Айаал Сергеевич ПОПОВ

ЛЕКСИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ЯПОНСКИХ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ (НА МАТЕРИАЛЕ ПУБЛИКАЦИЙ В FACEBOOK)

В статье исследуются японские социальные сети на материале публикаций в Facebook с точки зрения их лексической специфики. Автор выявляет использование в японских социальных сетях неологизмов, заимствованной лексики, сленга. Теоретическая основа исследования посвящена понятию «дискурс» и социальным сетям как одному из жанров Интернет – дискурса. Материалом исследования послужили публикации в социальной сети Facebook.

Ключевые слова: *дискурс, интернет, языковые особенности, социальные сети, Facebook.*

Ayaal S. POPOV

THE LEXICAL FEATURES OF THE JAPANESE SOCIAL NETWORKS (ON THE MATERIALS OF PUBLICATION ON FACEBOOK)

The article explores Japanese social networks on the materials of publication on Facebook from the view of their lexical specificity. The author reveals the use of neologisms, borrowed vocabulary, slang in Japanese social networks. The theoretical basis of the research is devoted to the concept of «discourse» and social networks as one of the genres of the Internet discourse. The study material served published in social network Facebook.

Key words: *discourse, internet, language features, social networks, Facebook.*

На сегодняшний день значительная часть общения человека происходит посредством электронной коммуникации: через Интернет, - т.к. он обладает большой скоростью передачи информации, доступностью, интерактивностью и возможностью коммуницировать в режиме реального времени.

Интерес к общению в Интернете, а именно к японским социальным сетям в первую очередь вызван большим количеством его пользователей: так по данным Internet World Stats (2018) на крупнейшую социальную сеть в мире Facebook зарегистрировано свыше 71 млн. японцев. Во-вторых, лексика, используемая в японских социальных сетях, входит в активный обиход других языков, так как данные платформы являются международными, что предполагает возможность общения носителей разных языков и культур.

При выявлении лексических особенностей нужно отталкиваться от понятия Интернет – дискурс, жанром которого, собственно, является социальная сеть.

Дискурс в общем понимании представляет собой речь, процесс языковой деятельности. Термин «дискурс» в научный оборот был

введен бельгийским исследователем Э. Бюиссансом. В своей работе «Язык и дискурс» автор понимает «дискурс» как механизм перевода языка как знаковой системы (Загуройко, 2012: 57).

Согласно мнению нидерландского лингвиста Т. ван Дейка, «дискурс» является ключевой составляющей социокультурного взаимодействия, которая учитывает речевую деятельность и социальные факторы, чертами которого выступают интересы, цели, стили, этнический статус. Подобной позиции также придерживаются психологи Р. Харре и Г. Жиллет (Толпыгина, 2002: 79).

Доктор филологических наук Н. Д. Арутюнова определяет дискурс как текст в совокупности с экстралингвистическими, прагматическими и другими факторами, т.е. дискурс – это речь, погруженная в жизнь. Данная связь может пониматься в нескольких отношениях: как связь дискурса с коммуникацией, т.е. с реальным общением; как связь типов дискурса с определенной деятельностью людей; как описание отдельно взятого дискурса (политического, научного, философского и т.д.). (Кубрякова, 2000: 9). Данное определение российского лингвиста наиболее подходит для определения современного состояния дискурса с позиции лингвистики.

В современном коммуникационном пространстве общение между людьми все больше происходит посредством электронной коммуникации, в котором участвуют человек, компьютер и Интернет. Данная коммуникация в лингвистике рассматривается в рамках Интернет–дискурса.

Российские исследователи О.В. Лутовинова и Н.А. Ахренова понимают интернет–дискурс как общение в глобальной сети и процесс создания текста в совокупности с прагматическими, социокультурными, психологическими факторами, целенаправленное социальное действие, включающее взаимодействие людей (Ульянова, 2011: 350).

Интернет–дискурс находит себе место в чатах, блогах, микроблогах, форумах, сообщениях и публикациях в социальных сетях и в комментариях к ним.

Интернет–дискурсу характерно слияние устной и письменной речи, т.е. в нем сочетаются печатный текст и интонация устной речи. Эмоциональная составляющая текста дополнятся благодаря идентификаторам эмоций – эмодзи, и определенному порядку знаков препинания.

Основными признаками Интернет–дискурса являются:

- виртуальность коммуникации, что предполагает имитацию реального общения с помощью компьютерных устройств, подключенных к сети Интернет;

- гипертекстуальное пространство, т.е. наличие в тексте ссылок и мультимедиа (Ульянова, 2011: 351).

