

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
**«БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**
(Н И У « Б е л Г У »)

**ИНСТИТУТ МЕЖКУЛЬТУНОЙ КОММУНИКАЦИИ И
МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ**

**КАФЕДРА АНГЛИЙСКОЙ ФИЛОЛОГИИ И МЕЖКУЛЬТУРНОЙ
КОММУНИКАЦИИ**

**ОСОБЕННОСТИ ЯЗЫКА СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ
(на примере Facebook, Twitter)**

Выпускная квалификационная работа
обучающегося по направлению подготовки 45.03.02 Лингвистика
очно-заочной формы обучения, группы 04001386
Петровой Анны Игоревны

Научный руководитель
кандидат филологических наук,
доцент кафедры английской
филологии и межкультурной
коммуникации
Дехнич О.В.

Оглавление

ВВЕДЕНИЕ	3
Глава 1. Теоретические предпосылки изучения языка социальных сетей в лингвистике	5
1.1 Характеристика основных средств коммуникации.....	5
1.2 Специфика коммуникации в социальных сетях	11
1.3 Языковая картина мира в социальных сетях.....	16
Выводы по Главе 1	22
Глава 2. Основные характеристики языка социальных сетей	24
2.1 Морфологические особенности английского языка в социальных сетях	24
2.2 Лексические характеристики английского языка в социальных сетях	32
2.3 Синтаксическая специфика английского языка в социальных сетях	38
Выводы по Главе 2.....	43
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	45
Список использованной литературы	47
Список электронных ресурсов	49
Приложение А	50

ВВЕДЕНИЕ

Сеть Интернет стала и прочно утвердилась как универсальное средство для общения людей. Это огромное открытое пространство, в котором царят собственные законы и нормы, в том числе и языковые.

Посещая различные сайты, чаты, общаясь по электронной почте, мы замечаем, что в виртуальном пространстве слова часто употребляются не по правилам. Больше всего это касается социальных сетей.

Общение в социальных сетях можно охарактеризовать как общение «на бегу» - без знаков препинания, часто без прописных букв, с многочисленными сокращениями, заменами и неологизмами.

Можно утверждать, что с появлением Интернета, новой сферы в процессе общения, появился и некий промежуточный тип коммуникации, который в каком-то смысле является письменным, в каком-то – устным.

Так появился Интернет-язык – язык электронных носителей. Основываясь на данных утверждениях, становится совершенно ясно, что Интернет-язык – это новая форма языка.

В связи с этим закономерно возникает вопрос: как влияет общение в социальных сетях на нормы английского языка? Какие изменения претерпел английский язык при использовании в соцсетях?

Объектом данного исследования выступает английский язык социальных сетей, таких как Facebook и Twitter.

Предметом данного исследования являются особенности функционирования английского языка социальных сетей Facebook и Twitter.

Целью выпускной квалификационной работы является исследование особенностей языка социальных сетей.

Для достижения цели ВКР поставлены следующие **задачи**:

- 1) исследовать характеристики основных средств коммуникаций;
- 2) проанализировать специфику коммуникаций в социальных сетях;
- 3) изучить языковую картину мира в социальных сетях;

- 4) выявить и изучить морфологические особенности языка в социальных сетях;
- 5) определить и исследовать лексические характеристики языка в социальных сетях;
- 6) провести анализ синтаксической специфики языка в социальных сетях.

Теоретической основой данного исследования являются научные труды в области лингвистики, психологии, культуры и информационных технологий, относящиеся к рассматриваемой теме. Авторами данных трудов являются такие ученые и лингвисты как Николас Копланд, Томас Чу, Кармен Перец-Сабатер и др. В процессе исследования были использованы различные лингвистические методы исследования. Например, такие как: описательный метод для изучения социального функционирования языка, для описания и анализа элементов и частей работающего «языкового механизма»; метод трансформационного анализа для рассмотрения изменений и замен, а так же метод стилистического анализа.

Выпускная квалификационная работа состоит из введения, двух глав, включающих в себя шесть параграфов, заключения, списка литературы, списка электронных ресурсов и приложения.

Глава 1. Теоретические предпосылки изучения языка социальных сетей в лингвистике

1.1 Характеристика основных средств коммуникации

Человек – это социальное существо, большую часть жизни которого составляет взаимодействие и общение с другими индивидуумами. Социальная жизнь может возникнуть и развиваться только при условии зависимостей людей друг от друга, что побуждает их взаимодействовать и передавать информацию по различным каналам связи. То есть, в свою очередь, социальная связь представляет собой действие людей в обществе, направленное на других в ожидании соответствующей реакции в ответ.

В социальной связи выделяют:

- 1) субъекты связи (от двух до нескольких человек);
- 2) предмет связи (причина осуществления связи);
- 3) «я» (человек) – механизм регулирования взаимоотношений.

(Цветкова, 2001: 15)

Общение — специфическая форма реализации социальных отношений между людьми, их взаимодействие как членов общества.
(Горошко, 2012: 9)

Социальный смысл общения заключается в передаче культурных форм и общественного опыта, накопленного человечеством за многие года. Общение является одним из инструментов формирования человека как личности. Поведение, деятельность, отношение человека к миру и самому себе во многом определяются его общением с другими людьми.

В общении выделяют три взаимосвязанных стороны. Рассмотрим их более подробно:

- 1) коммуникативная сторона - заключается в обмене и передаче информации людьми;

2) интерактивная сторона - организация взаимодействий между людьми;

3) перцептивная сторона восприятие друг друга партнерами по общению и установление взаимопонимания, основанное на личном отношении друг к другу. (Широкова, 2012: 43)

Главными компонентами общения является цель, средство и содержание. То есть для чего люди общаются, как люди общаются (способы передачи информации) и о чем люди общаются (передающаяся информация). Под целью общения понимается то, ради чего люди вступают в общение.

Способы передачи информации (или средства коммуникации) разделяют на вербальные и невербальные. (Смирницкий, 2011: 131)

Вербальное общение (знаковое) – реализуется при помощи речи и является привилегией человека. Такое общение значительно богаче невербального общения и дает человеку широкие коммуникативные возможности: за день человек произносит примерно около 30 тысяч слов, что составляет более 3 тысяч слов в час.

Намерение собеседников влияет на речевой текст, создающийся в процессе общения. Вне зависимости от того, письменный это текст или устный, в каждом из них реализуется система языка.

Если рассматривать общение как форму существования языка, то оно делится на устное и письменное, а по количеству участников – на межличностное и массовое.

Речь, при рассмотрении ее как средство вербального общения, выступает источником информации, и в то же время способом влияния на собеседника.

Структура речевого общения состоит из трех компонентов:

1) семантика слов и фраз. При употреблении слов важно понимать их смысл и учитывать доступность для собеседника. Фразы должны быть правильно выстроены, быть доходчивыми и логичными. Звуки при общении

должны произноситься четко, без искажения, а интонация не должна быть монотонной и обязана соответствовать сказанному;

2) речевые звуковые явления. В них входит темп, ритм речи, модуляция, тональность и тембр голоса. Стоит отметить, что большим успехом в общении пользуется спокойная, равномерная речь;

3) выразительные качества голоса. Их в свою очередь можно классифицировать на специфические характерные для общения звуки (смех/плач, вздох, шепот), разделительные звуки (кашель, чихание), нулевые звуки (паузы), звуки назализации («ээ», «уу», «хм»). (Кашкин, 2010: 48)

Ситуация, когда человек применяет язык для коммуникаций с другими индивидуумами, называется речевой деятельностью. Речевая деятельность имеет несколько видов:

1) говорение – использование языка для передачи какой-либо информации;

2) слушание – понимание смысла звучащей речи;

3) письмо – фиксация содержания речи на бумаге;

4) чтение – восприятие зафиксированной на бумаге информации.

Каким бы странным не казался этот факт, но на ежедневное вербальное общение человека приходится всего 45%, остальные 55% составляет неречевое взаимодействие. (Матусевич, 2016: 3)

Невербальное общение осуществляется посредством мимики, жестов и пантомимики, через прямые сенсорные или телесные контакты (тактильные, зрительные, слуховые, обонятельные и другие ощущения и образы, получаемые от другого лица).

Невербальные формы и средства общения свойственны как человеку, так и некоторым животным.

Невербальные формы и средства коммуникации изучают такие науки как:

1) кинестика — изучает внешние проявления чувств и эмоций человека. К таким проявлениям относят мимику (движение мышц лица),

жестикуляцию (жестовые движения отдельных частей тела) и пантомимику (моторика всего тела начиная от позы и заканчивая походкой);

2) такесика — исследует прикосновения в процессе коммуникации (объятия, похлопывания по плечу, поцелуи);

3) проксемика — изучает расположения людей в пространстве при обмене информацией. (Шайкевич, 2010: 82)

Обычно, такой вид общения, является врожденным способом передавать информацию. Он дает возможность добиваться взаимопонимания между людьми с помощью выражения эмоций и поведения. Важное условие при невербальном общении является умение слушать.

