die augen und Wimpern cüssss*

К словообразованию по смыслу языковеды относят англицизмы и производные от них; метафоризацию и игру слов.

Немецкие специалисты объясняют возникновение такого огромного количества именно английских **заимствований** тем, что Интернет и процесс глобализации тесно связаны между собой. Вследствие того, что на сегодняшний день английский язык признан мировым, потому что им

пользуется большинство населения планеты, он активно используется также и в Интернете для международной коммуникации. Поэтому неудивительно, что английский оказывает огромное влияние на немецкий язык.

Если такие заимствования, как «Hobby» и «Handy», уже прочно вошли в язык, то многие из них пришли относительно недавно из сферы компьютерных технологий, Интернета и социальных сетей.

@Ed\_vom\_Knopf: Wie jetzt? Ein *Mini USB Stick* passt auch am *Smart*?

@laura\_huen: @xlaeta gibts dazu ein *link*?

Немецкие лингвисты также отмечают такую интересную особенность английских заимствований в том, что они частично адаптируются под литературную норму немецкого языка: так например имена существительные пишутся с большой буквы, имеют род и соответственно используются с артиклем, а глаголы спрягаются по слабому типу спряжения [19]:

@Daddy\_Brown69: Grad kein bock aber wird mal *gedownloadet*

@lightside\_photo: Du Schönheit [эмодзи] freu mich auf *unser nächstes Shooting* [эмодзи]

@PhenoReborn: Hoffentlich wird jetzt *der beste Tweet* auf *jedem Account* einfach nur "Hat einer ne Kippe für mich?"

@saslueb: Müsst ihr auch alles aufzeichnen, wo ihr seid und wie es euch geht? Es hieß ja, dass man *eine App installieren* muss, damit die alles überwachen können.?

@froschdomse: In einem Brief schreibt Smart, dass das Mediasystem *upgedatet* werden muss. [...]

Иногда англицизмы используются с германизмами, тем самым создавая подобные гибридные производные:

@moevche: Wie hoch ist die Zahl, von der sich die *Internetsuchmaschine* Google ableitet? #gefragtgejagtspezial

@rosesfortommo: bin immernoch der meinung das er purer *augensex* ist

@HanneyBee\_Arts: Dieser Tweet hat ja fast schon Trump-charakter....alle *Googlenutzer* sind faaaaaake

@x.kxpf\_gxfxckt.x: meine *Fakeschwester* [эмодзи] ly

@xhayatim: manche verdienen gar keinen *internetzugang*

Также стоит отметить тенденцию пользователей социальный медиа включать в немецкоязычные предложения словосочетания и выражения, записанные полностью на английском.

@mxmln.gbri: Das sind keine *good news*. [...]

@lenaavanessaa: ja aber *don't be disrespectful about it* sie ist mein bebi

Процесс **метафоризации**, как один из способов создания необходимых для online-общения номинаций, иногда называют даже внутриязыковым заимствованием. Благодаря нему возникают новые значения на базе переноса по сходству:

@Laberladen: *Zapp Zapp* (звук нажимания на кнопки пульта; можно перевести как «включи телевизор») und los geht's!

@kath36sturm: woaaaaah!!! Was ein *hammer* (практически синоним слову «toll» и другим подобным, имеющий более яркую положительную коннотацию) Foto [эмодзи]

@Elie\_sai: Zerstörung der Wirtschaft unter dem Vorwand, das Klima zu retten

Millionen von Kriminellen importieren



Steuern erhöhen

Wenn Michael sich direkt beschwert und ihn beschuldigt, Nazi zu sein während Mustapha aus Kabul sein Leben in Berlin genießt

Willkommen in *Germoney* (= Germany + money) 2020

@anmarux: Ok, dieser Hintergrund ist einfach nur *wow* (междометие в данном случае играет роль определения и имеет значение прилагательного)

Метафорический способ номинации имеет большое значение для сетевого общения, удовлетворяя потребность в обозначении абсолютно новых понятий и явлений, непрерывно возникающих и существующих исключительно в сфере Интернета.

