

ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ КОММУНИКАЦИИ ПОКОЛЕНИЯ ЗУМЕРОВ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ (НА МАТЕРИАЛЕ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА)

*Дятковская Ю.В.**, *Коноплёва А.В.***,

**студентка 3 курса ВГУ имени П.М. Машиерова, г. Витебск, Республика Беларусь*

Научный руководитель – Алейникова О.С., ст. преподаватель

***учащаяся 10 «А» класса ГУО «Средняя школа № 47 г. Витебска*

имени Е.Ф. Ивановского», г. Витебск, Республика Беларусь

Научный руководитель – Акимова Н.В., учитель английского языка

Информационная компетенция у представителей разных поколений имеет свои особенности: каждая поколенческая группа воспринимает, обрабатывает и передает информацию характерным образом. Однако производители информационного контента стремятся не устанавливать четких границ в коммуникативном поведении поколения. За счет процессов глобализации и информатизации они отдают предпочтение разновозрастной аудитории в качестве целевой аудитории потребления информационного продукта. В соответствии с этим становится актуальным изучение особенностей Интернет-коммуникации среди представителей разных поколений.

Цель нашего исследования – охарактеризовать и проанализировать особенности коммуникации поколения зумеров в пространстве социальной сети Instagram.

Материал и методы. В работе были использованы следующие материалы: 50 англоязычных постов 18–25-летних пользователей сети Instagram. При проведении исследования применялись такие методы, как анкетирование, анализ и классификация языкового материала.

Результаты и их обсуждение. В отношении людей поколение принято воспринимать как период времени, когда человек был рожден. Согласно разработанной теории поколений, У. Штраус и Н. Хау выделяют поколение бэби-бумеров, поколение X, миллениалов и поколение Z (зумеры). Различные поколения выстраивают разные информационно-коммуникативные отношения. В научной среде ведется большое количество дискуссий по поводу взаимодействия представителей разных поколений посредством современных технологий. Отдельные исследователи отмечают, что существуют некоторые предрассудки относительно представителей того или иного поколения, на основе которых формируются стереотипы о людях определенного периода рождения [1].

Самым большим отличием поколения Z (поколения людей, родившихся в конце 1990-х и начале 2000-х годов) от других поколений являются технологии, которые занимают центральное место в жизнедеятельности его представителей. Это первое поколение, которое достигло совершеннолетия, активно взаимодействуя с мобильными технологиями коммуникации. Согласно В. Воробьевой, поколение Z характеризуется как поколение, осознающее силу технологий, стремящееся поделиться своими знаниями и умениями и желающее больше общаться с людьми. Представители этого поколения умеют добиваться высоких результатов в учебной и профессиональной деятельности с помощью гаджетов. Существует множество приложений для социального взаимодействия, таких как Twitter, Instagram, Facebook [2].

Для достижения поставленной цели исследования было проведено анкетирование среди учащихся 9-11 классов ГУО «Средняя школа 47 имени Е.Ф. Ивановского». Ответы респондентов распределились следующим образом:

- Какая социальная сеть более популярна?

40% опрошиваемых указали Instagram; VK – 20%; Telegram – 30%; Twitter – 10%.

• Выберите аббревиатуры(сокращения) и языковые единицы, которыми Вы пользуетесь в социальных сетях.

33 % школьников используют сокращение OK; LOL – 27%; SORRY – 20%; EP – 0%; FOMO – 2%; JOMO – 2%; FOR FUN – 3%; CRINGE – 13%.

• Часто ли Вы используете сокращения в социальных сетях?

42% респондентов выбрали ответ «Часто», 33% – «Редко» и оставшиеся 25% – «Иногда».

• Пользуетесь ли вы этими сокращениями при живом общении?

Более половины (60%) опрошенных выбрали вариант «Да», остальные 40% выбрали вариант «Нет».

Как следует из результатов опроса, большинство школьников пользуются социальными сетями, а в процессе коммуникации употребляют интернет-сленг – специальный язык для общения в сети.

Следует отметить, что представители поколения зумеров открыты для активной коммуникации с представителями рекламных брендов и услуг. Во многих случаях это поколение более активно участвует в виртуальных сообществах, а также является главным потребителем онлайн-контента. Существенным отличием поколения зумеров от миллениалов является их отношение к онлайн-миру: они больше не хотят знать все, они хотят делиться всем, особенно своими лучшими моментами жизни или своим уникальным опытом. Поколение Z является первым глобальным поколением, которое может регулярно общаться друг с другом в социальных сетях независимо от географической принадлежности. Если посмотреть на статистические данные за последние несколько лет, то можно отметить, что поколение Y сократило время, проведенное в социальных сетях, в то время как поколение Z еще больше увеличило его. Представители поколения Z в среднем имеют почти десять различных профилей в социальных сетях. Они предпочитают сеть Instagram, а не Facebook, и их жизнь больше переплетается с платформами социальных сетей, они требуют больше внимания в онлайн-сообществах, и они смелее выражают свои эмоции и мнения в виртуальных группах. Эта возрастная категория является постоянным пользователем мобильных телефонов поскольку почти 40% испытывают чувство FOMO (Fear of Missing Out), что заставляет их быть «на связи» почти 24 часа в сутки. Интересно отметить, что 5,5% зумеров обеспокоены тем, что не могут проверить свой мобильный телефон в любое время.

Заключение. Таким образом, проанализировав лексические особенности англоязычных Интернет-сообществ, можно сделать вывод, что представители поколения Z используют современный разговорный язык, то есть преимущественно устную форму языковых средств в письменной коммуникации. Стоит отметить, что в Интернет-общении наблюдается тенденция к увеличению использования лексических заимствований, причем пришедших преимущественно из английского языка. Дальнейшее изучение виртуального общения пользователей социальной сети Instagram позволит проследить тенденции развития языка и видоизменения средств межличностного общения в сети Интернет и социальной сети Instagram в частности.

1. Бурнаева, Е. М. Сленг в социальных сетях как способ самовыражения молодежи / Е. М. Бурнаева, О. П. Ерофеева // Символ науки. – 2015. – № 12. – С. 264–265.

2. Гуламова, Д. Г. Функционирование сленга в речи учащихся / Д. Г. Гуламова // Молодость. Интеллект. Инициатива : материалы VI Междунар. науч.-практ. конф. студентов и магистрантов, Витебск, 19 апреля 2018 г. – Витебск : ВГУ имени П. М. Машерова, 2018. – С. 163-164. – Библиогр.: с. 164 (1 назв.). [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rep.vsu.by/handle/123456789/22432>– Дата доступа: 18.03.2022.