

DOI: <https://doi.org/10.18454/RULB.2023.43.31>

РОЛЬ СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА В ТРАНСФОРМАЦИИ ЯЗЫКА

Научная статья

Черниченко Е.Н.^{1,*}¹ORCID : 0000-0002-2734-7149;¹Академия медиаиндустрии, Москва, Российская Федерация

* Корреспондирующий автор (chen_elena[at]mail.ru)

Аннотация

Статья посвящена комплексному анализу роли социальных медиа в изменении современного языка. Рассмотрены факторы организации коммуникативного пространства, форсирующих смену устоявшихся норм коммуникации и, как следствие, влияющих на использование языка в парадигме сетевого общения, что влияет на изменения в языке в целом. Наиболее отличительной чертой языка социальных медиа является стирание границ между письменной и устной речью. Сегодня существуют серьезные основания для выделения особого языкового стиля – социальных медиа.

Из-за новизны и масштабности явления взаимодействия языка и медиа появляются изыскания, посвященные данной проблеме. Кроме сугубо констатационно-описательных работ, привлекают внимание те, которые анализируют данное явление в синхронном и диахронном измерениях. Анализ и дальнейшие перспективы во многом тревожны, так как текущее состояние проблемы указывает на рост неграмотности под влиянием пропагандируемого, крайне упрощенного отношения пользователей к нормам литературной речи и преобладание ненормативных черт, характерных для разговорной речи. В статье представлены результаты анализа общих тенденций влияния медиа на язык, выделены специфические изменения языка на конкретных структурных уровнях; намечены перспективы и дана научная оценка имеющимся процессам экспансивного влияния социальных медиа на язык.

Ключевые слова: социальные медиа, языковые уровни, развитие языка, языковые нормы, виртуальное общение.

THE ROLE OF SOCIAL MEDIA IN THE TRANSFORMATION OF LANGUAGE

Research article

Chernichenko E.N.^{1,*}¹ORCID : 0000-0002-2734-7149;¹Media Industry Academy, Moscow, Russian Federation

* Corresponding author (chen_elena[at]mail.ru)

Abstract

The article is dedicated to a comprehensive analysis of the role of social media in changing the modern language. The factors of the organization of communicative space, forcing a change in the established norms of communication and, as a consequence, influencing the use of language in the paradigm of network communication, which affects the changes in the language as a whole, are examined. The most distinctive feature of social media language is the erasure of boundaries between written and spoken language. Nowadays, there are good reasons to distinguish a special language style – social media.

Due to the novelty and magnitude of the phenomenon of language and media interaction, studies dedicated to the problem are emerging. In addition to purely narrative and descriptive works, those that analyse this phenomenon in synchronic and diachronic dimensions have attracted attention. The analysis and further perspectives are rather alarming, as the current state of the problem points to the growth of illiteracy under the influence of the propagated, highly simplistic attitude to the standards of literary speech and the predominance of non-normative features, characteristic for colloquial speech. The work presents the results of the analysis of general tendencies of media influence on language, identifies specific changes in language on specific structural levels, outlines the prospects and provides a scientific evaluation of the existing processes of expansive influence of social media on language.

Keywords: social media, language levels, language development, language norms, virtual communication.

Введение

За последние десятилетия роль Интернета в жизни человека стала незаменимой. Интервенция интернет-пространства приобрела тотальный характер, особенно с появлением социальных медиа, которые оказали существенное влияние на разные сферы быта индивида и коренным образом изменили систему межличностной коммуникации, а особенно язык, которым пользуются для установления и ведения контакта в среде социальных медиа. Необходимо отметить, влияние сетевого окружения на язык как фундамент коммуникации. Сфера исследования языковых трансформаций в парадигме коммуникации в социальных медиа и их непосредственное влияние на структурные элементы языка как такового является одним из перспективных направлений лингвистических исследований, как и дисциплин, находящихся на пересечении языкознания со смежными науками. Ученые считают, что дифференциальный языковой анализ социальных медиа – это уникальный метод ненавязчивого, а потому максимально достоверного, постижения социальных и психологических характеристик ежедневного речевого поведения людей [11].