Словообразование играет неоспоримо важную роль для образования сетевого сленга, который включает в себя также огромное количество различного рода вульгаризмов и нецензурных выражений:

@cm\_fede: KUNZ ! DU BIST EIN ECHE UN TRÄGICHE ARSCHLOCH !! LECK MICH AM ARSCH !! DU SAU !! [...]

@HoeforWeisswein: Bin gerade *abgefickt* davon, dass eine meiner besten Freundin mit dem Ex meiner besten Freundin nach Hause gegangen ist. Sie hat nen *Fucking* Freund. Was tu ich denn jetzt?

### **2.3. Особенности немецкоязычной Интернет-коммуникации на морфологическом уровне**

Специфика влияния Интернета на грамматическую сторону немецкого языка мало изучена и российскими, и немецкими лингвистами из-за того, что, по сравнению с лексическим составом, грамматический строй языка считается более устойчивым к изменениям, которые происходят на этом уровне в течение более долгого промежутка времени. К тому же из-за того,

что Интернет-коммуникация расценивается лингвистами как соединение устной и письменной форм речи, то и все грамматические изменения, протекающие в устной речи, связываются также и с компьютерным дискурсом.

К морфологическим изменениям в online-сфере можно отнести:

- употребление сокращенных форм неопределенного артикля:

@ensgo0r: Hab ich gerade *ne* (= eine) Stunde mit *ner* (= einer) Freundin *nen* (= einen) Videochat gemacht, weil sie Liebeskummer hatte? Ja. [...]

@jkrng: Meine neue Wohnung ist direkt über *nem* (= einem) Kiosk und *ner* (= einer) Pizzeria [...]

- слияния артикля и предлога, не принятые в литературной норме немецкого языка:

@Kwuddul: [...] Werden niemals verstehen was *fürn* (= für ein) Wert Geld hat.

@DickUndFett: Will wer *aufn* (= auf ein) Date

@dustbunny030: Nö, nicht mehr Platz *fürs* (= für das) Fahrrad in Stuttgart [...]

@ichgehangeln: #mit #dem #auto #übers (= über das) #wasser #jesus #on #board [...]

- сокращение или полное исчезновение Genitiv, замена его на Dativ или предложные конструкции с Dativ:

@GianniFCB79: Ich bin so ein Vollidiot und habe ausversehen mein TOTW Set *anstatt dem* 83+ *Pack* geöffnet , das wars komplett :(

@Birgit\_Kelle: [...] Ihre gestohlene Kindheit haben viele auf dem Gewissen, aber sicher nicht jene, *die* Greta selbst *beschuldigt*.

@nutellaflxke: adult sein so geil weine einfach während ich an uni projekt arbeite also nicht *wegen dem projekt* sondern weil mein herz weh tut aber ich keine zeit habe traurig zu sein

@youngmigrants: Wir *gedenken den Ermordeten* von Hanau. Kein Vergeben. Kein Vergessen. [...]

- выпадение личных местоимений, чаще всего личного местоимения первого лица единственного числа:

@doobstyle: Nö. [Es] Mich stört, dass es praktisch für jeden einsehbar ist. [Ich] Habe aber alternativ einen Notfallpass in der Brieftasche. [...] [Es] Gibt aber noch andere Möglichkeiten:

@queensarrahh: Ich möchte [es] haben

@Topfritte: Na toll. [Ich] Bin wieder mal unterdurchschnittlich [эмодзи]

@Sabinas\_Reise: Ist [es] Dir mal aufgefallen, dass in Disney-Animationsfilmen Menschen mit dunkler(er) Haut fast nicht vorkommen?! [...]

- выпадение окончания у глаголов в форме первого лица единственного числа:

@datGestruemp: Komisches Zeug geträumt letzte Nacht! Ich *glaub* ich *hab* zu viel Horror-let's Play's geschaut.

