

Особенности формирования французского молодежного сленга в интернет-текстах

В статье рассматриваются основные способы формирования французского молодежного сленга в интернет-текстах, а также их особенности и характерные черты.

Ключевые слова: молодежный сленг, интернет-сленг, неографема, интернет-коммуникация, французский язык

Французская разговорная речь состоит из целого спектра языковых явлений. Влияние на неё оказали и оказывают новые социальные веяния, изменения политического курса, смешение с американской и восточной культурой, а также рост популярности новых технологий. Особое внимание стоит уделить влиянию широкого распространения электронной коммуникации на формирование сленга французской молодежи. Интернет-сленг не хаотичное явление; он формируется согласно определенным правилам и принципам, действующим в процессе онлайн-общения.

Рассмотрим основные принципы электронной коммуникации. По мнению З. М. Бен-Азизы, онлайн-коммуникация базируется на таких принципах, как экономия времени, фонетическое письмо, использование письменных знаков или изображений [3, с.110–121].

Все эти три принципа нацелены на экономию времени при общении в электронной среде, что не удивительно, ведь виртуальная коммуникация характеризуется мгновенностью и одновременностью. Информация в непрерывном потоке сообщений может быстро затеряться, и чтобы успевать за общим потоком мыслей, современному человеку приходится не только быстро думать, но и быстро писать. Для достижения этой цели используются следующие методы:

А) Принцип звуковой аналогии или фонетического письма является распространенным методом экономии времени и пространства. Молодые люди вводят слова в типичной фонетической форме. Они пишут то, что слышат, не принимая во внимание обычное написание: вместо «j'ai» – «g», «somme» – «кот». Главное, что фонетическая транскрипция слова понятна и читаема.

Б) Принцип идеографического письма (по-другому называемый «компенсацией»). Этот принцип компенсирует отсутствие паралингвистических процессов (жестов, мимики, невербальных сигналов) при помощи картинок, смайликов или некоторых особых техник письма. Во-первых, используются смайлики, или эмотиконы, то есть изображения, отождествляющие собой ту или иную человеческую эмоцию: радость, грусть, злость, негодование, сожаление, смех и т. д. Обычно они ставятся в конце предложения и помогают собеседникам распознавать эмоции друг друга. С той же целью в электронной коммуникации используются «гифки» из фильмов и сериалов, демотиваторы и мемы. Вторая стратегия идеографического письма – это использование заглавных букв. Если всё предложение или слово написано заглавными буквами («CLIQUEZICI»), это означает, что сообщение должно быть прочитано с повышением голоса, в приказном тоне. Если на письме один из собеседников использует большое количество восклицательных или вопросительных знаков, то это значит, что он хочет привлечь повышенное внимание к своему сообщению или подчеркнуть его интенсивность. В-третьих, часто в процессе виртуальной коммуникации можно натолкнуться на слова с удлинённой гласной («Viiiiite»). Этот приём используется для придания стилового эффекта, а также заменяет невербальный сигнал – интонацию – и таким образом притягивает внимание собеседника.

В свою очередь другой французский лингвист, Ж. Анис, разработал целый список преобразований языка в интернет-пространстве. Он также ввёл такое понятие, как «неография» (фр. «néographie»), которое обозначает слово или выражение, написанное в соответствии с орфографической моделью, отличной от общепринятого стандарта [1, с. 44]. Исследователь выделяет следующие категории изменения языка:

– Графофонические сокращения и орфографические упрощения с заменой, опущением и упрощением диграфов и триграфов. То есть это такое сокращение символов, которое наиболее близко к фонетическому звучанию. Например: сокращение «qu» до «k» («qui» преобразуется в «ki»); замена «k» на «c» («comme» становится «com»); «s» в свою очередь меняется на «z» («bises» – «biz»); «es» преобразуется в «é» («chez» – «ché»); «e» в конце слов опускается («vite» – «vit», «grave» – «grav»); произносимые согласные в конце слов также опускаются в разговорной письменной речи: «pas» – «pa» «sans» – «san»; диграфы и триграфы упрощаются: «eau», «au» заменяются на «o» («beau» – «bo», «aussi» – «ossi»), а буквосочетания «ai», «ait», «ais» – на «é» («vraiment» – «vrément»); буквосочетания «oi» и «ui» дробятся и заменяются на «w» («besoin» – «bezwɔ̃n»); наклонение глаголов также подверглось

упрощению в электронной коммуникации: «répondez» – «répondé», «reux» – «ре»; сокращение до простых согласных (явление агглютинации – «склеивание» нескольких слов в одно): «jet'aime» – «jtm»; сокращение до простых согласных с сохранением фонетической вариативности: «jesuis» – «chwí», «m'appeler» – «mappelé».

– Консонантное письмо («консонантный скелет»). По мнению Ж. Аниса, во французском письме согласные обладают большей информационной ценностью, нежели гласные [1, с. 44]. При таком виде сокращений на месте всегда остаются первая и последняя согласные, а согласные, находящиеся в слабом положении («l», «r», «h», перед которыми стоит согласная в начале слога, «n», «m», за которыми следует согласная в конце слога) чаще всего исключаются. Например, «toujours» – «tjrs», «tout» – «tt», «vous» – «vs» и т. д.

