

аспірант кафедри
документознавства
Переяслав-Хмельницького
державного педагогічного
університету
імені Григорія Сковороди

ОСОБЛИВОСТІ МОВИ ІНТЕРНЕТНИХ МЕРЕЖ

Постановка проблеми. Упровадження Інтернету докорінно змінило життя сучасного суспільства. Інтернет проник майже у всі сфери діяльності людини, тому сьогодні практично неможливо уявити суспільне життя без використання Інтернет-технологій. Інтернет спричинив виникнення нових каналів комунікації та форм спілкування, а це у свою чергу змінило найголовніший засіб людського спілкування – мову [19, с. 21]. Саме тому Інтернет дає мовознавцям нескінченний простір для досліджень, а також через те, що в ньому, як в особливому середовищі комунікації, тісно співіснують усна та писемна мови [14, с. 658].

Інтернет сьогодні є надзвичайно важливим комунікативним засобом, який відіграє велику роль у мовній практиці українців. Через низку позамовних чинників динамічні процеси, що відбуваються у структурі мови, створюють нову форму спілкування між людьми, нові закони в мові та зовсім нову культуру мовного середовища. Все це свідчить про зміну пріоритетів українського суспільства в епоху глобалізації [19, с. 234].

Важливе місце в житті майже кожної людини посідають соціальні мережі. Термін «соціальна мережа» вперше з'явився в 1954 році в книзі «Класи і збори в норвезькому острівному приході» соціолога Манчестерської школи Джеймса Барнса. Проте тоді цей термін не мав відношення до Інтернету, а скоріше позначав «групу людей зі спільними інтересами». Зараз цей термін вживається в контексті Інтернет-комунікацій і означає «платформу, на якій користувачі взаємодіють один з одним за допомогою фотографій, відео, груп, повідомлень, чатів тощо» [6, с. 44]. У період з 2006 по 2017 роки найпопулярнішими соціальними мережами в Україні були *Вконтакте*, *Однокласники*, *Facebook*, *Twitter* та *Instagram*, причому російськими *Вконтакте*, та *Однокласники* українці користувалися набагато активніше. Однак ситуація змінилася у 2017 році у зв'язку з набуттям чинності указу президента України Петра Порошенка про санкції щодо російських соцмереж, мовників та порталів [18]. Після закриття цих російських сайтів більшої популярності набули американські *Facebook* та *Instagram*. Так, з 2017 по 2018 рік українська аудиторія соціальної мережі *Instagram* зросла з 3,6 млн до 7,3 млн користувачів, а число українських користувачів *Facebook* становить 11 млн [23].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження особливостей мови Інтернету та соціальних мереж є відносно новим напрямом досліджень в україністиці, але вже існує низка праць, присвячена цій проблематиці. Специфіку Інтернет-дискурсу досліджують С.Г. Чемеркін [19], Ю.А. Маковецька-Гудзь [14], Ф.С. Бацевич [2], О.В. Дудолодова [4], К.В. Калініна [8], І.Б. Карпа [9], Г.Г. Почепцов [15], Н.І. Єльнікова [6], М.Ю. Карпенко [10], С.В. Єлісєєва [5], І. Соколова [17], А. Шилінг [21], В. Слободян [16], О.І. Дзюбіна [3] та ін. Проте сама система мови в Інтернеті та її соціальні різновиди не є достатньо вивченими. Ймовірно, це пов'язано зі стрімким розвитком Інтернет-комунікацій та багатоаспектністю і різноплановістю Інтернету як явища. Варто зазначити, що досліджень, присвячених російській мові в Інтернеті, набагато більше – мовознавці намагаються структурувати проблему за напрямками, функціональними особливостями тощо [19, с. 7].