@\_natalie.ni\_: @nju\_xlaeta\_lovefp ich *glaub* die es schon

@bitchescrytuu: ich *geb* ihm tipps, ich *helf* dem typ. [...]

С недавних пор лингвисты начали также использовать ранее относящийся только к дидактике термин «какография» в качестве обозначения специфического приема в Интернет-коммуникации – намеренно ошибочного правописания, создающего комический эффект или используемый для передразнивания собеседника.

@yakelb\_93: niemand:

me wie ich nervige kifferboysprech ungefragt nachäff:

ALLER JUNGZ ALLER LASS MA JOHNNY ANHAUEN ALLER WER  
BAUT DER HAUT GER HAHANA BRAUCH HEUTE AUF JEDN GOOD  
NIGHTY HAHANA OMG JUNGZ MIT EUCH BUFFEN EINFACH BESTE  
HAHAN JUNGE EINEN REINDÜBELN EINFACH LIFESTYLE

Публикация Инстаграм-пользователя @fabio\_gjako с отметкой на фотографии места «Barnim - Gymnasium» и с подписью:

schule maschule [эмодзи]

Диалог между двумя пользователями Twitter:

@marekverdammt: So seh ich aus wenn ich euch nachäff hahahaha

@BusinessBruder: Fo feh ich auss wenn micj euch nachäff

Переписка в комментариях под фотографией между двумя пользовательницами Instagram:

@francis.vlk: Haste ma wieder zeit [эмодзи]

@ichbinlostundhabe hunger: @francis.vlk ja musste ma schreiben hahaha [эмодзи]

Как можно заметить, язык Интернета стремится к максимальной языковой экономии, выраженной в сокращении или в полном исчезновении некоторых грамматических форм. Это вызвано в основном тремя причинами: 1) неформальностью среды, в которой происходит коммуникация, и его приближенностью к устной речи, что выражается в фиксации её фонетических особенностей, 2) ограниченностью во времени написания сообщения (при диалоге) и 3) принципом экономии усилий.

## 2.4. Особенности немецкоязычной Интернет-коммуникации на уровнях синтаксиса и пунктуации

Синтаксическому уровню сетевого немецкого языка присуще значительное упрощение состава предложений. Оно выражается посредством:

- эллиптических предложений:

@doobstyle: Nö. Mich stört, dass es praktisch für jeden einsehbar ist. Habe aber alternativ einen Notfallpass in der Brieftasche. [...] Gibt aber noch andere Möglichkeiten.

@Stefan12105220: Hey Vanessa Dir erstmal schönen guten Tag [эмодзи]

@xana\_de91: Oh wow ich muss zu dm das ist ja mega [эмодзи]

- парцелляции:

@Viel\_Davon: Heißer Tipp. Ton an. Ohne ergibt der wenig Sinn. Für sie getestet.

@MattEagleEsq: Interessante Überlegung. Darüber habe ich noch nie nachgedacht. Dann hat aber auch jeder Mensch einen Busen?! Grundlagenforschung. So wichtig.

@benjaminringel4: Bin auch froh. Ab und zu gönne ich mir auch ein eis. Hübsches bild. [эмодзи]

- эмфатических конструкций:

@okneinbye: [...] „die anderen hat es gar nicht interessiert“

„panik ist was anderes als angst überwinden“ [...]

@gloganggermany: menschen die mit ihrem hab und gut prahlen sind für mich das letzte sag elhamdullilah und halt einfach deine fresse

@bullock7: aufklärung ohne die usa hätte es kein wirtschaftswunder in der brd gegeben es wär ihr wie die ddr ergangen ohne hilfe was hat die einheit gebracht früher gabs die stasi heute heißt es verfassungsschutz lebenswerk kultur tradition heimat durch die wessies verraten und abgeschafft

- опущения сказуемого/части составного сказуемого:

@Fischblog: Die Hälfte davon nach dem Schnitt.

