

Полховская А.А., студент 111 группы
очной формы получения образования
Научный руководитель – Филиппенко В.В.,
старший преподаватель

ИНТЕРНЕТ-СИМВОЛ КАК ИНСТРУМЕНТ СОВРЕМЕННЫХ КОММУНИКАЦИЙ

На современном этапе развития культуры Республики Беларусь наблюдается заметное усиление роли государства в обеспечении устойчивого культурного развития, что находит отражение и в развитии отечественных коммуникационных процессов. Различные площадки, находящиеся в пространстве Интернет, и предназначенные для получения, передачи и обмена информацией, становятся всё более востребованными, так как позволяют оперативно передавать, получать и обмениваться информацией, создавая тем самым благоприятные условия для межличностной, групповой и массовой коммуникации. Данная тенденция способствует как повышению уровня информированности субъектов культуры, так и требует от всех участников коммуникативного процесса умения ранжировать информационные потоки с целью получения (передачи) достоверной и качественной информации.

Очевидно, что коммуникационные каналы, расположенные в пространстве Интернет, обладают своей спецификой, включая символы и знаки как средства коммуникации. Исследователь М. Данези, анализируя интернет-символы как часть современной визуальной коммуникации, подчеркивает их знаковую природу и способность передавать сложные, многозначные смыслы [3]. Интернет-символы, присутствуя в повседневном общении человека, в коммуникации, связанной с решением актуальных вопросов сферы культуры, гражданско-патриотических и социальных движений, являются эффективным

инструментарием передачи эмоционального состояния участников коммуникативного процесса, а также способом передачи норм, ценностей и идеалов, присущих культуре определенной нации или этнической группы.

Интернет-символы, представляя собой визуальные элементы, несут в себе определенные смысловые оттенки в зависимости от контекста. Будучи одним из современных средств коммуникации, интернет-символы, указывая на конкретный предмет, культурное явление или событие, содержат определенную идею, призванную вызвать у целевой аудитории эмоциональную реакцию (отношение). Представляя собой визуальные образы, которые похожи на реальные объекты, интернет-символы вызывают мгновенный ассоциативный ряд у получателя информации. Так, интернет-символы позволяют передавать настроение, что особенно востребовано в текстовом общении, так как в нем отсутствуют такие средства невербальной и паравербальной коммуникации, как жесты, мимика и интонация. В частности, различные эмодзи (готовые изображения радостной или грустной улыбки, заразительного смеха, плача, тоски, разочарования) помогают передать определенную эмоцию, которую испытывает в данный момент коммуникатор, тем самым, исключая необходимость при помощи слов пояснять коммуниканту свое внутреннее состояние, а также позволяют сократить объем передаваемого сообщения.

Интернет-символы могут представлять собой своеобразные указатели, демонстрируя конкретные события или тенденции. К таким интернет-символам относятся хештеги, представляющие собой знак решетки (#). Так, хештег перед словом «выборы», «конкурс», «фестиваль» помогают современным пользователям быстро понять, о чем идет речь, найти интересующую их информацию, продвинуть определенную идею, привлечь к конкретным социокультурным событиям и гражданским инициативам.

Необходимо отметить, что одной из характерных особенностей интернет-символов является их способность к стремительному распространению в

цифровом пространстве. Благодаря быстрому обмену информацией посредством различных социальных сетей, мессенджеров, онлайн-платформ, интернет-символы охватывают целевую аудиторию за максимально короткое время. Данное свойство, присущее интернет-символам, позволяет не только оперативно передать информацию массовой аудитории, но и создать эффект, при котором усиливается воздействие на общественное сознание, а также активно влиять на формирование общественного мнения. В частности, Министерство по чрезвычайным ситуациям Республики Беларусь на персональном канале в сети «TikTok» **использует различные интернет-символы для передачи информации о безопасности жизнедеятельности** [2]. Использование интернет-символов, формируя общественное мнение о необходимости соблюдения правил противопожарной безопасности, делает жизненно важную информацию привлекательной и востребованной среди различных слоев населения.

Современные интернет-символы также являются средством для обозначения принадлежности к определенной социальной группе, субкультуре или сообществу. Так, поклонников российской музыкальной группы «Дайте танк (!)» на площадках пространства Интернет можно узнать по наличию символа «(!)», стоящему после их имени (псевдонима) [1]. Подобные визуальные интонационно-экспрессивные знаки препинания играют роль своеобразной «визитной карточки», способствуют сплоченности субъектов коммуникативного процесса, укрепляют их чувство принадлежности к определённой субкультуре, общественному движению, музыкальному направлению.

Таким образом, современные интернет-символы способствуют выражению эмоций, структурируют информацию, содействуют идентификации пользователей на предмет принадлежности к определенному сообществу (субкультуре), а также служат инструментом общественного воздействия. Такие интернет-символы как эмодзи, хештеги, интонационно-экспрессивные знаки препинания служат инструментом, посредством которого участники

коммуникативного процесса выражают свое отношение к определенному социокультурному событию, формируют общественное мнение, отражают определенные культурные нормы, ценности и идеалы. Интернет-символы содействуют не только быстрой передаче информации, способствуют ее эргономичности и точности, но и делают коммуникацию в пространстве Интернет более наглядной, динамичной и выразительной.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Миксер (!). Ладно, я не ожидал такой обложки / Миксер (!) // TikTok.com. – URL: <https://vm.tiktok.com/ZMBF4vX8a/> (дата обращения: 18.03.2025).
2. TikTok канал «МЧС Республики Беларусь» собрал более 5 млн. лайков // Министерство по чрезвычайным ситуациям Республики Беларусь. – URL: <https://mchs.gov.by/glavnoe/477906/> (дата обращения: 18.03.2025).
3. Danesi, M. The semiotics of emoji: the rise of visual language in the age of Internet / M. Danesi. – London : Bloomsbury Publ., 2016. – 192 p. – (Bloomsbury advances in semiotics).

Понкратьева В.Д., студент 211 группы,
очной формы получения образования
Научный руководитель – Кармазина Н.В.,
старший преподаватель

«БУРГУНДСКИЙ ОТЕЛЬ» И ЕГО РОЛЬ В СТАНОВЛЕНИИ ФРАНЦУЗСКОГО ТЕАТРА