Можно с уверенностью сказать, что еще никогда речь не развивалась столь динамично. Стиль общения в социальных медиа имеет все шансы оформиться в полноценный новый языковой стиль. Коммуникативные характеристики социальных медиа настолько трансформируют письменную речь, что приходится рассматривать ее как новую форму писательской деятельности [9].

Традиционно давалось четкое различие письменной и устной речи. Однако спонтанный и неофициальный стиль письма во многих социальных медиа, сопоставляется с чертами устной речи, имеющий письменную форму, свидетельствует о традиционных различиях между формами и функциями языка [5]. По нашему мнению, квалификация стиля общения как отдельного, неизбежна, так как гораздо корректнее теоретизировать и систематизировать стилистические черты коммуникации в социальных медиа, чем бесконечно перечислять особенности, которые его отличают на фоне «канонизированных» речевых стилей. Впрочем, ни один из языковых стилей не вступает в такое устойчивое взаимодействие с другими стилями речи и не оказывает на них прямого и спонтанного влияния, как стиль социальных медиа.

Цель статьи – проанализировать спектр трансформационного воздействия коммуникационных факторов социальных медиа на язык как систему и, отсюда, роль социальных медиа в изменении языков в целом. То есть цель исследования состоит не только в том, чтобы констатировать, трансформацию речи в социальных медиа как в относительно замкнутом континууме, но и охарактеризовать, каким образом от этого меняется речь на всех функциональных и структурных уровнях.

В ходе исследования были использованы такие научные методы, как наблюдение, сравнение, сопоставление, анализ, синтез, обобщение.

Основные результаты

За последние несколько лет появились научные труды, комплексно или аспектно анализирующие влияние социальных медиа на жизнь человека. А. Гердадден и М. Марелли считают интернет-пространство источником отображения и функционирования языка, которое является наиболее близким к бытовому. Кроме того, специальные цифровые вычислительные методы значительно упрощают сбор и анализ информации, которая может быть полезна для исследований языка в Интернете и социальных медиа (по крайней мере той, которая находится в открытом доступе, а не в частных сообщениях пользователей). Особенно отмечена в работе роль юзабилити социальных медиа для сбора и обработки информации о частоте использования лексических единиц в языковом взаимодействии [5]. Специфика речи в социальных сетях такова, что отражает спонтанные высказывания говорящих (без скриптов, редактирования или любой искусственности). Кроме того, благодаря своей популярности социальные медиа представляют постоянно увеличивающееся количество языковых данных на разных языках, продуцируемых огромным количеством участников. Это позволяет отслеживать интерлингвальные связи, приходиться к выводам в индуктивном и дедуктивном порядке, делать обобщение глобального и локального планов. То есть использовать языковой материал наиболее удобным и наиболее релевантной цели исследования. Крайне интересен язык социальных медиа и с той точки зрения, что здесь очень тесно взаимодействуют индивиды (пользователи / потенциальные клиенты) и бренды. Заслуживает внимания труд С. Кават и К. Патил, который привлекает в поле научного внимания вопросы социолингвистики и лингвopsихологии, исследуя проблему использования оскорбительной лексики во время общения в социальных медиа. Исследователи делают вывод, что 38% пользователей социальных сетей используют грязное слово во время текстового общения [7]. Такие показатели отчетливо говорят о негативной тенденции в современной жизни, особенно если брать во внимание, что большинство пользователей социальных медиа – люди молодого и среднего возраста.

Кроме лингвистической точки зрения, это еще и тревожный сигнал относительно комплексного формирования мировоззрения современного человека, нарастания настроений агрессии, социопатии и т.д.

Следует отметить статью Е. Ю. Викторовой [1], которая посвящена проблеме изучения явления лингвистического творчества в контексте коммуникации в социальных сетях. Предпринимается попытка дать определение таким понятиям, как «креативность» и «лингвокреативность» в парадигме социальных медиа, а также выяснить, каким образом и в каких контекстах чаще всего реализуется лингвокреативный потенциал говорящих-пользователей. Пользовательские неологизмы, преимущественно объединены политической тематикой и служат для выражения определенных авторских интенций: дать оценку, выразить отношение, выяснить роль и место того или иного явления, события или личности, жизни государства. Структура новообразований включает компоненты, благодаря которым происходит реализация оценочности, эмоциональности или экспрессии в речи. Поскольку любой текст, опубликованный в сети для открытого доступа, читается немалым, а порой действительно огромным кругом других пользователей сети, выводом является то, что лексика, использованная в посте или комментарии, особенно та, которая была применена «точно», набирает популярность и быстро распространяется другими пользователями. Таким образом, новообразования или другие трендовые языковые элементы очень быстро начинают доминировать в сети и вне нее, производя прямое влияние на язык, следовательно, изменяя его.