@coffeeSpotDe: [...] Medizinische Eingriffe mal vernachlässigt.

@denise.mski: @whospg endlich mein Girl wiedergesehen [эмодзи]

- преобладания простых предложений над сложными:

@benjaminringel4: Tolles bild. War auch heute spazieren und was essen. Gestern war prima wetter. Das liegt am klima. Wie geht es dir julia? Tolle wohnung. Sieht schön aus. Ich habe heute sportbücher verlegt. Vielleicht hast du interesse. Wünsche dir einen schönen abend. [эмодзи]

@jexjey93: Die ersten Kisten sind schon drüben.

Ist ein komisches Gefühl.

Mutti und ich haben jetzt schon kein Bock mehr [эмодзи]

Was soll das nächste Woche bloß werden?! [эмодзи]

Изучая вышеприведенные тенденции в синтаксисе «виртуального» немецкого языка, мы можем прийти к выводу, что такое стремление к упрощению вызвано практически теми же причинами, что и изменения на морфологическом уровне: приближенностью Интернет-коммуникации к устной речи, его моментальностью и ограниченностью во времени и принципом языковой экономии.

На уровне пунктуации немецкоязычного online-общения наблюдаются общие для многих языков тенденции, такие как:

- пренебрежение знаками препинания, в особенности точки и запятой:

@zeckeneinhorn: Hab mal vor 4 Jahren nen Typ am Bahnhof kennengelernt und manchmal treff ich ihn wieder und ich weiß echt nicht ob er ein komisches Leben führt oder ich ihn einfach nur in weirden Situationen treffe aber er chillt hier grade mit einer Säge ner fetten Glocke und rosa Rucksack.

@Nesibae2: 2012 dachten wir dass wir sterben werden und 2013 tragen wir bunte hosen wie sehr hat gott es wohl bereut uns am leben gelassen zu haben

@graveyardshxwty: wer bin ich wer will ich sein wer war ich viele fragen keine antworten deshalb bin ich jeden tag jemand anderes super

- чрезмерное употребление знаков препинания, в особенности восклицательного и вопросительного знаков:

@juliajulia4371: [...] Frau Merkel in den hintern zu kriechen ?????? [...]

@romeo230704: @marcus\_\_wanderlust danken sie endlich ab!!!!

@Olley1985: [...] Die Atmosphäre..... vorher noch in den Fanshop und iwas kaufen.

@moritz20\_10: @mr.alpha\_delta ..... ja 1A wie ne grundschulklasse... diese regierung ist blinder als kinder beim topfschlagen....

@WideCreek: [...] Das ist ein Witz!! Wieviel Kohlelobby @RWE\_AG hat da mit am Tisch gesessen.?? [...]

- использование новых для литературного (немецкого) языка знаков препинания, таких как #, ~, @. Каждый из этих символов имеет своё узкоспециализированное для соцсетей значение, например тильда (~) получила широкое распространение именно в Твиттере в качестве обозначения незаконченности фразы, привлекающего внимание пользователей к продолжению в следующем «твите». Как

было упомянуто выше, в Твиттере каждое сообщение ограничено 280 символами, поэтому тильда помогает связать два или более поста вместе.

@Ophelia\_BDSM: Ich habe von @zaxine\_ und #hurentwitter aus dem Merchandising Erlös nochmal knapp 100 Euro bekommen! [эмодзи]

Und da wir uns geeinigt haben, dass ich selbst entscheiden darf, was ich mit dem Geld mache, entscheide ich, dass es als Puffer hier liegen bleibt für Frauen, die gern an der~

Далее продолжение в следующем сообщении: ... #OnlineOenRunde teilnehmen möchten, bei denen es aber finanziell knapp ist.

