

ПОЛОЖИТЕЛЬНОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ НА РАЗВИТИЕ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА

Е.М. Караваяева

Московский государственный институт международных отношений (университет) МИД России,
119454, Россия, Москва, пр. Вернадского, 76.

Предметом настоящего исследования являются лингвистические особенности коммуникации в Интернете, которые позволяют сделать выводы о положительном воздействии социальных сетей на современный английский язык, а также об особенностях функционирования языковых единиц в условиях сетевого общения. Материалом для исследования послужили фрагменты текстов коммуникации в социальных сетях Facebook, Twitter и MySpace. В работе использованы описательный метод и контекстуальный анализ. Общение в социальных сетях вызвало появление целого ряда инновационных языковых явлений, многие из которых оказывают положительное воздействие на английский язык. К позитивным изменениям можно отнести содействие социальных сетей повышению уровня грамотности, создание лаконичного и доступного стиля письма и, конечно, существенное обогащение лексического запаса. Социальные сети напоминают нам о том, что изменения – это естественный и постоянный процесс.

Ключевые слова: социальные сети, изменения в английском языке, неологизмы, стили письма.

Феномен социальных сетей, активно развивающихся сегодня в интернет-пространстве и имеющих аудиторию в десятки миллионов человек каждая, во многом определяет то, каким образом получает информацию и как взаимодействует с другими людьми отдельный современный человек. Социальные сети – это сайты, позволяющие пользователям устанавливать социальные связи с другими людьми, объединяться по интересам в сообщества, вести личную беседу без использования «мессенджеров» (инструментов для переписки) и электронной почты. Существование социальных сетей существенно упрощает жизнь их пользователям, облегчая не только личное общение, но и процесс трудоустройства. Многие работодатели отбирают потенциальных работников при помощи социальных сетей. Также социальные сети позволяют узнавать новости и значимые события из жизни страны, города или конкретного пользователя в режиме реального времени [9]. Социальные сети прочно внедрились в жизнь современного общества, и это в свою очередь повлияло на становление культуры

общения в социальных сетях. Именно социальные сети считаются главной движущей силой, вызывающей изменения и сдвиги в современном английском языке. Широко распространено мнение, что влияние новых технологий на язык в большей степени отрицательное. Среди основных претензий называются чрезмерное использование аббревиатур, скудость лексического запаса, обилие орфографических и пунктуационных ошибок. В связи с этим значительно менее очевидным представляется положительное влияние инновационных языковых явлений. В данной статье мы рассмотрим некоторые позитивные изменения, происходящие в английском языке под воздействием социальных сетей. Актуальность исследования обусловлена тем, что в настоящее время в лингвистике и в преподавании иностранных языков наблюдается значительный интерес к интернет-коммуникации, вызванный необходимостью адекватно реагировать на сообщения в социальных сетях.

Научная новизна работы заключается в том, что впервые на материале англоязычных социальных сетей проанализирована специфика

использования языковых средств в интернет-коммуникации с позиции выявления положительных тенденций влияния социальных сетей на английский язык.

Английский литературный язык существует в устной и письменной формах. Каждая из них имеет свою специфику и отличается системой средств выражения, характером адресата и особенностями восприятия. Литературная речь представлена двумя разновидностями – разговорной и письменной речью. Письменная речь возникла и развивалась как специфическая форма отображения содержания устной речи (при помощи специально созданных для этого графических знаков), и на современном этапе общественно-исторического развития она превратилась в самостоятельный и во многом «самодостаточный» вид речевой деятельности человека [1]. Несмотря на это, письменная и устная речь теснейшим образом связаны между собой, и их единство также включает и существенные различия. Многоаспектные отношения письменной и устной речи являлись предметом исследования многих отечественных учёных [2; 11; 14]. Общение в социальных сетях имеет свою специфику по сравнению как с живым общением, так и с другими формами традиционного письменного общения. В отличие от последних интернет-коммуникация в социальных сетях имеет следующий ряд особенностей: спонтанность речи; ослабленная ориентация на норму; присутствие собеседника в момент общения; необходимость знания технического функционала конкретного ресурса; владение сетевым сленгом и знание особого сетевого этикета [12]. Принимая во внимание эти факторы, рассмотрим некоторые аспекты положительного воздействия социальных сетей на английский язык.