Интернет–дискурс обладает разнообразием жанров. Английский лингвист Д. Кристалл выделяет пять жанров (ситуаций использования) Интернет–дискурса: электронная почта, синхронные и асинхронные чаты, виртуальные миры, Веб-тексты (электронные тексты с гипер - и линейной структурой) (Трепак, 2014: 2). Отечественные исследователи Е.И. Горошко, Е.А. Жигалина выделяют такие жанры Интернет–дискурса как: сайт, блог, электронная библиотека и социальная сеть. (Ульянова, 2014: 107).

Современные социальные сети используют методику проектирования систем Web 2.0, особенностью которого является активное участие пользователей к наполнению информационного материала. Данная система позволяет каждому отдельно взятому пользователю обладать своим личным пространством, которое может наполняться информацией, включая медиа (информация в фото, аудио и видео формате).

Пользователи социальных сетей имеют широкий спектр возможностей для коммуникации: общение через личные сообщения между двумя и более пользователями; общение через публичные записи «на стене»; общение в рамках определенных сообществ и групп.

Характерной особенностью коммуникации в социальной сети является ограниченность символов для публикации или отправки сообщения. Наиболее ярким примером этого является Twitter, размер сообщений которого ограничивается 280 символами. Данная особенность предполагает использование в целях экономии синтаксических и лексических сокращений и аббревиатур, также использование малого количества знаков препинания.

Еще одной особенностью социальных сетей является использование в общении эмодзи представляющих собой язык идеограмм и смайлов. Функцией эмодзи является передача эмоционального компонента в коммуникации через Интернет.

На сегодняшний день популярнейшими социальными сетями в мире являются Facebook, Instagram, Google+, Twitter. В Японии же популярность имеют Twitter, Facebook, Mixi и Instagram.

Материалом для выявления лексических особенностей японских социальных сетей послужили публикации «открытых» пользователей Facebook (доступ к страницам данных пользователей доступен всем).

Среди лексических особенностей японских социальных сетей выделяется использование неологизмов. К концу 2018 года японские компании 小学館 (Shogakukan) и 三省堂 (Sanseido), выпускающие словари японского языка, опубликовали списки новых неологизмов. (www.nippon.com) Основываясь на этот список новых слов можно выделить использование следующих неологизмов японскими пользователями Facebook: 空白恐怖症 *(kuuhakukyofusyo) «синдром боязни незаполненных мест»;* ご飯論法 (gohanronpoo) «логика гохан»;

卒婚 (sotsukon) «завершенный брак»; 多浪生 (taroosei) «студент многих волн»; モヤる (moyaru) «недовольство»; わかりみ (wakarimi) «сочувствие»; いみふ (imifu) «смысл не понятен»; ばえる (baeru) «выделяющееся»; 尊い (toutoi) «прикольный»; 肉肉しい (nikunikushii) «мясистое мясо» и др.

Некоторые примеры из публикаций, содержащие неологизмы:

- 菜好牛ー。マジで美味しいー。ステーキ No.1 でしょー。がっつり肉肉しい、ステーキはやっぱりこれでしょ。やせるヒマがない。 «Говядина с овощами. Это действительно вкусно. Стейк №1. *Мясо очень мясистое*. Ведь это стейк. Нет времени худеть».

-『空白恐怖症』というものがあるらしい。スケジュール帳に空白があると必死に予定を埋め込む。 «Есть кое-что под названием «*Синдром боязни незаполненных мест*». Если в ежедневнике есть свободное место, то отчаянно встраивается расписание».

- 卒婚とは？結婚生活を卒業する＝双方が相和して離婚する事.....ではないそうです！ «Что такое «*завершенный брак*»? Это окончание супружеской жизни, когда обе стороны разведены... Это не так!».

Спецификой неологизмов в японских социальных сетях является способность быстро распространяться и входить в лексикон пользователей за счет частого употребления в различных дискуссиях. Так, например, при обсуждении некоторых политических вопросов пользователи социальных сетей начали активно пользоваться неологизмом ご飯論法 (gohanronpoo), что означает «логика гохан». «Гохан» не имеет конкретного перевода и переводится как «рис», и как «еда». Пользователи используют неологизм ご飯論法 (gohanronpoo) для описания уклончивых, расплывчатых ответов политиков.

Следующей лексической особенностью японских социальных сетей является активное использование заимствований. Японский язык имеет заимствования из ряда других языков: китайского (60% словарного запаса японского языка), корейского, английского, немецкого, португальского и др. Заимствования в японском языке (кроме китайских слов) называются 外来語 (gairaigo) «пришедшее извне слово» и пишутся, в основном, на катакане.

