

თამარ ლუნღუა

სოციალური ქსელი და ნეოლოგიზმები

წინამდებარე სტატიაში მიმოვიხილავთ და ვაანალიზებთ სოციალურ ქსელში დამკვიდრებულ ნეოლოგიზმებს, რომლებიც განპირობებულია სხვადასხვა ფაქტორით, მათ შორის არის სოციალური ქსელების მაღალი სიხშირით გამოყენება, რომელმაც ფაქტობრივად ის ალტერნატიულ რეალობად აქცია. სტატისტიკურად 2019-20 წლის მონაცემებით საშუალოდ ერთი მომხმარებელი სოციალურ ქსელში დღეში 145 წუთს ატარებს, შესაბამისად სხვადასხვა მახასიათებლებთან ერთად, სოციალური ქსელების ერთ-ერთი ფუნქცია არის კომუნიკაცია მის მომხმარებლებს შორის, როგორც ვერბალური, ასევე არავერბალური გზით. კომუნიკაციის ორივე გზის გამოყენებისას მომხმარებელი შეზღუდულია დროსა და სიმბოლოებში, რაც მას აიძულებს, რომ იყოს მაქსიმალურად ლაკონური და სწორედ, ეს არის ძირითადი მიზეზი ნეოლოგიზმების დამკვიდრების, განსაკუთრებით მაშინ, როდესაც ის იქმნება სიტყვათწარმოების ისეთი პროცესით, როგორც არის აბრევიატურა და აკრონიმები.

სოციალური ქსელი დასაბამს 2000-იანი წლებიდან იღებს, განსაკუთრებულ პოპულარობას კი 2004 წლიდან, Facebook-ის დაარსების დღიდან აღწევს. სოციალური ქსელი ხდება ჩვენი ყოველდღიურობის ნაწილი, ის გავლენას ახდენს საკომუნიკაციო ენაზე, განსაკუთრებით კი ენის ღია (ლექსიკურ) ჯგუფზე, რაც გამოიხატება ისეთ მორფოლოგიურ პროცესებში, როგორცაა: ახალი ლექსიკური ერთეულების, ან უკვე არსებული ლექსიკური ერთეულის ახალი მნიშვნელობით დამკვიდრება.

სტატისტიკისთვის ემპირიული მასალა აღებულია შემდეგი სოციალური ქსელებიდან: FaceBook, Instagram, twitter და LinkedIn, რადგანაც აღნიშნული სოციალური ქსელები გამოყენების სიხშირის თვალსაზრისით ლიდერობენ და ყველაზე მეტად სწორედ აქ შეიძლება

დავაკვირდეთ აღნიშნულ მორფოლოგიურ პროცესებს. მიურეის თანახმად (მიურეი, 1995) მრავალფეროვანი მორფოლოგიური პროცესები (აბრევიატურების შექმნა, აკრონიმები, ნასესხები სიტყვები ა.შ.) გახშირდა იმის გამო, რომ ენის მომხმარებლებს სურდათ უფრო სწრაფი და მოქნილი კომუნიკაცია. აღნიშნული, შეიძლება ითქვას, რომ არის ერთ-ერთი მიზეზი სოციალური ქსელში ნეოლოგიზმების გაჩენის, რადგანაც, როგორც ზემოთ აღვნიშნეთ, ზოგიერთი სოციალური ქსელი აწესებს შეზღუდვას სიმბოლოების გამოყენებაზე.

როგორც ცნობილია, ტერმინი ნეოლოგიზმი ახლად გაჩენილ სიტყვებს ან გამოთქმებს გულისხმობს (ბერძ. „ნეოს“-ახალი, „ლოგოს“-სიტყვა). ნეოლოგიზმების შექმნის სხვადასხვა გზა არსებობს (პეტერსონი & რეი, 2013). აქვთ სხვადასხვა სტრუქტურა და მის ფორმირებაში სხვადასხვა მორფოლოგიური პროცესია ჩართული. ზოგიერთი ნეოლოგიზმი იქმნება სრულიად ახალი ლექსიკური ერთეულის სახით, ზოგიერთი კი უკვე არსებულ სიტყვას ახალ მნიშვნელობას სძენს.