Как бы ни парадоксально это звучало, но социальные сети способствуют повышению уровня грамотности. Пользователи сетей *Facebook* и, в особенности, *Twitter* часто сами указывают на ошибки друг друга. Наличие аудитории и осознание того факта, что сообщение будет прочитано тысячами людей, заставляет автора быть более внимательным и перечитать то, что он собирается опубликовать. Высокая скорость, с которой распространяются сообщения, также является стимулом проверить написанный текст.

Очевидно, что английский язык меняется под воздействием интернет-общения: благодаря различному подходу пользователей к письменной и устной речи, а также к манере

общения язык становится более персонифицированным и индивидуальным. Социальные сети предоставляют прекрасную возможность улучшить свой стиль письма и привлечь этим аудиторию. Развитие блогов, сетей *Twitter* и *Facebook*, создают среду, способствующую постоянному совместному творчеству. Профессиональные журналисты могут преобразовывать индивидуальные твиты, посты и сообщения в полные формы – рассказы и интерактивные проекты. Социальные сети побуждают людей более эффективно и точно употреблять слова и выражения, заставляют пользователей создавать свой собственный онлайн-профиль, что имеет существенное значение как для создания личного онлайн-бренда, так и для языка в целом. Выражая своё отношение к содержанию и адресату речи, пользователи прибегают к экспрессивности, а именно к «совокупности определённых лексико-стилистических средств» [6, с. 591]. Современное виртуальное пространство социальных сетей является эмоционально насыщенным. Преследуя определённые цели в общении, пользователи стремятся сделать свою речь более яркой и выразительной. Для этого используются фонетические, лексические, морфологические и синтаксические единицы языка. Особое место здесь занимает языковая игра, словотворчество, как отражение творческого потенциала как отдельных пользователей, так и целых сообществ [8]. При этом интернет-пространство ввиду своей безграничной свободы и мобильности постоянно меняется, создавая новые возможности для реализации потребностей общения. Таким образом, благодаря стремлению пользователей полноценно общаться и быть правильно понятыми меняется и интернет-язык.

Социальные сети являются таким коммуникативным средством, которое ставит автора в определённые рамки с точки зрения объёма текста. Пользователи сетей *Twitter*, к примеру, адаптируют свою письменную речь к условиям общения в выбранном интернет-сообществе: ограничение сообщения в рамках 140 слов сообщения побуждает автора взвешивать каждое слово. В результате этого письменный язык становится более непринуждённым, лаконичным и доступным. Создание качественного короткого рассказа требует особого навыка, поэтому те журналисты и авторы, кому это удаётся, становятся популярными в сети и приобретают большое число поклонников.

Одной из самых заметных сфер влияния социальных сетей является лексика. Мы уже обращались к теме неологизмов в современном английском языке [7]. Носители языка не только создают и принимают новые языковые формы, но и популяризируют их. Так, акронимы *LOL* (laughing out loud), *OMG* (oh my God) и *YOLO* (you only live once) становятся частью других языков. Нет сомнения, что социальные медиа взяли человечество штурмом. Люди каждый день обсуждают информацию, новости и слухи, полученные из Интернета или социальных сетей. Актуальная лексика, возникающая в социальных сетях, отражает новые возможности, которые постоянно появляются у пользователей Интернета благодаря развитию информационных технологий. Вследствие этого слова, употребляемые в сетях, официально включаются в словари, например *Oxford English Dictionary* [16]. Это лишний раз подтверждает значимость сайтов *Facebook*, *Twitter* и им подобных в современном профессиональном и личном коммуникационном пространстве. Социальные сети настолько вошли в повседневную жизнь многих людей, что мы говорим о них, употребляя язык мультимедийных средств. Этим языком легко пользоваться, так как он точно описывает функции пользования веб-страницами. Чем чаще эти лексические единицы употребляются в устной речи, тем популярнее они становятся и, следовательно, регистрируются в словарях современного английского языка. Рассмотрим несколько наиболее ярких примеров. Сеть *Twitter* является одним из самых продуктивных источников неологизмов [10]. *Twitter* подарил английскому языку много новых слов и выражений: *a tweet* (твит) – текстовое сообщение в *Twitter timeline* (ленте друзей) для *Twitter followers* или *Tweeple/tweeps* (подписчиков *Twitter*); *twoosh* – сообщение, которое точно укладывается в 140 символов, а также *mistweets*, *retweets* и *dweets* – сообщения, которые посылаются нетрезвыми пользователями. Неологизмы, появившиеся благодаря этой социальной сети, становятся предметом многих современных исследований [10; 13]. Подобные выражения стали вполне привычными как для носителей языка, так и для всех, кто говорит на английском языке. Известный американский неолог Алан Меткальф выделяет пять факторов, которые позволяют лексической единице войти в словарный состав языка: 1. частотность употребления (frequency of use); 2. «ненавязчивость» (unobtrusiveness); 3. широкий спектр ситуаций и

