

Н.И. ЗРАЖЕВСКАЯ

*(Самарский государственный технический университет
г. Сызрань, Россия)*

УДК 81'27
ББК Ш107

КОММУНИКАЦИЯ В ИНТЕРНЕТЕ. СТАТУСЫ КАК СРЕДСТВО ПОПУЛЯРИЗАЦИИ АФОРИЗМОВ В МОЛОДЕЖНОЙ АУДИТОРИИ

Аннотация: Рассматриваются статусы пользователей социальных сетей как своеобразные идентификаторы, девизы участников Интернет-коммуникации. Особое внимание уделяется афоризмам, цитатам, остроумным высказываниям, используемым в качестве статусов.

Ключевые слова: средства массовой коммуникации, функции Интернет-коммуникации, выразительные средства языка.

Быстрое развитие Интернета и его внедрение в различные стороны жизни людей, в первую очередь, в качестве средства массовой коммуникации – реальность сегодняшнего дня. Мотивы деятельности людей в Интернете разнообразны: деловой, познавательный, коммуникативный, корпоративный, игровой, а также мотив самоутверждения, самореализации и развития личности. Об этом достаточно много написано, выявлены плюсы и минусы работы в Интернете.

С целью выявления интернет-аудитории был проведен опрос (методом анкетирования) 200 посетителей «Чата нового поколения». Полученные данные свидетельствуют, что распределение аудитории чата по половому составу представляет собой отношение 2:1, то есть 62,5% мужчин и 37,5% женщин. Средний возраст аудитории чата составил 21,2 года. Причем, аудиторию чата можно разделить на несколько возрастных групп, из которых доминирующая группа от 18 до 22-х лет, доля которой составляет 39,0%. Доля возрастной группы «меньше 18 лет» составляет 29,0% и доля возрастной группы от 23-х до 29 лет составляет 23,5%. Возрастная группа 30 лет и старше, представлена в чате 6,5%. Установлено, что большинство опрошенных посетителей чата обычно используют Интернет для общения и развлечения, уделяя меньше внимания образованию и работе.

Выявлено, что большая часть интернет-аудитории, предпочитающей виртуальное общение, – это учащиеся старших классов школ и студенты. Это именно та возрастная категория, когда формируется мировоззрение, происходит становление личности и языковой лично-

сти также. Какие образцы речи можно почерпнуть в процессе коммуникации в Интернете? Сегодня речь идет о формировании нового стиля в русском языке – о стиле интернет-общения, который серьезно влияет на речевое поведение всего общества в целом. Сиюминутность общения порождает упрощение речи, молодежь полюбила смайлики, заменяя ими выражение чувств, обозначение определенных эмоциональных состояний. Все это отнюдь не способствует развитию речи. Однако при изучении коммуникации в социальных сетях наше внимание привлекли статусы пользователей.

В качестве статуса – своеобразного девиза человека в Интернете, его «идентификатора», как показали результаты наблюдений, нередко используются крылатые слова и афоризмы. Поиск нужного афоризма побуждает обратиться к коллекции афоризмов, которые доступны каждому пользователю, классифицированы по темам. Таким образом, благодаря интернету и особенностям коммуникации в нем афоризм обрел вторую жизнь.

Современная действительность порождает новые крылатые слова, и они становятся достоянием миллионов. Зачастую это остроумные, актуальные, меткие, оригинальные высказывания, отражающие современную действительность. Их охотно используют в качестве статусов. Статусы могут быть любовно-романтическими, веселыми и прикольными, грустными и меланхоличными. Их коллекция постоянно пополняется. Авторами становятся сами пользователи. Это, бесспорно, способствует повышению выразительности и образности речи современного поколения.

В Интернете созданы тысячи групп разной тематики. Их участников объединяют общие интересы, возможность узнать новое, поделиться своим опытом, мыслями. Есть группы, которые объединяют любителей афоризмов, цитат, высказываний. В «Одноклассниках» представлено **1425 (!)** таких групп с числом участников от нескольких сот до нескольких тысяч (!) Результаты подсчетов ошеломляют: число участников в этих группах составило 1.624.342 человека! Самая многочисленная группа – «Афоризмы, высказывания, цитаты, изречения», которая насчитывает 158.452 участника. Кроме того, на многочисленных блогах постоянно ведётся рейтинг популярности афоризмов. Ценители образного слова голосуют, список наиболее популярных афоризмов постоянно пополняется. Для голосования предлагают как «свежие», так и классические афоризмы. Пользователи Интернета создали целую Галерею «Афоризмы в картинках и анимации». Это своеобразные тематические иллюстрации, усиливающие эстетическое восприятие афоризма.

Наш язык, его потенциал и богатство неистощимы. Однако сегодня речь большинства представителей общества не отражает это богатство, она засорена вульгаризмами и жаргонизмами, стилистически снижена и упрощена. Это можно наблюдать, когда пользователи интернета обсуждают какую-либо «горячую» новость. Как правило, в выражениях никто не стесняется. Действительно, тревога за русский язык закономерна. Но это вовсе не означает, что он умирает. «Лучший способ обогащения языка – это восстановление прежде накопленных, а потом утерянных богатств», – писал Солженицын. Наверное, стоит прислушаться к словам русского писателя, лауреата Нобелевской премии. И необходимо помнить, что использование крылатых слов, афоризмов и высказываний делает речь живой, образной и выразительной. Неоспоримый вклад в это благое дело вносит коммуникация в Интернете. Но, к сожалению, афоризмы в качестве статусов зачастую используются без указания автора.

Таким образом, как мы уже отметили, коммуникация в интернете имеет свои минусы и свои плюсы. Популяризация афоризмов – один из весомых плюсов.

ЛИТЕРАТУРА

Арестова О.Н., Бабанин Л.Н., Войскунский А.Е. (1996). Коммуникация в компьютерных сетях: психологические детерминанты и последствия // Вестник МГУ. – Серия XIV. Психология. – № 4.

Джакония Е.С. Психологические особенности и трудности виртуального общения. [Электронный ресурс] URL: <http://www.openclass.ru>.

Жичкина А.Е., Белинская Е.П. Стратегии самопрезентации в Интернет и их связь с реальной идентичностью [Электронный ресурс] // Флогистон: [сайт]. 1999. 14 февраля. URL: <http://flogiston.ru/articles/netpsy/strategy>.

Леонтьев А.Н. Потребности, мотивы, эмоции. – М., 2004.
Интернет. «ВКонтакте», «Одноклассники».

© Зражевская Н.И., 2012