Структура общения подразделяется на несколько основных этапов:

1) потребность в общении. Условие, причина, обстоятельство, которое влияет на желание человека вступить в контакт с другим человеком. Это может быть необходимость сообщить или узнать какую-либо информацию, повлиять на выбор или действие собеседника, договориться о чем-либо;

2) ориентировка в целях, задачах и ситуации общения;

3) оценка и понятие личности собеседника;

4) планирование содержания своей речи;

5) выбор определенных речевых средств и стратегии поведения, которые будут использоваться в процессе общения;

6) наблюдение за ответной реакцией собеседника, ее анализ и контроль эффективности;

7) корректировка выбранной тактики общения. (Цветкова, 2001: 58)

Чем больше нарушается порядок или полнота одного или нескольких этапов общения, тем больше говорящий теряет возможность добиться желаемого результата, такую коммуникацию называют неэффективной. Умение в точной последовательности строить процесс общения и учитывать правила коммуникации называют «социальным интеллектом», «практически-

психологическим умом», «коммуникабельностью» или коммуникативной компетентностью.

Коммуникативная компетентность — способность устанавливать и поддерживать необходимые контакты с другими людьми. Данная способность представляет собой систему внутренних знаний и умений, которые необходимы при организации результативного общения, в рамках определенной ситуации и круге лиц. (Виноградова, 2009: 62)

Общение преследует не только коммуникативную составляющую, выполняя такие функции как:

- 1) личностно-формирующую. Общение – это необходимое условие для развития и формирования индивидуума;
- 2) инструментальную. Общение – социальный механизм, с помощью которого осуществляется управление действиями людей;
- 3) экспрессивную. Общение – средство для выражения эмоций и их интерпретации собеседником;
- 4) психотерапевтическую. Общение – незаменимый фактор для сохранения психологического комфорта и подтверждения необходимости личности для общества. Помогает поддерживать положительное эмоциональное и физическое самочувствие человека;
- 5) интегративную. Общение – инструмент для объединения людей как при решении отдельных проблем и выстраивании действий, так и при нахождении своего единомышленника;
- 6) социализирующую. Общение выступает средой усвоения культурных норм и ценностей общества, в котором происходит коммуникация;
- 7) функцию самовыражения. Общение – метод самовыражения человека, средство проявления потенциала человека и его индивидуальных особенностей. (Леонтьев, 2008: 98)

Такое многообразие функций общения подразумевает под собой основу для образования и развития разнообразных стратегий общения. Рассмотрим их подробнее:

- 1) открытое/закрытое общение;
- 2) монологическое/диалогическое общение;
- 3) ролевое (основывается на социальной роли)/личностное (общение «по душам»). (Шайкевич, 2010: 13)

Открытое общение — желание и умение выразить четко свою точку зрения и готовность учесть позиции других. Закрытое общение — нежелание либо неумение выразить понятно свою точку зрения, свое отношение, имеющуюся информацию. Использование закрытой коммуникации оправдано в случаях: 1) если есть значительная разница в степени предметной компетентности и бессмысленно тратить время и силы на поднятие компетентности «низкой стороны»; 2) в конфликтных ситуациях открытие своих чувств, планов противнику нецелесообразно. Открытая коммуникация эффективна, если есть сопоставимость, но не тождественность предметных позиций (обмен мнениями, замыслами). «Одностороннее выспрашивание» — полужакрытая коммуникация, в которой человек пытается выяснить позиции другого человека и в то же время не раскрывает своей позиции. «Истерическое предъявление проблемы» — человек открыто выражает свои чувства, проблемы, обстоятельства, не интересуясь тем, желает ли другой человек «войти в чужие обстоятельства», слушать «излияния».

1.2 Специфика коммуникации в социальных сетях

Общение в социальных сетях весьма специфическое, и качественно отличается от «реального» общения, с которым каждый индивидуум сталкивается каждый день. Хотя, можно вполне обоснованно предположить, что в ближайшем будущем благодаря современным информационным технологиям, количественное преобладание живого общения потеряет свои позиции.

Рассмотрим основные отличия коммуникации в социальных сетях:

1) В настоящее время преобладает массовое и опосредованное общение, чего нельзя было сказать еще несколько веков назад.

2) Увеличение количества вынужденных контактов между людьми. Особенно это заметно в больших городах, где сам образ жизни определяет неизбежность контактов совершенно незнакомых людей друг с другом: проезд в общественном транспорте, покупки в магазинах, походы в театр. Отличительной особенностью таких контактов является то, что они многочисленны и поверхностны, количество в данном случае стоит на порядок выше качества.

3) Противоречие между формой, средствами общения и его содержанием. С одной стороны, в данный момент не составит особого труда установить контакт с любыми субъектами, независимо от их местоположения. С другой же стороны, многообразие средств связи не компенсирует глубину общения. Такое положение стало основополагающим принципом для возникновения феномена, названного как «одиночество в толпе».

4) Активный рост квазиобщения в повседневной жизни человека. Квазиобщение характеризуется как общение мнимое, воображаемое. (Горошко, 2012)

Например, работа многих средств массовой информации основана на квазиобщении. Иллюзия коммуникации создается при систематических

просмотрах передач, блогов, пабликов индивидуумом. Формируется ощущение знакомства с ведущими, блоггерами и администраторами социальных групп, хотя на самом деле зритель имеет лишь некоторое представление об их образе жизни и деятельности.

Можно предположить, что данные поверхностные, и, в какой-то степени, принудительные контакты между людьми при их многообразии и массовости снижают его качество.

Качество общения определяется:

- 1) уровнем взаимодействия;
- 2) количеством потребностей, которые удовлетворяются в процессе коммуникации;
- 3) возможностями самореализации и развития. (Виноградова, 2009)

Общение проходит на разных уровнях, которые определяются общей культурой вступающих во взаимодействие индивидуумов и их особенностями характера, а так же обстоятельствами и факторами при которых происходит взаимодействие. (Вахрамова, 2009: 271)

Рассмотрим данные уровни более подробно:

1) 1 уровень - фатический (от лат. fatuus - глупый). Представляет из себя простой обмен репликами и фразами для поддержания разговора. Обычно происходит в условиях, когда индивидуумы вынуждены общаться под влиянием обстоятельств, но в данной беседе не заинтересованы. Такое общение можно охарактеризовать как автоматическое, ограниченное и примитивное, основываясь на том, что реплики беседующих не имеют глубокого смысла и подтекста, индивидуумы не получают нового знания. Общение на данном уровне происходит в рамках этикета и норм социального слоя, к которому относятся субъекты взаимодействия.

2) 2 уровень - информационный. На данном уровне при коммуникации происходит обмен интересной, полезной и новой информацией. Информационный уровень характеризуется стимулирующей составляющей и в основном возникает в условиях совместной деятельности.

Главной особенностью данного уровня является активное включение в процесс коммуникации и заинтересованность в нем.

3) 3 уровень – личностный. Возникает при условии, что каждый из собеседников готов и способен к глубокому самораскрытию и познанию сущности другого человека, самого себя и окружающего мира. На возникновение ситуации духовного подъема, развития личности, вдохновения и озарения влияет множество факторов, именно поэтому достичь третьего уровня не так просто, как кажется на первый взгляд. Тем более во время развития и распространения социальных сетей.

Процесс коммуникации в социальных сетях находится выше первого уровня, но, естественно, не может дотягивать до душевности и нравственности третьего уровня. Поэтому, можно предположить, что по своим характеристикам общение в социальных сетях более относится ко второму уровню, чем к другим.

Неоспоримым фактом является то, что Интернет сегодня - это самый колоссальный источник информации, который знало человечество. Но его возможности, такие, как оперативность, быстрота и доступность связи между пользователями на дальних и близких расстояниях, позволяют использовать Интернет не только как инструмент для познания, но и как инструмент для общения.

Причинами обращения к сети Интернет как инструменту общения являются:

— недостаточное насыщение общением в реальных контактах. В подобных случаях пользователи быстро теряют интерес к Интернет-общению, если появляются возможности для удовлетворения соответствующих потребностей в реальной жизни;

— возможность реализации качеств личности, проигрывания ролей, переживания эмоций, по тем или иным причинам невозможных в реальной жизни. Подобная возможность обусловлена вышеперечисленными особенностями общения посредством сети - анонимностью, нежесткой

нормативностью, своеобразием процесса восприятия человека человеком. Желанием переживания тех или иных эмоций объясняется, вероятно, и стремление к эмоциональному наполнению текста. (Маслова, 2008)

Сегодня по сути дела возникла новая форма языкового взаимодействия - письменная разговорная речь. Русский язык существует в Интернете в основном в письменном варианте, но в условиях интерактивной сетевой коммуникации темп речи приближен к устной её разновидности.

Обитатели социальных сетей практически полностью лишены вспомогательных (паралингвистических) средств: тембра речи, акцентирования части высказывания, эмоциональной окраски, тембра голоса, его силы, дикции, жестов и мимики. Отсюда надежность речевого общения становится крайне низкой, ведь, по мнению психологов, при обычной коммуникации в акте общения невербальная коммуникация определяет до 55% результата. (Виноградова, 2009: 64)

Столь глобальная нехватка не могла не быть определенным образом компенсирована, поэтому общение в социальных сетях все-таки не обходится без телесности. В первую очередь был определенным образом компенсирован "эмоциональный дефицит" путем введения в виртуальное общение суррогатных, частично типизированных эмоциональных реакций - "смайликов" (от английского "smile" - "улыбка"), которые получили чрезвычайно широкое распространение. Однако это все-таки именно суррогат эмоциональных реакций. (Мисуно, 2009: 134) Многократно предпринимались попытки присвоить и закрепить обозначение определенных эмоциональных состояний за определенными смайликами, однако все они оказались безуспешными. Фактически на сегодняшний день смайлики только информируют об эмоционально окрашенном отношении автора к тексту, просто передавая направленность и степень его эмоций (причем вид смайлика никакого значения не имеет). Как мы видим, эмоциональная палитра весьма бедна.

