

ТРАНСФОРМАЦІЇ РОЗМОВНОГО СТИЛЮ В ІНТЕРНЕТ-КОМУНІКАЦІЇ

У статті розглядаються процеси, характерні для розмовного стилю в інтернет-комунікації. Проведене дослідження показало, що розмовний стиль у віртуальному середовищі зазнає суттєвих трансформацій, нових для сучасної української мови. Використання некодифікованих засобів реалізації тексту, специфічних графічних знаків, відсутність усного варіанта розмовного стилю в Інтернеті спричиняється до суттєвих змін цього стилю. Диференційовано активні процеси, закономірні для розвитку розмовного стилю української мови, від деструктивних явищ, які перешкоджають успішній комунікації.

Ключові слова: інтернет-комунікація, розмовний стиль, емотикон, неологізм, культура української мови.

1. Сфера функціонування Інтернету вже давно вийшла за межі вузьких прикладних завдань його створення, що підтверджується розширенням функцій цієї глобальної мережі в життєдіяльності як окремого соціуму, так і людства взагалі. Проникнення людини у віртуальний простір виявило нові можливості її діяльності, але й поставило нові проблеми, які потребують осмислення та розв'язання. Серед них — питання функціонування мови у віртуальному середовищі.

Сьогодні сформувався особливий різновид мови, що використовується як знакова система в Інтернеті. Застосування нових технічних засобів із зверненням до цієї знакової системи дало можливість по-новому організовувати комунікаційний процес. Мову Інтернету не можна вважати окремим жанровим різновидом чи функціональним стилем, оскільки поняття жанру для неї вузьке, утім, як і поняття стилю. Визначальними для мови Інтернету є різноструктурованість, поліфункціональність.

Застосування природних мов як знакових систем в інтернет-комунікації спричинило трансформації в кожній окремій мовній системі. Так, українська мова в Інтернеті зазнає безпосереднього впливу англійської та російської мов, молодіжного сленгу, жаргону програмістів. Крім того, на кінцевий вербальний текстовий продукт впливають швидкість передачі повідомлення в реальному часі, його загальнодоступність. Сучасна українська мова в Інтернеті детермінована певними джерелами: мультилінгвальними (інші мови, мова різних соціальних груп), мультимодальними (вставляння в текст відео- та аудіокомпонентів, посилання на інші електронні сторінки) та мультимедіальними¹ (використання різних медіазасобів для реалізації однієї мети). Тобто в українській мові як знаковій системі відбуваються певні трансформації.

¹ Пор. термін «мультимедіальність», використовуваний російським філософом Б. Гройсом для позначення радянської дійсності як єдиного мультимедіального інсценування тотального художнього твору (*Гройс Б. Искусство утопии.* — М., 2003. — 324 с.).

2. Насамперед звертаємо увагу на функціонування у віртуальному просторі сучасних стилів та жанрів. Вони є здебільшого трансформованими. Не змінюються або змінюються найменше ті стилі, диференційні ознаки яких не пов'язані зі сферою інформаційних технологій, як-от сакральний стиль. Виразні ознаки цього стилю, зокрема специфічні лексико-семантичні групи, інверсійний порядок слів у синтаксичних конструкціях, що підкреслює урочисту піднесеність мови², у релігійних текстах, розміщених у Інтернеті, збережено. Проте в інших жанрах комунікації (розмова з відвідувачами сайтів, пояснення специфіки релігійних канонів) спостерігаємо адаптацію до мови читача-користувача Інтернету, коли, звичайно, нейтралізуються ознаки високого стилю, спрощується синтаксична будова конструкцій.

Художній стиль, багатий образною мовою, тропами, некодифікованими мовними засобами (архаїзмами, історизмами, діалектизмами, неологізмами), розмовними елементами³, в Інтернеті зазнає модифікації. Виразною ознакою художньої мови, зокрема сучасних прозових творів, що розміщені тільки в мережі, є використання неологізмів (часто зі сфери комп'ютерних технологій), англійських кальок, сленгових, жаргонних форм, інвективів. Меншою мірою такі модифікації стосуються мови поезії та драми. Ймовірно, у першій — через складність формальної структури, а у другій — через специфіку призначення твору. Класичні твори, розміщені в електронних бібліотеках, безперечно, не зазнають змін, однак на текстову адекватність впливає конвертування тексту в електронний вигляд за допомогою машини. Як наслідок — на виході на сайтах часто з'являються тексти з помилками⁴, що також можна вважати однією із форм трансформації сучасного тексту в Інтернеті.

