

УДК 81'373.612.2

**О РЕАЛИЗАЦИИ «КОМПЬЮТЕРНОЙ МЕТАФОРЫ»
ВНЕ СФЕРЫ ЭЛЕКТРОННЫХ КОММУНИКАЦИЙ
В СОВРЕМЕННОЙ РУССКОЙ РЕЧИ**

О.С. Гуркова,

аспирант кафедры белорусской и русской филологии
Мозырского государственного педагогического университета имени И.П. Шамякина,
г. Мозырь, Республика Беларусь
E-mail: olga.gurkova.by@yandex.by

Неометафоры, связанные со сферой электронных коммуникаций, всё чаще выходят за пределы изначальной зоны своего бытования, фиксируются в различных дискурсивных практиках – от обыденного общения в молодежной среде (в том числе жаргонного, представленного прежде всего англицизмами) до медиадискурса и современной художественной литературы. Они могут становиться средствами обозначения состояния или каких-либо характеристик личности, её профессии и статуса, каких-либо действий и др. Некоторые из них (например, неолексема *смайл / смайлик*) активно функционирует в рекламных текстах. По сути такие словоупотребления развивают глобальную метафору «человек – это компьютер». Немаловажное влияние на употребление в речи подобных неометафор, тематически восходящих к сфере электронных коммуникаций, оказывает, на взгляд автора, фактор языковой моды.

Ключевые слова: neolexeme, neometaphor, electronic communications, speech activity.

**ON THE IMPLEMENTATION OF THE «COMPUTER METAPHOR»
OUTSIDE THE SPHERE OF ELECTRONIC COMMUNICATIONS
IN THE MODERN RUSSIAN LANGUAGE**

O. S. Gurkova,

post-graduate student of the Department of Belarusian and Russian Philology,
Mozyr State Pedagogical University named after I. P. Shamyakin,
Mozyr, Republic of Belarus
E-mail: olga.gurkova.by@yandex.by

Neometaphor related to the field of electronic communications, increasingly go beyond the original zone of its existence recorded in various discursive practices, from everyday communication to youth (including slang, especially anglicisms) to media discourse and contemporary literature. They can become a means of indicating the status or any characteristics of the person, her profession and status, any actions, etc. Some of them (for example, neolexem *smile / смайлик*) actively functions in advertising texts. In fact, these words develop a global metaphor "man is a computer". Important effect on the use in the speech such neometro thematically ascending to the sphere of electronic communications has, in the opinion of the author, the factor of language fashion.

Key words: metaphor, conceptual metaphor, world view, concept, culture, language.

Введение

Начало XXI века олицетворяют стремительные информационные процессы, едва ли не ежедневное появление новых устройств и изобретений, которым необходимо давать названия. «Развиваются компьютерные технологии и компьютерные сервисы (*айпэд, бот, букридер, вебинар, виджет, вики, википедия, джипиз, капча, макбук, подкаст, мессенджер, нетбук, таск-менеджер, торрент-трекер, файервол*), внедряются новые средства связи и телекоммуникации (*блютуз, вай-фай, хот-спот*). Наибольшее внимание в настоящее время привлекает мобильная телефония, представляющая новые форматы, устройства и сервисы (*Андроид, рингбэктон, рингтон, смартфон, тачфон*)» [4]. Весь мир погрузился в коммуникативное пространство Интернета и мобильной телефонии. «Социальные сети и живые журналы открыли совершенно новый способ коммуникации и, как следствие, целые пласты новой лексики, как заимствованной, так и возникшей в русском языке, входят в обиход (*блук, массфрендинг, массфолловинг, микроблогинг, твит, Твиттер, троллинг, Фейсбук, фолловер, френд*)» [4].

«Слова, не имеющие аналогов в русском языке, без которых сегодня невозможно жить и работать, смотреть и слушать!» – так гласит надпись (с которой нельзя не согласиться) на лицевой стороне обложки книги Е.Н. Шагаловой «Самый новейший толковый словарь русского языка XXI века».

Согласимся с Н.С. Валгиной: «Язык и время — извечная проблема исследователей. Язык живет во времени (имеется в виду не абстрактное время, а общество определенной эпохи), но и время отражается в языке. Язык изменяется. Это эволюционное качество заложено в нем самом... Оценки «хорошо» или «плохо» здесь неуместны. В них слишком много субъективного» [1, с. 4].

Результаты исследования и их обсуждение

Сегодня все мы являемся членами языкового общества «неологической» эпохи и можем наблюдать интереснейшее явление обогащения

метафорикона в современной русской речи за счет слов и выражений (неолексем и неофразем), тематически восходящих к сфере-источнику «электронные коммуникации» (ЭК), что можно квалифицировать как один из наиболее активных неологических процессов в русском языке на современном этапе его развития. Неометафоры, связанные со сферой ЭК, вышедшие за пределы изначальной зоны своего бытования, фиксируются в различных дискурсивных практиках – от обыденного общения в молодежной среде (в том числе жаргонного, представленного прежде всего англицизмами) до медиадискурса и современной художественной литературы.

Ведущая функция неологизма, номинативная, – давать наименования всему новому, что происходит с человеком в его жизни. Так, например, появляются неометафоры, которые называют различные состояния человека (*залипать, зависать, перезагрузка*): *Мой сын залип с ответом (т.е. задумался о чем-то)* (из беседы); *К концу рабочего дня мои очумевшие от компьютерного жаргона мозги "зависли" и просили "перезагрузки"* (В. Ворсоби́н. Столичные порносайты делают 15-летние пацаны // Комсомольская правда, 2001.06.04); качества личного характера: *лол – глупый или простоватый человек*, чаще всего употребляется подростками с негативной окраской, синонимично слову *тупой* (*Он обозвал меня «лол»* – из интернет-форумов).