Обсуждение

Общие предпосылки и тенденции влияния социальных медиа на язык. Кроме конкретных примеров на всех структурно-функциональных уровнях языка, ставшие результатом влияния социальных медиа на язык, существуют общие предпосылки таких воздействий (форсирующих проникновение стиливых черт сетевой коммуникации в другие сферы бытования языка), а также тенденции, т.е. стержневые линии взаимодействия языка соцсетей и языка в целом (в его разговорном и литературном варианте).

Носителя языка в возрасте от 15 до 25 лет, ежедневно общающиеся в социальных сетях, используют 80% лексики, возникшей и бытующей в сети. Это все создает уникальную динамику в языковом развитии. Негативно то, что, при

анализе различных социальных сетей был обнаружен ряд отклонений от языковой нормы, причем они наблюдались на всех уровнях языка.

Дж. Андроутсопуолс [2] выделяет тяготение языка социальных сетей к разговорному стилю, что уже приводит к гибридизации, стиранию различий между письменным языком (который до сих пор квалифицировался как нормативный) и разговорным (для которого приемлемы такие особенности, которые часто не могут быть допустимы или нежелательны в литературно-письменном варианте речи). По мнению исследователя, все это свидетельствует о новых режимах использования языка, которые отмечаются: масштабизацией публичности, письменным характером; диверсификацией старых и новых народных образов; расширением письменных языковых комбинаций и сопутствующей плюрализацией письменных языковых норм.

Социальные медиа являются способом организации межлических контактов, минимально зависимых от времени и пространства. Для них характерно отсутствие четкой структуры. Каждый участник социальной сети является создателем собственного дискурса и соавтором общей интернет-среды. Пренебрежение или коренная трансформация традиционного понимания проксемических основ организации коммуникативного процесса в условиях сетевого общения существенно влияет на уклад речевого процесса и используемые во время коммуникации, языковые и экстралингвальные средства. Невербальный язык в социальных медиа, заменяется на своеобразный язык жестов, который реализуется через поведение с использованием соответствующих функций интерфейса.

Другим важным фактором влияния социальных медиа на язык является то, что языковая деятельность в сети проявляется в форме спонтанного письма, что не только дает повод для лингвистических размышлений, но и развивает нормы письменного чатобразного стиля, являющегося относительно новой практикой использования языка. Одним из ключевых факторов влияния на язык через социальные медиа является английский язык. На это обращают внимание, в частности, М. Кристисон и Д. Мюррей [3]. Около 80% всех пользователей социальных медиа общаются на английском, а это означает, стремительный рост англоязычных пользователей, для которых он не является родным, что так же провоцирует тенденции в развитии языка. С одной стороны это, подчеркивает А. Ланц-Андерсон, побуждает к изучению английского, а социальные медиа в целом создают крайне благоприятные условия для овладения английским как вторым языком [9]. К тому же не книжного его варианта, а «живого» [8].

Специфические черты языковых трансформаций под влиянием социальных медиа оказывают влияние на язык фактически на всех структурно-функциональных уровнях. Можно утверждать, что социальная сеть как жанр Интернет-коммуникации обладает определенной тематикой, коммуникативными целями, стилистическими особенностями, а выражение устной речи с помощью письма проявляется на всех уровнях структурной организации этого жанра: фонетическом, грамматическом, лексическом, синтаксическом и графическом.