Ще однією причиною недостатнього дослідження проблеми функціонування української мови в Інтернеті може бути також домінування російської мови в українському Інтернет-просторі. Дослідження, проведене різними соціологічними групами, показало, що станом на 2014 рік на українськомовних версіях відомих соціальних мереж (*Facebook*, *Twitter* та *Вконтакте*) лише 7% користувачів залишали повідомлення (новини, статуси) українською мовою. Частка російськомовної інформації в соціальних мережах на 2014 рік становила 85% [14, с. 659]. За останні чотири роки становище української мови в Інтернеті дещо поліпшилося, проте все ще залишається незадовільним: «За даними дослідження Леся Белея, опублікованого сайтом *texty.org.ua* у грудні 2016 року, близько 60% українців відвідують україномовні версії сайтів ЗМІ (з яких близько 25% налаштування за замовчуванням). Серед сайтів розваг і дозвілля переважають російськомовні сторінки (близько 60%), українською мовою використовуються 45% сайтів (близько 20% налаштування за замовчуванням). Невеликий сегмент займають сайти довідково-порадницького спрямування з україномовним інтерфейсом – трохи більше 20%, сайти торгівлі – 45% (близько 15% налаштування за замовчуванням), програмне устаткування та CMS – близько 20%. Популярний український інтерфейс є в пошукових системах (більше 60%) та державних структурах – 100%. Серед сайтів українських ЗМІ український інтерфейс популярний у телеканалів – 90% (70% налаштування за замовчуванням), радіо – близько 80% та на сайтах прогнозів погоди – 100%. Мовою інтернет-розваг та дозвілля переважно залишається російська – більше 75% кіно, музики та близько 75% сайтів розваг. Український інтерфейс мають медіа-майданчики – близько 85%. Довідки та поради найчастіше надаються російською мовою – більш ніж 90% рецептів, обговорень і рекомендацій. Високий показник запитів у сфері освіти, довідкових сайтів з україномовним інтерфейсом у цій сфері більше ніж 65%» [24].

Нами не було виявлено результатів досліджень про становище української мови у популярних серед українців соціальних мережах станом на 2018 рік, проте на основі наших особистих спостережень ми можемо зробити висновки, що сьогодні спостерігається позитивна динаміка у використанні української мови, й все більше громадян України пишуть свої пости та коментарі в соціальних мережах рідною мовою (щоправда, часто не літературною мовою, а з елементами суржиків чи неозапозичень). Це може бути пов'язано з декількома факторами:

- зміни у свідомості українців після Революції гідності та російської воєнної інтервенції (коли російська мова почала сприйматися деякими громадянами України як «мова агресора»);
- збільшення частки української аудиторії у Facebook та Instagram після закриття російських *Вконтакте* та *Однокласники*;
- активізація мовної політики в Україні (введення мовних квот на телебаченні та радіо, законопроект про мову № 5670-д).

Отже, **мета статті** – проаналізувати зміни в сучасній українській мові, репрезентованій в Інтернеті.

Виклад основного матеріалу дослідження. Мова в Інтернеті реалізується за допомогою різних засобів – письмовий текст, зображення, аудіо- та відеофайли. Для спілкування в соціальних мережах найбільше послуговуються письмовим текстом та зображенням. Письмовий текст є основним способом комунікації – ним, за даними 2014 року, передається 95% інформації [14, с. 659]. Проте за останні чотири роки великої популярності набув жанр *відеоблогу*. Тематика *відеоблогів* надзвичайно різноманітна, тому часто сучасна молодь замість того, щоб користуватися матеріалом, викладеним у письмовій формі в мережі, шукає необхідну інформацію на відеохостингах (найпопулярніший серед них – *Youtube*). До того ж це стосується не лише сфери самоосвіти, а й розваг. Якщо раніше користувачі Інтернету читали анекдоти в мережі, то зараз більшим попитом користується формат вайну (англ. *Vine* – мобільний додаток для створення та монтажу відео). *Вайни* – це короткі за обсягом гумористичні постановочні відео. Особливо формат *вайну* популярний у мережі *Instagram*. Популярність цього жанру зумовлена тим, що такі відео короткі, змістовні й не стомлюють ні сюжетом, ні змістом [22]. Тому ми можемо стверджувати, що сьогодні відсоток інформації, який передається письмовим текстом, дещо зменшився.