Спецификой 外来語 (gairaigo) в японских социальных сетях, в отличие от привычного заимствования, является преобладание заимствований из английского языка. Примерами выступают такие слова, как: コーヒー (koohii) «кофе»; ミルク (miruku) «молоко»; ステーキ (suteeki) «стейк»; ノート (nooto) «ноутбук»; カメラ (kamera) «камера»; スポーツカー (supootsukaa) «спортивная машина»; バー (bar) «бар»; ホット (hotto) «горячий». 外来語 (gairaigo) из немецкого языка - アルバイト(arubaito) «подработка»; из французского языка - レ

ストラン (resutoran) «ресторан»; из русского языка – ピロシキ (piroshiki) «пирожки» и др.

Примеры из публикаций содержащие заимствования из других языков:

- **【お気に入りは？】スタバメニューでお気に入りってありますか? 私はカフェモカ。しかもホット!!** 生クリームたっぷりで… しかも甘ーい… «(А какое твое любимое?) У вас есть любимое из меню Старбакса? Мое — это *кофе Мокко. Горячий*! С кучей свежих сливок… сладкий…».

- **あと 5 日でクリスマス。子供たちのプレゼントは決まりましたか？** «5 дней до *рождества*. Вы решили насчет *подарков* детям?».

Причинами использования 外来語 (gairaigo) является их отсутствие в японском языке и возможность замещения слова или предложения на японском языке, что в свою очередь может сэкономить время чтения и увеличивать его скорость.

Еще одной особенностью японских социальных сетей является активное пользование сленгом, особенно среди молодежи. Спецификой употребления японскими пользователями сленгов в социальной сети Facebook является применение сленгов так японского происхождения, так и английского. Примерами сленгов собственно японского происхождения являются: 爆睡す津 (bakusuisuru) «вырубиться», 元カレ (motokare) «бывший бой-френд», まったりする (marrarisuru) «релаксировать», «расслабляться»; ださい (dasai) «отстой»; もうマヂ (moumadji) «в натуре», «действительно».

Среди сленгов английского происхождения можно отметить: ぶっちゃけトーク (bucchyakentoku) (トーク от. англ. talk) «говорить на чистоту»; コピパ (kopipa) (от. англ. copy paste) «копировать – вставить»; のーべん (no-ben) (の от. англ. no) «совершенно не учиться», «гонять балду вместо учебы»; インターネットフレンド (intanettofurendo) (от. англ. internet friend) «интернет – друг»; クリぼっち (kuribocchi) (クリ от англ. Christmas) «одинокий человек в рождество».

Примеры из публикаций пользователей Facebook содержащие данные сленги:

- **クリぼっち**を回避した。 «Избежала *одиночества в рождество*»;

- **「ぶっちゃけトーク**はやはり楽しかった」の巻さて、昨日は、Fujitsu Insight 2018 で、登壇&パネルディスカッションをしてきました。 «*Разговор на чистоту* также был приятным». Вчера на Fujitsu Insight 2018 было панельное обсуждение за кафедрой»;

Таким образом, в результате исследования были выявлены следующие лексические особенности японских социальных сетей:

- использование неологизмов, которым характерно быстрое распространения в социальной сети за счет обсуждений различного

рода, что позволяет новым словам войти в лексикон широкого круга пользователей:

- наличие заимствований, спецификой которых является преимущественно англоязычное происхождение;
- употребление в коммуникации сленгом так японоязычного, так и англоязычного происхождения.

Список литературы:

Загуройко И.Н. Интернет–дискурс в современном коммуникационнм пространстве // Вестник КГУ им. Н.А. Некрасова. – 2012. - №3. – С. 56-60.

Кубрякова Е.С. О понятиях дискурса и дискурсивного анализа в современной лингвистике (обзор) // Дискурс, речь, речевая деятельность. – М., 2000. - С. 5-13.

Толпыгина О.А. Дискурс и дискурс – анализ в политической науке // Политическая наука / М., 2002. - №3. – С. 76-89.

Трепак Я.В. Интернет – дискурс как уникальная жанрообразующая среда // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. - 2014. – С. 354-360.

Ульянова М.А. Интернет – дискурс как жанр электронной коммуникации // Наука и современность. - 2011. – С. 349-354.

Ульянова М.А. Классификация жанров Интернет – дискурса // Lingua mobils. - 2014. -№ 3(49). - С. 102-110.

Asia internet use, population data and Facebook statistics. – URL: http: // www.internet worldstats.com/

Новые слова 2018 в японских словарях. – URL: http: // www.nippon.com/

Попов Айаал Сергеевич – магистрант кафедры восточных языков и страноведения Института зарубежной филологии и регионоведения Северо-Восточного федерального университета им. М.К. Аммосова (г. Якутск), *ayaalpopov96@mail.ru*

Научный руководитель – *Пермякова Туйара Николаевна*, к.ф.н, доцент кафедры восточных языков и страноведения Института зарубежной филологии и регионоведения Северо-Восточного федерального университета им. М.К. Аммосова (г. Якутск).