

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/referat/196257>

Тип работы: Реферат

Предмет: Стилистика

Введение.....	3
1. Лексико-стилистические особенности интернет-коммуникации.....	4
2. Использование акронимов как одной из самых распространенных форм сокращений.....	7
3. Особенности англицизмов и интернет-сленга в немецком языке	
Заключение.....	13
Список литературы.....	14

Введение

Под воздействием Интернета формируется новый стиль речи на немецком языке, который постепенно приобретает более четкие очертания.

Немецкий язык испытывает на себе двоякое воздействие: с одной стороны, усложняются одни средства языка, но в то же время – упрощаются другие. Происходит пополнение лексики неологизмами и видоизмененными словами. Очень часто случайно возникшие опечатки фиксируются и в дальнейшем получают статус полноценных лексических единиц. Аффиксация – самый распространенный способ формирования новой лексики в немецком языке.

Кроме того использование «традиционных» слов в сочетании со сленгом создает дополнительные значения слов. Отмечается значительное заимствование из других языков (главным образом английского). Это связано с многонациональным составом пользователей Интернета. Грамматика немецкого языка в целом упрощается, также как и синтаксические модели.

Эти и другие аспекты трансформации немецкого языка в сети отражены в статьях, подобранных для составления данного реферата.

В обозреваемых в данной работе статьях приведены примеры исследований и выводы из этих исследований, проведенных различными специалистами на обозначенную тему – Стилистика и особенности общения в сети (на примере немецкого языка).

Поэтому собранные данные несут большую практическую ценность с точки зрения изучения специфики немецкого языка, формирующегося в настоящее время под воздействием Интернета.

1. Лексико-стилистические особенности интернет-коммуникации

В основе виртуальной коммуникации лежит использование компьютеров как современных технических средств. Интернет-коммуникация имеет много общего с непосредственным, прямым общением между людьми, но в то же время представляет собой особый коммуникативный феномен. Поскольку интернет – это особое коммуникативное пространство, в котором язык используется особым образом. Лексические и стилистические особенности языка отражаются в так называемом «языке интернета».

Исследователь Schade Frauke (2016) отмечает, что для социальных сетей характерно общение в рамках круга единомышленников. Общение в сети удовлетворяет потребность в самовыражении и позволяет подчеркнуть принадлежность той или иной группе, также обеспечивает социальную реализацию.

Социальные сети используются и коммерческими структурами для продвижения своих товаров, для получения быстрой связи с конечным потребителем, для анализа отрицательных и положительных отзывов. Коммуникация в сети позволяет охватить широкий диапазон аудитории, а мультимедийный контент распространяется мгновенно, вне зависимости от местоположения и времени, в режиме реального времени или офф-лайн. Взаимодействие и сотрудничество участников коммуникационного процесса в сети

предполагает, чаще всего, не обмен фактами, а передачу эмоций. Поэтому социальные сети позволяют создавать необходимый имидж товара или услуги, именно через эмоциональное воздействие на пользователя.

Поэтому общение в сети предполагает использование особых коммуникативных приемов и средств для установления доверительных отношений с пользователями.

Автор статьи «Лексико-стилистические особенности интернет-коммуникации» А. О. Мозговая (2018) подчеркивает, что в интернет-общении чаще всего придерживаются разговорного стиля, для которого характерны следующие черты:

- 1) широкий диапазон обсуждаемых вопросов и тем;
- 2) игнорирование синтаксических, грамматических, лексических и стилистических норм языка;
- 3) использование языковых единиц разговорного языка;
- 4) эмоциональность и экспрессивность;
- 5) использование невербальных средств в процессе коммуникации;
- 6) широкое использование англицизмов в речи.

А. О. Мозговая провела исследование, в котором делает выводы о том, что для виртуальной коммуникации особенно характерно использование разговорного стиля, наличие высокого эмоционального фона и выраженная экспрессивность.

Исследователь изучает особенности немецкой речи пользователей сети Instagram и отмечает следующие моменты.

В сообщениях пользователей часто встречаются ошибки, которые связаны с быстрым набором слов на клавиатуре. Например, вместо союза *und* набирается *ubd*, поскольку клавиши с буквами *b* и *n* расположены рядом. Или, например, в слове *sowass* пропущена буква *a*, а многие существительные, требующие первой заглавной буквы, печатаются с маленькой буквы: *tag* (день), *herbst* (осень), *bild* (картинка). Также отмечаются случаи, когда пользователь использует английские слова вместо немецких: *dad* (папа) вместо *Papa* или *Vati* в немецком варианте.

Исследователь анализирует тексты сообщений, которые оставляют пользователи под изображениями-картинками в Instagram и отмечает

1. Lebedeva A., Yevtikhova I. Besonderheiten des Internet-Wortschatzes in der modernen deutschen Sprache // сборник материалов II Международного молодёжного научного форума. Под общей редакцией Н. С. Руденко, Ю. А. Сабадаш, М. В. Варлагиной. 2018. – Севастополь, Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Севастопольский государственный университет», 2018. – С. 78–79.
2. Liaojie Chongqing. The Word Formation Characteristics of English New Vocabulary in the Internet Age // IOP Conf. Series: Earth and Environmental Science 310 (2019) 022070. – URL: <https://doi.org/10.1088/1755-1315/310/2/022070> (дата обращения: 01.07.2021).
3. Schade, Frauke, Johannes Neuer (Mitar.): Praxishandbuch Digitale Bibliotheksdienstleistungen. Strategie und Technik der Markenkommunikation. Berlin, Boston: De Gruyter Saur, 2016. – Teil II: Strategie und Technik der Markenkommunikation für digitale Bibliotheksdienstleistungen, Kap. 3.9, S. 335 – 375.
4. Мозговая А. О. Лексико-стилистические особенности интернет-коммуникации (на примере немецкоязычного интернет-сервиса Instagram) // Грамота: Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2018, № 6 (84). – Ч. 2. – С. 375 – 380.
5. Романова О. В. Роль акронимов в языке интернета (на примере немецкого языка) // Материалы конференции «Язык и действительность. Научные чтения на кафедре романских языков им. В. Г. Гака, Москва 25–27 марта 2020 года». – М.: Издательство «Спутник», 2020. – С. 304–307.

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/referat/196257>