

СПОСОБЫ ВЫРАЖЕНИЯ ЭМОЦИЙ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

Максудова Хуршида

преподаватель ФерГУ

ARTICLE INFO.

Ключевые слова: социальные сети, эмоции, эмтиконы, интонация, знаки препинания, интернет –общение.

<http://www.gospodarkainnowacje.pl/> © 2023 LWAB.

ВВЕДЕНИЕ (Introduction)

В работе проанализированы средства выражения эмоций в диалогах социальных сетей «Telegram» и «Instagram». Пользователь социальной сети использует графические, лексические, словообразовательные, морфологические, синтаксические и остальные имущества формулирования эмоций. Носитель языка ощущает надобность в выражении эмоций, однако не имеет возможности существовать независимым в реализации данной необходимости принимая во внимание с понижением уровня языковой и эмоциональной культуры прогрессивной языковой личности. Основными средствами формулирования эмоций становятся графичные средства, эмтиконы (смайлы), «лайки», вульгаризмы. Социальные сети в последнее десятилетие стали любимейшим способом общения любого возраста и обоих полов. Сообщение в группе, игры, рассмотрение и комментарии фотографий и новостей, собственное сообщение – всё это доступно в любой общественной сети.

ОБСУЖДЕНИЕ И РЕЗУЛЬТАТЫ (Discussion and results)

Цель работы – анализ разноуровневых методов формулирования эмоций в социальных сетях на материале изображенной там публичной, обнаруженной для всех информации (общение в группах, комментарии к новостям и фотографиям, собственные статусы, записи на «стене» и под. Нам существенно понять, употребляет ли пользователь социальной сети богатые ресурсы русского языка для формулирования своих эмоций. Нам существенно понять, употребляет ли пользователь социальной сети богатые ресурсы русского языка для формулирования своих эмоций). Интернет-общение представляет собой письменно зафиксированное устное общение, оттого пользователи устремляются графически отпечатлеть фонетические средства формулирования эмоций. Главное средство чтобы достичь желаемого результата – повтор звуков, с помощью которого пишущий старается изобразить, будто он произносил бы слово или фразу при устном общении: «Бедаа» (Telegram), «Как крутоо!» (Instagram).

В интернет-общении, как и в любой письменной коммуникации, невозможно или обременительно употреблять невербальные методы формулирования эмоций (интонацию, мимику, жесты), что восполняется прочими языковыми средствами: эмтиконами и «лайками».

Эмтиконы (смайлы, смайлики) представляют собой «пиктографические символы, композиции

символов пунктуации (скобок, точек, тире и под.), определенные для графического обозначения той или иной эмоции, переживаемой автором высказывания». Главными смайлами действительно были комбинации скобок, точек и тире, которые служили выразительным признаком прискорбности и улыбки при наблюдении текста справа: :), =), :(. Большинство современных изыскателей оценивают применение эмодзи в интернет-коммуникации нейтрально и даже утвердительно: «...Современные смайлы служат для улучшения взаимопонимания и сокращения времени на написание комментария, передающего эмоции говорящего».

В употреблении знаков препинания с выражением эмоций объединено два противоположных явления: пропуск знаков препинания (не по неграмотности, а намеренно) и их повтор. Главным пунктуационным знаком выражения эмоций в русском языке представляется восклицательный знак, для употребления которого в социальных сетях отличительно неоднократное повторение: «Ты самая лучшая на планете!!!» (Instagram), «Поздравляем!!!» (Instagram) . Количество восклицательных знаков призвано в таком случае отметить силу эмоции, оттого нет ничего поразительного в том, что временами восклицательные знаки занимают целую строчку или же несколько строчек .

Что касается верности употребления знаков препинания, то к неприятным ошибкам, снижающим эмоциональность высказывания, причисляется их отсутствие (именно как ошибка, когда пишущий не знает, что знак препинания необходим, и это снижает эмоциональность фразы). Из чего явствует, эмоции могут выражаться эксплицитно и имплицитно (без лексем, а с помощью текстообразующих приёмов), и второй, имплицитный способ становится сейчас всё больше популярным и востребованным при общении носителей русского языка в социальных сетях. Признавая высокую надобность пользователя социальной сети выражать свои эмоции, составлять сообщение таким образом, чтобы оно привлекало внимание, желание, чтобы пользователь «услышал» голос причем даже «крик» автора сообщения, невозможно не отметить, что есть сведения (пусть их и немного), в которых эмоции не выражаются вообще: «всех с наступающим короче» (Instagram). Отсутствие эмоциональной составляющей в текстах такого типа представляется нам не случайным. Автор сообщения умышленно выбрасывает аж эти средства, которые минимальны и обязательны: прописную букву в начале предложения, запятые, восклицательный знак в конце, добавляет лексические средства, действующие на воспринимающего угнетающе (слово-паразит короче). В конечном итоге сообщение контрастирует с остальными и тем самым тоже привлекает к себе внимание, активизируя у читателей желание выяснить, что случилось у автора, оттого он так безэмоционален и под. Отсутствие эмоциональных средств – здесь тоже эмоциональное средство.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ (Conclusion)

Для современного носителя языка выражение эмоций – насущная потребность, неизменная в общении. Пользователи социальных сетей прибегают к фонетическим, графическим, лексическим, морфологическим, синтаксическим и прочим средствам формулирования эмоций. Доминирующим методом является графический, сосредоточенный на визуальное восприятие информации, приём не столько словесных, эксплицитных, сколько внешних, имплицитных, графических сигналов. Современная языковая личность чувствует трудности в вербальном выражении эмоций, связанные с понижением уровня речевой культуры, уровня владения средним человеком языком. Глубокая и искренняя потребность высказывать свои ощущения не может получить адекватной реализации в продуцируемых рядовым носителем языка текстах.

REFERENCES

1. Х.А. Максудова. Эмотивная лексика в парадигме лингвистического исследования. ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ СОВРЕМЕННОЙ НАУКИ: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА, 50

2. ХА Максудова Функции эмотивной лексики Молодой ученый, 275
3. ХА Максудова Филологические науки эмотивная лексика в парадигме лингвистического исследования В V Международной научно-практической конференции: «ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИИ»