

ЯЗЫКОВЫЕ ОСОБЕННОСТИ СТАТУСОВ СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ «ВКОНТАКТЕ» (на примере группы «ГумПИИ» Тольяттинского государственного университета)

Социальные сети давно стали частью нашей повседневной жизни. На своей странице пользователь может разместить личную информацию, в которую входит и статус – сообщение, написанное на странице пользователя сразу под его именем. В данной статье предпринимается попытка классифицировать по источникам и функциям вербальные статусы участников группы «ГумПИИ». Приводятся примеры по каждому типу источника и функции. Материал статьи ориентирован на установление связи между статусом и образом его обладателя.

Ключевые слова: *социальная сеть, статус, пользователь, источники, функции, характеристика.*

Статус в социальной сети – это сообщение, написанное на странице пользователя сразу под его именем. Он входит в триаду экспресс-знакомства вместе с именем и изображением пользователя. Е.А. Непомнящих отмечает, что статус «обладает высоким коммуникативным потенциалом, занимает сильную позицию в информационном поле электронной страницы и формирует определенный образ ее обладателя, зачастую воспринимаясь как авторский текст» [2, с. 217-218]. Отдельного внимания заслуживают статусы, представленные в виде вербальной информации.

Анализ статусов участников группы «Гуманитарно-педагогический институт (ГумПИИ)» Тольяттинского государственного университета в соцсети «ВКонтакте» [1] дает возможность охарактеризовать их исходя из того, какую функцию они выполняют и из какого источника взяты (все примеры приводятся с сохранением авторской орфографии). Из 970 участников группы вербальный статус имеют 406 пользователей (42%).

Источниками статусов группы «ГумПИИ» являются:

– авторские высказывания (40%). К этому виду относятся все рекламные и событийные статусы (*Делаю классные ногти; Подарок для братика! С днём рождения, родненька!*); некоторые оригинальные фразы, выражающие жизненную позицию (*Энергия – это привычка*), или фразы-мотиваторы (*Не поддаваться прокрастинации!*);

– пословицы, поговорки, афоризмы, источник которых – народная мудрость (10%): *Смелость города берет; Люби и будь любимой; Не спеши, а то успеешь* – или взятые из Интернета (13%): *Живите с радостью, и радость будет жить с вами; Мозги не брови, если нет не нарисуешь; Тихими шагами, уверенно к мечте*. Следует отметить, что в Интернете широко представлены

сборники статусов, афоризмов (сайты www.inpearls.ru, www.sotstatus.ru, www.socrafty.net и т. д.);

– высказывания известных людей (9%), при этом указание на автора может отсутствовать: *Мы поистине бедны, если всего лишь нормальны. Д. Винникотт*; *Красивым кажется все, на что смотришь с любовью* (автор цитаты Кристиан Моргенштерн не указан пользователем);

– цитаты из художественных произведений (9%): *Трудов напрасно не губя, любите самого себя!* («Евгений Онегин»); *Больше всего хранимого храни сердце своё, потому что из него источник жизни* (Библия); *Я буду кричать, обзывать и говорить всякие обидные вещи, но потом обязательно попрошу прощения и, конечно, прощу тебя* (фанфик «Bangtan Boys»);

– высказывания из фильмов, мультфильмов, сериалов, аниме, компьютерных игр (3%): *-Не ходи туда! Там тебя ждут неприятности!!!! -Ну как же не ходить, они же ждут!* (мультфильм «Котёнок по имени Гав»); *Жизнь это огромный, жуткий, чудовищный бардак но в этом же ее прелесть* (фильм «Если я останусь»); *«Ruui-ga, Wa-ga-te-ki-wo, Ku-ra-u!»* (фраза героя компьютерной игры «Overwatch», в переводе с японского «Дракон, поглоти моих врагов!»); *Dance with devils* © (японский аниме-сериал «Танец с дьяволами»);

– фразы, относящиеся к музыкальной индустрии (12%): *ооставлен за спиной, воозраст Христа...* (песня группы Би-2 «Компромисс»); 27 (отсылка к «Клубу 27» и музыкантам, умершим в возрасте 27 лет);

– мемы (*тоод: Гарольд, скрывающий боль*), хэштеги (*\V// LLAP, зашедший на мою страничку! \V//; #staystrongshawols*) и общие фразы и шутки, активно используемые в Интернете (*Темное животное: Кукодил; J.R.: Why is snake playing for GSW? LeBron: Bruh, this is KD?*), креолизированный текст (*Счастье – это моя семья 6.07.2013 7.07.2015 16.04.2018*) составили 2% статусов.

