

<https://doi.org/10.30853/filnauki.2018-11-2.14>

Бабенко Олеся Владимировна, Курмаева Ирина Ильдаровна,
Рахимбирдиева Ильмира Мухарямовна

ЯЗЫКОВЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В ВИРТУАЛЬНОМ ПРОСТРАНСТВЕ НА ПРИМЕРЕ РУССКОГО И АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКОВ

Статья посвящена осмыслению современного письменного текста в виртуальном пространстве. Целью работы является рассмотрение статуса кво языковых тенденций в виртуальном пространстве на примере английского и русского языков, а также попытка определить перспективы этих тенденций в обоих языках. Новизна исследования состоит в компаративном анализе существующих лингвистических тенденций в виртуальном пространстве в плоскости двух языков: английского и русского. Полученные результаты показали, что креолизация проявляет себя в обоих языках одинаково интенсивно и ярко.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/2/2018/11-2/14.html

Источник

Филологические науки. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2018. № 11(89). Ч. 2. С. 282-288. ISSN 1997-2911.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/2.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/2/2018/11-2/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: phil@gramota.net

10. Galsworthy J. The Man of Property. L.: Wordsworth Editions, Ltd., 2001. 364 p.
 11. Kohn M. L. Social Class and Parent-Child Relationships: an Interpretation // Academic Journal of Sociology. 1963. Vol. 68. № 8. P. 471-480.
 12. Murdock G. P. Social structure. N. Y.: The MacMillan Company, 1949. 387 p.

**LINGUISTIC MEANS OF THE NOTION “FAMILY” VERBALIZATION IN THE WORKS
 “WAR AND PEACE” BY L. N. TOLSTOY AND “THE MAN OF PROPERTY” BY J. GALSWORTHY**

Ayupova Roza Allyametdinovna, Doctor in Philology, Professor

Garipova El'za Vil'danovna

*Kazan (Volga Region) Federal University
 rozaayupova@gmail.com; elsa.gar@yandex.ru*

The article is devoted to studying the verbalization means of the socio-cultural notion “family” in the novels “War and Peace” by L. N. Tolstoy and “The Man of Property” by John Galsworthy. In the work, special attention is paid to the stylistic means that contribute to the implementation of the ameliorative or pejorative emotive evaluation of the lexical means denoting the notion “family”. In the conclusion the authors attempt to highlight the characteristics of this notion in the analysed works that may be associated with cultural traditions and the attitude of the British and Russian peoples to it.

Key words and phrases: socio-cultural notion; verbalization; stylistic means; ameliorative emotiveness; pejorative emotiveness.

УДК 811.11-112

Дата поступления рукописи: 15.05.2018

<https://doi.org/10.30853/filnauki.2018-11-2.14>

Статья посвящена осмыслению современного письменного текста в виртуальном пространстве. Целью работы является рассмотрение статуса кво языковых тенденций в виртуальном пространстве на примере английского и русского языков, а также попытка определить перспективы этих тенденций в обоих языках. Новизна исследования состоит в компаративном анализе существующих лингвистических тенденций в виртуальном пространстве в плоскости двух языков: английского и русского. Полученные результаты показали, что креолизация проявляет себя в обоих языках одинаково интенсивно и ярко.

Ключевые слова и фразы: лингвистика; языковые тенденции; симплификация; графикация; контаминация; видеовербализация; эрратография; литуратив; креолизация; англизация; русификация; виртуальное пространство; киберпространство; графикация.

Бабенко Олеся Владимировна, к. пед. н.

Курмаева Ирина Ильдаровна, к. филол. н.

Рахимбирдиева Ильмира Мухарямовна, к. филол. н.

