

И. Заренкова

РОЛЬ СЛЕНГА В ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ КОРЕЙСКОЙ МОЛОДЕЖИ

В современной жизни, когда интернет занимает одну из главных ролей в человеческой деятельности, невозможно представить себе общение в молодежной среде без владения интернет-сленгом. Молодежь выступает не только носителем интернет-сленга, но и его создателем.

Материалом исследования послужили 100 сленгизмов, из них 43 – из социальных сетей (Instagram, Facebook, Twitter), 41 – из мессенджера (KakaoTalk), 16 – из игровых платформ (Youtube, Twitch).

Корейский интернет-сленг выполняет различные функции в онлайн-общении. Среди основных функций можно выделить коммуникативную и когнитивную, номинативную и эмоционально-экспрессивную, а также идентификационную и функцию экономии времени и пространства. Все функции сленга взаимосвязаны и влияют друг на друга. По мере развития технологий использование интернет-сленга, вероятно, будет продолжаться расширяться и адаптироваться к новым формам общения, тем самым создавая совершенно новые, неизвестные до этого, функции.

В ходе исследования были выделены 3 тематические группы сленгизмов: сленг социальных сетей, текстовый сленг и игровой сленг.

Большинство из отобранных сленгизмов относится к группе сленга социальных сетей: **눈팅** *нунтхон* ‘читать, не отвечая/не комментируя’, **프사** *пхыса* ‘фото профиля’, **스압** *сыап* ‘читать ленту и испытывать угнетение’, **악플** *акпхыль* ‘хейтерские комментарии’.

Довольно многочисленной является группа текстового сленга: **할말하않** *халманхаан* ‘есть много чего сказать, но лучше промолчу’, **8282** *пхарипхари* ‘быстрее’, **ㅋㅋ** *кхыкхы* ‘смех’.

Сленгизмы группы игрового сленга также являются популярными: **여포** *ёпхо* ‘агрессивный игрок видеоигр’, **뉴비** *нюби* ‘чайник, новичок’, **골드해킹** *голдхэкхин* ‘кража игровых вещей’.

Проанализировав собранный материал, мы выявили, что сленг социальных сетей составил 43 % от отобранных слов, текстовый сленг – 41 % и игровой – 16 % соответственно.