

ЮДИН Н. О.

СПЕЦИФИКА ЯЗЫКА МОЛОДЕЖИ В ИНТЕРНЕТ-ОБЩЕНИИ

Аннотация: В современном мире Интернет занимает одну из ведущих позиций в жизни человека. Через Интернет люди делают покупки, работают и общаются. Данная коммуникация особенно распространена среди молодежи. Именно здесь возник новый язык – язык виртуального общения. В этой связи в статье рассматриваются способы воздействия сети Интернет на сферу молодежной коммуникации в России и Германии.

Ключевые слова: блог, Интернет-язык, сленг, смайлик, социальные сети, формы виртуального общения, чат, электронная почта.

YUDIN N. O.

SPECIFICS OF YOUTH LANGUAGE IN THE INTERNET COMMUNICATION

Abstract: In the today's world the Internet occupies one of leading positions in the life of people. On the Internet we buy, work and communicate. Internet communication is particularly popular among young people. Consequently, a special language of virtual communication has emerged. In this connection the paper considers the ways the Internet influences youth communication in Russia and Germany.

Key words: blog, Internet language, slang, smiley, social networks, forms of virtual communication, chat, e-mail.

В последнее десятилетие особой популярностью среди людей всех возрастов, а особенно молодежи, пользуется общение в сети Интернет, которое рождает собой особый язык, присущий данной сфере взаимодействия людей. Однако, прежде чем остановится на понятии «Интернет-языка», кратко прокомментируем специфику сферы Интернет-общения и его основных жанров.

Всех молодых людей России можно назвать активной аудиторией Интернета. А вот время, которое они проводят каждый день в сети, различно: 43% тратят на Интернет от одного до трех часов, 40% от четырех до шести и около 17% более семи и даже целый день. Пятая часть российских студентов тратит время на поиск информации, связанной с увлечением, хобби. Поиск и просмотр кинофильмов, роликов, прослушивание музыки, онлайн игры не занимают значимых позиций в структуре распределения времени в Интернете (не больше 5%). Из всех способов коммуникации студенты выбирают социальные сети (88%), программы мгновенной доставки сообщений (43%) и интернет-телефонию (36%). Социальные сети, бесспорно, лидируют как способ и средство общения. Исследование подтвердило, что российская молодежь отдает предпочтение социальной сети «ВКонтакте»:

84% опрошенных регулярно здесь общаются. Сеть «Одноклассники» не пользуется такой популярностью: лишь 16% иногда заходят на сайт. Русскоязычная версия «Facebook» более популярна: 24% студентов зарегистрированы здесь и иногда посещают этот сайт. Другие социальные сети либо вообще не знакомы студентам, либо ими пользуются единицы [3].

К числу лидеров глобального информационного общества принадлежит и Германия. Зарегистрировано уже более 5 миллионов Интернет-страниц с индексом «de». Излюбленной социальной сетью в Германии в марте 2013 г. был признан Facebook (39,2 млн. посетителей). На втором месте следует Google Plus, который заметно набирает обороты по сравнению с последним. На третьем месте социальная сеть XING с 5,2 млн. посетителей, которая ориентирована на налаживание профессиональных контактов. Twitter.com посещают примерно 3,7 млн. немцев. На первом месте по популярности в Германии – немецкий портал StayFriends с 2,5 млн. посетителей в топ-10. Эта сеть более других напоминает российских «Одноклассников». «Найди с помощью Stayfriends бывших соседей по парте, однокурсников, коллег, прежних возлюбленных и пропавших друзей!» – так звучит рекламный лозунг сайта. На десятом месте – deviantART и Online-Community (сайты для искусства и фотографии).

Таким образом, благодаря скорости и доступности связи между пользователями, Интернет стал использоваться не только как инструмент познания, но и как средство общения и развлечения [2]. А виртуальная коммуникация, которая появилась благодаря стремительному развитию сети, породила особый язык – язык виртуального общения. Множество чатов, аськи, блоги (личные дневники) – главные способы общения молодежи. В рамках данных программ начал формироваться особый сленг, который сейчас стал привычным явлением. И этот особый язык Интернет-общения постепенно перебирается в нашу повседневную жизнь.

Как известно, сленг – это слова, которые часто рассматриваются как нарушение норм стандартного языка. Это очень выразительные, ироничные слова, служащие для обозначения предметов, о которых говорят в повседневной жизни [1]. И в связи с выразительностью и ироничностью слов, употребляемых молодежью, произошло становление и возникновение нового, ставшего источником многих вопросов и исследований, отличающегося своей экспрессивностью языка – языка Интернет-общения.

Существует множество попыток классифицировать формы общения в Интернете и жанры электронной коммуникации. Можно выделить следующие общеизвестные формы виртуального общения:

1. Конференции.
2. Чаты.

3. Форумы.
4. Гостевые книги.
5. Электронная почта.
6. ICQ.
7. Блоги.

Рассмотрим некоторые из них.