Главными лексическими видоизменениями языка под влиянием социальных медиа являются тенденция к англоязычным заимствованиям, редуцирование слов, аббревиация / акронимия, неологизмы, расширение значения слова и т.д. Подчеркнем, что на лексическом уровне воздействий употребления эмотивных возгласов, повторов, звукоподражания, эмотиконов, пропуск лексем, использование эмоционально маркированных слов и стилистически пониженной лексики: сленгизмов, коллоквиализмов и вульгаризмов. Что касается распространения сленга, то наиболее популярными среди сленговых выражений в социальных медиа, так же являются иноязычные заимствования: юзер – «пользователь», онлайн – «пользователь в сети», контент – «наполнение, содержание» и т.д.

А. Джайкис считает, что в настоящее время технология превратила слова, которые мы используем, в сокращения и аббревиатуры. «OMG» и «LOL» – это широко используемые аббревиатуры, экономящие время на написание сообщения. Лексический состав языка благодаря влиянию социальных медиа тоже испытывает существенное развитие. Так, Оксфордский словарь английского языка ежегодно расширяется с целью включения в содержание новейших общеупотребительных в обществе слов [6].

Из орфографических особенностей можно выделить общую тенденцию к снижению грамотности письма, отклонению от орфографических норм литературного языка.

Из-за невозможности использования экстралингвальных средств используют прописные буквы для обозначения ударений в словах.

На морфолого-синтаксическом уровне язык социальных медиа также имеет свои особенности. Дж. Рид отвечает на всеобщую обеспокоенность ведущих лингвистов тотальным влиянием социальных медиа, пропагандирующих свободное, упрощенное общение. Язык становится все менее нормированным → это переходит и на другие сферы использования языка → возрастает неграмотность. По его мнению, социальные медиа – идеальная площадка для быстрых перемен в языке, который, как никакая другая лингвистическая платформа, обеспечивает пространство для экспериментирования, развития и «взрывания» традиционных устоев языка [10]. Прослеживается тенденция к аграмматизму. Важным элементом синтаксиса социальных сетей называет хештег – кликабельное ключевое слово, которое начинается с «#» и используется для категоризации социальной сети.

Заключение

Итак, социальные медиа, заполнив жизнь человека, коренным образом изменили стиль, частоту, периодичность, способ коммуникации между индивидами. Существенно влияют на самые разные сферы поведения современной личности. С одной стороны, сегодня социальные медиа форсируют беспрецедентное стремительное развитие речи, ее изменения на всех структурно-функциональных уровнях. Кроме того, наряду с рядом положительных последствий функционирование социальных медиа, можно выделить и отрицательные. В частности, они губительно влияют на язык в целом и языковое сознание пользователей.

С тревогой говорим о хештегировании. Хештеги зачастую являются тавтологией или неправильными с точки зрения речи. В то же время, такие фразы и заметки надолго остаются в памяти и используются в повседневном общении. Таким образом, социальные медиа, несмотря на внешнюю ненавязчивость, бросают вызов языкам.

Конфликт интересов

Не указан.

Рецензия

Все статьи проходят рецензирование. Но рецензент или автор статьи предпочли не публиковать рецензию к этой статье в открытом доступе. Рецензия может быть предоставлена компетентным органам по запросу.

Conflict of Interest

None declared.

Review

All articles are peer-reviewed. But the reviewer or the author of the article chose not to publish a review of this article in the public domain. The review can be provided to the competent authorities upon request.