Помимо "смайликов" для компенсации тембра и акцентирования части высказывания в виртуальном общении используется так называемый "капс" (от английского "CapsLock" - блокировка верхнего регистра клавиатуры; написание фразы или части ее ЗАГЛАВНЫМИ БУКВАМИ), который повсеместно в Сети трактуется как повышение голоса. Недостаточность или невозможность передачи в Интернете цвета, звука, движения заменяется вербальными и знаковыми аналогами - большим количеством восклицательных знаков, "традиционно английской лексикой", средствами из других речевых жанров. (Вахрамова, 2009) Новый мир и новый стиль жизни в этом мире требует и новых языковых средств коммуникации либо трансформации старых. Сленг, выработанный пользователями Интернета, переходит в общеупотребительную лексику, возрождение эпистолярного жанра в виде электронной переписки также имеет свою языковую специфику, игровые условия виртуального пространства способствуют приближению коммуникации к игре, что на уровне языка проявляется в тяготении к манере устной разговорной речи на самом серьезном сайте. Вполне возможно, что речь идет о формировании нового стиля в языке - о стиле Интернет - общения - который не только является специфической особенностью Интернет - сообщества, но и серьезно влияет на речевое поведение всего общества в целом. (Обухова, 2011: 144) Язык становится не только средством общения, но и средством создания виртуальной реальности, так как искусственные языки программирования являются лишь технологическим средством, благодаря которому Интернет работает, а подлинным языком виртуального сообщества оказываются естественные языки аудитории пользователей.

1.3 Языковая картина мира в социальных сетях

Понятие языковой картины мира восходит к идеям Вильгельма фон Гумбольдта и неогумбольдтианцев о внутренней форме языка. Гумбольдт был одним из первых лингвистов, кто обратил внимание на национальное содержание языка и мышления, отмечая, что «различные языки являются для нации органами их оригинального мышления и восприятия». Каждый человек имеет субъективный образ некоего предмета, который не совпадает полностью с образом того же предмета у другого человека. Слово, таким образом, несёт на себе груз субъективных представлений, различия которых находятся в определённых рамках, так как их носители являются членами одного и того же языкового коллектива, обладают определённым национальным характером и сознанием. (Смирницкий, 2011: 200)

Идеи В. фон Гумбольдта были подхвачены неогумбольдтианцами, один из которых, Л. Вайсгербер, в тридцатых годах XX века ввёл в науку термин «языковая картина мира», отмечая, что в языке конкретного сообщества живёт и действует духовное содержание, сокровище знаний, которое по праву называют картиной мира конкретного языка. В лингвистике существует большое количество определений языковой картины мира (ЯКМ); каждое из них делает акцент на отдельных сторонах обозначаемого понятия и поэтому не может быть общепринятым. Всё многообразие трактовок понятия ЯКМ можно свести к двум: широкому и узкому. (Комиссаров, 1990)

Так, часть языковедов (С.Ю.Аншакова, Т.И.Воронцова, Л.А.Климкова, О.А. Корнилов, З.Д. Попова, Б.А. Серебренников, Г.А.Шушарина и др.) понимают под ЯКМ субъективный образ объективного мира как средство репрезентации концептуальной картины мира, полностью, однако, не охватывающее её, как результат языковой, речемыслительной

деятельности многопоколенного коллектива на протяжении ряда эпох. (Петрова, 2011)

Языковая картина мира – это представления о действительности, «которые кажутся носителям данного языка само собой разумеющимися. Эти представления, складывающиеся в единую систему взглядов и предписаний, входят в значения языковых единиц в неявном виде, так что носитель языка «принимает их на веру, не задумываясь и сам того не замечая». (Комиссаров, 1990: 182)

Другие ученые (Н. А. Беседина, Т. Г. Бочина, М. В. Завьялова, Т.М.Николаева, М. В. Пац, Р. Х. Хайруллина, Е. С. Яковлева и др.) считают, что ЯКМ представляет собой зафиксированную в языке и специфическую для данного языкового коллектива схему восприятия действительности. (Петрова, 2011)

Итак, языковая картина мира – это действительность, отражённая в языке, языковое членение мира, информация о мире, передаваемая с помощью единиц языка разных уровней.

Прежде всего, рассмотреть языковую картину мира в Facebook и Twitter можно в разделе новостей Социальных сетей, где существует блок под названием «Актуальные темы», в котором выводятся наиболее популярные на текущий момент хэштеги на сайте.

Хештег, хэштег (метка) или хэш-тег (англ. hashtag от hash) – символ «решётка» + tag – тег) – слово или фраза, которым предшествует данный символ. (Мюллер, 2010: 597)

Пользователи могут объединять группу сообщений по теме или типу с использованием хэштегов — слов или фраз, начинающихся с #. Данный сервис позволяет проследить актуальные у пользователей слова, темы, а также помочь пользователям и медиа понимать актуальную повестку и вопросы, которые волнуют население на данный момент.

То, насколько быстро меняются актуальные темы в Facebook и Twitter, говорит о том, что языковая картина мира социальной сети очень

подвижна, она определяет отношение человека к миру, его интерес и вовлеченность в то, что происходит не только к его жизни, но в мире в целом.

За последнее время особое место в самопрезентации личности и отражении её картины мира занимают так называемые паблики, на которых далее мы остановимся несколько подробнее.

Паблик (англ. public – публика, общественность) – вид сообщества, создававшийся как упрощённая версия группы, где главная цель – максимально быстро и в сжатой форме донести до подписчика интересующую его информацию. (Слепович, 2014)

Мем (англ. meme) – единица культурной информации. (Слепович, 2014)

Мемом может считаться любая идея, символ, манера или образ действия, осознанно или неосознанно передаваемые от человека к человеку посредством речи, письма, видео, ритуалов, жестов и т. д..

Интернет-мемы представляют собой информацию (ссылки, тексты, картинки, даже разговорные конструкции), обычно передаваемую пользователями друг другу прямо через сеть. Обычно это делается в целях развлечения, но этим же способом может распространяться и другая информация, в том числе провокационного или злонамеренного характера.

Особую роль в формировании специфической сетевой картины мира играют лексические единицы, употребляемые в социальных сетях не в тех значениях, которые им свойственны в обычной речи.

Выявление качественных изменений в семантической структуре слов в их исторической эволюции является одной из основных задач современной лексикологии. Лексические единицы, описывающие общение в рамках социальной сети или принятые в сетевом общении, активно изменяют (а именно – расширяют) свою семантику и сочетаемость. Данный феномен в рамках общения в социальной сети обусловлен, во-первых, семантикой

английского языка, во-вторых, влиянием технических факторов, особенностей интерфейса и функционала социальной сети.

В частности об этом говорят уже сами названия ссылок пользовательского меню сайта Facebook и Twitter: «Home» (моя страница), «Groups» (группы/паблики), «News feed» (Мои новости), «Saved» (Мои закладки), «Notification» (Мои ответы), «Friends list» (Мои друзья), «Followers» (подписчики), «Following» (подписки), «Tweets» (твиты/посты), «Trends» (актуальные новости) и т.д.

На рисунках 1.1 и 1.2 наглядно представлено использование слов в интерфейсе социальных сетей при их семантическом изменении.