– Силлабограммы и техника замены букв цифрами. Силлабограммы – это слова, в которых графемы заменяются на ту или иную букву алфавита. Принцип заключается в том, что односложные слова заменяются созвучной графемой. К примеру, вместо «c'est», «sais», «ses», «ces», «s'est» на письме будет использоваться только «с». Некоторые слова заменяются цифрами, так как фонетически совпадают с ними по звучанию: цифра «1» может писаться вместо таких буквосочетаний, как «in» и «un», «magaz1», а цифра «2» заменять «de». Таким образом, слово «demain» сокращается до «2m1».

Данная техника послужила основой для появления логограмм и паралограмм. Логограмма – это графема, обозначающая морфему или целое слово. Например, «deneuf» может обозначаться как комбинация цифр «2 9». Паралограмма – это термин, предложенный Ж. Анисом для обозначения сокращений и аббревиатур, которые в обычной речи произносятся либо как цельное слово, либо буква за буквой. Наглядными примерами паралограмм являются «MDR» – «mortderire», «ASV» – «Age, Sexe, Ville».

Чаще всего такие неографемы характеризуются:

- Неоднородностью: одно слово может быть сформировано при помощи нескольких преобразований – «qlk1» (фр. quelqu'un) демонстрирует слияние логограммы с фонетизмом.
- Полисемией: один и тот же графический знак может читаться по-разному, особенно отдельные буквы, которые могут транскрибировать два или три слова с совершенно разными значениями – «v» может обозначать и «vais», и «veux».
- Вариативностью: значение неографемы может меняться в зависимости от желания пользователя; нет какого-то устойчивого корпуса или сво-

да правил по использованию интернет-лексики. Один и тот же человек может сокращать слово «tête» как «tt» и как «тет».

Мы рассмотрели различные способы преобразований в разговорной письменной речи в процессе интернет-коммуникации и её основные характеристики. Теперь перейдем к изучению её морфо-лексических особенностей. Они включают в себя ряд языковых явлений, в частности усечение, апокоп, афerez, ономатопея, пунктуация и опечатки [2, с. 99].

1) Усечение – это опущение некоторых частей слова. Оно подразделяется на апокоп и афerez. Апокопом считается удаление одного или более слогов в конце слова, например: «ordinateur» лишается последнего слога и сокращается до «ordi». Афerezом мы называем опущение начального слога слова: «salut» – «lut».

2) Ономатопея или звукоподражание – это слова или комбинации слов, образованные с целью имитирования природных явлений фонетическим способом. В электронном письме данный прием используется для передачи настроения, определенных звуков, шумов. Например, смех будет передаваться при помощи имитации звучания реального смеха человека: «hahahaha».

3) Пунктуация. Стандартные правила пунктуации официального французского языка в разговорной письменной речи используются факультативно, а зачастую ими вовсе пренебрегают. Нередко пунктуационные знаки используются для стилистического окрашивания речи, передачи того или иного тона. Для того чтобы привлечь внимание собеседника, многие используют восклицательный знак («attention!»). Умножение количества восклицательных или вопросительных знаков в конце предложения будет обозначать интенсивность испытываемой эмоции или же повышенную важность мысли («сquoi????»). Многоточие имеет разное значение в зависимости от контекста, но чаще всего оно используется для передачи разочарования, ироничности, задумчивости, иногда злости (когда сообщение состоит из одного многоточия, это как бы обозначает, что у собеседника нет слов).

4) Опечатки бывают спонтанными или намеренными. Первые делаются произвольно, из-за того, что человек не задумывается, как он пишет, или же пишет слишком быстро, чтобы уследить за правописанием. Намеренные опечатки используются для достижения комического эффекта, выражения насмешки, пародирования.

Таким образом, можно сделать следующие выводы.

Разговорная письменная речь имеет ряд ограничений – невербальная коммуникация полностью отсутствует, из-за чего приходится прибегать к

ряду стратегий для компенсации недостатка таких паралингвистических элементов, как жесты, мимика, выражение лица. К данным стратегиям относятся смайлики, использование заглавных букв для обозначения интенсивности, растяжение гласных для передачи интонации, а также использование картинок и мемов. К способам формирования относятся графофонические сокращения и орфографические упрощения, консонантное письмо, силлабограммы и паралограммы. С точки зрения лексико-морфологических особенностей молодежный интернет-сленг использует такие приемы, как усечение, апокоп, афerez, ономотопея, пунктуация и опечатки. Язык интернет-коммуникации независим от общепринятых правил нормативного языка, так как главная его функция – экспрессивная.

Литература

1. Anis J. Communication électronique scripturale et formes langagière: chat et SMS // Actes des quatrièmes rencontres réseaux humains/ réseaux technologiques (4), Université de Poitiers, 2002. 44 p.
2. Anis J. Les abréviations dans la communication électronique (en français et en anglais) // Ecritures abrégées : notes, notules, messages, codes : l'abréviation entre pratiques spontanées, codifications, modernité et histoire – notes, notules, messages, codes. Bibliothèque de faits de langue. Ophrys, 2004. P. 99–100.
3. Zouhour Messili-Ben Aziza. Le langage sms: sous-produit de l'oral et de l'écrit ou véritable langage écrit? // Langage SMS, N 16, 2010 [En ligne]. P. 110– 121.

УДК 372.881.111.1

А. С. Скобелева (г. Елец)

Елецкий государственный университет им. И. А. Бунина

Возможности интерактивных методов обучения в процессе развития самореализации школьников на уроках иностранного языка

Статья посвящена возможностям иностранного языка в процессе развития самореализации школьников. Рассматриваются интерактивные методы обучения в контексте этой проблемы.

Ключевые слова: самореализация, инновационные методы обучения, иностранный язык