

ретают навыки употребления ФЕ в контексте, что в свою очередь является базовой коммуникацией. Задания располагаются от простого к сложному и изучаются в группах с различной базовой языковой подготовкой. Например: подберите подходящие по смыслу выражения (студентам со слабой языковой подготовкой (elementary level) необходимо предложить варианты выбора из определенного набора выражений; студенты уровня intermediate самостоятельно заполняют пропуски).

Использование идиом помогает обучающимся освоить новый лексический материал, усовершенствовать коммуникативные навыки, получить определенные лингвострановедческие знания.

Н.А. Залеская
УО БГЭУ (г. Минск)

ЯЗЫКОВАЯ КАРТИНА МИРА ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ (НА ПРИМЕРЕ САЙТА FACEBOOK)

Термин «картина мира», впервые предложенный Л. Витгенштейном в аспекте философии и логики, для рассмотрения универсальной и общезначимой системы знаков был введен в тридцатых годах XX века одним из неогумбольдтианцев Л. Вайсбергером, который писал: «В языке конкретного сообщества живет и воздействует духовное содержание, сокровище знаний, которое по праву называют картиной мира конкретного языка» [4, с. 250].

В лингвистике существует большое количество определений языковой картины мира; каждое из них делает акцент на отдельных сторонах обозначаемого понятия и поэтому не может быть общепринятым. Каждый естественный язык отражает определенный способ восприятия устройства мира, или «языковую картину мира». Совокупность представлений о мире, заключенных в значении разных слов и выражений данного языка, складывается в единую систему взглядов, которую, сами того не замечая, принимают все носители данного языка [3, с. 9]. Языковая картина мира «включает в себя словарь, совокупность образов, закрепленных в языковых знаках, идеостиль говорящего, языковую идеологию носителей языка, тип

ассоциативно-вербального отражения мира» [1, с. 43]. Итак, языковая картина мира – это действительность, отраженная в языке, языковое членение мира, информация о мире, передаваемая с помощью единиц языка разных уровней.

В социальной сети Facebook рассмотреть языковую картину мира можно, прежде всего, в разделе новостей, где существует блок под названием «Лента новостей» («Популярные новости» – «Новейшее»), в котором выводятся наиболее популярные на данный момент новости. Причем в цукербергской социальной Сети используется особый алгоритм формирования ленты. Обновления публикуются не в хронологическом порядке, а по степени предполагаемой заинтересованности в них пользователя. Facebook приоритетно отдает предпочтение, во-первых, сети друзей каждого пользователя, во-вторых, страницам, которые он отметил как понравившиеся. Процесс оценки релевантности приводит к формированию новостной ленты, уникальной для каждого пользователя Facebook. К примеру, наиболее обсуждаемыми темами в Facebook в ноябре 2018 года стали: *инцидент в Керченском проливе, блокирование украинских портов Россией, переход военно-промышленного комплекса Украины на особый режим работы, саммит G20, уличные беспорядки во Франции, протесты в Тбилиси против результатов выборов президента, футбольный отборочный тур Евро-2020, выдворение 60 000 беженцев из Германии*. То, насколько быстро меняются актуальные темы в Facebook, говорит о том, что языковая картина мира социальной сети очень подвижна, она определяет отношение человека к миру, его интерес и вовлеченность во все, что происходит не только в его жизни, но и в мире целом.

Пользователи социальных сетей могут объединить группу сообщений по теме или типу с использованием хэштегов. *Хэштег, хештег* (англ. hashtag от hash – символ «решетка» + tag – тег) – слово или фраза, которым предшествует данный символ. Хэштеги позволяют участникам социальной сети добавлять больше контекста в публикации, а также связывать свои новые посты с наиболее интересными темами или широкомасштабными обсуждениями, уже происходящими в Facebook. При нажатии на интересующий хэштег Facebook пользователи увидят список постов, написанных другими участниками на эту тему или об этом конкретном событии. Ранее простого способа подробно рассмотреть какое-либо событие и уз-

нать, что по этому поводу думают люди, не существовало. Однако следует заметить, что хэштеги в Facebook выполняют в основном функцию маркера – подсказывают ключевые мысли текста читателю, дают возможность отследить актуальные у пользователей слова-темы, а также облегчить пользователям понимание происходящих событий, которые волнуют весь мир в данный момент. Для Facebook список самых популярных и используемых в 2018 году тегов следующий – *#news, #me, #love, #friends, #friendship, #bestfriends, #foodart, #awesome, #fun, #life, #like, #travel, #bestoftheday, #cat, #dog, #sport, #healthylifestyle, #selfie, #selfienation, #holidays #ilovemyjob, #family*. Трендовые хэштеги написаны латиницей, так как Facebook считается преимущественно англоязычным ресурсом. Таким образом, можно выделить здесь ядерные единицы картины мира пользователя Facebook, важные как для отдельной языковой личности, так и для данного лингвокультурного сообщества в целом. Например, слово *новости* (*#news, #bestoftheday*) определяют интерес пользователя к различным событиям в его жизни, а также в жизни окружающих его людей и в мире в целом; слова *друзья, дружба, лучшие друзья* (*#friends, #friendship, #bestfriends*) выражают потребность человека в общении, налаживании новых контактов и связей, взаимопомощи и сопереживании; задача слова *селфи* (*selfie* от англ. self – ‘сам, себя’) – автопортрет, снятый на фронтальную камеру мобильного телефона, (*#selfie*) – привлечь внимание и вызвать оценку, чаще всего положительную; слово *лайк* (от англ. like – ‘нравится, одобряю’) (*#like*) – условное выражение одобрения опубликованного пользователем материала.