большое количество людей, использующих новые слова (diversity of users and situations); 4. способность образовывать новые слова (generation of other forms and meanings); 5. «выживаемость» (endurance of the concept) [4]. Сайты, подобные *Wordnik* и *Urban Dictionary*, фиксируют неправильно написанные слова и выражения, например: *dunno* (*don't know*), *l8r* (*later*), *aight* (*alright*) как новые самостоятельные единицы. По мнению лексикографа Эрина Маккина, создателя сайта *Wordnik*, любой убедительно звучащий неологизм может со временем стать полноценной лексической единицей благодаря пользователям социальных сетей, которые включают его в свой вокабуляр [17]. Социальные сети не только расширили словарь новыми лексическими единицами, но и популяризировали конверсию как способ словообразования. Привычное существительное *friend* (друг) стало глаголом (стать другом в сети): *I friended you on Facebook* или *friend me*. Отдельного внимания заслуживают неологизмы с префиксом *un-*, которые в большом количестве возникают в Интернете. Одной из отличительных характеристик социальных сетей является возможность пользователям заявить о своей позиции. Если вы меняете своё мнение, то сообщаете об этом словом *undo*. Для того чтобы исключить кого-либо из списка интернет-друзей, нужно с ними «раздружиться», т.е. *unfriend* или *defriend smb*. Префиксы *de-* и *un-* функционируют как реверсивные префиксы, указывающие на аннулирование действия, выраженного основой. Именно пользователи социальных сетей, в первую очередь, таких как *My Space* и *Friendster*, а затем и *Facebook* стали использовать эти новые глаголы, вошедшие и в повседневную жизнь. Яркими примерами могут служить глагол *unlike* (отметить как неприятное), возникший как антоним глаголу *like* (отметить как понравившееся) в сети *Facebook* и глагол *unfollow* (удалить кого-либо из списка тех, чьи комментарии в сети *Twitter* вы читаете). У глагола *friend* появилось ещё одно смежное значение – отметить что-либо как предпочтительное, приятное, например, фотографию или видеоролик. Более привычным является употребление слова *favourite* в этом значении. Если пользователь отметил что-то как *favourite* (классное), со временем он может изменить своё мнение на противоположное, используя слово *unfavourite*. Новостной социальный сайт *Digg*, контент которого создаётся и оценивается пользователями, создал свои собственные глаголы. Например,

если вам нравится предложенный материал, то вы можете это оценить – *digg*, если вы хотите выразить негативное отношение, то используете глагол *undigg*.

Слова и сочетания, созданные на основе названия компаний или технологий, такие как *to google*, *to tweet*, или *to instagram* представляют собой отличные примеры того, как социальные сети могут пойти на пользу языку. Примечательно, что именно эти лексические единицы быстро становятся частью повседневного языка и используются людьми разных возрастов и социального положения. К примеру, герцог Эдинбургский, супруг королевы Елизаветы Второй, признаётся, что является ‘*a great googler*’ (страстным поклонником поисковика *Google*) и любит *googling* (искать информацию с помощью *Google*) [15, с. 487] Социальные сети представляют собой незаменимый ресурс для изучающих английский язык, а также для преподавателей и лингвистов, поскольку их пользователи наиболее оперативно реагируют на все изменения в языке и отражают их в своих сообщениях.

Среди плюсов влияния социальных сетей на развитие языка можно отметить и напоминание о том, что изменения – это естественный и постоянный процесс. Подобно Сократу, который задавался вопросом, не приведёт ли создание письменной речи к забывчивости людей, сегодня общество волнует степень влияния цифровых средств информации на наше сознание. Язык постоянно развивается, и технологии – естественная составляющая этого развития. В некотором роде технологии позволили нам завершить полный круг: появление письма и уход от устной культуры изменили мир, но сейчас, по мнению некоторых исследователей, мы движемся к пост-печатной эре, поскольку социальные сети вновь приближают нас к культуре устной речи [17].