Danke #hurentwitter und @zaxine\_ für diese Aktion...! [эмодзи]

Знак решётки (#) или хеш(тег) (das Doppelkreuz/Raute(zeichen)/Hash(tag)) в социальных медиа позволяет отмечать ключевые слова в сообщении, чем облегчает поиск нужной по содержанию информации. Этим символом особенно активно пользуются Инстаграм-пользователи, отмечая свои фотографии и видеозаписи нужными хештегами, они могут распространять их среди бóльшего количества людей. Нередко можно встретить публикации, сопровождаемые подобным огромным количеством отметок с помощью решётки:

@missjulianic: Ich trage dein Hemd und beame dich damit in Gedanken zu mir [эмодзи]

#positivevibes #positivemindset #mindset #luxurycars #luxurylover  
#lifestylegoals #luxurygirl #outfitinspiration #photoart #catsofinstagram  
#dogsofinstagram #interiordesign #photography #destinationearth #bodygoals  
#makeuponfleek #cozyoutfit #chicassexys #womanstyle #fashionaddict



#highervibes #bodyart #modelsofinstagram #styleblogger #sexyhair  
#fitnessmotivation #blondegirl #lookoftheday #photooftheday #modelphotography

Порой желание попасть в рекомендации к большому числу пользователей доходит до абсурда и тогда хештегами отмечаются лишние слова:

@VEDAGmbH: "#NewWork und #Digitalisierung versprechen besseres, flexibleres, freieres Arbeiten. Aber sie fordern auch #Anpassung, vom Spezialisten bis zur #Führungskraft. Mit welchem #Mindset kann das funktionieren?"

@michikind76: Die Blumenfee [эмодзи] wünscht allen einen wunderschönen Feiertag [эмодзи] .. #irgendwie #merke #ich #schon #wieder #suchtverhalten [эмодзи] #ich #i #ichbinich #frau #women #donnerstag #selfie #selfietime #ig\_selfie #schöntag #niceday #feiertag #insta #instagram #pic #myshot #me #dasbinich #blumenkind #flowerpower

Символом «эт» (@) или «собакой» (das Ad-Zeichen/Ad) отмечается какой-либо зарегистрированный пользователь или обращение к нему и, как правило, система автоматически вставляет этот символ при нажатии на слово «ответить» или на соответствующий значок. Твиттер- и Инстаграм-пользователи также используют его самостоятельно:

@aehoem: Hilfe, so viele Likes und RTs. Versteck mich jetzt. (Danke, @guycalleddad. <3)

@ichgehangeln: @pabloascobar hat mich gezwungen [эмодзи] ich wollte es nicht [...]

В ходе изучения немецкоязычных текстов в Twitter, было отмечено, что многочисленные вариации сочетаний стандартных знаков препинания, получивших новое значение, или так называемые «смайлики» практически полностью вытеснены «эмодзи» (от яп. 絵 — картинка и 文字 — знак,

символ) – графическими символами, служащими для передачи определенной эмоции или настроения пишущего, действия или состояния, обозначения предметов и существ. На сегодняшний день остались в употреблении только «улыбающийся» и «грустный смайлики»:

@Holy13Gaming: [...] Viel Spaß beim Anschauen :)

@\_rumusun\_: Von mir aus auch in der gleichen Farbe, hat mir leider nicht mehr gereicht und war scho ausverkauft :(

Помимо этого, иногда встречаются и такие сочетания:

@ARTEde: Leider wird die 2. Staffel nicht mehr ausgestrahlt. -.-

Wenn ich es könnte, würde ich sie nochmal zur Verfügung stellen :-)

Все вышеперечисленные отличительные черты пунктуации компьютерного дискурса считаются пока что отклонением от норм литературного языка. Как говорилось ранее, эти особенности служат лишь заменителями паравербальных способов выражения и эмоциональных реакций.

## **Выводы по Главе 2.**

Таким образом, мы можем наглядно наблюдать влияние сетевого языка на стандартный немецкий на примере постов и комментариев социальных сетей Twitter и Instagram. Интернет накладывает свой отпечаток на такие уровни языка как лексический, грамматический (морфологический и синтаксический) и орфографический. Язык Сети очень пластичен, поэтому пользователи могут найти здесь множество способов для языкового самовыражения и самореализации личности, для передачи своих эмоций и чувств.