*Казанский (Приволжский) федеральный университет
 ladyboss81@mail.ru; airre@rambler.ru; ilmira-rim@mail.ru*

**ЯЗЫКОВЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В ВИРТУАЛЬНОМ ПРОСТРАНСТВЕ
 НА ПРИМЕРЕ РУССКОГО И АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКОВ**

XXI в. не только открыл новые горизонты мобильности для цивилизации и переселения народов, но и виртуализировал человеческое общение: с распространением Интернета коммуникация приобрела новые черты тексто-визуального глобализированного общения между этносами. Оформляет свои уникальные черты интернет-стиль, язык обретает особые черты, немедленно реагируя на изменения на фоне интернетизации человеческого общения. Актуальность нашего исследования мы видим в поиске ответа на вопрос: как отражаются эти изменения в лингвистическом коде английского и русского языков – будут ли эти явления протекать синхронно или локально для определенного языка? В чем заключается уникальность этих изменений, и могут ли они способствовать созданию благоприятного коммуникационного фона или же напротив, помешать ему? Как меняется языковая картина под влиянием современных средств коммуникации?

Новизна исследования состоит в компаративном анализе существующих лингвистических тенденций в виртуальном пространстве в плоскости двух языков: английского и русского. Мы рассмотрим, какие тенденции протекают в этих языках синхронно, а какие носят сугубо индивидуальный характер.

В нашей статье мы ставим целью рассмотреть статус кво основных языковых тенденций в виртуальном пространстве на примере английского и русского языков, а также сравнить представленность этих тенденций в обоих языках на примерах названий компаний, газетных статей, рекламы в интернет-пространстве. Выделим также задачи нашего исследования:

- определить особенности коммуникации в виртуальном пространстве (киберпространстве);
- раскрыть понятия таких лингвистических явлений, как графикация, видеовербализация, симплификация, клипирование слов, креолизация, контаминация, эрратография, литуратив, полиграфикация;

– сформулировать возможные перспективы развития языка в виртуальном пространстве в английском и русском.

В данной статье мы применим метод анализа и синтеза информации, метод изучения, обобщения и сравнения теоретического и практического материала по заданной теме.

Наше исследование имеет практическую ценность, поскольку его данные позволяют рассмотреть каждое из лингвистических явлений с точки зрения распространенности в англоязычном и русскоязычном виртуальном пространстве, а также могут быть применены на практических занятиях по стилистике, лексикологии, языкознанию.

Общеизвестно, что период конца XX – начала XXI в. ознаменовался бурным ростом индивидуализированного общения в сети Интернет: у каждого в телефоне, планшете, даже часах появился собственный круглосуточный доступ во всемирную сеть. Язык общения в сети постепенно адаптировал электронное пространство под потребности человеческой коммуникации: появились электронные эмоции – эмоджи, возросло количество визуализированной информации, тексты стали в большинстве своем короче и концентрированной. Возросла скорость обмена данными в международной сети, изменилось качество общения: оно стало более клиппированным и в то же время более открытым – люди проявляют склонность комментировать все, что их окружает, и делать фоторепортаж из своей жизни. Язык – инструмент, который всегда находится с человеком, он отражает нашу реальность и немедленно подстраивается под изменения времени. Человечество переживает новый этап развития коммуникации – это коммуникация в интернет-пространстве.

Виртуальное пространство (киберпространство) – «реальность, отличная от действительного, материального мира, основой которой являются нематериальные понятия: мысли, образы, информация» [1]. Виртуальная коммуникация, виртуальное общение представляются взаимодействием с удаленным партнером или группой, которое опосредовано компьютером и телекоммуникационными системами.

Виртуальная коммуникация рассматривается в двух видах: синхронном (когда происходит взаимодействие онлайн, т.е. в режиме реального времени: онлайн чаты, ролевые игры и т.п.) и асинхронном (когда предусмотрена отсрочка ответа: чаты, веб-форумы, блоги, гостевые книги, электронная почта, вебинары (телеконференции) и т.д.) [Там же].

