

объект лингвистического исследования : материалы II международной научно-практической конференции, Самара, 18–20 октября 2011 года / Моск. гос. унив. им. М. В. Ломоносова ; редкол. : С. А. Стройков (гл. ред.). – Самара, 2011. – С. 48–64.

УДК 811'06:316.472.4:004:070

Т. Б. Селедцова

ЭВОЛЮЦИЯ ЯЗЫКА В ЭПОХУ СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА

В данной статье рассматривается эффективность языка социальных медиа, основные способы образования новых слов и выражений в английском языке, а также влияние иностранных неологизмов на современный русский язык. Использование нового языка социальных сетей в разговорной речи способствует появлению нового сленга.

Ключевые слова: *коммуникация, социальные медиа, интернет, акроним, аббревиатура, контаминация.*

Вторая половина двадцатого века отмечена повсеместным распространением компьютеров и Интернета, что коренным образом изменило использование как письменного, так и устного английского языка в общении, его влияние на русский язык, а также сам способ коммуникации общества.

Под влиянием широкого использования компьютеров и онлайн-коммуникации, такие слова, как *software, windows, monitor, motherboard, keyboard, printer, file, modem, e-mail, mouse* и т. д., стали общепринято употребляться в английском языке, а с распространением компьютерных технологий в странах СНГ эти слова приобрели собственный перевод (*motherboard* – ‘материнская плата’, *keyboard* – клавиатура, *software* – ‘программное обеспечение’) или же вошли в состав языка в качестве неологизмов, переданных транскрипцией, впоследствии ставших общепринятыми лексическими единицами, широко используемыми в повседневности (файл, монитор, модем и т. д.).

С появлением такого «интернет-английского» открылись новые возможности для лингвистических исследований, поскольку этот

язык стал господствующим средством массовой межкультурной коммуникации. В английском языке стали появляться новые слова и фразы, особенно с возрастанием популярности различных социальных сетей и сервисов быстрого обмена сообщениями.

Одним из первых явлений нового социального общения стала электронная почта. Исследователи утверждают, что некоторые социальные и экономические факторы повлияли на стиль общения в электронных письмах [1]. Вариант английского языка, используемый в них, менее официальный, чем другие варианты письменной речи в условиях ведения бизнес-коммуникации. Кроме того, такие письма стали более ёмкими в объеме, в них стали использоваться черты, ранее считавшиеся характерными для ведения устной коммуникации.

С появлением синхронных коммуникационных приложений, таких как *Фейсбук*, *Твиттер*, *Скайп*, *Вотсап*, *Вайбер*, *Инстаграмм* и других видов социальных сетей, английский язык подвергся значительным изменениям, которые можно с уверенностью назвать новым вариантом языка, отличающимся от стандартного. А поскольку социальные сети являются международным явлением, получившим большую популярность среди различных социальных групп в глобальном масштабе, изменения коснулись и русского языка.

Онлайн-пользователи приобретают определенные онлайн-привычки, а также изобретают новый особенный язык, который будет понятен и принят всеми участниками коммуникации. Существует несколько факторов, показывающих эффективность компьютерно-опосредованных методов коммуникации.

Прежде всего, новые способы общения в компьютерных медиа созданы для быстроты передачи информации. Тем сообщениям, которым раньше требовались недели для доставки адресатам, теперь достаточно нескольких секунд набора текста. Таким образом, для передачи информации появилась новая перспектива, а использование неологизмов ускоряет сам способ создания сообщений. Примером быстрых способов передачи информации могут служить акронимы или сокращения (*Idk*, *lol*, *TGIF*) [2].

Еще одним фактором, оправдывающим эффективность языка социальных медиа, является легкость понимания. Новые слова в них создаются путем словосложения или добавления различных аффиксов. Эти слова легко запоминаются и воспроизводятся пользователями как внутри социальной сети, так и за ее пределами. Кроме того, стандартный язык достаточно монотонен, а одной из целей социальных сетей является привлечение новых пользователей,

соответственно и язык, построенный на неологизмах, привлекает намного больше внимания.

Неологизмы социальных сетей позволяют пользователям поддерживать в актуальном состоянии язык, развивающийся, как живой организм, достаточно быстро. Социальные сети предоставляют обширную площадку для языковых экспериментов, привлекающих внимание к популярным темам обсуждения в обществе.

Одним из экспериментальных способов создания неологизмов в социальных сетях является лексическая контаминация, или процесс словообразования, характеризующийся объединением двух или более слов в одно [2]. Отличительной характеристикой контаминации является то, что при этом процессе в одном из слов или же во всех словах, участвующих в слиянии, удаляется какая-то определенная часть. Оставшиеся части должны составить одну цельную лексическую единицу (*friend+enemy* = *frenemy*; *emotion+icon*=*emoticon*, etc.).