## Заключение

В заключении можно прийти к выводу, что Интернет и социальные сети в частности действительно имеют огромное влияние на немецкоязычную коммуникацию, несмотря на относительную «молодость» данных явлений. Немецкие лингвисты называют данный новый вариант языка «Sprache der neuen Medien» или «Digitales Deutsch» и говорят об особых правилах и специфике этой новой формы коммуникации.

В данном исследовании в соответствии с его целью были рассмотрены языковые особенности немецкоязычных текстов в социальных медиа практически на всех уровнях языка: на лексическом, морфологическом, синтаксическом и пунктуационном. Были выполнены и задачи исследования: определены характеристики Всемирной сети как канала коммуникации, которые заключаются в:

- включенности обеих форм коммуникации – вербальной и невербальной;
- анонимности, из-за которой существенно поменялось поведение и восприятие собеседников при общении;
- сочетании устной и письменной форм речи, стилей литературного и разговорного языка;
- благоприятности online-среды для возникновения новых способов самовыражения, обусловленной во многом целевой аудиторией Интернета и приближенностью компьютерного дискурса к разговорной речи;
- интертекстуальности, которую можно с лёгкостью обнаруживать с помощью современных поисковых систем.

Также было дано определение такому явлению, как «социальная сеть» – интерактивному и мультимедийному Интернет-сайту, созданному для межличностной коммуникации и взаимного обмена контентом. Социальные сети породили такие новые жанры, как пост, комментарий и личное сообщение, посредством которых пользователи могут взаимодействовать друг с другом и отслеживать популярность своего профиля и публикаций. Кроме того, хостинги позволяют оценивать опубликованное не только вербально (с помощью комментариев), но и невербально (с помощью функций «Нравится» и «Поделиться»).

Помимо этого было исследовано влияние виртуального общения на литературный немецкий язык, которое прослеживается и в вокабуляре, и в грамматических изменениях, и в синтаксических, и в пунктуационных особенностях «сетевого» немецкого языка; и, наконец, был разобран и проанализирован конкретный немецкоязычный материал на базе социальных сетей Twitter и Instagram на предмет наличия влияния Интернета на вышеупомянутые уровни языка.

В результате исследования можно подтвердить, что это направление в лингвистике ещё малоразвито, несмотря на неоспоримые значимость и влияние Всемирной паутины на общение современных людей, и поэтому нуждается в дальнейшем непрерывном исследовании и развитии.

## Список использованной литературы

1. Бабаева Ю. Д. Войскунский А. Е., Смыслова О. В., Интернет: воздействие на личность / Ю. Д. Бабаева – Москва: Можайск-Терра, 2000. – 431 с.
2. Багана Ж. Английские заимствования в русском и немецком языках в условиях глобализации: Монография / Ж. Багана, М.В. Тарасова. – Москва : НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 120 с.
3. Баженова Е.А. Интертекстуальность // Стилистический энциклопедический словарь русского языка / под ред. М.Н.Кожинной; члены редколлегии: Е. А. Баженова, М.П. Котюрова, А.П. Сковородников. – 2-е изд., стереотип. – Москва: Флинта: Наука, 2011. – 696 с.
4. Баркович А. А. Интернет-дискурс. Компьютерно-опосредованная коммуникация: Учебное пособие по интернет-лингвистике / А. А. Баркович - Москва: Флинта: Наука, 2016. – 285 с.
5. Белинская Е. П. Психология Интернет-коммуникации: учебное пособие / Е. П. Белинская – Москва; Воронеж: МПСУ МОДЭК, 2013. – 185 с.
6. Битков, Л. А. Практическое использование социальных сетей специалистами по PR / Л. А. Битков // СМИ и журналистика в новой реальности: материалы Междунар. науч.-прак. конф. «75 лет журналистскому образованию на Урале», фак. журналистики УрГУ. Екатеринбург, 2011. С.279—283.
7. Виноградова Т.Ю. Специфика общения в Интернете / Т.Ю.Виноградова // Русская и сопоставительная филология: Лингвокультурологический аспект. – 2004. – №11. – С.63–67.