Специфіка наукового стилю — орієнтація на книжну лексику, на логічний виклад інформації, застосування класифікаційного підходу до опису наукових об'єктів, використання абстрактних понять, формулювання дефініцій⁵ — повною мірою відображена в наукових текстах, розміщених в Інтернеті. Проте тут помітна тенденція до прагматичності наукового викладу, його доступності не лише для фахівців. Цим зумовлене, наприклад, використання нових жанрових атрибутів — анотацій та ключових слів, що дають змогу швидко ознайомитися з темою дослідження. Принагідно зазначимо, що в сучасних друкованих наукових виданнях існує така сама практика.

Публіцистичний стиль української мови, для якого характерний виклад, орієнтований на швидке сприйняття повідомлень, на стислість і зрозумілість інформації, у якому використовуються мовні засоби, призначені для емоційного впливу на читача⁶, зазнав в Інтернеті істотних змін. Перебуваючи під тиском розмовної мови, публіцистика в Інтернеті набула ознак розмовності. Сучасні електронні видання послуговуються лексико-стилістичними одиницями з виразною стилістичною маркованістю розмовного стилю. Часто автори публікацій використовують некодифіковані мовні засоби — нерідко на сторінках електронної преси з'являються інвективи.

² Дзюбишина-Мельник Н. Ще один стиль української літературної мови // *Культура слова*. — 1994. — Вип. 45. — С. 14–20.

³ Художнє слово — мовний знак культури // *Культура української мови*. — К., 1990. — С. 207–292.

⁴ Чемеркін С. Українська класика у веб-ресурсах (творчість Івана Франка) // *Культура слова*. — 2006. — Вип. 66–67. — С. 18–21.

⁵ Коваль А. П. Науковий стиль сучасної української літературної мови. Структура наукового тексту. — К., 1970. — С. 44–58.

⁶ Мамалыга А. И. Анализ структуры публицистического текста. — К., 1992. — 116 с.

Офіційно-діловий стиль, що вирізняється найвищим ступенем книжності⁷, в Інтернеті широко представлений нормативними документами. Водночас офіційно-ділова інформація, яку подають органи державної влади та управління, підприємства та інші структури, також тяжіє до розмовності, що виявляється ще й у неточному вживанні термінів, використанні неологізмів тощо.

Із запровадженням Інтернету відродився епістолярний жанр, проте він набув специфічних ознак, не властивих цьому жанру в його традиційному розумінні. Якщо добір стилістичних засобів епістолярного жанру залежить, наприклад, і від такого чинника, як час написання листа (чи одразу у відповідь на одержаний, чи згодом, через довший чи коротший відрізок часу)⁸, то електронні листи трансформувалися: крім того, що вони стали компактнішими, спростилися привітальні та прощальні етикетні формули, більшої ваги набули в них ознаки діалогічності. Сам лист став значно коротшим. Звичайно, офіційний електронний лист передбачає використання словесних формул, певної структурної організації та інших атрибутів, характерних для цього жанру, проте й він став коротшим порівняно з традиційним офіційним листом.

Розмовний стиль — категорія стилістики і культури мови, «що безпосередньо пов'язана з тенденціями розвитку літературної мови, виробленням і змінністю її норм в усній мовній практиці, стильовим розмежуванням усно-розмовних і книжно-писемних норм, динамічним процесом взаємодії книжної і розмовної лексики в мові ЗМІ, у жанрах художнього стилю, в мовній практиці художнього перекладу тощо»⁹. Характерними для цього стилю є розмовна лексика та фразеологія, використання коротких, простих синтаксичних конструкцій, зворотів, що передають безпосередньо реакцію співрозмовника — прохання, здивування, схвалення, заперечення, відмову, незадоволення, радість тощо¹⁰. За нашими спостереженнями, розмовний стиль сучасної української мови зазнав у Інтернеті найбільших змін.

3. В українській лінгвостилістиці розрізняють розмовний стиль (або розмовну мову) в його усній і писемній формах. Особливості диференціації цих форм полягають у тому, що «усна розмовна мова — безпосередня звукова мова з властивою їй ритміко-інтонаційною організацією та супроводжуваними мімікою і жестами. Писемна розмовна мова — графічна фіксація живої мови»¹¹.

В Інтернеті як засобі комунікації спілкування здійснюється лише за допомогою писемних текстів. Тут усна розмовна мова має тільки писемну фіксацію. Відсутність усного варіанта розмовного стилю в Інтернеті спричиняється до суттєвих змін цього стилю.