Для **чата** характерны неподготовленные, спонтанные высказывания, где преобладает разговорный жанр, на который, однако, накладывает свой отпечаток специфика обмена репликами в письменной форме. Посредством чата возникла, по сути, новая форма языкового взаимодействия (симбиоз письменной и разговорной речи). Потребность полноценного общения в Интернете вызвала к жизни новые знаковые системы. Невозможность использовать во время коммуникации в Интернете стандартные невербальные средства подачи информации привела к созданию системы так называемых смайликов, с помощью которых может быть выражена достаточно разнообразная гамма чувств. В качестве заменителя модуляций голоса используются также заглавные буквы, которые вне заголовка передают повышение голосового тона. Значимые части текста выделяются также с помощью знака*.

Блог – это сетевой дневник одного или нескольких авторов, состоящий из записей в обратном хронологическом порядке. Слово произошло от английского «weblog» (Веб-журнал). Записи (посты) в дневниках выстраиваются в единую фрэнд-ленту, отображенную на экране монитора. К каждому посту можно добавить свой комментарий. Порой обитатели Интернета не утруждают себя развернутыми комментариями, предпочитая расхожие фразы из сетевого жаргона. Если текст понравился, его награждают типовой похвалой «Афтар жжот!», «Я плакалЪ», «Пеши исчо». Если пост показался скучным используются слова «Низачот», «Ацтой», «Неасилил». Такое откровенное коверкание языка отнюдь не признак тотальной безграмотности посетителей блогов и чатов. Как еще передать нюансы своих эмоций: иронию, сарказм, удивление, негодование? Вот и прибегают писатели сети к отклонению от норм русской словесности, активной словесности, активной пунктуации, использованию заглавных букв внутри слов и прочей эквилибристике с алфавитом.

Электронная почта или англ. email, electronic mail – технология и предоставляемые ею услуги по пересылке и получению электронных сообщений (называемых «письма» или «электронные письма») по глобальной компьютерной сети. Электронная почта по составу элементов и принципу работы практически повторяет систему обычной (бумажной) почты, заимствуя как термины (почта, письмо, конверт, вложение, ящик, доставка и другие), так и характерные особенности: простоту использования, задержки передачи сообщений, достаточную надежность и, в то же время отсутствие гарантии доставки.

Достоинствами электронной почты являются следующие характеристики: легко воспринимаемые и запоминаемые человеком адреса типа имя_пользователя@имя_домена (например, somebody@yahoo.de); возможность передачи не только простого текста, но и также произвольных файлов; достаточно высокая надежность доставки сообщения; простота использования. В настоящее время любой начинающий пользователь может завести свой бесплатный электронный почтовый ящик, достаточно зарегистрироваться на одном из Интернет-порталов.

В Интернет-общении активно используются разнообразные жесты и мимика, сопровождающие устную речь, которые могут заменяться в ходе Интернет-коммуникации специальными пиктограммами – «смайликами». Самый простой смайлик состоит из двоеточия, тире (или без него) и закрывающейся скобки, напечатанных последовательно, и выглядит так: : -) Количество употребляемых при виртуальной коммуникации смайликов неограниченно: глубина эмоциональных и смысловых оттенков, заключенных в смайлик зависит лишь от фантазии коммуникаторов. С некоторых пор начали создаваться даже специальные словари смайлов.

:-О -удивление

:)P – показывает язык

:-@ -крик и т.д.

Кроме того, смайлик может описать внешность собеседника:

W-) - «Я ношу солнечные очки»;

@: -) - «у меня волнистые волосы»;

(8-{}) - «Я ношу усы, бороду и солнечные очки».

Таким образом, изменение сознания личности в Интернете, формирование нового, сетевого образа жизни и мышления, что констатируется многими российскими и зарубежными учеными, существенно влияет на языковую ситуацию. Вполне возможно, что речь идет о формировании нового стиля языка – стиля Интернет-общения, отличительными признаками которого являются письменное произношение, гиперинтертекстуальность и запечатленная разговорность. При этом качественно новым признаком стиля также будет являться его спонтанность, несмотря на письменное воспроизведение. Сегодня Интернет-язык – это, безусловно, жаргон, имеющий право на существование. Создавая свой жаргон, искажая для этого слова, образуя новые, придавая экспрессивные значения старым словам, люди заявляют о своей принадлежности к определенной группе, подчеркивают свое стремление выделиться, что абсолютно естественно и характерно для молодых людей, которые, таким образом, стремятся приблизить письменную речь к устной.

ЛИТЕРАТУРА

1. Булова Е. Особенности языка Интернет-общения как разновидности сленга. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://otherreferats.allbest.ru/languages/00159319_0.html
2. Виноградова Т. Ю. Специфика общения в Интернете // Русская и сопоставительная филология: Лингвокультурологический аспект. – Казань, 2004. – С. 63-67. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.philology.ru/linguistics1/vinogradova_t-04.htm
3. Куликова А. В. Особенности Интернет-коммуникаций. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.unn.ru/pages/e-library/vestnik_soc/99990201_West_soc_2012_4\(28\)/3.pdf](http://www.unn.ru/pages/e-library/vestnik_soc/99990201_West_soc_2012_4(28)/3.pdf)