Рассмотрим основные особенности коммуникации в виртуальном пространстве (реальности) или киберпространстве:

- дистантность и высокая скорость (общение происходит на расстоянии, удаленно с быстрой доставкой сообщений), влекущие краткость сообщений, предложений с частым отсутствием детализации описаний;
- интерактивность, использование паравербальных средств (в общении, кроме текстов, включены аудио- и видеотипы, электронные средства выражения эмоций – эмоджи, смайлики, символы);
- лояльность по отношению к грамотности речи (много информации неформального толка представлено не всегда согласно канонам грамматики, лексики, снижена пунктуационная нагрузка) и психотерапевтический эффект;
- персонифицированность общения, параллельно идущая с глобальностью, межкультурностью, полилингвальностью, полидиалогичностью (вовлечены, с одной стороны, отдельные личности, с другой – мультиязычные человеческие сообщества; в беседу может быть включено неограниченное количество собеседников);
- уединенность, псевдонимизация, анонимность и некоторое снижение этики общения (когда все участники общения имеют один статус – собеседника и часто общаются на «ты») с параллельным психотерапевтическим эффектом (разговор по душам всегда лучше получается с людьми, которых мало знаешь) [2];
- маргинализация и девитивность (анонимность может порождать криминализированность киберобщения).

Рассмотрим особенности языка виртуального пространства:

1. На рубеже XX-XXI вв. в гибридации слов стали принимать активное участие цифры, буквы, компьютерные знаки, различные способы выделения (подчеркивание, иной шрифт, например), а также особенной популярностью стала пользоваться *креолизация* двух или даже нескольких языков: например, русского и английского, точнее, смешение типов письменности – кириллицы и латиницы в одном слове или словосочетании. Креолизованный текст – текст смешанной фактуры: вербальной и невербальной, изобразительной. Виртуальное пространство строится на видеовербализации, «эскалации изображения»: константно поступающие в сеть огромные пласты информации все чаще трансформируются в изображения. П. Родкин пишет, «что сегодня бытие делогоцентрируется, происходит визуализация мира. Текст заполняется изображением. Это ново для культуры, но современные технологии во многом фатализируют этот процесс» [Цит. по: 6, с. 147]. Новые вербальные элементы, являющие собой графо-орфографическую форму слова, получили название «графиксатов» или «графодериватов». *Графиксация* – это «такой способ образования слов, при котором в качестве словообразовательного оператора выступают графические и орфографические средства (графические выделения, знаки препинания, т.д.)» [4, с. 76]. Рассмотрим следующие полиграфиксаты: «Чайкоффский», «ПодЗемка». Актуальны также латинизированные неймы: “Babooshka” (Бабушка), “barBQ” (Барбекю), “Dostavka Sushi” (Доставка суши), “MeSto” (Место), “Zasada” (Засада), “Mojo” (Мое). Такие образования получили имя транслитерированных реверсивов [7, с. 36]. Кириллизированные заимствования-экзотизмы также прочно вошли в наш язык: «Арт Хаус», «Магик Пицца», «Мон Плезир», «Сандей», «Баскин Роббинс» и т.д.

Пиктографиксация – одно из современных популярных направлений графиксации, которое заменяет картинкой одну из букв (или несколько) в слове – особенно популярна в языке рекламы, так как изобразительные образы действуют на сознание человека глубже и дают ясное представление о назначении заведения:

например, в названии «Автоматизация» буква О может быть стилизована под колесо, а на вывеске «Кофейня» эта же буква может выглядеть как кофейное зернышко; в названии фирмы «Открытые окна» начальные буквы О изображены как окна. Или же изображение может заменить какую-то часть слова, например, в рекламе жилья в слове «каждОМу» часть «дом» может быть заменена на картинку с домом. В императивной записи «Не прислОняться» на дверях казанского метро буква О выглядит как запрещающий знак «Проезда нет».