მორფოლოგია, როგორც ცნობილია, იკვლევს სიტყვის ფორმაცვალებადობას და ამ ფორმაცვალებადობასთან დაკავშირებულ სიტყვის შინაარსის ცვლას. როგორც ვიცით, ცალკეული მორფემა შეიძლება შეერწყას სულ მცირე კიდეც ერთ მორფემას იმისთვის, რომ აწარმოოს სიტყვა (დევილინი et al. 2004) სტატიაში წარმოგიდგინთ, სოციალურ ქსელში სხვადასხვა მორფოლოგიური პროცესებით დამკვიდრებულ ნეოლოგიზმებს.

1) შერევა: (Blending) პროცესი, როდესაც ორი ან მეტი ფუძე ან თავისუფალი მორფემები ერთიანდებიან ახალი სიტყვის საწარმოებლად.

შერევით შექმნილი ნეოლოგიზმები:

- Dya- Do and You
- Instagram- Insta and Gram.
- ScomedIt - Social(Soc) and Media (Med).
- Vlog- Video (V) and Log.
- WhatsApp- What, is and App.

2) რედუპლიკაცია – სიტყვათწარმოება ფუძის გაორმაგებით –

1) როცა მთლიანი მორფემა უცვლელად მეორდება მაგ : bye-bye 2) რიტმული რედუპლიკაცია, როდესაც იცვლება თანხმოვნები მორფე-

მის პირველ ნაწილში hocus-pocus 3) აბლაუტის რედუპლიკაცია, რომელიც არის ნაწილობრივი რედუპლიკაცია მორფემის ხმოვან ნაწილში მაგ: ping-pong

3) ნასესხობა: პროცესი, როდესაც ერთი ენიდან აღებული სიტყვების გამოყენება ხდება მეორე ენაში ფონოლოგიური ცვლილებით ან ცვლილების გარეშე. მაგ: Uber-ფრანგული ენიდან.

ნასესხობით შექმნილი ნეოლოგიზმები:

- Boomerang – ავსტრალიის აბორიგენტა ენიდან ნასესხები სიტყვა, აღნიშნავს აპლიკაციას, რომელიც იღებს განმეორებით მოძრაობებს.

- Candid – ლათინურიდან ნასესხები სიტყვა, დამკვიდრდა ფოტოს აღწერასთან მიმართებაში.

- Kudos – ბერძნულიდან ნასესხები სიტყვა, გამოიყენება შესაქებად.

- Oppa – კორეულიდან ნასესხები სიტყვა, აღნიშნავს კორეული წარმოშობის პიროვნებას.

- Uber – გერმანულიდან ნასესხები სიტყვა, დამკვიდრდა, როგორც ონლაინ გადაადგილების აპლიკაციის საშუალება.

4) აფიქსაციით შექმნილი ნეოლოგიზმები:

- Newbie – როგორც, ახალი რაიმე სფეროში

- Repost – რაიმეს ისევ გამოქვეყნება

- Selfie-Self+ie – საკუთარი თავისთვის ფოტოს გადაღება წინა კამერით.

5) კონვერსია – პროცესი, როდესაც სიტყვა იცვლის მის მორფემულ სტატუსს ფორმის ცვლილების გარეშე მაგ: Google როგორც ზმნა და Google როგორც არსებითი სახელი.

კონვერსიით შექმნილი ნეოლოგიზმები

- Dropdead- Drop and Dead-დან ნაწარმოები ნიშნავს რაიმე გასაოცარს.

- Friend – სოციალურ ქსელში გქონდეს წვდომა მეორე მომხმარებლის ანგარიშზე

- Google – არსებითი სახელიდან გადაიქცა ზმნად, რაიმეს მოძებნა გუგლის სისტემაში.