Саме «усність», як одна з визначальних форм розмовного стилю, в Інтернеті «переплавляється» в писемну форму. При цьому заміщенні одиниці писемного тексту перебирають на себе функції усної мови. Відтак, очевидно, можна твердити, що писемна форма розмовного стилю в її комп'ютерному різновиді виконує такі функції: при написанні — функцію відтворення вимови, при читанні — функцію аудіювання.

⁷ Бибик С. П. Офіційно-діловий стиль // Українська мова.— Ополе, 1999.— С. 106–116.

⁸ Стиль і час : Хрестоматія.— К., 1983.— С. 205.

⁹ Єрмоленко С. Я. Розмовна мова // Українська мова. Енциклопедія.— 2-е вид., випр. і доп. / Ред. кол.: Русанівський В. М. (співголова), Тараненко О. О. (співголова).— К., 2004.— С. 561.

¹⁰ Там же.

¹¹ Бибик С. П. Розмовний стиль // Українська лінгвостилістика ХХ — початку ХХІ ст. : Система понять і бібліографічні джерела.— К., 2007.— С. 280.

Сучасний усний розмовний стиль має монологічний і діалогічний різновиди. За критеріями модальної та власне лінгвістичної структури виділяють такі функціональні види монологу: 1) переконувальний (публіцистична, дискусійно-ділова, судова мова); 2) пізнавальний (навчально-наукова мова); 3) повідомний (розповідна і коментарна мова). Діалог — це власне розмовний функціональний вид із побутовими і службовими різновидами¹². Для української розмовної мови в Інтернеті характерна здебільшого діалогічна форма, меншою мірою використовується монологічна мова в її повідомній видозміні.

4. Користувачі каналів онлайн-спілкування повністю позбавлені можливості використання паралінгвальних засобів, які становлять основну частину комунікативного акту. Так, інформація у процесі комунікації передається за допомогою значення слів лише на 7 %, характером звучання та інтонацією — на 38 %, а інші 55 % інформації — невербальними засобами — жестами, мімікою, зовнішнім виглядом¹³. Відповідно втрачаються такі аудіовізуальні можливості комунікації, як тембр вимови, акцентуація частини фрази, дикція, жести, міміка. Така проблема частково компенсується використанням у розмовному дискурсі елементів, які перебирають на себе ці функції. Наприклад, для компенсації тембру й акцентуації слова або частини фрази вживають велику літеру: «Її [Гайтани] останні пісні мені *дуже* подобаються!». Написання частини контексту великими літерами свідчить про підвищений тон інтонації комуніканта: «Мене “вижили” з підприємства — довели до заяви ставленням та новим графіком роботи. *ДОПОМОЖІТЬ ПОРАДОЮ, БУДЬ ЛАСКА!!!!!!*». Недостатність чи неможливість передачі в Інтернеті інтонації (тут — прохання) передають великою кількістю знаків оклику.

Проте найчастотнішою формою передачі емоцій, характерною для розмовного стилю, є емотикони¹⁴. Ці знаки (їх іще називають «смайликами») у розмовному дискурсі виконують основну функцію компенсації елементів паралінгвального спілкування. За їхньою допомогою передають радість, сум, здивування: :- (емотикон суму) — «Сьогодні знову була спека, і в офісі немає чим дихати :- (»». Емотикони часто вказують на ставлення мовця до контексту чи до іншого комуніканта: 8[] (емотикон здивування) — «Ти що! 8[] Треба коректно закрити програму!!!!». Графічна реалізація емотикона також буває різною. Комуніканти послуговуються як повними формами цих графічних знаків (-) — «То як настрої? Будемо знову діставати начальство :-)»), так і їх редукованими варіантами () — «Ми закачали прогу (програму.— С. Ч.) і одразу всі трабелі (проблеми.— С. Ч.) в компі (комп'ютері.— С. Ч.) зникли »). Редуковані форми емотиконів є засобом реалізації міри явища, яке позначає емотикон. Редуплікація редукованої форми того чи іншого емотикона показує міру емоційно-оцінного ставлення одного комуніканта до іншого, його настроїв та ін. Найчастіше редуплікованим елементом є частина емотикона «рот»¹⁵:))) — «Ну не треба так кричати, я до всіх твоїх проблем ставлюся з гумором)))».

Усність розмовного стилю, трансформована в писемну форму, набула нових ознак — масового використання графічних знаків, одиничне чи сукупне вико-

¹² Сучасна українська літературна мова // Стилїстика.— К., 1973.— С. 540–541.