Варто зазначити, що й сам письмовий текст в Інтернеті зазнав трансформацій. Обсяг письмових текстів в Інтернеті має тенденцію до скорочення. Це пов'язано з декількома чинниками:

- феномен так званого «кліпового мислення» (англ. *clip* – фрагмент тексту, вирізка з газети, уривок з відео або фільму). Із кліповим мисленням людина сприймає світ не цілісно, а як послідовність майже не пов'язаних між собою подій, тобто як у відеокліпі. У сучасних серіалах, фільмах, мультфільмах сцени йдуть маленькими блоками, часто змінюючи один одного без логічного зв'язку. Преса наповнена короткими текстами, в яких автори часто дуже поверхово окреслюють суть проблем. Телебачення показує не пов'язані між собою сюжети новин, розбавляючи їх рекламними роликами, які теж не мають відношення один до одного. Як наслідок, людина, не осмисливши одну тему, переходить до споживання іншої [20]. Явище «кліпового мислення» дуже неоднозначне, і по-різному оцінюється фахівцями, проте, незважаючи на його позитивні та негативні ефекти, воно змінило структуру письмового тексту в мережі, суттєво його скоротивши, адже сучасний середньостатистичний користувач Інтернету надасть перевагу короткому за обсягом викладу новин, аніж розгорнутому тексту;

- технічні можливості деяких популярних Інтернет-платформ. Так, у соціальних мережах *Instagram*, *Twitter* та *Facebook* є обмеження стосовно обсягу тексту, тому автори вимушені скорочувати свої пости;

- прагнення до мовної економії. Найяскравіше принцип мовної економії проявляється в публіцистичному стилі, оскільки журналісти прагнуть завоювати увагу читачів, які здебільшого хочуть отримати максимум інформації за короткий час та не бажують сприймати довгі синтаксичні конструкції чи складні для розуміння слова, які часто можуть спонукати до неоднозначних тлумачень [13, с. 288].

Мова Інтернету надзвичайно багатоаспектна. Одні дослідники вважають її «псевдогендерною» [19], інші – «такою, що перебуває під креативним впливом молодіжної субкультури» [7]. Мовне середовище Інтернету є сукупністю величезної кількості сфер спілкування, які не пов'язані між собою. Ці сфери функціонують автономно, тому для мови Інтернету є характерними неоднорідність та наявність великої кількості функціонально-стильових та жанрових різновидів. Стрімкий розвиток Інтернету спричинив зміни спектрів засобів, визначальних для кожного стилю мови [19, с. 21].

С.Г. Чемеркін зазначає, що найхарактернішою ознакою всіх функціональних стилів сучасної української мови в Інтернеті є розмовність текстів, проте вияв цієї категорії в різних стилях неоднаковий. «Крім власне розмовного дискурсу, характерні засоби вираження розмовності репрезентовані в публіцистичних жанрах, у художніх текстах. Подекуди відповідні тенденції притаманні науковій літературі, менше – офіційно-діловим текстам. Більший рівень розмовності, порівняно з традиційною формою спілкування, помічено також і в сакральних текстах». Дослідник також зазначає, що одиниці розмовної мови стильово диференційовані. «Так, обценна лексика частіше трапляється в художній мові, але найменше нею послуговуються в сакральному дискурсі. Жаргонізми, сленгові одиниці помічено в усіх стильових різновидах, проте їх менше в офіційно-діловому, сакральному стилях» [19, с. 229].