В последнее время особое место в самопрезентации личности и отражении ее картины мира занимают так называемые паблики в социальных сетях. В Facebook функционируют две большие категории таких сообществ – *Группы* и *Страницы*. Классическое фейсбукское сообщество призвано объединить людей по какому-то конкретному общему признаку – по городу, месту работы или образованию. Нередко оно создается для обсуждения совместных мероприятий, интересов, увлечений, обмена материалами со встреч и т. д. Сравнение самых популярных страниц Facebook (CNews Analysts) в целом и его русскоязычной аудитории выявило интересный факт – если интересы русскоязычных пользователей Facebook колеблются в широчайших пределах от деятельности президентов до

бизнеса антивирусного разработчика ESET, то глобальный читатель любит, в основном, музыку и покер. Вся топ-десятка глобальных сообществ Facebook посвящена исключительно медийным либо музыкальным брендам (*Facebook, Texas Hold'em Poker, Eminem, YouTube, Rihanna, Lady Gaga, Michael Jackson, Shakira, Family Guy, Linkin Park*). В то же время в русскоязычном сегменте Facebook к развлекательному жанру можно отнести лишь две из десяти самых посещаемых страниц: это сообщества телевизионных программ *Comedy Club* и *Прожекторперисхилтон*. Остальная русскоязычная «горячая десятка» Facebook сформирована весьма разнородными проектами (официальные страницы президентов, путешествия, комьюнити, посвященные проблемам диаспор и тематике «стиля жизни»). Очень часто посты в таких пабликах представляют собой так называемые *мемы*.

Интернет-мем является хранилищем культурного кода интернет-сообщества, в частности, в социальных сетях. Этот код создан намеренно для идентификации «свой / чужой» в сетевых форматах. Человек, успешно раскодирующий культурный смысл мемов того или иного сообщества и правильно использующий мемы в коммуникации, тем самым маркирует свою принадлежность к данному сообществу. С научной точки зрения интернет-мемы представляют собой достаточно интересный материал для изучения, так как их содержание может не только сообщать сведения о ценностных установках, политических предпочтениях и мировоззрении человека в целом, но и выступать инструментом скрытого воздействия на отдельного индивида и целые социальные группы [2, с. 95]. В качестве наиболее популярных мемов Байнета сегодня можно привести следующие: *БАТЭ, я хочу от тебя детей; Любовь к белорусу – это вместе болеть за БАТЭ; Любовь к белорусу – это вместе смотреть СуперЛото; Белорусский город до дожинок / после дожинок; Пульс во время розыгрыша «Удача в придачу»; Терпение и труд всё... ты – белорус; Не всё в Беларуси привязано к курсу доллара. Например, зарплата; Белорусские ученые нашли ген, отвечающий за счастье. Это – шенген.* [2, с. 93–94].

Особую роль в формировании специфической сетевой картины мира играют лексические единицы (например, *лента, страница, закладка, пост, статус, подписчики, друг / друзья* и др.), употребляемые в социальных сетях не в тех значениях, которые им свойст-

венны в обычной речи. В условиях активной сетевой коммуникации не только расширяется сочетаемость слов, но и меняется тем или иным образом их семантика, в результате чего в речи пользователей (а стало быть, большинства носителей языка) появляются и закрепляются новые значения и / или стилистические оттенки слов: *просмотреть ленту; зайти / подписаться на страницу / страничку; создать / взломать страницу; пожаловаться на страницу; добавить в закладки; написать пост / постить; сделать репост / репостить; оставить в подписчиках; подписаться / добавить в друзья; удалить из друзей; установить / поменять статус.*

Таким образом, можно сделать вывод, что у пользователя социальной сети формируется своя особая, «сетевая» картина мира, свой «сетикет», свой круг прецедентных феноменов. Люди, знакомые и не знакомые с общением в социальных сетях, – это два принципиально разные типы коммуникантов, даже если они принадлежат к одному социальному слою. Встречаясь в реальной жизни, представители этих типов могут испытывать затруднения в общении, переживать коммуникативные неудачи, связанные с различным опытом, различной когнитивной базой и т. д.

Литература

1. Буров, А.А. Формирование современной русской языковой картины мира (способы речевой номинации) [Текст] : Филологические этюды. Монография / А.А. Буров. – Пятигорск : Изд-во ПГЛУ, 2008. – 319 с.
2. Залеская, Н.А. Белорусский интернет-мем как хранилище культурного кода сетевого сообщества [Текст] / Н.А. Залеская // Вестник Института Современных знаний. – 2018. – № 3 (76). – С. 91–95.
3. Зализняк Анна, А. Ключевые идеи русской языковой картины мира [Текст] / Анна А. Зализняк, И.Б. Левонтина, А.Д. Шмелев. – М. : Языки славянской культуры, 2005. – 544 с.
4. Радченко, О.А. Язык как мирозидание [Текст] : Лингвофилософская концепция неогумбольдтианства. Изд. 2-е, испр. и доп. / О.А. Радченко. – М. : Едиториал УРСС, 2005. – 312 с.