6) აბრევიატურა – მთლიანი სიტყვის ან ფრაზის შემოკლება,

აბრევიატურით შექმნილი ნეოლოგიზმები:

• Bro-სიტყვა brother-დან ნაწარმოები, გამოიყენება კაც მეგობართან ან უცნობთან მიმართებაში.

• Sis-სიტყვა sister-იდან ნაწარმოები, გამოიყენება ქალ მეგობართან ან უცნობთან მიმართებაში.

• Tmrw- Tomorrow-დან ნაწარმოები.

• Wc- Welcome-დან ნაწარმოები

• Twt- Tweet-დან ნაწარმოები

7) აკრონიმები – ფრაზის ან სიტყვის შემადგენელი სიტყვების პირველი ასოების გამოყენებით შემოკლება: **აკრონიმებით** შექმნილი ნეოლოგიზმების მაგალითები და მათი მნიშვნელობები სოციალურ ქსელში :

• BAE-Before, Any one and Else.

• DM- Direct and Message.

• HB- Happy and Birthday

• MV- Music and Video.

• ASAP- As, Soon, As and Possible

8) Clipping-სიტყვის შეკვეცა – პროცესი, როდესაც მრავალმარცვლიანი სიტყვა მოკლდება ერთი ან მეტი მარცვლის ამოგდების ხარჯზე :

• მაგ: thru (through)

• Iszit – Is and it

• Kpop – Korean and pop

• Nanya –Non of and You

• Wakanda –What kind of?

• Def-definitely

9) ონომატოპეა- ხმაბაძვით წარმოშობილი სიტყვა, მორფემის მნიშვნელობა გამოიხატება ჟღერადობით მაგ: Bomb> Boom

ონომატოპეით შექმნილი ნეოლოგიზმები

• Boom – წამოძახილი, რომელიც წარმოითქმის, როდესაც ვინმეს საიდუმლო იცი;

• Shook – გაოცებისას წარმოთქმული შორისდებული;

• Yikes – შოკის და განგაშის დროს წარმოთქმული შორისდებული, როგორც წესი დამაბულობის გასაწეიტრალებლად;

10) ანტონიმაზია – პროცესი, როდესაც საკუთარი სახელი, ადგილის ან ბრენდის, იძენს ახალ მნიშვნელობას.

ანტონომაზიით შექმნილი ნეოლოგიზმები:

- WhatsApp – what is and app
- Facebook – face and book
- Grab – Grab (verb) > Grab (Noun)
- Instagram-insta +Gram
- Netflix – O and Bike – ონლაინ კომპანია ველოსიპედების

სოციალური ქსელი იყენებს ენას, რომელიც არის უნიკალური კონკრეტული სოციალური ქსელისთვის და განსხვავდება სალიტერატურო ინგლისურისგან. სოციალური ქსელის მახასიათებლების გაანალიზებით, ერთ საიტზე გამოყენებული ენობრივი ერთეულები გავლენას ახდენენ სხვა საიტზე გამოყენებულ საკომუნიკაციო ენაზე. შესაბამისად, ხდება ახალი ენობრივი ერთეულების გენერალიზება და რთულია იმის დადგენა, თუ პირველად სად წარმოიშვა ის. საგულისხმოა, რომ სოციალურ ქსელში ხშირად პუნქტუაციის ნიშნები უგულებელყოფილია, მომხმარებელთა უმრავლესობა, არასწორად, ან საერთოდ არ იყენებს მათ.