¹³ Пиз А. Язык телодвижений. Как читать мысли других по их жестам.— М., 2006.— С. 9–10.

¹⁴ Емотикон — графічний знак, створений за допомогою засобів клавіатури комп'ютера, який можна прочитати, нахиливши голову вліво, і за допомогою якого в тексті передаються почуття [Цит. за:] Dvorak J. C., Anis N. Dvorak's Guide to PC Telecommunications.— Berkeley, 1990.— 1053 p.

¹⁵ Рожанский Ф. И. Точка, точка, запятая... (эмотиконы как живая семиотическая система) (www.dialog-21.ru/Archive/2000/Dialogue%202000-1/261.htm).

ристання яких емоційно забарвлює текст. В інтернет-жанрах безпосереднього і спонтанного спілкування (на чатах, у форумах) кількість емотиконів збільшується, оскільки часова відстань між повідомленнями зводиться до мінімуму, а емоційно-оцінне навантаження зростає. Відповідно стиль повідомлень має характер виразних *усно*-розмовних комунікатів.

За нашими спостереженнями, кількість уживаних емотиконів залежить від спілкування представників різних соціальних груп. Так, найчастіше вдаються до використання емотиконів користувачі підліткового віку та молодь, інші звертаються до цього засобу рідше. Відмінні й типи емотиконів, поширені в мові тієї чи іншої соціальної групи. Отже, можна стверджувати, що емотикони — соціокультурне явище.

Сьогодні електронні словники фіксують велику кількість емотиконів, що трапляються в мові користувачів Інтернету. Є в переліках і такі, у яких втрачається емоційний семантичний компонент, натомість більшою мірою виявляється конотативна частина (наприклад, емотикони ~:-) «козак», @= «атомна війна»). На нашу думку, вживання цих зображень може бути реалізоване лише в електронній лексикографічній практиці, оскільки такі приклади не представлені в контексті, а тому відповідно нерелевантні для розмовного стилю. Незважаючи на високу частотність використання емотиконів, характерну для розмовного стилю, практика свідчить, що в активному вжитку їх небагато.

Емотикони як репрезентативні одиниці розмовного стилю в інтернет-комунікації часто змінюють свою форму, впливаючи на характер стилю. Сучасні програми, за посередництва яких здійснюється спілкування між користувачами, у своєму арсеналі мають набори емотиконів-малюнків, за допомогою яких користувачі можуть виявляти свої емоції. Характерною ознакою розмовного стилю такої комунікації є вставляння у звичайний текст малюнків: «Завтра у мене ДР (день народження.— С. Ч.), буду всіх чекати (малюнок емотикона сміху)». Мірою вияву емоції в такому контексті є редуплікація малюнка: «Оце хохма! (малюнок емотикона сміху — тричі) Десь я вже це [анекдот] чув». Проте це не означає, що користувачі не використовують традиційних для спілкування онлайн-емотиконів за допомогою символів на клавіатурі комп'ютера: «В суботу знову розважимося на тренінгу (малюнок емотикона сміху) Чи може не хочеш?)))». У багатьох програмах емотикони-малюнки є витворами образотворчого мистецтва.

5. Емотикони стали настільки активними у використанні, що вийшли за межі розмовного стилю в інтернет-комунікації. Ці графічні елементи мовці почали використовувати ще в одному сучасному засобі комунікації — мобільному телефоні. Сучасна практика спілкування за допомогою есемес-повідомлень дає підстави говорити про істотнішу трансформацію розмовного стилю, ніж та, яка існує в Інтернеті. Обмежені технічні можливості мобільного телефону порівняно з комп'ютером спонукають користувачів до ведення діалогу за допомогою різних нестандартних графічних знаків для відтворення певних букв, слів. До того ж користувачі активно послуговуються транслітерацією українських слів латинськими літерами: «Pryvit! 4ula, wo ty prowodyw doslidzhennia smsok molodi, ot I vyriwyla tobi v s'omu dopomogty! Spodivajys' i vid mojejy smsky bude koryst' !uda4ki!» (Привіт! Чула, що ти проводиш дослідження есемесок молоді, от і вирішила тобі в цьому допомогти! Сподіваюсь і від моєї есемески буде користь. Удачки!). У цьому типі зв'язку так само використовуються емотикони: «Я сьогодні за три раунди набрав 100 поінтів (очок.— С. Ч.) :-)». Сучасні технічні можливості мобільних засобів зв'язку передбачають використання цих знаків як спеціальних символів, уведених у пам'ять пристрою.