Серед інших змін засобів стилів мови в Інтернеті С.Г. Чемеркін називає:

- розмовність спричинила трансформації в самому розмовному дискурсі, такі як поява емотиконів для передавання емоцій. Вживання знаків-символів (які не властиві традиційній писемній формі), створення ефекту звукової мови, невідворотність у часі тощо наближають писемну комунікацію в Інтернеті до його усного варіанта;

- для художнього стилю української мови в Інтернеті характерними є експерименти із зовнішньою формою твору та його мовною реалізацією. Так, деякі твори, опубліковані в мережі, побудовані за принципом гіпертексту.

Художні тексти в Інтернеті характеризуються також активним уживанням вульгаризмів, жаргонізмів та обценної лексики. Саме тому естетична цінність цих творів ставиться під сумнів;

– розмовність також сильно вплинула на всі жанри публіцистичного стилю. Цей стиль зазнав найбільших змін, оскільки зміна каналів комунікації реструктурувала медіа та її мову відповідно. Використання технічних можливостей творення тексту зробили максимально зручним у користуванні матеріал Інтернет-ЗМІ – тексти стали більш функціональними завдяки перевагам гіпертексту та гіпермедіа;

– розмовність певною мірою видозмінила також науковий стиль, щоправда, не в усіх його жанрах (наприклад, жанр інструкції не зазнав значного впливу розмовності, проте в жанрі рецензії вона яскраво виражена). Використання засобів гіпертексту та гіпермедіа надали можливості для більш виразнішої подачі наукового тексту;

– офіційно-діловий стиль суттєво не змінився, оскільки частина жанрових різновидів цього стилю відсутня в Інтернеті (наприклад, тексти конфіденційного характеру). Інтернет-інтерпретація вплинула на мову офіційних документів вищої державної влади, зокрема йдеться про використання в них гіпертексту. Нових специфічних рис набули жанри анкети та епістолярію, серед яких найяскравішою є їхнє наближення до розмовної мови;

– конфесійний стиль української мови суттєво не перейняв ознак розмовності, проте в його Інтернет-інтерпретації почали використовуватися специфічні мовні засоби, не характерні для традиційного сакрального стилю (вживання лексики з лексико-семантичних груп на позначення явищ нехристиянського світу, проникнення варваризмів, екзотизмів, емоційно-експресивних одиниць гумористичного характеру, комп’ютерні терміни, подекуди використання білінгвальних текстів тощо) [19, с. 229–232].

Як бачимо, Інтернет спричинив суттєві зміни функціональних стилів сучасної української мови. Нетипове для традиційної форми стилів української мови використання обценної лексики, сленгових одиниць, жаргонізмів в їхній Інтернет-інтерпретації призводить до розмиття меж між стилями. С.Г. Чемеркін зазначив із цього приводу, що «іноді через специфіку мовних засобів, використаних у тексті, важко буває визначити належність жанру до того чи іншого дискурсу. Це явище характерне не лише для наукової мови, а й для всіх стилів української мови, представленої в Інтернеті» [19, с. 231].

У результаті розвитку соціальних Інтернет-комунікацій виникли соціальні мережі. Вони об’єднують мільйони людей по всьому світу. Комунікація в мережах створює нову, суб’єктивно-орієнтовану реальність, яка є відображенням мозаїчних думок, інтересів і бажань учасників мережевого спілкування. Соціальні мережі істотно вплинули на формування комунікативного простору і на образ людини в інформаційному суспільстві. Технічні можливості дають змогу порівняно легко знайти однодумців, що зумовило появу великої кількості спільнот в Інтернеті та соціальних мережах, зокрема там, де формується власна мережева культура [11, с. 65]. Тому очевидно, що разом із новою культурою виникають нові процеси в мові, оскільки мова є універсальною формою існування культури.

Існує понад 206 соціальних мереж у світі [1]. Усі відомі сьогодні соціальні мережі можна умовно поділити на: 1) загально тематичні мережі, які призначені для приватного спілкування та спрямовані на налагодження й підтримку вже існуючих контактів (напр. *Facebook*, *Instagram*, *Вконтакте* та ін.); 2) спеціалізовані, які збирають аудиторію зі спільними інтересами (напр. музична соціальна мережа *Last.fm*); 3) ділові соціальні мережі, спрямовані на кар’єрне зростання та професійний розвиток своїх користувачів (напр. *LinkedIn*, *Plaxo* тощо) [11, с. 64].