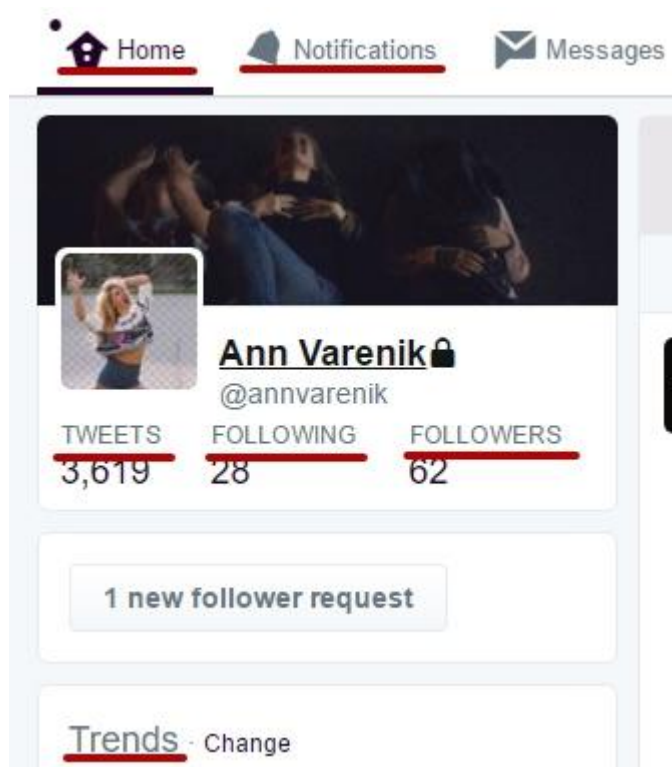


Рисунок 1.1 – Ссылки меню социальной сети Twitter

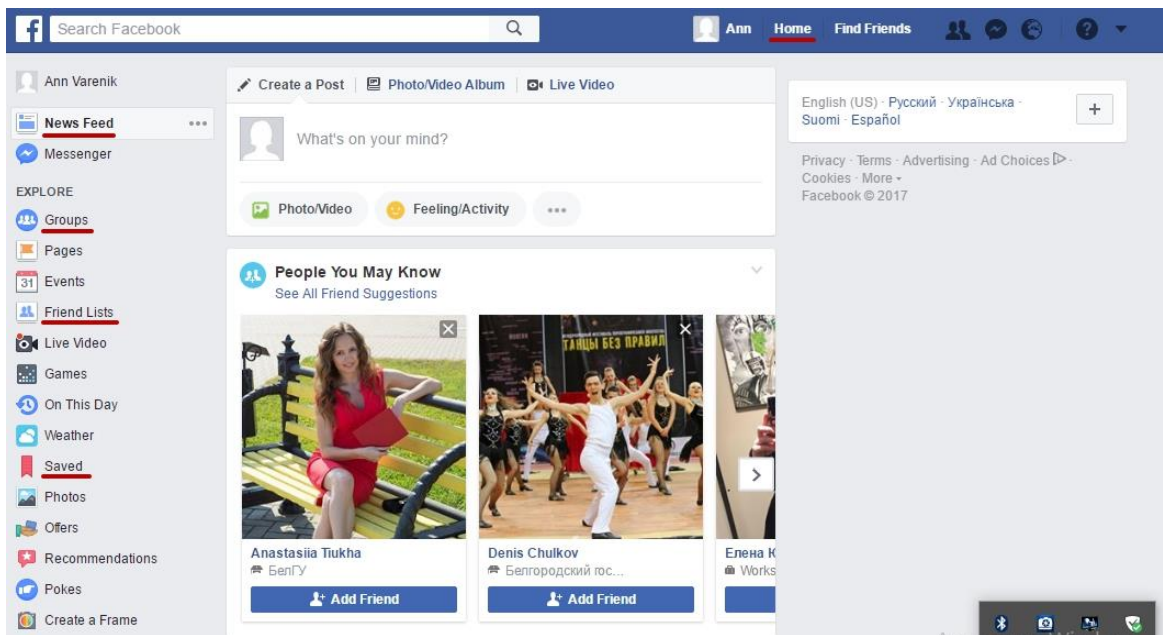


Рисунок 1.2 – Ссылки меню социальной сети Facebook

Качественное изменение смысловой стороны слов в Интернете часто мотивированно не только названиями определенных сервисов, но и языком самих пользователей и его переосмыслением.

Как видим, лексика социальных сетей непосредственно отражает меняющуюся действительность, и новые значения появляются не изолированно, не в отрыве от лексико-семантической системы данного конкретного языка, а в неразрывной связи с ней, как её составной элемент. При этом в условиях активной сетевой коммуникации не только расширяется сочетаемость слов, но и меняется тем или иным образом их семантика, в результате чего в речи пользователей (а стало быть, большинства носителей языка) появляются и закрепляются новые значения и/или стилистические оттенки слов. У пользователя социальной сети формируется своя особая, «сетевая» картина мира. (Обухова, 2011, 147)

Получается, что люди вне социальных сетей вырваны из контекста общения в них, они не приспособлены к новым лингвостилистическим особенностям языка, не знакомы с популярными в кругах других пользователей мемами, сокращениями и т.д. и потому иногда испытывают трудности в понимании своего собеседника.

Люди, знакомые и не знакомые с общением в социальных сетях, – это два принципиально разные типа коммуникантов, даже если они принадлежат к одному поколению или одному социальному слою.

В настоящее время влияние социальных сетей на живую английскую речь настолько велико, что перед исследователями открываются всё новые перспективы изучения данной области, и одним из наиболее важных направлений (в том числе в плане лексикографического описания языка) представляется изучение динамики и причин семантического варьирования слов.

Выводы по Главе 1

Большую часть жизни человека составляет взаимодействие и общение с другими индивидуумами. Общение является специфической формой реализации социальных отношений между людьми, их взаимодействия как членов общества. Его социальный смысл заключается в передаче культурных форм и общественного опыта, накопленного человечеством за многие года. Общение является одним из инструментов формирования человека как личности.

Общение – это сложный элемент, который имеет свои характеристики, функции, способы и структуру. В общении выделяют коммуникативную, интерактивную и перцептивную стороны. Его главными компонентами являются цель, средство и содержание. Способы передачи информации (или средства коммуникации) разделяют на вербальные и невербальные.

Структура речевого общения состоит из трех компонентов: семантика слов и фраз, речевые звуковые явления и выразительные качества голоса. Структура общения подразделяется на семь основных этапов и чем больше нарушается порядок или полнота одного или нескольких этапов общения, тем больше говорящий теряет возможность добиться желаемого результата.

Общение в социальных сетях весьма специфическое, и качественно отличается от «реального» общения, с которым каждый индивидуум сталкивается каждый день.

По своим характеристикам общение в социальных сетях более относится ко второму уровню общения, который называется информационный и характеризуется передачей интересной и полезной информации от собеседника к собеседнику.

Причинами обращения к сети Интернет как инструменту общения являются недостаточное насыщение общением в реальных контактах и

возможность реализации качеств личности, проигрывания ролей, переживания эмоций, по тем или иным причинам невозможных в повседневной жизни.

В социальных сетях определенным образом пытаются компенсировать "эмоциональный дефицит" путем введения в виртуальное «смайликов» и «стикеров». А для компенсации тембра и акцентирования части высказывания в виртуальном общении используется так называемый "капс лок", который повсеместно в Сети трактуется как повышение голоса.

Любая социальная сеть - это прежде всего объем информации, которым готов поделиться один человек с другим, учитывая правила и законы интернет-общения. Лексические единицы, описывающие общение в рамках социальной сети или принятые в сетевом общении, активно изменяют (а именно – расширяют) свою семантику и сочетаемость. Данный феномен в рамках общения в социальной сети обусловлен, во-первых, семантикой английского языка, во-вторых, влиянием технических факторов, особенностей интерфейса и функционала социальной сети.

Так в социальных сетях слово «Home» приобретает значение «Моя страница», «Groups» – «Публики», а «Tweets» – «Твиты».

Глава 2. Основные характеристики языка социальных сетей

2.1 Морфологические особенности английского языка в социальных сетях

Для более полного и глубокого изучения характеристик английского языка в социальных сетях, рассмотрим изменения в основных разделах лингвистики: морфология, лексика и синтаксис.

Морфоло́гия (от др.-греч. μορφή — «форма» и λόγος — «слово, учение») — раздел лингвистики, основным объектом которого являются слова естественных языков, их значимые части и морфологические признаки. (Смирницкий, 2000: 12)

Исходя из данного определения, можно сделать вывод, что задачей морфологии является определение слова как особого языкового объекта и описание его внутренней структуры.

Морфология английского языка, в свою очередь, заключается в изучении структуры английских слов, составляющих элементов и выполняемых ими функций, а так же порядке и правилах построения слов.

Морфема – минимальная единица языка, имеющая значение, однако вне слова не использующаяся. (Смирницкий, 2000: 15)

Компонентами изучения английской морфологии являются корень слова, аффиксы, основы. Рассмотрим их более подробно для дальнейшего изучения изменения их в социальных сетях.

Корень – морфема, содержащая в себе основной лексический смысл слова. Любое слово имеет корень или несколько корней. Например: child, red, flash. (Мюллер, 2012)

Аффиксы – морфема, присоединяющая к основе слова (корню) и меняющая его значение. Аффиксы делятся на три типа: префиксы, суффиксы и infixы. Префиксы позиционируется перед корнем, суффиксы – после корня и infixы вставляются в середину слова. (Смирницкий, 2000: 16)

Основной является морфема, содержащая в себе часть слова без окончания.

Морфология изучает слово с точки зрения части речи. В английском языке принято выделять следующие части речи: существительное, прилагательное, глагол, местоимение, числительное, наречие, междометие, союз, предлог.

В свою очередь части речи делятся на самостоятельные (существительное, глагол, прилагательное, местоимение, наречие, числительные) и служебные (союзы и предлоги). Междометия не входят в эти группы, поскольку они имеют специфическое значение и используются для выражения эмоций.

Социальные сети позволили пользователям «играть» с морфемами и морфологическим словообразованием, придумывая и изобретая новые способы комбинации для простоты написания и выражения своих мыслей и чувств. (Муравьев, 2014)

Проанализируем изменения на основе комментариев людей в таких социальных сетях как facebook и twitter.

Одним из распространенных способов изменения является удлинение слова, с помощью повторения буквы в корне или аффиксах. Такой прием используют, например, для акцентирования внимания на времени или передачи эмоций. Рассмотрим данные изменения на примерах.

1) Рисунок 2.1 иллюстрирует использование удлинения слова для передачи длительности времени: «This is so wonderful and loooong over due!!!» (Это так замечательно и давноооо назрело!!!).



Рисунок 2.1 – Удлинение слова с помощью повторения буквы в корне (Facebook: VH1)

2) На рисунке 2.2 показано использование данного приема в следующем контексте: «We are shell-shocked from 2016 when soooo many great performers died.» (Мы потрясены с 2016 года, когда погибло таааак много великих исполнителей.)

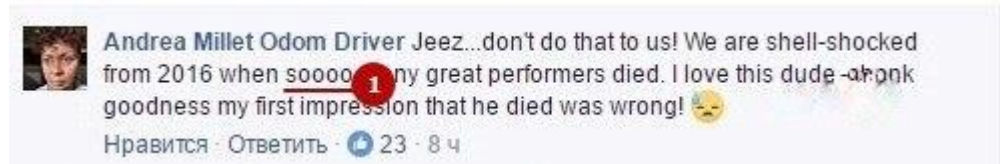


Рисунок 2.2 – Удлинение слова с помощью повторения буквы (Facebook: R29Entertainment)

Самый популярный и используемый способ общения в социальных сетях – это сокращения.