Что касается английского языка, пиктографикация также представлена: например, в названии туристического агентства в слове “Florida” вместо буквы О красуется солнышко (намек на солнечную погоду в штате); в названии американского кафе “Peach Pit” во втором слове буква i стилизована под персиковую косточку, “LendUp” (в слове Up буква U стилизована под стрелку, стремящуюся вверх. Кроме того, отсутствует пробел между словами), “Fashion” (буква S изображена как красивое боа), вывеска “SUBWAY” (где буквы S и Y изображены в виде стрелок) и т.д.

Отметим, что виртуальное пространство пестрит примерами *регистрафикации* (выделения части слова иным кеглем): “naXODka” – корень ХОД этого слова выделен большим кеглем, нежели другие части слова. Слово несет тройную информационную нагрузку: с одной стороны, обозначает то, что найдено, с другой – определяет ходьбу как способ найти нечто важное; и третье – «ход» как очередь в игре. Акцентируем внимание на том, что регистрафикация получает все большее распространение в языке рекламы: она экономит пространство и обладает сложным информационным фоном.

Современная графикация весьма разнообразна, при этом, по нашим наблюдениям, в русском и английском преобладают разные виды. В 150 рассмотренных нами русских названиях-графикациях присутствуют в изобилии: *латинизация русских слов* – 44 названия (“Acoola”, “Klub Mod”, “Mesto”, “Tri Slona”, “Pro Radost’», “Dom Roz”) или *частичная латинизация* – 24 нейма («Правильный выбор», «БарбеQ», «ZaCAДа», «Золотой RIS») – получают интересные *миксописьменные игремы* часто с двойным смыслом – 14 названий («WOWшебный», «ХороShow», «GOODок» или «ГудOK», «куМИР», «ТаBOOpет» и т.д.); весьма распространены *кириллизированные заимствования-экзотизмы* – 18 названий («Арт Хаус», «Бай-Бабай», «Мон Плезир», «Кидспейс»), среди них особую категорию составляют миксы («Шаурма King», «Rock&Ролл»); особую популярность набирают *ретро-окказионализмы* (весьма характерные для русскоязычного интернет-пространства) и *шрифтографикация* – 10 названий («БородинЪ», «ЦирюльникЪ», «ТрактирЪ») – они подосознательно воспринимаются как компании надежные, многолетние, с отличной репутацией и часто стилизованы под древнерусское письмо; *графо-фонематические окказионализмы* с намеренным искажением написания отдельных букв в слове или словосочетании – 10 (кафе «Ходжа НасреТдин» (вместо «Насред-Дин»), цыплята ТаПака (вместо ТаБака), кафе-бар «СушкоФ» (вместо «СушкоВ»), грузодоставки «#Хошь-Доброшу» (вместо «хочешь доброшу» и т.п.)) – возникает игривый эффект легкости и доверия, или появляется дополнительная информация (к примеру, в латинизированном «SushkOFF» и «БлинOFF» вторая часть лексемы указывает на то, что блюда можно брать на вынос). Обнаружили также большое количество *пиктографикации* в русскоязычном сегменте интернет-пространства: 30 неймов. Таким образом, для русскоязычного сегмента интернет-пространства в основном характерны: полиграфикация (игра средствами двух и более языков), монографикация (игра средствами одного языка) и кодографикация (кроме букв в слове появляются символы, цифры и т.д.).

