

SECTION 18. Culturology.

Evgenya Igorevna Zamotina
Ph.D. in Philology, Associate Professor
Penza State University, Russia
e.i.zamotina@mail.ru

SOCIAL AND LINGUISTIC EXPLORATION OF INTERNET SPACE

Abstract: *The main goal of the research is the multidimensional analysis of the newest neologisms promoting communications of Internet users. The research urgency is caused by the necessity of studying of language interaction in the conditions of globalization and revealing of language tendencies.*

Key words: *neologism, globalization, intercultural communication, hybrid word-formation, rationalization of language system.*

СОЦИОЛИНГВИСТИЧЕСКОЕ ОСВОЕНИЕ ИНТЕРНЕТ-ПРОСТРАНСТВА

Аннотация: *Целью данного исследования является многоаспектный анализ новейших неологизмов, способствующих коммуникации Интернет-пользователей. Актуальность исследования обусловлена необходимостью изучения языкового взаимодействия в условиях глобализации и выявления языковых тенденций.*

Ключевые слова: *неологизм, глобализация, межкультурная коммуникация, гибридные словообразования, рационализация языковой системы.*

Всеобщее приобщение людей к международным социальным сетям привело к появлению специальной лексики, понятной пользователям разным стран мира. Такие англоязычные слова как «selfi», «avatar», «follower», «like», «retweet», «mem» стали повседневными инструментами коммуникации внутри Интернет-сообществ.

В силу массового приобщения носителей русского и английского языков к межкультурному общению в Интернет-сети, исходной гипотезой к проведению исследования послужило предположение об одновременной фиксации неологизма в языке-источнике и его употреблении в языке-приемнике. Объектом данного исследования являются новейшие английские неологизмы, зафиксированные Cambridge Online Dictionaries, полюбоившиеся российским пользователям Интернет-сети. Исследование проводилось в несколько этапов. На начальном этапе из Cambridge Online Dictionaries были отобраны неологизмы последних 2 лет (2012-2014 гг.). В результате контентного анализа отобранных неологизмов был выделен пласт лексики, относящейся к культуре общения в социальных сетях. Отобранная лексика проверялась на употребление русскоязычными пользователями благодаря поисковому запросу в Интернет-строке и непосредственному опросу активных пользователей социальных сетей. Многоступенчатый анализ современных англоязычных неологизмов, а также широкий корпус примеров призван обеспечить объективность и достоверность проведенного исследования.

Приведем несколько примеров наиболее актуальных неологизмов современности, успевших стать интернациональными. Такое известное в наши дни понятие как «selfi» (фотография-автопортрет, сделанная на смартфон или планшет и выложенная в социальную сеть) получило широкую популярность во многом благодаря соцсетям и смартфонам и из простого фотоувлечения переросло в масштабное культурное и языковое явление. Так, в 2012 году «selfie» стало словом года в США, в 2013-м – в Великобритании, а в конце 2013 года прочно вошло в Cambridge Online Dictionaries [10].

С целью определения степени узнаваемости слова «selfie» носителями русского языка нами был проведен лингвистический эксперимент. В эксперименте приняли участие активные пользователи Интернет-сетей в возрасте от 12 до 48. Эксперимент проводился на русском языке, общее число участников эксперимента составило 50 человек. Участникам эксперимента предлагалось ответить на следующие вопросы: 1. Знакомы ли Вы с «selfie»? 2. Снимали ли Вы «selfie»? 3. С какой целью Вы размещаете «selfie» в социальных сетях?

Согласно проведенному исследованию, 85% опрошенных знают что такое «селфи», 10-ти % слово показалось знакомым, но они не смогли объяснить его значение, 5% респондентов услышали о «селфи» впервые. По словам опрошенных, около 60% хотя бы раз делали селфи и размещали в социальных сетях и около 20% регулярно обновляют собственные селфи. Самыми распространенными ответами на третий вопрос были ответы: «модно»; «способ самовыражения»; «позволяет проявить творчество и быть оригинальным», «помогает поднять настроение», «увеличивает количество просмотров и количество комментариев». Кроме того, некоторые девушки используют «selfie» вместо зеркала, чтобы оценить со стороны макияж или прическу.

В электронном словаре Cambridge Dictionaries по аналогии с «selfie» зафиксированы и другие неологизмы-производные: «footsie» - фотография своих ног, «gelfie» - фотография самого себя в спорт зале, «yogi» - фотография самого себя во время занятия йогой и т.д. В отличие от селфи, перечисленные понятия менее знакомы российскому пользователю, однако 20% опрошенных смогли предположить значение понятий и отнести к одной тематической группе с селфи.

Наряду с производными от понятия «selfi» становятся популярными и другие фотографические стили, размещаемые в сетях. Например, «cat breeding» - фото человека и кота/кошки, где при удачно подобранном ракурсе животное кажется бородой человека; СРТ (аббревиатура от «celebrity party tongue») - фото звезд с высунутым языком; «dog shaming» - фото собаки с текстовым сообщением о признании своей вины. Следует отметить, несмотря на новизну обозначаемых понятий, выше перечисленные слова известны и российскому Интернет-пользователю.