Источники цитирования могут вести за собой цепочку ассоциаций, необходимых для лучшего понимания личности пользователя, или помогают определить его принадлежность к какой-либо группе. Статус же, придуманный самостоятельно, выгодно выделяет человека среди других участников группы.

Функциями, которые выполняют статусы группы «ГумПИИ», являются:

1) самовыражение, описание своих чувств, настроения (*Маэстро, грустную музыку пожалуйста*), а также статусы, указывающие на кредо, выражение своей жизненной позиции своими словами (*Пусть души весной расцветают; путешествия это здорово*))) или с помощью цитаты (*Всё, что не убивает, делает нас сильнее...* Фридрих Ницше). Возможно соотнесение с автором высказывания, например, героем книги, фильма (*Никита – рыцарь печального облика* (с) *Любовь Ганеева*) или песни (*like a rolling stone* – песня Боба Дилана о девушке-бродяге). Подобная функция представлена в 59% случаев;

2) соотнесение себя с какой-либо группой, поиск сторонников, единомышленников, своего круга общения и т.д. (*Матур кыз?* – в переводе с татарского «Красивая девушка?»). Иногда текст статуса адресован конкретному человеку (*Ты мой Ангел...навсегда в моем сердце Любимый...*), а иногда всем, кто заходит на страницу (*ТОЛЬКО ПОПРОБУЙТЕ НА МОЙ ВОПРОС «а ты кто?»*, *если стучитесь в друзья отвечать как идиоты – «ЧЕЛОВЕК»*). К этому же типу отнесем также фразы из фильмов, песен и книг, известных только определенному узкому кругу людей: *В краю чудес, где валят лес* (песня группы «Мастер» «Мы не рабы»). Если сообщение адресовано человеку, который не сможет его увидеть (младенец, умерший, тот, кто не пользуется соцсетями и т. д.), то оно характеризует самого человека, а не обращено к другим: *Моё счастье – теплый комочек, маленький, сладкий, любимый сыночек*. 16% статусов реализуют эту функцию;

3) самореклама, включающая описание рода занятий (*Ведущая вашего праздника 8-917-157-35-25*), ссылки на бизнес-страницы (<https://Aminaskaa.Sarahah.com>) или на другую социальную сеть (*Instagram: ryaba_32*). Представлены в 16% случаев;

4) мотивационная, напоминающая пользователю о его жизненной установке: *И каждое утро я говорю себе: «Спокойствие, только спокойствие... когда-нибудь, обязательно выстимся... ну а пока – идем радовать мир»*. Тот, кто помещает высказывание в статус, и тот, на кого оно направлено, по сути являются одним и тем же пользователем. Таких статусов было выделено 5%;

5) событийная, представленная статусами, именующими важную дату или этап в жизни человека: *Мы в ожидании чуда!!!; Счастье – это моя семья 6.07.2013; Моей лапочки уже два с половиной годика*. 5% пользователей используют статусы в этой функции.

Хотя самая популярная функция статусов – самовыражение, отмечена тенденция к смене статуса из этой группы на рекламный (у двух пользователей за месяц).

Таким образом, вербальные статусы участников группы «ГумПИИ» социальной сети «ВКонтакте» представлены широким кругом источников, позволяющих пользователям характеризовать свои чувства и настроение, соотносить себя с какой-либо группой, определять свой круг общения, рекламировать услуги, обозначать важные этапы жизни. В дальнейшем представляется интересным изучение статусов в аспекте типизации образа пользователя данной группы.

ЛИТЕРАТУРА

1. Группа «Гуманитарно-педагогический институт (ГумПИИ)» в социальной сети «ВКонтакте» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://vk.com/gumpi_tgu.
2. Непомнящих Е.А. Тексты-статусы в социальных сетях России и Кореи как субжанр веб-сети // Вестник Кемеровского государственного университета. 2018. №1. С. 213-220.