Из рассмотренных нами 150 английских графикаций выделим наиболее популярные: *цвето- и регистрафикацию* – 48 названий (“KaraOKe” – ОК выделено ярко-оранжевым на фоне зеленого и крупным шрифтом, “MEMOrandum” – также два значения в одном (МЕМО выделено синим (напоминание, заметка), остальная часть слова и ободок первых букв выделены ярко-красным)); *кодографикация* – 23 графикация (особенно актуальна для смс-общения: “U4E” (you forever – навсегда лишь ты), “2day” (today – сегодня), “2morrow” (tomorrow – завтра), “Gr8” (great – классно, здорово), “MU2” (miss you too – тоже скучаю по тебе), “4U” (for you – для тебя), “sk8ing” (skating – катание на коньках) и т.п.). *Пиктографикация* также весьма популярна – 27 неймов (в основном в языке рекламы). Остальные рассмотренные названия представлены *шрифтографикациями-игремами* – 22 названий (“WINston”, “APOLLOgize”, “LOOser” и т.п.); *курсивизацией* – 19 названий (“Extreme”, “Liquid Taste” и т.п.); *эксclamацией* – 11 названий (“New!sh”, “L!VE”, “Del!ght” и т.п.). Таким образом, для англоязычного сегмента интернет-пространства в большей степени характерны: кодографикация, типографикация (игра шрифтами, кеглем, цветом и т.п.), монографикация и их комбинации.

В названиях обоих языков прослеживается *интеграция* (написание слов в словосочетании без пробелов). В английском – “CafePress”, “MeasureMap”, “BluePulse”, “CalendarHub”, “ZoomInfo”, “WebMoney”; в русском – «СокСнежок» (коктейль), «СказкаЗал» (спортклуб), «МольБемоль» (название музыкального магазина), «ПанФаянс» (магазин посуды) и т.д. Отметим, что в русскоязычных случаях лексической интеграции рифмирование и игра слов встречаются чаще, чем в англоязычных (так, в названии «СказкаЗал» прослеживается фонетическая игра слов «сказка» и «сказал»). Также особой популярностью и в английском, и в русском виртуальном языковом пространстве пользуются *декапитализация* (написание строчными буквами названий и даже имен: «аркадиада», «янушкаИкомпания»); это чаще всего электронные адреса, названия аккаунтов в соцсетях: “#ilolandrosie”) и *капитализация* (написание целых слов или их частей заглавными буквами). В русскоязычном виртуальном пространстве появилась устойчивая тенденция писать названия национальностей с заглавной буквы (Русский, Английский) – прослеживается интерференция английского языка: «РОСНАНО», «КАМАЗ», «АЭРОФЛОТ»; в английском капитализируют названия песен (“A Rush of Blood to the Head”) и газетных статей – существует целый свод правил на эту тему. Для обоих языков актуальна

пиктографикация (в основном это названия компаний). Таким образом, для обоих языковых интернет-пространств характерна монографикация.

2. Контаминация – явление достаточно известное, получившее особенно широкое распространение в XX-XXI вв. Первые контаминированные производные прослеживаются в произведениях Дж. Чосера, У. Шекспира, Л. Кэрролла, Ч. Доджсона. Контаминанты – языковые или речевые образования, слова-гибриды, которые чаще всего образуются стяжением морфов с выпадением общей части: *dramedy* = *drama* + *comedy* (трагикомедия), *brunch* = *breakfast* + *lunch* (поздний завтрак, второй завтрак), *frenemy* = *friend* + *enemy* (заклятый друг), *blupper* = *breakfast* + *lunch* + *supper* (разогретый на ужин завтрак или обед), *camerature* = *camera* + *caricature* (фотожаба) и т.д. [5].

Лексические гибриды всегда привлекают внимание, хотя и носят порой бремя окказиональности, разовости употребления. Подхваченные СМИ, они быстро разносятся по сети и «оседают» в блогах, чатах, форумах. Какие-то из них всегда на слуху (*brunch* = *breakfast* + *lunch* (поздний завтрак)), какие-то – остаются в пассивном словаре языка или исчезают совсем. Авторы современных книг, особенно рассчитанных на молодого читателя, часто пользуются контаминацией: «Мутангелы» (мутант + ангелы) (автор – Ая Эн), «Лунастры» (Луна + монстры) (автор – Наталья Щерба). Контаминанты оригинальны и уникальны, они в моде и на волне успеха, это очевидно.

