

Орлова А. А.

**ЛАТИНСКИЙ ЯЗЫК В ПРИЛОЖЕНИЯХ. ТВИТТЕР И ИНСТАГРАМ:
ХЕШТЕГ КАК СРЕДСТВО ВОЗРОЖДЕНИЯ ЛАТИНСКОГО ЯЗЫКА**

Научный руководитель: преп. Писарук А. Д.

Кафедра латинского языка

Белорусский государственный медицинский университет, г. Минск

Повышение популярности микроблогов в интернете привело к возникновению нового лингвистического явления, суть которого не сводится к существовавшим ранее феноменам и нуждается в специальном описании. Речь идет о так называемых хештегах (в другом написании «хэштег» и «хэштэг»), которые были придуманы в 2007 году для использования в сети Твиттер. Хештеги вводятся в текст из 140 символов при помощи знака # (решетки) и служат для маркирования темы записи в микроблоге. При этом сообщения с одним и тем же хештегом по клику на него компонуются в список. В одном из интернет-словарей дается такое определение: «Хештег (англ. Hashtag от hash — символ «решетка») — это слово в Твиттере, начинающееся с символа #, служит для пометки сообщения о его принадлежности к какому-либо событию, теме или обсуждению». С лингвистической точки зрения хэштеги изучаются чаще всего в рамках социальной сети, в которой возникли первоначально (Twitter). Стилль и объёмы интернет-переписки и общения таковы, что требуют уложить максимальный объём информации в минимальную форму. Чтобы было удобно и быстро читать, а потом так же оперативно и чётко отвечать. Но чёткость требует осмысления. Так постепенно хэштег стал не просто отделять твиты и посты, а вычленять из них главную мысль или созданный образ [там же]. Самые удачные и меткие хэштеги стали популярными среди интернет-пользователей, их разбирали на цитаты и превращали в афоризмы.

Цель работы – проанализировать насколько широко используется латинский язык в социальных сетях, а именно в инстаграм и твиттере.

Материалом для исследования служат афоризмы, взятые из учебника А.З. Цисыка, представленные в виде хештегов в приложениях инстаграм и твиттер.

В результате исследования было установлено, что афоризмы на латинском языке довольно распространены в социальных сетях. Подписи к публикациям не всегда соответствуют смыслу выражения. Приложение Твиттер не дает возможности отследить количество публикаций, поэтому эта социальная сеть не была исследована подробно. Изучение этого вопроса имеет большое значение для нас, так как хештеги – незаменимый в наше время элемент социальных сетей.