Представлені вище типи соціальних мереж задовольняють різні комунікативні потреби. Відповідно, й мовні засоби, якими послуговуються користувачі цих мереж, будуть різними. Так, у ділових мережах найчастіше зустрічаються жанри офіційно-ділового стилю (наприклад, анкети) й відповідні йому традиційні лексичні засоби. Тут не зустрінеш вульгаризмів та обценної лексики. Користувачі спеціалізованих соціальних мереж використовують професіоналізми та жаргонізми й рівень розмовності в цих мережах значно вищий, ніж в ділових. Найширший спектр мовних засобів містять у собі загальнотематичні соціальні мережі, оскільки сьогодні вони використовуються для налагодження ділових і робочих контактів, як платформа для спілкування людей зі спільними інтересами, а також для підтримки зв’язку з рідними, друзями та знайомими.

Комунікативна поведінка користувачів соціальних мереж зумовлена набором правил мережевого етикету. Це проявляється в широкому застосуванні обценної лексики, жаргонізмів, сленгізмів, аббревіатур та скорочень, використання емотиконів та величезної кількості запозичень (особливо англіцизмів) [6, с. 44].

Незважаючи на те, що основним комунікативним засобом в Інтернеті залишається писемний текст, спілкування в соціальних мережах створює новий спосіб комунікації, який за зовнішнім виглядом нагадує усний різновид розмовного стилю.

Спілкування в соціальних мережах характеризується також короткими та лаконічними структурами, оскільки інформація, що передається, повинна містити максимально стислий зміст. Користувачі соціальних мереж користуються здебільшого простими, означено-особовими реченнями (напр. *Іду в магазин; Забіжу завтра*) та скороченням слів (напр. *норм, дяки*). Цими моделями користувачі послуговуються і в повсякденному спілкуванні.

Стосовно лексики в інтернет-мережах, то більша її частина має англломовне походження. Це пов’язано з різноманітними позамовними чинниками, серед яких найвпливовішим є популярність та престиж англійської як мови міжнародного спілкування, а також нав’язливе поширення західної культури по всьому світові [19, с. 17]. Саме Інтернет-комунікації найбільше сприяють поширенню англіцизмів у повсякденній мові українськомовних громадян. Мовці віком від 18 до 25 років уживають 80% лексики, яка зародилася і побутує в мережі. Це може бути як лексика, яка відображає реалії конкретної соціальної мережі (напр. *твітнути, зафрендити, репостити, лайкнути*), так і загальна інтернет-лексика (напр. *гуглити, троль, аттач, баг, фейк*) [14, с. 661].

О.І. Дзюбіна виділяє декілька основних характерних рис спілкування в соціальних мережах:

- тенденція до розмовності, якої притаманні спонтанність, неофіційність, діалогічність, ситуативна закріпленість;
- тенденція до стислості та експресивності;
- щодо синтаксису мови соціальних мереж, то тут наявна тенденція до аграматизму, тобто відхилення від синтаксичних та пунктуаційних норм літературної мови [3, с. 219–220].

Висновки. Отже, розвиток Інтернет-комунікацій спричинив докорінні зміни в сучасній українській мові. Поруч із позитивними змінами, які спричинив розвиток інтернет-мереж, спостерігаються й негативні наслідки впливу Інтернету на мову, серед яких найсуттєвішим є ослаблення внутрішньої цензури мови, що спровокувало порушення мовного стандарту. Найяскравішою рисою мови інтернет-мереж є наближення до розмовності. Елементи розмовного стилю проникли в усі функціональні стилі сучасної української мови, представленої в Інтернеті. Тенденція до розмовності стала причиною певного розмиття меж стилів в українському дискурсі. Спілкування в соціальних мережах також наближене до усного різновиду розмовного стилю.