3) На рисунке 2.3 приведен пример такого сокращения: «Diamond Heart or Dancing In Circles as next single pls.» (Diamond Heart or Dancing In Circles как следующий сингл, пожалуйста).

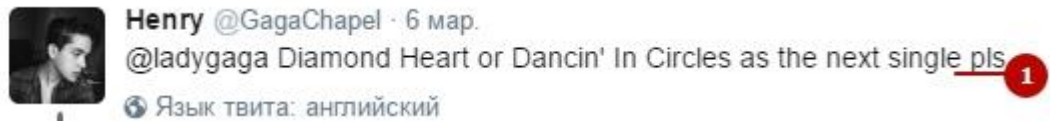


Рисунок 2.3 – Сокращение слова (Twitter: Lady Gaga)

По мнению пользователей социальных сетей, сокращение помогает сэкономить время и передать больше информации в меньшем по размеру сообщении. Хотя, в данный момент, такой прием используется уже по привычке, как типичный способ общения «на бегу».

Под сокращения попадают не только слова, но и целые фразы. Например, laughing out loud, что переводится как «умираю от смеха», сокращают до аббревиатуры трех первых букв и выглядит это как lol.

4) Пример такого сокращения представлен на рисунке 2.4.: «Becky S. Edwards here`s your mint lol» (Бекки С. Эдвардс здесь твоя мята, умираю от смеха)



Рисунок 2.4 – Сокращение фразы laughing out loud (Facebook: Lifestyle)

Самые распространенные сокращения в социальных сетях представлены в Приложении А.

В данной таблице находится 35 самых используемых сокращений. (Палкова, 2004) Это не окончательный список, каждый день появляются новые аббревиации. Рассмотрим употребление данных сокращений в комментариях, опубликованных пользователями социальных сетей.

5) На рисунке 2.5 представлено предложение, полностью состоящее из аббревиатур: «omg gig» (Боже мой! Попробуй!)

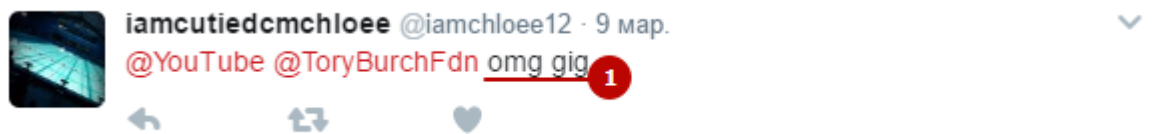


Рисунок 2.5 – Сокращение фраз omg и gig (Twitter: YouTube)

6) На рисунке 2.6 представлено сокращение местоимения: «Where is ur next song off kp4» (Где твоя следующая песня off kp4?)



Рисунок 2.6 – Сокращение местоимения your (Twitter: YouTube)

7) В примере на рисунке 2.7 показано сокращение наречия somewhere: «I don't see the «growing» part of all this smh» (Я не вижу «растущей» части всего этого где-то).



Рисунок 2.7 – Сокращение слова somewhere (Twitter: YouTube)

8) Рисунок 2.8 так же иллюстрирует пример использования сокращения наречия: «True statement tho» (Хотя это правильное утверждение)

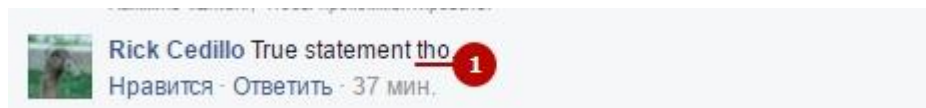


Рисунок 1.8 – Сокращение наречия though (Facebook: HollywoodReporter)

9) На рисунке 2.9 представлен пример сокращения местоимения you: «U are them cold?» (У них холодно?). Нужно сказать, что сокращение местоимения your одно из самых используемых сокращений в комментариях.

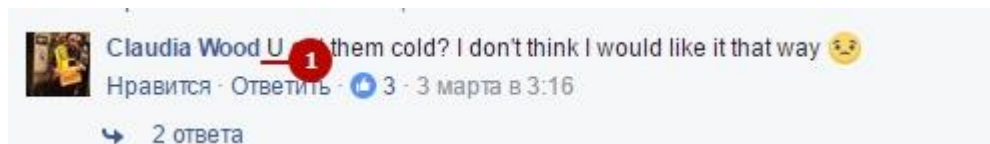


Рисунок 2.9 – Сокращение местоимения your (Facebook: Lifestyle)

10) Сокращение наречия that представлено на рисунке 2.10: «Tht`s we everyday» (Это мы каждый день).

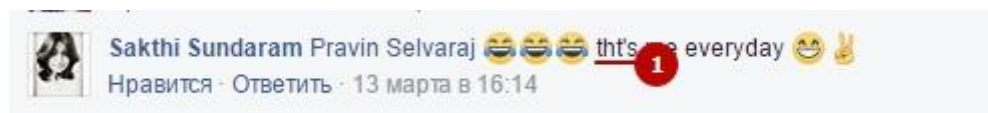


Рисунок 2.10 – Сокращение наречия that (Facebook: Lifestyle)

Так же стоит сказать об употреблении междометий при общении в социальных сетях. Они имеют такое же большое значение, как и при использовании в повседневном будничном разговоре. С помощью них, пользователи социальных сетей могут без лишних слов и предложений выразить свое отношение к теме разговора или эмоции.

11) Например, на рисунке 2.11 показано использование междометия aw: «Aw. Come on, Connie. Sure you do» (Ой. Давай, Конни. Уверен, ты справишься!)



Рисунок 2.11 – Использование междометия aw (Facebook: VH1)

12) Рисунок 2.12 тоже иллюстрирует использование междометий при общении в социальных сетях, а так же сокращенное использование слово nevermind: «Oh whoops nvm» (Ох, забудь!)



Рисунок 2.12 – Использование междометия oh и глагола nevermind (Facebook: R29Entertainment)

13) На рисунке 2.13 пример использования междометия blah: «All I hear is blah blah blah» (Все, что я слышу это бла бла бла)



Рисунок 2.13 – Использование междометия blah (Facebook: Beyonce)

Иногда, для большего выражения своих эмоций и постановки акцента на какой-либо мысли, пользователи используют функцию кнопки Caps Lock, то есть печатают слово заглавными буквами.

14) В качестве примера представлен рисунок 2.14 с использованием междометия phew: «Oh dear lord, I saw the photo of Carl Reiner and thought he had died. PHEW!!!» (О, дорогой господин, я увидел фотографию Карла Райнера и подумал, что он умер. ФУ!).



Рисунок 2.14 – Использование междометий и функции Caps Lock

В некоторых случаях, когда пользователи хотят максимально показать свои эмоции, функция капс лока может быть использована несколько раз в одном сообщении.

15) На рисунке 2.15 представлен пример такого использования: «I have problems and need help! LMAO!!! OMG!!! NOOOOOOO!!!!!!!» (У меня проблемы, мне нужна помощь! Смеюсь до слез! О мой бог! Нееееет!)

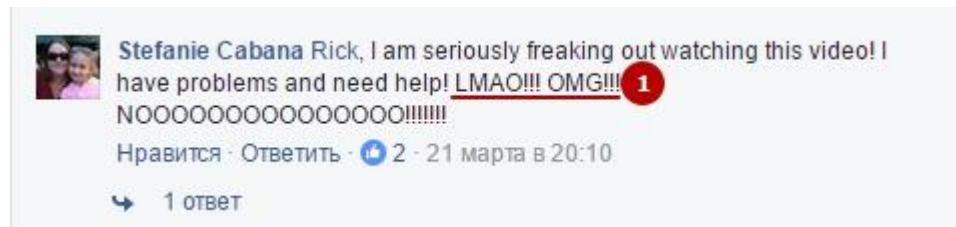


Рисунок 2.15 – Использование сокращения и функции Caps Lock
(Facebook: Lifestyle)

Функция Caps Lock используется пользователями не только при сокращениях или употреблении междометий. Очень часто большими буквами пишут слова и даже целые фразы.

16) Пример представлен на рисунке 2.16: «Today really is the BEST DAY EVER!» (Сегодня действительно САМЫЙ ЛУЧШИЙ ДЕНЬ!)

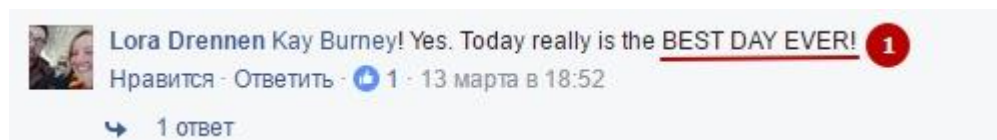


Рисунок 2.16 – Использование функции Caps Lock (Facebook:
Lifestyle)

Еще одним изменением в английском языке под влиянием интернета стала замена местоимения «I» на сочетание «Ya», что, наоборот, не

сокращает слово, а удлиняет его, но выглядит более молодёжно и отлично вписывается в стиль социальных сетей.

17) На рисунке 2.17 и 18) 2.18 представлено использование местоимения *Ya* в комментариях социальной сети: «*Ya know it cool off*» (Я знаю, что это здорово).



Рисунок 2.17 – Замена местоимения «I» на «ya» (Facebook: HollywoodReporter)



Рисунок 2.18 – Замена местоимения «I» на «ya» и междометие *Yummy* (Facebook: VH1)

2.2 Лексические характеристики английского языка в социальных сетях

Следующие изменения мы рассмотрим в разделе лексикологии.