Другим весьма продуктивным словом стало «Twitter» - система, позволяющая пользователям отсылать короткие текстовые сообщения (твиты), при помощи веб-интерфейса, SMS, средств мгновенного обмена сообщениями или других сторонних приложений. Приведем несколько примеров-производных от «Twitter», встретившихся нам в Cambridge Online Dictionaries: tweetox - временный отдых от Twitter (tweetox < Twitter + detox), twit-rape – взломать аккаунт и общаться от чужого имени (twit-rape < Twitter + rape) и др. Перечисленные неологизмы были образованы путем телескопии – усечением элементов составных слов (Подробнее см. [2, с.101; 4, с.18]). Среди неологизмов-глаголов, получивших фиксацию в Cambridge Online Dictionaries, но не имеющих широкую популярность среди русскоязычных пользователей Интернет-сайтов, следует назвать: DM (от «direct message») – отправлять сообщение посредством Twitter; self-interrupt – резко прервать работу чтобы проверить email, Twitter, Facebook и т.п.

Следует упомянуть еще одно современное понятие - «lifelogging» (автоматическое фиксирование повседневной жизни человека на цифровой носитель с использованием портативных компактных технических устройств и систем). Одним лайфлоггинг позволяет вести подробную автобиографию в фотографиях и видеороликах, другие - имеют возможность взглянуть на мир чужими глазами и открыть для себя что-то совершенно новое и неожиданное. Примечательно, что один неологизм привносит в язык целую группу однокоренных слов. Так, наряду с неологизмом «лайфлоггинг» в международный обиход вошли слова «лайфлоггер» (человек, документирующий свою повседневную жизнь с помощью носимых цифровых устройств, часто для того, чтобы затем выложить эти данные в сети Интернет) и «лайфлог» (собственный блог лайфлоггера).

Массовое приобщение к онлайн-общению привело к зависимости от современных технологий с одной стороны, и усталости от них – с другой. Так, в Cambridge Online Dictionaries зафиксировано понятие «nomophobia». В прежнее время «nomophobia» употреблялось в широком смысле и означало «страх одиночества», в наше время слово обрело дополнительное значение – «страх оказаться без мобильной связи». В отдельную группу современных английских неологизмов можно отнести слова, связанные с информационной перегрузкой и сознательного временного отказа от современных технологий. К этой группе относятся такие английские неологизмы как digital detox (период, во время которого человек не пользуется электронными устройствами, такими как смартфон, Интернет), phone stack (отказ от мобильного телефона в различных ситуациях, например, во время ужина в кругу семьи), unplugged wedding (запрет на съемку свадебной церемонии на сотовые телефоны) и др. По результатам нашего опроса перечисленные неологизмы не входят в повседневное употребление российских пользователей и не транслитерируется на русский. При этом, 28 % опрошенных стараются раз в месяц устраивать для себя дни без Facebook и Twitter и 18 % периодически отключают мобильные телефоны (в кругу семьи, на выходные и т.д.). При этом 41% сообщили, что выходят в сеть более трех раз в день испытывают дискомфорт в зонах ограничения связи.

Проведенное исследование позволяет сделать следующие выводы: высокая степень узнаваемости новейших английских неологизмов, зарегистрированных в лексикографических источниках, является закономерным результатом глобализации, усиливающей влияние английского языка на все языки мира; скорость ассимилятивной освоенности новейших заимствований предопределена научно-техническими достижениями последних десятилетий, а также массовым приобщением носителей контактирующих языков к межкультурному общению в Интернет-сети; стремительное развитие Интернет-технологий способствует созданию новых международных платформ для коммуникации и развитию новых языковых форм. Как правило, современные неологизмы представляют собой гибридные словообразования, совмещающие в себе несколько понятий, приводящих к экономии речевых средств и рационализации языковой системы.

References:

1. Бергельсон, М.Б. Языковые аспекты виртуальной коммуникации./ М.Б. Бергельсон// Вестник МГУ. - Серия 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. - №1. – 2002. – С. 55-68.
2. Замотина, Е.И. Телескопические неологизмы в контексте современности (на примере английского и французского языков)/ Е.И. Замотина//Филологические науки. Вопросы теории и практики. - 2014. - № 4 - 2 (34). - С. 100-102.
3. Земская Е. А. Словообразование как деятельность. - М.: Наука, 1992. - 221 с.
4. Кожевникова, Е.И. Ассимиляция заимствований, обозначающих ключевые понятия начала XXI века, во французском и английском языках./Е.И. Кожевникова//Научное мнение. - 2011. - № 3. - С. 17-19.
5. Кожевникова, Е.И. Фонетическая и грамматическая ассимиляция новейших англоязычных заимствований во французском языке./ Е.И. Кожевникова//Известия Уральского федерального университета. Серия 1: Проблемы образования, науки и культуры. - 2010. - Т. 85. - № 6-1. - С. 99-103.
6. Crystal D. English as a Global Language. Second Edition. - Cambridge: Cambridge University Press, 2003. - 229 p.
7. URL:<http://animatika.ru/info/gloss> [Электронный ресурс]
8. URL: <http://dictionaryblog.cambridge.org/category/new-words> [Электронный ресурс]
9. URL: <http://en.wikipedia.org/wiki> [Электронный ресурс]
10. URL: <http://www.ruskiymir.ru/magazines/article/98876/>[Электронный ресурс]