Легко заявить, что социальные сети портят устную и письменную речь, но, вероятно, вместо того чтобы концентрироваться на негативных аспектах, стоит изучать инновационные языковые явления.

Список литературы

1. Александрова О. В. Соотношение устной и письменной речи и язык СМИ // Язык средств массовой информации / Под ред. М. Н. Володиной. М.: Академический проект; Альма Матер, 2008. С. 337–348.
2. Ананьев Б. Г. К теории внутренней речи в психологии // Психология чувственного познания. – М.: Изд-во АПН РСФСР, 1960. С. 348–369.
3. Брызгунова Е. А. Связь внутренних законов языка с нормой устной и письменной речи // Язык средств массовой информации / Под ред. М. Н. Володиной. М.: Академический проект; Альма Матер, 2008. С. 329–336.
4. Вахрамова Е.Н., Кузнецова Н.В. К вопросу о лингвистических перспективах неологизмов компьютерной среды // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. 2009. № 6. С. 270–275.
5. Горощко Е. И. Современная интернет-коммуникация: структура и основные параметры // Интернет-коммуникация как новая речевая формация: коллективная монография / науч. ред. Т. Н. Колокольцева, О. В. Лутовинова. М.: Флинта: Наука, 2012. 328 с.
6. Гридин В. Н. Экспрессивность // Лингвистический энциклопедический словарь. М.: Советская энциклопедия, 1990. 5987 с.
7. Караваева Е.М. Своеобразие молодёжного сленга в современном английском языке // Филологические науки в МГИМО. №56 (71) 2014. С. 225–233.
8. Колокольцева Т. Н. Интернет-коммуникация как зеркало основных тенденций развития и функционирования русского языка // Грани познания. № 4 (14). Волгоград, 2011. С.13–17.
9. Культура общения в Сети. Устраивает ли она нас?// Информационная служба Day. Az [Электронный ресурс.] Режим доступа: <http://news.day.az/society/46300/htm>. Дата обращения 28 января 2017 г.
10. Крылова В.С., Будник Е.А. Образование неологизмов английского языка в социальной сети Twitter// Приоритетные научные направления: от теории к практике. 2014. №11. С. 143–148.
11. Левина Р. Е. Нарушения письма у детей с недоразвитием речи. М., 1961.
12. Матусевич А. А. Общение в социальных сетях: прагматический, коммуникативный, лингвистический аспекты характеристики. 2016. 190с. [Электронный ресурс.] Режим доступа: <http://diss.unn.ru/files/2016/670/diss-Matusevich-670.pdf>. Дата обращения 28 января 2017 г.
13. Обухова О. В. Тематическая дистрибуция неологизмов в современном английском языке // Молодой учёный. 2011. №1. С. 143–148.
14. Цветкова Л. С. Нейропсихологическая реабилитация больных. Речь и интеллектуальная деятельность. М.: Издательство Московского университета, 1985.
15. Smith S. B. Elizabeth the Queen// Penguin books 2012, 663 p.
16. Oxford Dictionary [Электронный ресурс.] Режим доступа: <http://en.oxforddictionaries.com>. Дата обращения 28 января 2017 г.

17. 5 ways that social media benefits writing and language. [Электронный ресурс.] – Режим доступа: <http://www.poynter.org/>
Дата обращения 28 января 2017 г.

Сведения об авторе:

Караваева Екатерина Михайловна – кандидат филологических наук (специальность 10.01.03 – литература народов стран зарубежья (литература народов Европы и Америки), доцент кафедры английского языка №2, МГИМО (Россия, Москва). E-mail: gazoprovod-24@yandex.ru.

HOW SOCIAL MEDIA BENEFITS THE ENGLISH LANGUAGE

E. M. Karavaeva

Moscow State Institute of International Relations (University),
76, Prospect Vernadskogo, Moscow, 119454, Russia.