Еще одним популярным способом образования неологизмов в социальных медиа, как упоминалось выше, является создание акронимов. Акронимы, как и аббревиатуры, образуются путем соединения начальных букв сочетаний в одно слово. Например, наиболее популярными акронимами являются непосредственно названия крупных социальных сетей, *FB* (*Facebook*), *IG* (*Instagram*), *TW* (*Twitter*). Также можно встретить акронимы, относящиеся к характеристикам этих медиа, например, *DM* (*Direct message*) – акроним, обозначающий сервис обмена личными сообщениями (*DM for inquires*). Данный акроним среди англоязычного населения пользуется большой популярностью и за пределами медиа. Так, например, вместо того, чтобы использовать стандартное *send me a text-message*, будет использоваться более ёмкое и быстрое *DM me*.

Как было указано выше, социальные сети повлияли на общество в глобальном масштабе. С возрастающей популярностью уже существующих, а также с появлением новых социальных медиа, например, таких как Тик-ток, русский язык также подвергается изменениям и обогащается новыми словами.

Некоторые реалии социальных медиа имеют функциональные аналоги в русском языке, поэтому не сохраняют свою форму при использовании в речи. Например, такое слово, как *subscriber* передается русским словом ‘подписчик’, а не транскрибированием английского слова.

Однако есть и такие неологизмы, которые перешли в русский язык в полной фонетической форме. Например, слово *like*, обозначающее одобрение фотографии или поста на странице в социальной сети, в русском языке транскрибируется в слово 'лайк'. Примечательно, что такие слова функционируют в разговорном языке в полной мере и имеют собственные глагольные формы и формы множественного числа (*лайкать, лайки*).

Похожим примером может служить слово *кринж*, производное из английского глагола *to cringe*, обозначающего 'испытывать отвращение'. В русском языке значение претерпело некоторые изменения, и на языке пользователей социальных медиа *кринж* обозначает 'ужасный стыд' за действия другого человека. Данное слово в русском языке легко трансформируется в другие части речи, например, в прилагательное *кринжовый*, а также в глагол *кринжеваться*.

Стоит также отметить и аббревиатуры, которые перешли из английского языка социальных сетей в русский. Так, популярная аббревиатура *ROFL* ('Rolling on the floor laughing') в русском языке передается транслитерацией (*Рофл*) и обозначает ситуацию, вызывающую громкий смех, трансформировалась в глагол *рофлить*, что чаще всего обозначает 'громко смеяться'. Аббревиатура *LOL* ('laughing out loud') тоже передается транслитерацией *ЛОЛ*, однако не имеет производных частей речи.

Также стоит отметить и тот факт, что акронимы в русском языке прижились только в своей оригинальной форме, однако часто передаются кириллицей. Например, английское согласие *Ok* часто используется в быстрых сообщениях в форме *ок*, или же передается транскрипцией словом *окей*. Кириллицей передается и акроним *IMHO* ('in my humble opinion') – *ИМХО*.

Однако упомянутый выше акроним *DM* ('Direct message') передается калькированием – *ЛС*. И, таким образом, фраза *DM for inquiries* на русском языке выражена более объемно 'Задавайте вопросы в ЛС'.

В заключение можно сделать вывод, что язык социальных медиа уже давно вышел за рамки традиционного использования внутри сети интернет и широко распространяется в различных сферах жизнедеятельности человека. В связи с этим можно говорить о появлении нового сленга, которым пользуется большинство современных молодых людей.

Список использованной литературы

1. Abdu Al Kadi. Evolution of English in the Internet Age / Abdu Al Kadi, Rashad Ahmed // Indonesian Journal of Applied Linguistics. – Bandung: Balai Bahasa Universitas Pendidikan Indonesia. – 2018. – Vol. 7, No. 3. – Pp. 727–736.

2. Землянова, О. Г. Лексические особенности англоязычного интернет-дискурса: неологизмы и сленг / О. Г. Землянова // Филологический аспект: международный научно-практический журнал. – Нижний Новгород: Научно-издательский центр «Открытое знание». – 2016. – № 9. – С. 30–37.

УДК 811.1/.8

А. В. Собко

ОСОБЕННОСТИ ЯЗЫКОВОЙ РЕПРЕЗЕНТАЦИИ ПЕРСОНАЖЕЙ В РУССКОЯЗЫЧНОМ КИНО

Развитие человечества пошло по пути активного расширения межкультурных связей. Англоязычная ветвь русского искусства в целом и литературы (сценариев к фильмам) в частности, отражает особенность межкультурной парадигмы в русскоговорящем обществе и является своеобразным маркером взаимодействия двух языков, не являющихся близкородственными. В статье исследуются тенденции, связанные с использованием англоязычных антропонимов в сценариях к русскоязычным кинофильмам.

Ключевые слова: *репрезентация, антропоним, лингвокультурологический, апеллятив, билингвизм.*

Благодаря активному межъязыковому взаимодействию происходит обогащение языков. На процессах обогащения словаря, обусловленных усилением экономической и культурной интеграции мира, сказывается, несомненно, своеобразие типов пересекающихся языковых систем, что имеет место в английском и русском языке. К тому же, формы взаимодействия культур и языков становятся всё более разнообразными, а динамика их развития характеризуется неравномерностью процессов [1, с. 5].