

Лахвани Ф.

СУБКУЛЬТУРА СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ: ЯЗЫК ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ

Научный руководитель: ст. преп. Алексеенко А.А.

Кафедра белорусского и русского языков

Белорусский государственный медицинский университет, г. Минск

Начало XXI века принесло в нашу жизнь современные технологии, благодаря которым общество имеет мобильные телефоны, компьютеры, доступ в Интернет. Гигантская всемирная компьютерная сеть объединяет миллионы сетей по всему миру и обеспечивает человечеству постоянный доступ к самой разнообразной информации. Кроме того, что Интернет предоставляет нам неограниченные информационные ресурсы, различные сайты также обеспечивают работу, развлечения, возможность покупки необходимых вещей и др.

Благодаря глобальной сети мы можем общаться с людьми из разных стран мира, Интернет стал важнейшим средством коммуникации. В современном мире технологии непрерывно развиваются, поэтому люди могут использовать для общения с семьей и друзьями не одну, а целый ряд социальных сетей, таких как Instagram, Facebook, Twitter, MySpace и т.п.

Сегодня Интернетом и социальными сетями пользуются люди разного возраста, разных профессий и социального статуса. Они знакомятся в сети, общаются, проходят обучение, ведут бизнес, ищут единомышленников для совместной работы или отдыха.

Если обратиться к субкультуре социальных сетей, то наибольший интерес, на наш взгляд, представляет собой язык молодых людей, общающихся в сети. Он обладает целым рядом отличительных черт:

1) компенсация невербальных элементов общения графическими средствами (эмодзи, смайлики, GIF-анимации). При живом общении значительную часть информации собеседнику передают мимика, жесты, тон и тембр голоса, интонация и т.д. При переписке в интернете возможность использования невербальных средств отсутствует, поэтому были найдены другие способы передать определенную информацию, эмоции говорящего, его оценку высказывания;

2) использование англоязычных слов: *ОМГ* (англ. *OMG – oh my god*) – о, боже; *ЛОЛ* (англ. *LOL – laughing out loud*) – очень смешно; *хейт* (англ. *hate*) – ненависть; *хайп* (англ. *hype*) – агрессивная реклама; *чил* (англ. *chill out*) – расслабление; *бро* (англ. *brother*) – обращение к другу и т.п. Во многих случаях к заимствованной из английского языка основе добавляются русские словообразовательные аффиксы: *буллит* (англ. *bully*) – запугивать, травить; *войс* (англ. *voice*) – слать голосовые сообщения; *кринжовый* (англ. *cringe*) – неловкий, стыдный; *криптома* (англ. *creepy*) – страшная ситуация;

3) использование всевозможных сокращений и аббревиатур: *МЧ* – молодой человек, *НГ* – Новый год, *спок* – спокойной ночи, *спс* – спасибо, *ЛС* – личным сообщением и т.д.;

4) особый характер пунктуации. С одной стороны, стремясь сделать общение более быстрым и эффективным, молодые люди часто пропускают знаки препинания при переписке в социальных сетях: не ставят точку в конце предложения или заменяют ее смайликом. С другой стороны, наблюдается и противоположное явление: часто в конце фразы многократно повторяется открывающая или закрывающая скобка, вопросительный или восклицательный знак, чтобы выразить одобрение или неодобрение, удивление или возмущение содержанием высказывания.

Таким образом, сегодня каждый человек использует Интернет в своей повседневной жизни для работы, учебы или развлечения. Особую субкультуру представляет собой молодежная интернет-коммуникация, для языка которой характерно большое число англоязычных заимствований, а также сокращение слов и специфический характер пунктуации.