The Abstract: *The new technologies have changed the way people communicate. Text messaging and social media have played down the English language with their abbreviations, hashtags, and cutting down phrases to only letters. But these changes are not always negative. In certain ways these new technologies have also strengthened the English language. Social media increases our awareness of mistakes and helps us prevent them, highlights the value of short storytelling, and helps us differentiate as writers. All in all, social media reminds people that change is constant.*

Key Words: *social media, language changes, new Internet words, styles of writing.*

References

1. Aleksandrova O.V. Sootnoshenie ustnoi i pismennoi rechi i yazyk SMI [Correlation between oral and written speech and the language of Mass Media] // Yazyk sredstv massovoi informatsii/ Pod.red. M.N. Volodinoi. M.: Akademicheskii proekt; Alma Mater, 2008. – P. 337–348.
2. Ananyev B.G. K teorii vnutrennei rechi v psikhologii [Psychology of inner speech] // Psikhologia chuvstvennogo poznania – M.: Izdatelstvo APN RSFSR, 1960.
3. Bryzgunova E.A. Svyaz vnutrennikh zakonov yazyka s normoi ustnoi i pismennoi rechi [Correlation between inner laws of the language and its norms] // Yazyk sredstv massovoi informatsii/ Pod.red. M.N. Volodinoi. M.: Akademicheskii proekt; Alma Mater, 2008. – P.329–336.
4. Vahramova E.N., Kuznetsova N.V. K voprosu o lingvisticheskikh perspektivakh neologizmov kompurennoi sredy [Linguistic prospects for new words in computing] // Vestnik Nizhegorodskogo universiteta im. N.I. Lobachevskogo. – 2009. – № 6. – P. 270–275.
5. Goroshko E.I. Sovremennaya internet-kommunikatsia: struktura i osnovnye parametry [Modern Internet communication: structure and parametres] // Internet-kommunikatsia kak novaya rechevaya formatsia: kollektivnaya monographia / nauch. red. T. N. Kolokoltyseva, O. V. Lutovinova. – M.: Flinta: Nauka, 2012. – 328 p.
6. Gridin V.N. Expressivnost [Expressiveness] // Lingvisticheskii entsiklopedicheskii slovar – M.: Sovetskaya entsiklopedia , 1990.
7. Karavaeva E.M. Svoeobrazie molodiozhnogo slanga v sovremennom angliiskom yazyke [Major features of modern English teenage language] // - Philologicheskie nauki v MGIMO – Philology in MGIMO. №56(71) 2014, P. 225 – 233.
8. T. N. Kolokoltyseva T. N. Internet-kommunikatsia kak zerkalo osnovnykh tendentsii razvitiia i funktsionirovaniia russkogo yazyka [Internet communication as reflection of new tendencies of the development of the Russian language] // Grani poznania. – № 4 (14). – Volgograd , 2011.
9. Kultura obschenia v seti. Ustraivaet li ona nas? [Does social networking culture suit us?] // Informatsionnaya sluzhba Day. Az [Electronic resourse.] <http://news.day.az/society/46300/htm>. (Accessed 28 January 2017).
10. Krylova V.S., Budnik E.A. Obrazovanie neologizmov angliiskogo yazyka v sotsialnoi seti Twitter [Making new words in Twitter] // Prioritetnye nauchnye napravleniia: ot teorii k praktike. – 2014. - №11. – P. 143–148.
11. Levina R.E. Narusheniia pisma u detei s nedorazvitiem rechi [Written speech dysfuctions] . – M., 1961.
12. Matushevich A.A. Obschenie v sotsialnykh setyakh: pragmatichesky aspekty kharakteristikii, kommunikativnyi, lingvisticheskiy [Social media communication: pragmatic, communicative and linguistic aspects] – 2016. – 190p. [Electronnyi resurs.] – rezhim dostupa: <http://diss.unn.ru>. (Accessed 28 January 2017).
13. Obukhova O.V. Tematicheskaya distributsia neologizmov v sovremennom angliiskom yazyke [Thematic distribution of new words in modern English] // Molodoi uchenyi. – 2011. – №1. – P. 143–148.

14. Tsvetkova L.S. Neiropsikhologicheskaya reabilitatsia bolnykh. Rech i intellektualnyaya deyatel'nost [Rehabilitation: speech and intellectual activity] – M.: Izdatel'stvo Moskovskogo universiteta, 1985.
15. Sally Bedell Smith. Elizabeth the Queen// Penguin books – 2012, 663p.
16. [Электронный ресурс]: <http://en.oxforddictionaries.com> (accessed 28 January 2017).
17. [Электронный ресурс]: <http://www.poynter.org/> 5 ways that social media benefits writing and language (accessed 28 January 2017).

About the author:

Karavaeva Ekaterina M. – PhD (Foreign Literature), Associate Professor, MGIMO University (Russia, Moscow).
E-mail: gazoprovod-24@yandex.ru.

* * *