დროთა განმავლობაში, როდესაც ნეოლოგიზმები ხშირად გამოიყენება სოციალურ ქსელში, ზოგიერთი მათგანი მკვიდრდება სალიტერატურო ინგლისურში და ხდება ენის ნაწილი. როდესაც მომხმარებლებს ხვდებათ ახალი ნეოლოგიზმი სოციალურ ქსელში, მისი გამოყენების სიხშირიდან გამომდინარე, მნიშვნელობის გაგება ხდება მარტივი და ეფექტურად შეუძლიათ მათი გამოყენება საკომუნიკაციოდ. მაგრამ ენის ფუნქცია არ არის მხოლოდ იდეების და აზრების გამოხატვა და გაცვლა სხვა ადამიანებთან, მისი მეშვეობით ხდება ემოციებისგან და სტრესისგან გათავისუფლება. სწორედ, ინდივიდუალური გრძნობებისა და ემოციების გამოსახატავადაც ხდება ნეოლოგიზმების შექმნა ინტერნეტ სივრცეში და მათ სწრაფ დამკვიდრებას ხელს უწყობს ის მოვლენა, რომ ეფექტური კომუნიკაციისთვის საჭიროა საკომუნიკაციო პროცესში მონაწილეთა შორის გაცვლილი ინფორმაცია იყოს სრულად გასაგები. ხშირად ნეოლოგიზმების შექმნის მიზეზი ხდება ის ფაქტი, რომ მომხმარებელთა უმრავლესობა სალიტერატურო ინგლისურს ერთფეროვნად მიიჩნევს და ირჩევენ ნეოლოგიზმებს უფრო ფართო აუდიტორიის მოსაზიდად.

როგორც აღვნიშნეთ, აკრონიმების და აბრევიატურის ხშირი გამოყენება განაპირობა შეზღუდული სიმბოლოების გამოყენების წესმა. მაგალითად, ტვიტერი მომხმარებელს საშუალებას აძლევს გამოიყენოს მხოლოდ 280 სიმბოლო სტატუსის განსაახლებლად. იმავე წესს იყენებს ინსტაგრამიც მომხმარებლის ბიოგრაფიის ველში, სადაც მაქსიმუმ 150 სიმბოლოს გამოყენებაა დასაშვები.

სოციალური ქსელი ენის განვითარების მდიდარი წყაროა, ის შესანიშნავი გზაა ფეხი აუწყო ცვლილებას, სოციალურ ქსელში შესაძლებელია თვალი ადევნო სხვადასხვა თემის განხილვას და შეამჩნიო ახალი სიტყვების წარმოქმნა, ან არსებულის სიტყვების ახალი მნიშვნელობით გამოყენება. რა საკვირველია, ისინი განსხვავდებიან სალიტერატურო ინგლისურსგან, თუმცა დროთა განმავლობაში შესაძლებელია, რომ გახდენ მისი ნაწილი.

ლიტერატურა

აკინა, შ. & როზნია მ. 2019 – Akina Sh & M.Rosniah. 2019.- Neologisms in Social Networking among Youths. Trykash Publication.

დევლინი ჯ., ჯემისონ ლ., მეთიუს პ. & გონერმენი ლ. 2004. – *Devlin J. Jamison L. Matthews P , & Gonnerman L 2004. Morphology and Internet Structure of Words, Pittsburgh, Carnegie Mellon University.*

ლევრერი, ა 2007 – Lehrer, A 2007. Lexical creativity, texts and contexts, Philadelphia: John Benjamins Publishing, 115-134.

მიურეი, თ.ი. 1995 – Murray, T. E. 1995. The Structure of English: Phonetics, Phonology, Morphology. Massachusetts : Allyn and Bacon.

პეტერსონ ს.მ. & რეი ს. მ. 2013 – Peterson, C. M., & C.M.Ray. 2013. Andragogy and Metagogy: The evolution of neologisms. Journal of Adult Education, 42(2), 80-85

Social Network and Neologisms

Summary

On the material of social media the paper examines different types of word formation processes that lead to the coinage and establishment of neologisms in urban as well as Standard English vocabulary. The most frequently employed types of word formation evidenced in the empirical data are: abbreviation, acronym, blending, clipping, conversion, affixation, reduplication.

The author argues that the emergence of neologisms in the social networking sites under discussion is determined by the restrictions imposed upon users: the number of symbols for updating a status or personal information is limited. As a result of the study two large groups of neologisms have been singled out: lexical items that have undergone a semantic change and newly coined units.