Трансформацій зазнав також письмовий текст загалом як основний канал комунікації в Інтернет-середовищі. Сьогодні спостерігається тенденція до скорочення обсягу письмового тексту в Інтернеті та зростання ролі відео як способу передачі інформації. Всі ці зміни засвідчують про зародження абсолютно нової культури інформаційного середовища. Такі трансформації надзвичайно багатопланові, тому потребують подальших наукових розвідок.

Література:

1. List of social networking websites. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_social_networking_websites
2. Бацевич Ф.С. Основи комунікативної лінгвістики. К.: ВЦ Академія, 2004. 342 с.
3. Дзюбіна О.І. Комунікативний аспект соціальних мереж Facebook та Twitter. Вісник Дніпропетровського університету імені Альфреда Нобеля. Серія: «Філологічні науки». 2016. № 2. С. 218–222.
4. Дудолодова О.В. Інтернет-дискурс як особливий тип дискурсу. Вісник Харківського національного університету ім. В.Н. Каразіна. 2008. № 837. С. 74–78.
5. Єлісеєва С.В. Сучасні підходи до вивчення Інтернет-повідомлень у лінгвістиці. URL: <http://lib.chdu.edu.ua/pdf/povitfolog/12/84.pdf>
6. Єльнікова Н.І. Мовний аспект комунікації в українських версіях соціальних мереж. Сучасні проблеми правового, економічного та соціального розвитку держави. Харків, 2007. С. 43–46.
7. Зайцева С.В. Інтернет-спілкування як нова форма міжособистісної комунікації. URL: <http://ukrmova.com.ua/zmist-zhurnalu/vipusk-11/internet-splkuvannyayak-nova-forma-mizhosobistisnoi-komunikacii/>
8. Калініна К.В. Особливості функціонування комп'ютерного дискурсу. Обрії сучасної лінгвістики. Луганськ, 2013. Вип. 4. С. 62–64.
9. Карпа І.Б. Функціональні та прагматичні характеристики інтерактивної віртуальної комунікації (на матеріалі інформаційно-довідкового сервісу Yahoo! Answers): автореф. дис. ... канд. філол. наук: 10.02.04. Херсон, 2010. 20 с.
10. Карпенко М.Ю. Лінгвістичні особливості Інтернет-дискурсу. Мова. 2016. № 26. С. 5–11.
11. Коган К.М. Соціальні мережі як елемент нового соціального середовища. Міжнародний науковий форум: соціологія, психологія, педагогіка, менеджмент. 2014. Вип. 16. С. 61–71.
12. Коневщинська О.Е. Особливості Інтернет-мовлення старшокласників в електронних соціальних мережах. Інформаційні технології і засоби навчання. 2017. Том 60. № 4. С. 77–86.
13. Конохова Л.І. Засоби досягнення мовної економії в ЗМІ. Вісник Львівського університету. Серія «Журналістика». 2017. Вип. 42. С. 288–292.
14. Маковецька-Гудзь Ю.А. Українська мова в соціальних мережах. Мовні і концептуальні картини світу. 2014. Вип. 47. Ч. 1. URL: http://philology.knu.ua/files/library/movni_i_konceptualni/47-1/77.pdf
15. Почепцов Г.Г. Избранные труды по лингвистике. Харьков: ХНУ им. В.Н. Каразина, 2009. 556 с.
16. Слободян В. Особливості комунікації в Інтернеті. Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Сер. «Культурологія». 2013. Вип. 12 (2). С. 259–266.
17. Соколова І. Дискурс інтернет-реклами: проблеми та перспективи дослідження. Світогляд – Філософія – Релігія. 2014. Вип. 5. С. 52–60.
18. Інфопростір. URL: <https://detector.media/infospace/article/126024/2017-05-17-nabuv-chinnosti-ukaz-poroshenka-pro-sanktsii-shchodo-rosiiskikh-sotsmerezh-movnikiv-i-portaliv/>
19. Чемеркін. С.Г. Українська мова в інтернеті: позамовні та внутрішньоструктурні процеси. НАН України, Ін-т укр. мови. К.: б.в., 2009. 240 с.
20. Чим небезпечно кліпове мислення і як з ним боротися. URL: <http://delovoy.com.ua/chim-nebezpechne-klipovemisleniya-i-yak-z-nim-borotisyay/>
21. Шилінг А. Інтернет-лінгвістика: основні положення та перспективи розвитку. Інформація, комунікація, суспільство: матеріали I Міжнародної наукової конференції ІКС-2012, 25–28 квітня 2012 року, Львів. Національний університет «Львівська політехніка». 2012. С. 220–221.
22. Що таке вайн і чому вони популярні? Vine – мобільний додаток. URL: <http://hi-news.pp.ua/tehnka-tehnologyi/7492-scho-take-vayn-chomu-voni-populyarn-vine-moblniy-dodatok.html>
23. Watcher. URL: <http://watcher.com.ua/2018/01/23/7-3-mln-ukrayintsiv-korystuyutsya-instagram/>
24. Новинарня. URL: <https://novynarnia.com/2017/11/09/stanovishhe-ukrayinskoyi-movi-za-rik-polipshilosya-infografika-do-svyata/>