Лексикология (от греч. *lexikós* ‘относящийся к слову’ (*lexis* — ‘слово’) и *logos* ‘слово, учение’) — раздел языкознания, изучающий лексику (словарный состав) языка и слово как единицу лексики. (Маслова, 2008)

Одна из основных задач лексикологии заключается в исследовании значения слов и фразеологизмов, многозначности, синонимии/антонимии и омонимии, а так же различные отношения между значениями слов.

Лексикология так же изучает изменения в словарном составе языка, а так же причины, по которым они произошли. Обычно это зависит от социальных, территориальных и профессиональных аспектов.

Пути развития и расширения словарного состава языка представляют собой четыре способа создания. Три из них основываются на использовании внутренних ресурсов языка — создание новых слов, формирование новых значений (полисемия и перенос значений), образование словосочетаний, а четвёртый — на привлечении ресурсов других языков — заимствования (лексические заимствования и кальки). (Леонтьев, 2008)

Обычно исследование происходит по делению слов на категории, основанных на определенных признаках: по происхождению (исконная и заимствованная лексика), по исторической перспективе (устаревшие слова и неологизмы), по сфере употребления (общенародная, специальная, просторечная), по стилистической окраске (межстилевая и стилистически окрашенная лексика).

Лексика подвижна, поэтому состав языка очень сильно меняется под воздействием внешних факторов. Так слова, в настоящий момент имеющий статус неологизмов, через пару лет войдут в основной лексикон человека и будут считать будничными, типичными для употребления. Изменения в лексическом составе языка постоянны и неконтролируемы, поэтому

очевидно, что подсчитать количество слов того или другого языка просто невозможно. (Смирницкий, 2011)

Рассмотрим лексику английского языка и ее изменения под воздействием необходимости общаться в социальных сетях.

19) Недавно, в английском языке и, в частности, у любителей хоккея появился новый глагол. Кронвол (Kronwall) – хоккеист, защитник сборной Швеции. Его приемы настолько сильны по отношению к соперникам, что не оставили равнодушными пользователей интернета, которые не растерялись и присвоили фамилии хоккеиста не только значение существительного, но и значение глагола.

Voracek got kranwalled = voracek be hited by kronwall/ Ворачека откронвалили = ворачек был ударен Кронволом. (Smith S, 2012)

Ударил, в данном случае, прямой перевод, в хоккее было бы правильнее - против Ворачека был применен силовой прием Кронволом.

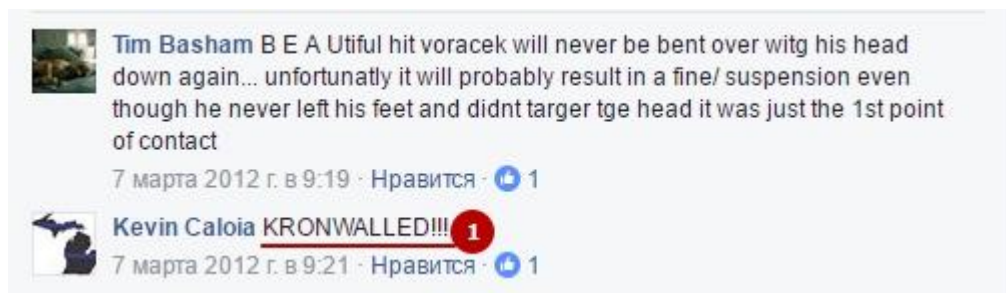


Рисунок 2.19 – Использование глагола Kronwalled (Facebook: R29Entertainment)

Теперь данный глагол используется не только в отношении хоккея, но и в других темах, связанных со спорами, играми, спортом, обсуждениях соревнований и голосованиях.

Одной из причин необходимости коротко выражать свои мысли стала социальная сеть Twitter. В ней люди делятся своими эмоциями, новостями или происходящими событиями, но особенность этой сети в том, что на твит ставится ограничение в 140 знаков.

Название twitter произошло от глагола tweet, что переводится как щебетать, чирикать. Глагол tweet при употреблении в социальных сетях уже давно не переводится по своему исконному значению. Сейчас tweet переводится как твитнуть, запостить твит. Твит в свою очередь имеет значение сообщения в 140 знаков.

20) На рисунке 2.20 приведен пример использования слова tweet в семантике глагола: «You haven't tweeted 2 days and you posted an instagram link» (Ты не твитила 2 дня и отправила ссылку на инстаграм)



Рисунок 2.20 – Использование глагола tweeted (Twitter: YouTube)

В выше перечисленных случаях слова изначально имели свое единственное правильное значение, что изменилось при их использовании в социальных сетях.

Так же лексика английского языка при общении в социальных сетях довольно свободная: пользователи используют ненормативную лексику и жаргонизмы, общаясь в комментариях.

21) На рисунке 2.21 под номером 1 мы можем увидеть употребление слова dude, что переводится как «чувак» и под номером 2 слово hell – ад, преисподняя.



Рисунок 2.21 – Использование жаргонизмов dude и hell (Facebook: Lifestyle)

22) На рисунке 2.22 так же приведен пример распространенной ненормативной лексики, которой н брезгуют пользователи социальных сетей: «Now he`s delusional leftist idiot to makes decent movies» (Теперь он бредовый левый дурачок, чтобы делать приличные фильмы)

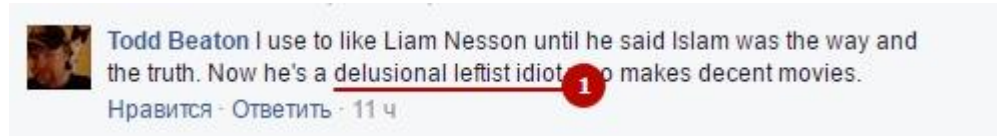


Рисунок 2.22 – Использование ненормативной лексики (Facebook: R29Entertainment)

Также, многие фразы и словосочетания изменили свой семантический смысл при соединении в одно слово.

Словосочетание apple pick переводится на русский язык как «поднять яблоко», но социальные сети и рост популярности фирмы Apple стали основой для создания нового слова, а именно изменения смысла целого словосочетания.

23) На рисунке 2.23 приведен пример использования данного изменения: «People can`t applepick from me cause I dun have one» (Люди не могут украсть у меня айфон, потому что у меня его нет). То есть теперь слово applepick, в зависимости от контекста, может переводиться как кража устройств фирмы Apple.



Рисунок 2.23 – Использование слова applepick (Twitter: Aimiazizul)

Это не единственные изменения в лексике английского языка. Пользователи социальных сетей каждый день придумывают новые слова или меняют смысл устоявшихся слов и словосочетаний.

24) Например, на рисунке 2.24 представлено употребление слова gloatgram. Gloat в переводе на русский язык обозначает грабеж, gram – окончание от название социальной сети instagram, что при совмещении дает абсолютно новый смысл. При использовании данного слова в социальных сетях подразумевается «хвастограм», пост или твит, в котором люди хвастаются покупкой, достижением, событием.

В примере: «I normally find it unbecoming but I just may have to send you a gloatgram on election night» (Я обычно считаю это неприемлемым, но я просто могу послать вам хвастливый пост в ночь выборов)



Рисунок 2.24 – Использование слова gloatgram (Twitter: Torresortizbd)

Еще одно новое слово, которое часто используется в социальных сетях floordrobe, производственное от двух несочетаемых слов floor, что переводится как пол и wardrobe – гардероб.

В комнатах у многих можно найти такой «предмет мебели», который теперь называется floordrobe – стопка одежды на полу.

25) Пример использования такого слова представлен на рисунке 2.25: «I'm super super messy. Like my room is always a total mess. The floordrobe is real.» (Я супер грязный. Как и моя комната, всегда в полном беспорядке. Правда, это стопка одежды на полу.)



Рисунок 2.25 – Использование слова floordrobe (Twitter: Huxblush)

Слово nit-picker так же не обошли пользователи социальных сетей заменив его обычный смысл (блохолов, придира), на тот, который кажется им более правильным и приемлемым для комментирования в facebook и twitter.

В данный момент, это слово используют для того, чтобы охарактеризовать человека, который не обладает какими-то знаниями, но в момент разговора ищет нужную информацию в сети Интернет, чтобы показаться умным и осведомленным в данном вопросе.

26) На рисунке 2.26 проиллюстрирован пример использования слова nit-picker: «I sometimes worry people think I'm a nitpicker and wonder why» (Меня иногда волнует то, что люди думают, что я нитпикер. Я удивляюсь: почему?)

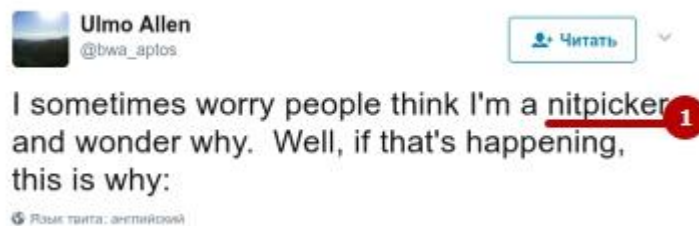


Рисунок 2.26 - Использование слова nitpicker (Twitter: Bwa_aptos)

Лексические изменения в английском языке при его использовании в социальных сетях выражены, в основном, в переходе слова в другие части речи или в соединении словосочетания в одно слово с последующим изменением семантики, а так же употребление ненормативной лексики и в пренебрежении нормами и культурой речи.