Контаминанты имеют признаки слов – «родителей», однако приобретают собственный, часто юмористический оттенок: *coffeezilla* = *coffee* + *Godzilla* (т.е. человек, потребляющий слишком много кофе и/или большая кружка кофе), *bouffancy* = *bouffant* + *fancy* (смешной вид женщины, которая носит объемные юбки). В русском языке контаминации также довольно много, и смысловую нагрузку она также несет чаще всего ироничную: «ночером» (ночь + вечер = поздно вечером), «мородукты» (море + продукты = морепродукты, морские дары), «жвусно» (жую + вкусно = вкусно жевать) и т.п.

В обоих языках – и в русском, и в английском – контаминация несет юмор, иронию, сарказм и в изобилии присутствует в интернет-пространстве.

Следует отметить, что устный перевод контаминантов – непростая задача, поскольку сиюминутное словосочетание приходится скорее эксплицировать или калькировать, а порой и уточнять его значение.

3. Лингвистическая симплификация (от англ. “simplification” – упрощение) – языковой процесс, затрагивающий уменьшение структурной сложности текста с целью лучшего понимания и лексико-грамматической адаптации к нуждам собеседников. В интернет-пространстве это явление представлено в достаточном количестве, поскольку Интернет в большинстве своем работает на неформальном регистре (социальные сети, чаты, форумы, блоги). Симплификация не всегда подразумевает детскость. Это скорее легкость и непринужденность, не отягощенная наукообразностью, это акцент на разговорном стиле. Светлая сторона этого явления – общение становится воздушным, простым и понятным, доступным каждому, быстрым. Негативная сторона – возможна примитивизация языка, лишение его эрудированности и излишняя сленгированность. Профилактикой примитивизации языка, с нашей точки зрения, может быть локализация симплификации в Интернете, без проникновения ее в формальный регистр.

Клиппирование слов и словоформ также может являться признаком симплификации: например, “*hols*” – *holidays*, “*ads*” – *advertisements*, “*bro*” – *brother*, “*sis*” – *sister*, “*rehab*” – *rehabilitation*; “спасиб, пасиб” – спасибо, “темпа” – температура, “пож-та” – пожалуйста и т.п. На разговорном уровне клиппируются имена (чаще всего в никах аккаунтов, в обращении): в английском – *Al* – *Alexander* or *Aladdin*, *Rob* – *Robert*, *Nan* – *Nancy*, в русском – Алекс (Алексей, Александр), Эд (Эдуард), Макс (Максим), Кэт (Екатерина) и т.д.

Отметим также использование скобок и символов в выражении эмоций: :) – подмигивание, :(– печаль, :-0 – крик, возглас и т.п. Эти символы упрощают понимание эмоций пишущего [2]. Наиболее часто эти символы встречались в русскоязычном виртуальном пространстве до появления картинок-эмоджи.

Как мы видим, симплификация присутствует в обоих языках в неформальном регистре виртуального пространства, нивелируя барьер в общении людей.

4. Кодирование слов или аббревиатизация – язык смс-общения и чатов соцсетей, блогосферы. Смс-сообщения обычно кратки и грамматически просты. Антонимичная симплификации лексическая тенденция языка киберпространства с упрощенной грамматикой, которая позволяет говорить о возникновении интернет-жаргона. Рассмотрим следующую фразу: “*I MU. LTNS. HRU?*” (раскрываем содержание кодирования: “*I miss you. Long time no see. How are you?*”). В приведенных выше предложениях мы можем наблюдать усеменение целого слова до начальной, средней или финальной буквы. Во втором предложении отсутствует грамматика как таковая, есть лишь предпосылки грамматического оформления. “*MYOB*” – *mind your own business* (занимайся своим делом, не лезь не в свои дела), “*BTW*” – *by the way* (кстати, между тем), “*MTE*” – *my thoughts exactly* (читаешь мои мысли, думаю точно так же), “*EOD*” – *end of debate* (конец дискуссии) – во всех этих примерах лежат целые фразы с определенной смысловой нагрузкой.