8. Дейк Т. ван Дискурс и власть: репрезентация доминирования в языке и коммуникации. – Москва: URSS Либроком, 2013. – 340 с.
9. Ионина А. А. Особенности современного текстового мышления. SMS-язык. / А. А. Ионина // Вестник Московского городского педагогического университета. Сер. Филология. Теория языка. Языковое образование. Электрон. дан., 2008. – № 2. – С.19–23.
10. Казнова Н. Н. Трансформация языковой личности в Интернет-коммуникации (на примере французской блогосферы): автореф. дис. на с. уч. ст. канд. филол. н. – Пермь, 2011. – 22 с.
11. Кашкин В. Б. Введение в теорию коммуникации: Учеб. пособие. — Воронеж: Изд-во ВГТУ, 2000. — 95 с.
12. Конецкая В.П. Социология коммуникации : Учебник / В. П. Конецкая. – Москва: Междунар. ун-т бизнеса и упр. (Братья Карич), 1997. – 302 с.
13. Кузьмина Т. Р. Очерки межкультурной коммуникации. / Т. Р. Кузьмина – Санкт-Петербург: СПбГЭУ, 2013. – 186 с.
14. Сидорова И. Г. Коммуникативно-прагматические характеристики жанров персонального интернет-дискурса (сайт, блог, социальная сеть, комментарий): автореф. дис. на с. уч. ст. канд. филол. н. – Волгоград, 2014. – 23 с.
15. Скатеренко А. Е. Сокращения слов как тенденция современного общества / А. Е. Скатеренко // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. – 2016. – № 11-4. – С. 786–788.
16. Тертычный А.А. Жанры периодической печати. – М.: Аспект Пресс, 2017. – 121 с.

17. Claßen V., Reins A. Deutsch für Inländer, Frankfurt am M.: Fischer Verlag, 2007. – 298 S.
18. Kemp S. Digital 2019: Global internet use accelerates [Электронный ресурс]. URL: <https://wearesocial.com/blog/2019/01/digital-2019-global-internet-use-accelerates> (последняя дата обращения: 20.01.2020)
19. Püschel U. Wie schreibt man jetzt?: Ein Übungsbuch zur neuen deutschen Rechtschreibung / 2. überarbeitete und erweiterte Auflage von Ulrich Püschel. – Mannheim; Leipzig; Wien; Zürich: Dudenverl., 1999. – 160 S.
20. Runkel J., Schlobinski P., Siever T. Sprache und Kommunikation im Internet – Opladen: Westdeutscher Verlag, 1998. – 115 S.
21. Sandbothe M. Digitale Verflechtungen. Eine medienphilosophische Analyse von Bild, Sprache und Schrift im Internet // Computernetze – ein Medium öffentlicher Kommunikation, hrsg. von Klaus Beck und Gerhard Vowe – Berlin: Spiess Verlag, 1997. – S.125–137.
22. Schwitalla J. Gesprochenes Deutsch. Eine Einführung / J. Schmitalla. – Berlin: Erich Schmidt, 2003. – 159 S.
23. Scoble R. What is social media? [Электронный ресурс]. URL: <https://scobleizer.blog/2007/02/16/what-is-social-media/> (последняя дата обращения: 05.05.2020)
24. Social Media Stats Germany [Электронный ресурс]. URL: <https://gs.statcounter.com/social-media-stats/all/germany> (последняя дата обращения: 05.05.2020)
25. Duden Wörterbuch [Электронный ресурс]. URL: <https://www.duden.de/> (последняя дата обращения: 05.05.2020)