Другие номинации подобного рода стали современными обозначениями профессий и/или статуса – *вебледи, вебменеджер, вебдевочка*; некоего условного адреса («*WWW! Ленинград! WWW! точка ру!*») – из песни группы «Ленинград»; некоторых действий: *сконектиться* – в значении *встретиться в реальной жизни*.

Неизменными средствами общения в социальных сетях продолжают оставаться смайлики (смайлы) и лайки. Е.Г. Прилукова отмечает, что «...смайлик, в привычном вербальном тексте в письме, отправляемом по электронной почте или в SMS-сообщении, значительно легче передает не столько настроение, сколько мысль о нем» [2, с. 47].

При этом всё чаще фиксируются их употребления во внеинтернетном общении. Так, весьма широко употребляемой вне сетевого общения стала сама лексема *смайл* (от англ. smile – улыбка) – общее название широко распространенных знаков эмоциональных реакций среди коммуникантов социальных сетей, мобильной телефонии, чаще всего употребляемая в виде диминутива *смайлик*, ср.: *Сначала мне в*

бумажной переписке очень смайлов не хватало (А.В.Жвалевский, Е.Пастернак, «Время всегда хорошеет») [3].

Обратим внимание на приводимые ниже рекламные объявления и слоганы:



МОЙКА ☺ КАФЕ
www.autosmile.by

СМАЙЛБУС ☺ В Минск и обратно с улыбкой всегда!

Как известно, создатели различных торговых компаний и фирм, предоставляющих какие-либо услуги социуму, стараются для наименования своих организаций, продуктов использовать ресурсы побудительности и убедительности в подтекстовых значениях, в тех смыслах, которые рождаются благодаря ассоциациям.

Полагаем, что использование неолексемы *смайл* (*смайлик*) в названиях фирм имеет психологический характер (ассоциируется с положительным настроением, улыбкой), что вызывает у потенциального потребителя положительную эмоциональную реакцию. Ср.: *Сеть салонов красоты «Смайл»*; *фирма по продаже автомобильных кондиционеров в г. Гомель «Автосмайл»*; *«Смайлбус» – название фирмы, оказывающей услуги междугороднего маршрутного такси; сеть пиццерий «Пицца*

Смайл»; *сеть кофе-баров «Смайл-кофе»*; *«Смайлик» – фотосалон в г. Гомеле и др.* В данном случае неометафора *смайл*, выполняет ономастическую функцию и является эргонимом. Также неометафору можно отнести к *синестетическому* типу метафор.

Выводы

Таким образом, нами выявлено, что неолексемы, тематически восходящие к сфере ЭК, всё активнее включаются в модели переноса значения с тех или иных свойств и качеств электронных средств общения на человека, т.е. по сути развивают глобальную метафору «человек – это компьютер».

Отметим, что немаловажное влияние на употребление в речи неометафор, тематически восходящих к сфере электронных коммуникаций, оказывает фактор языковой моды.

Литература

- 1.Валгина, Н.С. Активные процессы в современном русском языке: учеб. пособие для студентов вузов. – М.: Логос, 2003. – 304 с.
- 2.Прилукова, Е.Г. Стратегия визуализации как производство смыслов вербального текста / Е.Г.Прилукова // Языковая личность и эффективная коммуникация в современном поликультурном мире: материалы IV Междунар. науч. – практ. конф., Минск, 25-26 окт. 2018 г. / Белорус. гос. ун-т; редкол.: О.И.Уланович (отв. ред) и [и др.]. – Минск, БГУ, 2018. – С. 46–49.
3. Смайл // Национальный корпус русского языка [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ruscorgora.ru>. – Дата доступа: 02.02.2019.
- 4.Шагалова, Е.Н. Самый новейший толковый словарь русского языка XXI века: ок. 1500 слов / Е.Н. Шагалова. – М.: АСТ: Астрель, 2011. – 413, [3] с.

References

1. Valgina, N.S. (2003). Aktivnye processy v sovremennom russkom jazyke: ucheb. posobie dlja studentov vuzov. [Active processes in the modern Russian language: studies. manual for university students.]. Moscow: Logos. (In Russ.).
2. Prilukova, E.G. (2018). Strategija vizualizacii kak proizvodstvo smyslov verbal'nogo teksta. *Jazykovaja lichnost' i jeffektivnaja komunikacija v sovremennom polikul'turnom mire: materialy IV Mezhdunar. nauch. – prakt. konf* [The strategy of visualization as the production of meanings of the verbal text. *Language personality and effective communication in the modern multicultural world: materials IV international. science conf.*], Minsk: BSU 46–49. (In Russ.).
5. Smile // Nacional'nyj korpus russkogo jazyka. [Smile. *National corpus of the Russian language*]. Retrieved February 02 2019 from: <http://www.ruscorpora.ru>. (In Russ.).
4. Shagalova, E.N. (2011). Samyj novejšij tolkovyj slovar' russkogo jazyka XXI veka: ok. 1500 slov [The newest explanatory dictionary of the Russian language of the XXI century: about 1500 words]. Moscow: AST. (In Russ.).