Обратим внимание на лексические кодирования в русскоязычном киберпространстве: «АПВС» – а почему Вы спрашиваете?; «ИСЧХ» – и что самое характерное; «ИМХО» (от англ. *IMHO* – *in my humble opinion*) – по моему скромному мнению; «УМВР» – у меня все работает; «пож, ПЖСТА» – пожалуйста; «спок/спокно» – спокойной ночи и т.д.

Отмечаем, таким образом, что кодирование слов характерно в равной степени для англоязычного и русскоязычного интернет-пространств. Причинами популяризации этого явления, по нашему мнению, являются:

высокая скорость общения в киберпространстве, желание как можно яснее, точнее выразить свою мысль, показать свою принадлежность к определенным интернет-сообществам.

5. Англизация – английский язык стал одной из основных платформ интернет-общения. Интернетизация позволила английскому языку быть более функциональным в виртуальном пространстве: максимально участвовать в наборе слов в строке поиска, выдавая большее количество вариантов для пользователя. В молодежной среде достаточно модно использовать англицизмы. Приведем в качестве примера выдержки из чата стримеров с сайта *grafon.tv*:

- «– Откуда второй шедоуфл?
- Что-то на уровне Са, может?

– Стоит увеличить иконку контроля союзников... диспелить более эффективно». В коротком диалоге, базирующемся на компьютерном жаргоне, мы можем видеть англицизмы-заимствования, которые переданы кириллицей, калькированием.

Можем ли мы утверждать, что, подобно активной англизации в интернет-пространстве русского языка, в английском виртуальном мире имеет место русификация? Интернет дает много возможностей для общения людей разных стран, поэтому вполне возможно, что это так. В современном английском языке появляются новые заимствования из русского языка: “sbornaya”, “novichok”, “babushka”, “dacha”, “marshrutka” и некоторые другие. Не тенденция, однако интерес к русскому языку, русской культуре всегда был и остается высоким.

Таким образом, отмечаем, что англизация проходит гораздо активнее русификации в лингвистическом плане: это может быть связано с большей распространенностью английского языка в блогосфере, статусом английского как языка международного общения и возможностью открытия большего количества ссылок при введении информации на латинице.

6. Эрратография – намеренное искажение правописания слов (лат. “errare” – ошибаться, “grapho” – пишу) с целью привлечь внимание к объекту. Примером могут послужить такие эрративы, как «деффчонки», «красавчЕГ», «Фсе», «аФФтар жжОт», «пЕШЫ исчо», «дратути» и т.п. Это языковое явление проявляет себя особенно ярко в русском сегменте интернет-пространства – Рунете – в начале XXI в. [8, с. 204]. Многие эрративы имеют яркую ироничную окраску, они легко распознаются в тексте на фоне грамотно написанных слов. К примерам эрратографии можно также отнести интеграцию – написание слов без пробелов: «аптека-Алоэ», «GameZone», «ЯПлакалЪ» и т.д. Кроме того, есть тенденция написания слов зеркальным способом: «Другие подарки» (в слове «другие» буква У написано зеркально), «Ндиоматика» (здесь первая И написана зеркально, видимо, этим подчеркивается необычайная необычность некоторых идиом, идиом с уникальной логикой). В языке рекламы эрратируются даже цифры: чаще всего это цифры 3 и 5.

