

ЭТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ КУЛЬТУРЫ РЕЧИ  
(на материале интернет-коммуникации)

Сегодня практически у каждого человека есть аккаунт в одной или нескольких социальных сетях. Социальные сети представляют собой интерактивные онлайн-площадки и сервисы, где пользователи могут писать личные сообщения, звонить по аудио- и видеосвязи другим пользователям, производить и просматривать контент, объединяться в группы. В связи с этим довольно остро стоят вопросы культуры речи, в том числе и этического характера.

Нами была исследована переписка пользователей сети Инстаграм под различными постами и выделены следующие особенности интернет-коммуникации: наличие фонетических сокращений (*Щаз будет взрыв эмодзи; Тока без пафоса; Чёт не зашло и т.д.*); краткость, выражающаяся в использовании лаконичных ответов, кратких предложений и фраз: *Не так уж и давно; Очень классно☺* и т.д.; обилие смайликов (*Хватит выёживаться ☺))))))*; *Д☺аа☺аааа☺* и т.д.); орфографические ошибки, применение так называемого «олбанского» языка (*Димочка, новости пасматри по тивилзору; Учасник оджегаит и т.д.*); применение уменьшительных наименований (*Смотреть видосики неудобно, Самокритичненько* и т.д.); использование английских слов на фоне русскоязычной фразы (*Ты, разумеется, умалчиваешь, что есть миллионы загубленных just for lulz жизнью...*); использование жаргонной лексики (*Он вовремя слинял; Его предки еще узнают почем фунт лиха* и т.д.); применение вульгаризмов (*Как всегда, офигенно!!!!!!; Почему Горбатого до сих пор не подвесили за яйца?!*; и т.д.); использование инвективной лексики (*Самые душистые и красивые из куч говна?; Он обо\*\*ался и больше знать не хочу* и т.д.), а также использование обсценной лексики. Результаты проведенного анкетирования свидетельствуют, что 91% респондентов считает приемлемым использование обсценной лексики в процессе общения в социальных сетях, 85% сами используют обсценную лексику в процессе общения в социальных сетях. Кроме того, 25% респондентов считают, что обсценную лексику в социальных сетях можно пользоваться везде, 15% – на публичных страницах, 18% – на частных страницах, 15% – в публичной переписке, 25% – в частной переписке, и только 2% респондентов считают, что обсценная лексика не должна использоваться нигде.

Таким образом, в социальных сетях обсценная лексика становится все более популярной, пользователи не хотят соблюдать правила приличия, речевого этикета, считая такое поведение модным, что приводит к формированию пространства речевой антикультуры с элементами агрессии и отрицания общепринятых этических норм межличностного взаимодействия.