2.3 Синтаксическая специфика английского языка в социальных сетях

Синтаксис (от греч. *syntaxis* — построение, порядок) — 1) характерные для конкретных языков средства и правила создания речевых единиц; 2) раздел грамматики, изучающий процессы порождения речи: сочетаемость и порядок следования слов внутри предложения, а также общие свойства предложения как автономной единицы языка и высказывания как части текста. (Петрова, 2011)

Существующие типы словосочетаний и предложений, которые в совокупности дают синтаксический строй языка, являются объектом изучения синтаксиса.

В английском языке, как и в русском, предложения делятся на два типа: простые и сложные.

Простые (*simple*) предложения в основном имеют в своем составе одну связку «подлежащее-сказуемое». В свою очередь, простые предложения подразделяются на (Широкова, 2012):

1) повествовательные (*declarative*). *I went to the Tretyakov art gallery yesterday.* Вчера я ходил в Третьяковскую галерею;

2) вопросительные (*interrogative*). *When did you go to the Tretyakov art gallery?* Когда ты ходил в Третьяковскую галерею?;

3) отрицательные (*negative*). *I didn't go to the Tretyakov art gallery yesterday.* Вчера я не ходил в Третьяковскую галерею;

4) побудительные/Повелительные (*imperative*). *Visit the Tretyakov art gallery.* Сходи в Третьяковскую галерею;

5) восклицательные (*exclamatory*). *There are so many beautiful pictures in the Tretyakov art gallery!* В Третьяковской галерее так много красивых картин!

Сложные (*complex*) предложения состоят из нескольких связок «подлежащее-сказуемое» и имеют следующие виды (Широкова, 2012):

1) сложносочинённые (compound/coordinate) предложения. Отличаются тем, что части не связаны друг с другом и могут существовать по отдельности. I went to the Tretyakov art gallery, but he went cycling. Я пошёл в Третьяковскую галерею, а он пошёл кататься на велосипеде.

2) сложноподчинённые (dependent/subordinate) предложения. Включают в себя главную и придаточную части, связанные друг с другом по смыслу. I don't know where the Tretyakov art gallery is. Я не знаю, где находится Третьяковская галерея.

Стоит отметить, что порядок слов в английском языке закреплён и имеет определенную схему, по которой строятся все предложения. (Мисуно, 2009: 179)

Обычный (прямой) порядок слов (подлежащие находится перед сказуемым) представляет их из себя следующую последовательность: подлежащее (1) + сказуемое (2) + дополнение (3) + обстоятельство (4). Например, He (1) watches (2) TV-set (3) in the evening (4). По вечерам он смотрит телевизор.

Обстоятельства места и времени могут стоять и перед подлежащим, тогда последовательность слов будет выглядеть следующим образом: обстоятельство места/времени (1) + подлежащее (2) + сказуемое (3) + дополнение (4) + обстоятельство (5). Two years ago (1) I (2) opened (3) my own shop (4) in Nebraska (5). Два года назад я открыл собственный магазин в Небраске.

Определение в предложении может находиться перед любым существительным: определение (1) + подлежащее (2) + сказуемое (3) + определение (4) + дополнение (5) + обстоятельство (6). A good (1) cook (2) stewed (3) a tasty (4) mutton (5) for dinner (6). Хороший повар стухил вкусную баранину на ужин.

Так же существуют предложения с оборотом there + to be. Он не отменяет прямой порядок слов и схемы, рассмотренные выше. Его употребляют для того, чтобы показать существование чего-либо (ещё

неизвестного собеседнику) в определённом месте или времени. Единственное отличие предложений с данным оборотом состоит в том, то на русский язык такие предложения переводятся с конца. Например: *There are several glasses on the table.* На столе есть несколько стаканов.

Обратный порядок слов (сказуемое (1) перед подлежащим (2)) допустим и используется только в:

1) в вопросительных предложениях. *Do (1) you (2) like jogging?* Тебе нравится жонглирование?;

2) в словах, которые вводят прямую речь, в случае, когда они располагаются после прямой речи и не имеют при себе определений. «*I studied three year at the Oxford University* ", *said (1) she (2).* "Я обучалась в Оксфордском университете три года" - сказала она;

3) в предложениях, которые начинаются с таких союзов и наречий как *never* (никогда), *hardly* (едва ли), *nor* (также не), *seldom* (редко), *often* (часто), возможен обратный порядок, но в основном употребляется прямой. *Seldom did (1) he (2) ride a race.* Он редко участвовал в скачках;

4) в предложениях, начинающихся с *either*, *neither*, *so*, которые указывают, на то, что действие совершается другим объектом так же, как и первым. - *I don't smoke.* Я не курю. - *Neither do (1) I (2).* Я тоже.

5) в обороте *there + to be*. *There are (1) many people (2) outside the house.* Снаружи нашего дома много людей.

Все эти правила теряют свое значение при рассмотрении их в разрезе общения пользователей в социальных сетях. Смысл и значение обретает новое правило – никаких правил. (Кузнецов, 2011: 217)

Общение в социальных сетях стремится к донесению информации до другого пользователя наиболее кратким способом, который не займет много времени. Как мы уже убедились, в таком направлении произошли изменения и в морфологии, и в лексике. Рассмотрим, как это повлияло на изменения в синтаксисе.

Основное изменение в синтаксисе – это пренебрежение пользователей строгих рамок схем при написании предложения.

Рассмотрим это на примере комментариев пользователей, которые были взяты в социальных сетях.

27) На рисунке 2.27 представлен один из множества примеров свободного написания без соблюдения строгих рамок синтаксического построения: «Gotta love that wad of spit that comes out after».



Рисунок 2.27 – Написание предложений в свободном стиле (Twitter: YouTube)

28) Рисунок 2.28 так же иллюстрирует свободный стиль написания предложений при общении в социальных сетях: «lol twitter promo and it still can't break 400k views xd». (Смешно. Промо в твиттере и он все еще не может набрать 400 тысяч просмотров).



Рисунок 2.28 – Написание предложений в свободном стиле (Twitter: YouTube)

29) Следующий пример (рисунок 2.29) также подтверждает то, что пользователи социальных сетей не соблюдают синтаксические правила, руководствуясь при написании только своими желаниями и удобством: «Quit eating them when they moved the plant to Mexico».

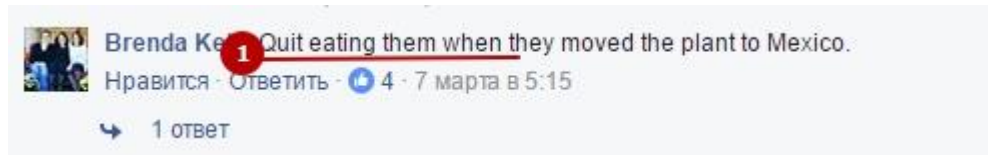


Рисунок 2.29 – Построение предложения в социальных сетях
(Facebook: R29Entertainment)

Стоит отметить, что изменения подобного рода затронули и пунктуацию. В некоторых случаях, пользователи принципиально не ставят знаки препинания, считая это лишней тратой своего времени.

30) На рисунке 2.30 приведен пример написания предложений в комментариях социальной сети Facebook без использования пунктуационных знаков. Следовательно, смысловая составляющая предложения может меняться в зависимости от того, как читающий пользователь расставит для себя смысловые точки.



Рисунок 2.30 – Пунктуация в предложениях в социальных сетях
(Facebook: Beyonce)

Выводы по Главе 2

Для более полного и глубокого изучения характеристик английского языка в социальных сетях были рассмотрены изменения в основных разделах лингвистики: лексика, морфология и синтаксис.

Морфология английского языка заключается в изучении структуры английских слов, составляющих элементов и выполняемых ими функций, а также порядке и правилах построения слов.

Социальные сети позволили пользователям «играть» с морфемами и морфологическим словообразованием, придумывая и изобретая новые способы комбинации для простоты написания и выражения своих мыслей и чувств.

Одним из распространенных способов изменения является удлинение слова, с помощью повторения буквы в корне или аффиксах.

Самый популярный и используемый способ общения в социальных сетях – это сокращения. Под сокращения попадают не только слова, но и целые фразы.

Междометия имеют такое же большое значение, как и при использовании в повседневном будничном разговоре. С помощью них, пользователи социальных сетей могут без лишних слов и предложений выразить свое отношение к теме разговора или эмоции.

Еще одним изменением в английском языке под влиянием интернета стала замена местоимения «I» на сочетание «Ya», что, наоборот, не сокращает слово, а удлиняет его, но выглядит более молодёжно и отлично вписывается в стиль социальных сетей.

Лексика подвижна, поэтому состав языка очень сильно меняется под воздействием внешних факторов. Так слова, в настоящий момент имеющий статус неологизмов, через пару лет войдут в основной лексикон человека и будут считать будничными, типичными для употребления. Многие слова

изначально имели значение, которое изменилось при их использовании в социальных сетях.

Лексика английского языка в социальных сетях неоднородна: помимо нормативной лексики, пользователи используют ненормативную лексику и жаргонизмы, общаясь в комментариях.

Порядок слов в английском языке закреплён и имеет определённую схему, по которой строятся все предложения. Все правила построения английского предложения теряют своё значение при рассмотрении их в разрезе общения пользователей в социальных сетях. Смысл и значение обретает новое правило – никаких правил. Основное изменение в синтаксисе английского языка социальных сетей – это пренебрежение пользователями строгими рамками схем при написании предложения, то же относится и к пунктуации.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Интернет сегодня – это источник информации. Но быстрота и доступность связи между пользователями позволили использовать Интернет не только как инструмент познания, но и как средство для общения и развлечения.

