

Секция «Журналистика»

Особенности языка социальных сетей

*Боженова Юлия Николаевна*

*Студент*

*Ставропольский государственный университет, Факультет филологии и*

*журналистики, Ставрополь, Россия*

*E-mail: ForJuliaNow@gmail.com*

Особенности языка социальных сетей

Боженова Ю.Н.

Студентка Ставропольского государственного университета, Ставрополь, Россия

Необходимость изучения специфики языка в сети Интернет вызвана тем, что данный вид виртуального общения приобретает большую значимость и становится одним из основных видов коммуникации людей в современном мире.

Проведенный анализ языка социальных сетей «Одноклассники», «ВКонтакте», «Facebook», доказывает преобладание разговорного стиля. Для разговорного стиля характерно употребление бытовой лексики, но не в прямом, а в переносном значении (чайник, веник, кран). Многие слова имеют оттенок пренебрежительности, фамильярности, снисходительности (шпарить – говорить, насобачиться – научиться). Широкое распространение получил "олбанский" язык ("подонский"), что ведет к неграмотности пользователей, так как основой «олбанского» языка является возведение ошибок в правило, «анти-норма». Постепенно вырабатывается привычка общаться на таком языке. Человек привыкает писать слова так, как слышит, и со временем начинает сомневаться в своих знаниях русского языка. Особенно это является проблемой для подрастающего поколения, у которого еще не сформированы навыки орфографической и пунктуационной грамотности.

В речи пользователей социальных сетей наблюдается отражение на письме особенностей разговорной фонетики коммуникантов. В написании сообщения, статуса, комментария используются сокращения, которые поймет любой другой. Например: «щас» (сейчас), «прет» (привет), «тя» (тебя), «мя» (меня), «лю» (люблю), «чё» (что), «хз» (не знаю), спс (спасибо) и другие. Также употребляются английские слова, написанные русскими буквами: «плиз» (с английского «please» пожалуйста), «хай» («hi» привет), «гуд» («good» хорошо) и другие. Помимо этого большое распространение в социальных сетях имеют эмоциональные слова и восклицания, передающие те или иные эмоции в данный момент общения. Например: удивление: Ого! Не фига! Обалдеть!; смех: хахаха, хыхы, хех; восторг: Круто! ААА!; радость: Ура! Яхууу!; грусть: печалька.

Можно выделить несколько факторов, которые обуславливают развитие Интернет-коммуникации. Безусловно, важным является временной фактор, мотив экономии. Но есть и другая причина: при решении сложных вопросов, связанных как с производственной деятельностью, так и с личными проблемами, социальные сети, создавая дистанцию, позволяют избежать конфликтных ситуаций, меняя тем самым многие привычные стереотипы межличностного общения [Леонтович 2000].

Установка на языковую игру, т. е. на остроумие, характерна для обоих партнеров сетевой коммуникации: человек не только сам стремится писать «прикольно», но и ожидает «приколов» со стороны партнера. Стремление к языковой игре сказывается также

в любви пользователей социальных сетей к сленгу [Экслер 2006]. Истоки подобных интенций связаны с эмоционально-экспрессивными, эстетическими и соревновательными потребностями человека.

Таким образом, можно сделать определенные выводы: пользователи Интернета для общения в социальных сетях предпочитают свободный язык, над правильностью которого не нужно думать. Для них главное – не форма, а суть сообщения. Конечно, в таком случае, чистым язык не будет. Без жаргонизмов, сленга он станет просто мертвым. Сетевой язык не нужно избавлять от средств, придающих эмоциональную окраску, важно просто не переступать ту грань, когда текст становится неприличным.

### **Литература**

1. Леонтович О.А. Проблемы виртуального общения 2000.
2. Экслер А.Б. Общение в интернете. М., 2006.