Поширення емотиконів спостерігаємо в рекламному дискурсі. Як відомо, концептуальні маркетингові підходи потребують специфічних засобів для виокремлення продукту чи інформації про нього¹⁶. Природа рекламного тексту зумовлює пошук таких засобів, одним із яких є використання ненормативних із погляду лінгвістики елементів — емотиконів. Асоціативна ознака цього елемента розмовної мови — зв'язок із комп'ютерними технологіями, молодим поколінням — справляє маніпулятивний вплив на реципієнта¹⁷. Емотикони часто трапляються в рекламі, пов'язаній з інтернет-технологіями та інтернет-компаніями. Проте їх уживання не обмежується цією сферою. Відома серія вуличної соціальної реклами (*Кохаймося!*) була представлена споживачам із редукованим емотиконом сміху. Цей самий емотикон (тільки в нередукованому вигляді) експлуатує один із мобільних операторів країни (*life* :)).

6. Активні процеси, що відбуваються в Інтернеті, спричинили появу великої кількості нових слів-запозичень у галузі комп'ютерних технологій. Серед неологічної лексики комп'ютерні терміни найуживаніші¹⁸. На позначення процесів, що відбуваються в кібернетичному просторі, використовується загальноновживана лексика з трансформованою семантикою¹⁹. Наприклад, слово *зависати* «раптово переривати роботу (комп'ютера, програми і т. ін.)» розширило сферу функціонування саме через розмовний стиль в інтернет-комунікації. Обізнаність комунікантів із комп'ютерною терміносистемою, ймовірно, спричинила поширення цього слова з іншим значенням — «проводити дозвілля»: «Глюкоза дуже любить *зависати* у світовій павутині». Таке слововживання характерне для молодіжного сленгу, так само як і синонім *провисати*: «Ми вчора добре *провисали* на концерті ТНМК». Словотвірні моделі української мови активно використовуються в розмовному дискурсі й продукують формування нових слів. Наприклад, слово *підвисати* «активно цікавитися чимось, брати участь у чомусь» («Здебільшого я *підвисаю* на “Г. О.” та “Експлойтед” (рок-групи.— С. Ч.), звісно, багато чого ще слухаю») вийшло за межі розмовного стилю інтернет-комунікації й активно експлуатується в невіртуальній мові молоді. Наведені дериваційні моделі не суперечать словотвірній системі національної мови.

Проте для розмовного стилю в Інтернеті характерне використання і неукраїнських словотвірних моделей. Їхня поява зумовлена калькуванням словоформи з іншої мови (найчастіше такими є російська й англійська мовні системи). Показовою є лексико-семантична група назв — комп'ютерних термінів, запозичених переважно з російської чи англійської мов. Слово *вантажити* зі значенням «долучати до роботи програмне забезпечення, файл, елементи меню та ін.» («Підкажіть, будь ласка, як *вантажити* файли?») частотне в розмовному стилі зокрема і в Інтернеті взагалі. Це слово перебуває в центрі великого словотвірного гнізда назв із коренем *-вантаж-* на позначення дій, явищ, процесів, ознак, пов'язаних із долучанням до роботи програмного забезпечення: *вивантажувати* — «Система, досить грамотно скопіювавши потрібні файли, *вивантажила* мої 2000 квартирки (операційну систему Windows 2000.— С. Ч.); *завантаж-*

¹⁶ Траут Дж., Ривкін С. Дифференцируйся или умирай! Выживание в эпоху убийственной конкуренции.— СПб, 2007.— 288 с.

¹⁷ Кара-Мурза С. Г. Манипуляция сознанием (www.kara-murza.ru/manipul.htm).

¹⁸ Попова Н. О. Запозичення з англійської мови в лексико-семантичну систему української мови кінця ХХ та початку ХХІ століття : Автореф. дис. ... канд. філол. наук.— Х., 2002.— 17 с.

¹⁹ Чемеркін С. Г. Культуромовний аспект уживання слів на позначення дії, які набули нових значень (на матеріалі мови в Уанеті) // Наук. зап. Терноп. пед. ун-ту ім. В. Гнатюка. Сер. Мовознавство.— Тернопіль, 2004.— Т. 1 (11).— С. 49–54.