Список литературы / References

1. Викторова Е. Ю. Лингвокреативный потенциал интернет-коммуникации (на материале жанра социальных сетей) / Е. Ю. Викторова // Жанры речи. — 2018. — №4 (20). — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/lingvokreativnyy-potentsial-internet-kommunikatsii-na-materiale-zhanra-sotsialnyh-setey> (дата обращения: 24.05.2023).
2. Androusoopoulos J. Moments of Sharing: Entextualization and Linguistic Repertoires in Social Networking / J. Androusoopoulos // Journal of Pragmatics. — 73(4). — 2014. — p. 4-18.
3. Christison M. What English Language Teachers Need to Know / M. Christison & D. Murray: Vol 3. — New York: Routledge: Designing Curriculum, 2014
4. Davies S. How Has Social Media Changed Language? / S. Davies. — 2016. — URL: <https://socialnomics.net/2016/10/27/how-has-social-media-changed-language/> (accessed: 30.05.2023)
5. Herdağdelen A. Social Media and Language Processing: How Facebook and Twitter Provide the Best Frequency Estimates for Studying Word Recognition / A. Herdağdelen, M. Marelli // Cogn Sci, 41. — 2017. — p. 976–995.
6. Jakic A. The Impact of Language Style Accommodation during Social Media Interactions on Brand Trust / A. Jakic, M. Wagner, A. Meyer // Journal of Service Management, 28(3). — 2017. — p. 418-441.
7. Kawate S. Analysis of Foul Language Usage in Social Media Text Conversation / S. Kawate, K. Patil // Int. J. of Social Media and Interactive Learning Environments. — 5(3). — 2017
8. Kern R. Technology as Pharmakon: The Promise and Perils of the Internet for Foreign Language Education / R. Kern // The Modern Language Journal, 98(1). — 2014.— p. 340–357.
9. Lantz-Andersson A. Language Play in a Second Language: Social Media as Contexts for Emerging Sociopragmatic Competence / A. Lantz-Andersson // Educ Inf Technol. — 2017. — DOI: 10.1007/s10639-017-9631-0.
10. Reed J. How Social Media is Changing Language / J. Reed. — 2014. —URL: <https://blog.oxforddictionaries.com/2014/06/18/social-media-changing-language/> (accessed: 30.05.2023)
11. Schwartz H. Personality, Gender, and Age in the Language of Social Media: The Open-Vocabulary Approach / H. Schwartz, J. Eichstaedt, M.L. Kern [et al.] // PLoS ONE 8(9). — 2013. — p. 73-91.

Список литературы на английском языке / References in English

1. Viktorova E. YU. Lingvokreativnyj potencial internet-kommunikacii (na materiale zhanra social'nyh setej) [Linguocreative Potential of Internet Communication (based on the material of the genre of social networks)] / E. YU. Viktorova // ZHanyr rechi [Genres of Speech]. — 2018. — №4 (20). — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/lingvokreativnyy-potentsial-internet-kommunikatsii-na-materiale-zhanra-sotsialnyh-setey> (accessed: 24.05.2023) [in Russian].
2. Androusoopoulos J. Moments of Sharing: Entextualization and Linguistic Repertoires in Social Networking / J. Androusoopoulos // Journal of Pragmatics. — 73(4). — 2014. — p. 4-18.
3. Christison M. What English Language Teachers Need to Know / M. Christison & D. Murray: Vol 3. — New York: Routledge: Designing Curriculum, 2014
4. Davies S. How Has Social Media Changed Language? / S. Davies. — 2016. — URL: <https://socialnomics.net/2016/10/27/how-has-social-media-changed-language/> (accessed: 30.05.2023)
5. Herdağdelen A. Social Media and Language Processing: How Facebook and Twitter Provide the Best Frequency Estimates for Studying Word Recognition / A. Herdağdelen, M. Marelli // Cogn Sci, 41. — 2017. — p. 976–995.
6. Jakic A. The Impact of Language Style Accommodation during Social Media Interactions on Brand Trust / A. Jakic, M. Wagner, A. Meyer // Journal of Service Management, 28(3). — 2017. — p. 418-441.
7. Kawate S. Analysis of Foul Language Usage in Social Media Text Conversation / S. Kawate, K. Patil // Int. J. of Social Media and Interactive Learning Environments. — 5(3). — 2017
8. Kern R. Technology as Pharmakon: The Promise and Perils of the Internet for Foreign Language Education / R. Kern // The Modern Language Journal, 98(1). — 2014.— p. 340–357.
9. Lantz-Andersson A. Language Play in a Second Language: Social Media as Contexts for Emerging Sociopragmatic Competence / A. Lantz-Andersson // Educ Inf Technol. — 2017. — DOI: 10.1007/s10639-017-9631-0.
10. Reed J. How Social Media is Changing Language / J. Reed. — 2014. —URL: <https://blog.oxforddictionaries.com/2014/06/18/social-media-changing-language/> (accessed: 30.05.2023)
11. Schwartz H. Personality, Gender, and Age in the Language of Social Media: The Open-Vocabulary Approach / H. Schwartz, J. Eichstaedt, M.L. Kern [et al.] // PLoS ONE 8(9). — 2013. — p. 73-91.