Виртуальная коммуникация, которая возникла благодаря быстрому развитию сети, породила особый язык – язык виртуального общения. Социальные сети на данный момент – основной способ общения людей.

С каждым днем язык интернет-общения развивается, изменяется и, безусловно, активно проникает в нашу повседневную жизнь.

Процесс взаимодействия людей в социальных сетях это целый ритуал, который проходит в рамках своих правил и законов. Они вне гласны и скорее призваны для упрощения налаживания контакта и сокращения времени написания, чем для пренебрежения установленными языковыми нормами.

Для более глубокого понимания изменений английского языка под влиянием социальных сетей были изучены теоретические фундаментальные знания в области коммуникаций.

Во-первых, были исследованы характеристики основных средств коммуникации, а именно рассмотрено определение общения, его социальный смысл, стороны данного процесса, главные компоненты и способы передачи информации. Так же была изучена структура общения и компоненты речевой деятельности.

Во-вторых, был проведен тщательный анализ специфики языка социальных сетей. Основными его особенностями являются массовость, опосредованность, увеличение количества вынужденных контактов, противоречие между формой, средствами общения и его содержанием, а так же активный рост квазиобщения.

Для более полного и глубокого изучения характеристик английского языка в социальных сетях, были рассмотрены изменения в основных разделах лингвистики: морфологии, лексики и синтаксиса.

Основываясь на приведенных примерах в тексте ВКР, можно сделать вывод, что изменения затронули все рассматриваемые разделы.

Со стороны морфологии изменения затронули состав слова: пользователи социальных сетей удлиняют слова с помощью повтора одной и той же буквы в корнях и суффиксах или, наоборот, укрощают их с помощью аббревиатур, а так же отдают большое предпочтение междометиям и полному изменению состава слова без изменения его смысла.

Если рассматривать изменения английского языка со стороны лексики, можно сказать, что многие слова остаются неизменны в плане написания, но полностью меняют свой смысл. Так фамилия может стать глаголом, а глагол – существительным. Лексика английского языка при общении в социальных сетях довольно свободная: пользователи используют ненормативную лексику и жаргонизмы, общаясь в комментариях.

Синтаксис английского языка так же претерпел изменения, которые выражаются в упрощении правил написания предложений. Четко установленный порядок слов уходит на второй план, упрощается пунктуация.

Список использованной литературы

- 1) Вахрамова Е.Н., Кузнецова Н.В. К вопросу о лингвистических перспективах неологизмов социальных сетей // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. 2009. No 6. С. 270-275.
- 2) Виноградова Т.Ю. Специфика общения в интернете / Т.Ю. Виноградова // Русская и сопоставительная филология : лингвокультурологический аспект. – Казань, 2009. – С. 63 — 67.
- 3) Горошко Е. И. Современная интернет-коммуникация: структура и основные параметры // Интернет-коммуникация как новая речевая формация: коллективная монография / Наука, 2012. 328 с.
- 4) Комиссаров В.Н. Теория языковой картины мира / В.Н. Комиссаров // Лингвистические аспекты. – М.: Наука, 1990. – 163 с.
- 5) Кашкин В.Б. Парадоксы границы в языке и коммуникации. / В.Б. кашкин // Воронеж: Издатель О.Ю. Алейников, 2010
- 6) Кузнецов А. В. Сленг пользователей Twitter (на материале английского языка) // Молодой ученый. — 2011. — №2. Т.1. — С. 217-218.
- 7) Леонтьев А.А. Прикладная психолингвистика речевого общения и массовой коммуникации. /А.А. Леонтьев // М.: Смысл, 2008
- 8) Маслова В.А. Современные направления в лингвистике. /В.А. Маслова // М.: Академия, 2008
- 9) Матусевич А. А. Общение в социальных сетях: прагматический, коммуникативный, лингвостилистический аспекты характеристики. 2016. 190с. [Электронный ресурс.] Режим доступа: <http:diss.unn.ru/files/2016/670/diss-Matusevich-670.pdf>. 2017 г.
- 10) Мисуно Е.А. Перевод с английского языка на русский язык: учеб. пособие / Е.А.Мисуно, И. В. Шаблыгина. – Минск:Аверсэв, 2009. –255 с.
- 11) Муравьев Н.А., Панченко А.И., Обьедков С.А. Неологизмы в социальной сети Фейсбук / Н.А.Муравьев, А.И.Панченко, С.А. Обьедков // Диалог - 2014: Междунар. конф. по компьютерной лингвистике

- [Электронный ресурс].
<http://www.dialog21.ru/dialog2014/presentations/Muravyev.pdf>.
- 12) Мюллер В.К. Большой англо-русский словарь/ сост. В.К. Мюллер, А.Б. Шевнин, М.Ю. Бродский. – Екатеринбург.: У – Фактория, 2012. – 1536
- 13) Обухова О. В. Тематическая дистрибуция неологизмов в современном английском языке // Молодой учёный. 2011.№1. С. 143-148.
- 14) Палкова А. В. Аббревиация как способ образования новых лексических единиц в сфере компьютерной техники и Интернета // Иностранные языки в экономических вузах России: Всероссийский научно-информационный альманах. СПб.: Изд-во С.-Петербур. гос. ун-та экономики и финансов, 2004. С. 66-80.
- 15) Петрова Е. Очерк сопоставительной типологии английского и русского языков. Грамматическая норма и варианты. LAP Lambert Academic Publishing, 2011. – 424
- 16) Слепович В. Translation Difficulties (English-Russian) . Тетралит. 2014 — 336
- 17) Смирницкий А.И. Морфология английского языка. Издательство литературы на иностранных языках. 2000. – 440
- 18) Смирницкий А.И. Лекции по истории английского языка. Добросвет, КДУ. 2011. — 232
- 19) Цветкова Л. С. Нейропсихологическая реабилитация. Речь и интеллектуальная деятельность. М.:Издательство Московского университета, 2001.
- 20) Шайкевич А.Я. Введение в лингвистику. / А.Я. Шайкевич // М.: Академия, 2010
- 21) Широкова Е. А. Практика преподавания иностранных языков на факультете международных отношений БГУ: сборник / Е. А. Широкова. – Вып. II, 2012
- 22) Smith S. B. Elizabeth the Queen// Penguin books 2012, 663 p.

Список электронных ресурсов

- 1) <https://www.facebook.com/beyonce> - официальная страница певицы Beyoncé в Facebook;
- 2) <https://www.facebook.com/ladygaga> - официальная страница певицы Lady Gaga в Facebook;
- 3) <https://www.facebook.com/VH1/> - официальная страница музыкального канала VH1 в Facebook;
- 4) <https://www.facebook.com/R29Entertainment/> - паблик, посвященный звездам шоу-бизнеса, телевидению, музыке и кино в Facebook;
- 5) <https://www.facebook.com/HollywoodReporter/> - паблик, посвященный жизни Голливуда в Facebook;
- 6) <https://www.facebook.com/lifestyle/> - паблик о современной жизни (будни, выходные, еда, путешествия, одежда, книги, развлечения) в Facebook;
- 7) https://twitter.com/bwa_aptos/ - аккаунт пользователя Ulmo Allen в Twitter;
- 8) <https://twitter.com/huxblush> — аккаунт пользователя the babadook в Twitter;
- 9) <https://twitter.com/YouTube> — официальный аккаунт Youtube в Twitter;
- 10) <https://twitter.com/aimiazizul> — аккаунт пользователя Ai в Twitter;
- 11) <https://twitter.com/VisitBristol> — официальный аккаунт Visit Bristol в Twitter;
- 12) <https://twitter.com/TORRESORTIZBD> — официальный аккаунт Torres & Ortiz в Twitter;
- 13) <https://twitter.com/EverythingWyan> — официальный аккаунт EverythingWyan в Twitter.

Приложение А

Таблица А.1 – Сокращения используемые в социальных сетях

№	Сокращение	Оригинал	Перевод
1.	Tht`s	That is	То есть, это
2.	U, Y	You	Ты
3.	B	Be	БЫТЬ
4.	Asap	As soon as possible	Как можно быстрее
5.	B4	Before	До
6.	C	See	Видеть
7.	Dey	They	Они
8.	Bout	About	О
10.	L8er	Later	Позже
11.	Gr8	Great	Великий
12.	Wht	What	Что
13.	Ttyl	Talk to you later	Поговорим позже
14.	Cnt	Can't	Не мочь
15.	Gd	Good	Хороший
16.	Luv	Love	Любовь
17.	N	And	И
18.	R	Are	Вспом. глагол
19.	lt	Want	Хотеть
20.	2	Too, to	Слишком/к
21.	4	For	Для
22.	IMHO	In My Hummble Opinion	По моему скромному мнению
23.	TNX или THX	thanks	Спасибо
24.	NP	no problem	Нет проблем
25.	YW	You're welcome	Пожалуйста
26.	ROFL	Rolling On the Floor Laughing	Кататься по полу от смеха
27.	OMG	Oh, my God!	О, боже!
28.	BRB	Be right back	Нет времени объяснять, скоро

Продолжение таблицы А.1 – Сокращение социальных сетей

29.	RLY	Really	Действительно
31.	SY	See You	Увидимся!
32.	Pls	Please	Пожалуйста
33.	Ur	Your	Твой
34.	Smh/smb/smith	Somehere/somebody/something	Где-то/кто-то/что-то
35.	Tho	Though	Хоть