ник — «Lilo (програма для системного завантаження Lilo.8. — С. Ч.) встановлює завантажник, що запуститься при наступному вантаженні»; *перевантажувати* — «Черв'як (вірусна програма. — С. Ч.) ініціює процедуру його завантаження з сайту Microsoft і *перевантажує* комп'ютер» та ін. Майже всі слова — комп'ютерні терміни з коренем *-вантаж-*, незалежно від їхнього значення, мають ненормативний для української літературної мови відповідник із коренем *-груз-*: *вигружати* — «Коли *вигружаю* програму з пам'яті — швидкість падає»; *загрузка* — «Після *загрузки* пошукового ресурсу на екрані з'явиться рядок пошуку»; *підзагрузка* — «*Підзагрузок* не буде, тобто гра буде динамічно догружатись» та ін. Таке слововживання спричинене тим фактом, що українські комуніканти використовують російські інтернет-ресурси, програмне та технічне забезпечення. Усі наведені форми суперечать лексичним нормам сучасної української літературної мови. В україномовних текстах фіксуємо слововживання, основою якого виступає англійське *to load* «вантажити». Відповідні лексеми оформлені як латинськими, так і кириличними літерами: *download* (завантажувати) — «Чи ти *download* цей файл?»; *даунлоадити* (т. с.) — «Всякі цікаві речі з телека можна *даунлоадити* за місячну плату»; *релоад* (перезавантажувати) — «Можете спробувати натиснути *релоад* сторінки». Це своєрідні вкраплення в український текст, які виявляють специфіку соціолекту. Як і попередня група слів, вони мають обмежену сферу використання і не належать до кодифікованої літературної мови.

Особливості віртуального соціуму можуть бути спроектовані на реальну, невіртуальну, дійсність. Користувачами Інтернету здебільшого є матеріально забезпечені представники соціуму²⁰, для яких освіченість не є релевантною ознакою. Це накладає відбиток на мову, якою вони спілкуються в Інтернеті. Їй властива некодифікованість, ненормативність.

Низький рівень грамотності, який спостерігаємо, до речі, й за межами віртуального простору, спричинений, зокрема, впливом інших мов і недостатнім пропагуванням стандартів літературної мови. Водночас треба констатувати, що інтернет-комунікація — важливе джерело виникнення неологізмів, а мова в Інтернеті, виразником якої є розмовний стиль, — це своєрідний полігон для випробування нових словоформ²¹.

Проте необхідно диференціювати активні процеси, закономірні для розвитку розмовного стилю української мови, та деструктивні явища, які перешкоджають успішній комунікації. Нехтування правилами орфографії, пунктуації стало масовим явищем. Принагідно зазначимо, що ця проблема властива й іншим лінгвальним середовищам (навіть в англійській практиці постало питання виділення так званої сфери «веблінг» для дослідження мови Інтернету²²).

Культура мови в мережі Інтернету, безумовно, має свою специфіку. На інтернет-комунікацію не поширюються всі кодифіковані норми літературної мови в її функціонально-стильовій різноманітності. Констатуючи різні форми трансформацій розмовного стилю в Інтернеті, варто наголосити на важливості створення нормативних правил мовної поведінки комунікантів. Адже збереження особливостей вимови учасників комунікації в її писемній фіксації найбільше ускладнює процес спілкування, тоді як фактори використання норм орфографії

²⁰ Хто ходить в Інтернет? // Українська правда (www.pravda.com.ua/news/2001/11/30/19825.htm).

²¹ Стрельбицька Л. Інтернет як полігон розвитку природної мови // Вісн. Нац. ун-ту «Львівська політехніка». — 2005. — № 538. — С. 33–38.

²² Виноградова Т. Ю. Специфика общения в Интернете // Русская и сопоставительная филология : Лингвокультуролог. аспект. — Казань, 2004. — С. 66.

та орфоепії полегшують сприйняття і розуміння конкретного тексту й роблять його доступним усьому інтернет-співтовариству, що в умовах глобальної інформатизації населення набуває суспільної ваги.

S. H. CHERMERKIN

TRANSFORMATIONS OF THE CONVERSATIONAL STYLE IN THE INTERNET COMMUNICATION

The article deals with the processes which feature the conversational style of the Internet communication. The conducted research revealed that the conversational style of the virtual media underwent substantial changes new for the modern Ukrainian language. The usage of the uncoded means of the text's realization, special graphic symbols, absence of the spoken language in Internet lead to the fundamental changes of this style. The active processes characteristic of the Ukrainian language conversational style are differentiated from the destructive phenomena which stand in the way of the successful communication.

Key words: Internet communication, conversational style, emoticon, neologism, Ukrainian language culture.