Анотація

Ю. МОЛОТКІНА. ОСОБЛИВОСТІ МОВИ ІНТЕРНЕТНИХ МЕРЕЖ

У статті досліджуються особливості функціонування сучасної української мови в Інтернеті. Основна увага зосереджена на аналізі трансформацій, яких зазнала українська мова внаслідок розвитку Інтернет-комунікацій. Доведено, що Інтернет сформував абсолютно нову культуру спілкування.

Ключові слова: сучасна українська мова, функціональні стилі, Інтернет, українська мова в Інтернеті.

Аннотация

Ю. МОЛОТКИНА. ОСОБЕННОСТИ ЯЗЫКА В ИНТЕРНЕТНЫХ СЕТЯХ

В статье исследуются особенности функционирования современного украинского языка в Интернете. Особое внимание уделено анализу трансформаций украинского языка, которые появились вследствие развития Интернет-коммуникаций. Доказано, что Интернет сформировал абсолютно новую культуру общения.

Ключевые слова: современный украинский язык, функциональные стили, Интернет, украинский язык в Интернете.

Summary

Y. MOLOTKINA. SPECIFICS OF LANGUAGE ON THE INTERNET NETWORKS

The Internet has drastically changed the life of modern society. People use the Internet in all kinds of activities and now one can hardly imagine social life without the Internet technologies. World Wide Web caused the emergence of new ways and kinds of communication. This changed considerably the language as a means of communication. That is why the Internet has drawn attention of linguists as it gives an endless amount of topics for researches. Another reason for such scientific interest lies in the fact that the Internet contains both oral and written form of language.

The Internet, which is one of the main means of communication today, plays a very important role in lives of Ukrainian language speakers. Due to the numerous extra linguistic factors, dynamic processes, which occur in the structure of language, create new ways of communication, laws of language and a brand new language culture. All these factors prove the shift in priorities of the Ukrainian society in the globalization era.

Development of the Internet caused radical changes in the contemporary Ukrainian language. It has both positive and negative consequences. The most negative one is the decrease of the language standard. Language of the Internet has become very similar to the spoken language. Features of the spoken language has penetrated in all of the functional styles of the Ukrainian language. This tendency caused some kind of blurring of the functional styles edges. Communication on social media is similar to the spoken language as well. Written text, which is the main way of the Internet communication, has also experienced some changes. These days, written texts on the Internet has become much shorter and video has been widely spread in terms of information transmission. All these changes prove the appearance of a brand new information environment.

Key words: contemporary Ukrainian language, functional styles, Internet, Ukrainian language on the Internet.