

Секция «Связи с общественностью и теория коммуникации»

Особенности языка социальной сети на материале языка русского портала «ВКонтакте».

Волкова Вера Александровна

Студент

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Филологический факультет, Москва, Россия

E-mail: cherr.y@inbox.ru

Общение посредством новейших технологий – компьютера и Интернета – стало неотъемлемой частью жизни каждого современного человека. Появление новых средств коммуникации ведет к возникновению совершенно новых типов текста. Электронная переписка, чтение новостей и обращение к самой разнообразной информации в Интернете, ведение сетевых дневников и общение в чатах и форумах стали необходимы людям в деловой, образовательной и личной сфере. Интернет как средство массовой информации начал активно влиять на язык и социум, а также на процессы, происходящие в литературных языках.

В XXI веке с развитием технологий Web 2.0 Интернет окончательно проникает в «широкие массы». Web 2.0 характеризуется неиерархичностью содержания (контента), интерактивностью, полимедийностью. На смену обычным веб-страницам приходят многофункциональные, предоставляющие место и набор правил для общения, появляются веб-блоги и социальные сети. Социальную сеть по праву можно считать феноменом XXI века, это не только средство общения между людьми, но и «среда обитания» большого числа пользователей Интернета.

Необходимо подчеркнуть, что общение в социальной сети не является обязательным, как например, в чате. Любой пользователь может войти в режим «онлайн», при этом ни с кем не общаясь, читая «новости», «объявления», «заметки», слушая аудиозаписи, просматривая видеоматериалы и фотографии. Все это – не покидая своей страницы. Пользователь может просто видеть своих «друзей» в режиме «онлайн», не переписываясь с ними. Создается иллюзия того, что все эти люди постоянно с тобой и что в любой момент к ним можно обратиться.

Так, «ВКонтакте» формирует особый мультипользовательский мир, с одной стороны, создающий иллюзию общности людей; с другой стороны, снабжающий их нужной информацией. Личность пользователя «ВКонтакте», с одной стороны, противопоставляется остальным, а, с другой - рассматривается в связи с остальными. Возможно, именно эта двунаправленность и делает портал таким популярным.

Многие исследователи, анализирующие общение в Интернете, активно используют обозначение «*Язык Интернета*» как «систему фонетических, лексических и грамматических средств, свойств и стилистических признаков, формирующихся под влиянием факторов, действующих в Интернете». Коммуникация осуществляется на разных национальных языках. [Хайдарова 2009] В сети формируется свой медийный вариант языка – **медиалект**, который является «особой разновидностью национального языка, характеризующейся специфическим языковым оформлением, обусловленным специфической определенностью медиасредства, например, компьютера и Интернета». [Щипицина

2010: 128] Описание конкретного медиолекта можно строить на основе анализа языковых особенностей отдельных языковых уровней: фонетического, лексического, морфологического и синтаксического. [Иванов 2001: 131-147]

Исходя из того, что язык Интернета – вариант национального языка - *медиолект*, нами были рассмотрены особенности языка рубрики социальной сети «ВКонтакте» на каждом из языковых уровней.

Фонетико-графический уровень (графическое оформление текста «ВКонтакте»).

1. Передача интонации через графические средства, эмодиконы («*Давай... до встречи, ООО! БУДУ ТАМ, спасибо, даа, наконецеееее, как освободишься, звони *улыбается**, :(;)»).
2. Ассимиляция («*Ща/щас/щазз*» = *сейчас*, «*че т*» = *чего-то*; «*спасип*» = *спасибо*).

3. Редукция, стяжение слов («*Этож*» = *это же*; «*Зналаб*» = *Знала бы*).

4. Опечатки, нарушения орфографии и пунктуации («*Постомстреть, боначально, отсутствовать, соответствующую, привевь, метсное, я не смогу но если получится то присоединюсь, они сами разберутся когда им уходит а когда приходит*»).

Лексический уровень.

1. Жаргонизмы («*баксы, чувак*»).

2. Англицизмы («*Пёфект, инглиш, френч, вайфай, лав, What don't kill us, can only make us stronger*»).

3. Акронимы («*ВКонтакте*» = «*ВК*», *личное сообщение* = «*ЛС*», *семейное положение* = «*СП*», *спасибо* = «*СПС*», *нормально* = «*норм*», *экзамен* = «*экз*», *следующий* = «*след*», *интернет* = «*нет*»; *привет* = «*прив*»; *хочешь* = «*хоч*», *может быть* = «*мб*», *зачет* = «*зт*»).

Морфологический уровень.

1. Использование форм настоящего времени, преобладание форм 1-ого и 2-ого лица единственного числа («*Идем в кино?, Ну что, сдаешь еще, или уже все?, пойдём уже, еду*»).

Синтаксический уровень.

1. Парцелляция («*Нет. Не думаю*»; «*Приду. Может быть. Не знаю*»).

2. Вводные конструкции («*Значит, короче, кажется, наверное, надеюсь*»).

3. Агрегативность синтаксиса

4. Преобладает повествовательный тип предложения («*Хорошо, давай, а когда придешь*», «*я болею, у меня температура, а ты чего разболелась*»).

На основе проведенного исследования, удалось установить, что общение в рубрике «ВКонтакте» ориентировано на простоту и неофициальность речи. Поэтому средства языка на всех четырех языковых уровнях направлены на имитацию непринужденной устной речи, компенсацию отсутствия визуального контакта, удобство в обращении.

«ВКонтакте» можно считать русскоязычным феноменом. Благодаря социальной сети, во-первых, общение между людьми поднимается на новый уровень: укрепляются не только старые связи, но и создаются новые. Кроме того, человек получает как бы собственное «место жительства» в Интернете, причем совсем не похожее на персональные сайты, столь распространившиеся на заре Интернета. Современные системы «поиска» позволяют пользователям легко найти своих близких, а языковые возможности – общаться с ними в любое время. Особенности орфографии и пунктуации, подмена слов

жаргонизмами и англицизмами - все это в социальной сети направлено на создание ситуации устного общения.

Многофункциональность, чувство общности людей, простота обращения, - делают сегодня социальную сеть одним из самых популярных порталов, который постоянно развивается. Увеличивается и число активных пользователей. По данным на январь 2012 г. ежедневная аудитория социальной сети превышает 29 миллионов человек, и это говорит о многом.

Литература

1. Иванов Л.Ю. Воздействие новых информационных технологий на русский язык: системно-языковая и культурно-речевая проблематика // Словарь и культура русской речи: К 100-летию со дня рождения С.И. Ожегова. М.: Индрик, 2001.
2. Хайдарова В.Ф. Язык интернета или жаргон интернетчиков?: доклад на I Международ. Науч. Интернет-конф «Гуманитарная картина мира в системе современного знания». 2009.
3. Щипицина Л.Ю. Компьютерно - опосредованная коммуникация. М., КРАСАНД, 2010.
4. <http://www.gumnauka.kz/inter-conf/Hajdarova.pdf>

Слова благодарности

Спасибо моему научному руководителю - д.ф.н., проф. Майе Никитичне Володиной - за помощь и веру в мои идеи.