Отметим, что на почве эрративов возникают литуративы (зачеркивания, мнимые тексты) – другой пример неполной коммуникации, языковой игры. Термин введен колумнистом Г. Ч. Гусейновым сравнительно недавно – в начале 2000-х годов – и обозначает особый шрифтовый прием в языкознании, когда намеренно зачеркивается определенная часть текста [3]. Зачеркнутый текст при этом хорошо просматривается и вполне читаем, например:

«Привет, меня зовут Елена. Все мои знакомые после моего преображения “заболели” шоппингом. ~~Готовы спустить всю зарплату.~~ Готовы изменить себя пусть даже за немалые деньги» (из интернет-блога, 2017). В данном примере литуратив зачеркивает (но позволяет прочесть) мысль об избыточной трате денег – мысль, которая может быть истолкована как грубоватая. Однако автор самокритично оставил эту мысль, намеренно выделив ее зачеркиванием – чтобы позволить читателям в слабости автора узнать себя и посмеяться над этим. Литуратив близок к таким средствам языковой игры, как ирония и сарказм. Заметим, что этот графический прием характерен для печатного текста и стал актуален в интернет-пространстве, поскольку визуализирован и может легко быть прочитан. Интересно, что в устной речи литуративы чаще всего произносятся с интонацией, отличной от той, с которой прочитан предшествующий текст, а также с пониженной громкостью – для эффекта «заговорщицкого» чтения. Литуратив – это своеобразный вызов политкорректности, когда чересчур смелые и неблагоприятные мысли прячутся под оболочкой толерантных именованных. Прием зачеркивания часто влечет за собой цепную реакцию в сети, когда люди начинают делиться откровенным, якобы стыдливо или с юмором зачеркивая слова и целые фразы, превращая беседу в эмоциональный обмен шутивными подтекстами. Модная ныне креативная интернет-забава блогеров становится одним из маркеров интернет-стиля и намерена занять прочную нишу в виртуальном пространстве.

Эрративы и литуративы весьма характерны для русскоязычного сегмента интернет-пространства. В англоязычном сегменте Интернета мы не заметили массового использования данных лингвистических явлений – они локальны и чаще всего, по нашим наблюдениям, ставят целью достижение эффекта детской речи (“Mama here”, “Lola offended” – опускаются вспомогательные глаголы и глагол-связка to be), акцентируя внимание на грамматическом искажении, в то время как в русском интернет-пространстве это чаще фонетическое искажение.

Итак, мы определили, что коммуникация в интернет-пространстве имеет свои особенности: дистантность, интерактивность, персонифицированность (тесно переплетенная с межкультурностью и полилингвальностью), локализованность (уединенность, псевдонимизация, анонимность) и некоторое снижение этики общения (которое иногда может привести к маргинализации и девизации – криминализовать интернет-общение). Кроме того, виртуальное общение может протекать в синхронном (онлайн) и асинхронном (оффлайн) виде, оно максимально видеовербализировано: тексты часто представлены в клипированном виде и перемежаются с огромным количеством разноформатных изображений (фото, гиф-картинки, открытки, видео).

Из рассмотренных нами крупнейших лингвистических тенденций, которые определяют англоязычное и русскоязычное виртуальное пространство в наши дни, мы выделили:

1. Активную креолизацию интернет-информации – гибридизацию текста с изображениями для мультисенсорного восприятия, смешение языковых платформ (в нашем случае – английской и русской), комбинацию букв с цифрами и символами внутри слов и словосочетаний. На примере различных видов графикации (симбиоз графических и орфографических средств) мы увидели, что для русскоязычной платформы интернет-пространства в основном характерны: полиграфикация (два и более языков в одном слове или фразе), монографикация (игра слов, значений средствами одного языка) и кодографикация (когда буквы перемежаются с цифрами и символами). Что касается англоязычного сегмента интернет-реальности, ему в большей степени свойственны: кодографикация, типографикация (игра шрифтами, кеглем, цветом и т.п.), монографикация и их комбинации. Обоим языковым виртуальным пространствам характерны: интеграция (написание слов без пробелов), пиктографикация (изображения внутри слов или фраз), капитализация (письмо заглавными буквами), декапителизация (письмо строчными буквами даже имен собственных); обоим виртуальным языковым площадкам свойственна монографикация.

2. Контаминацию (создание слов-гибридов), которая в изобилии присутствует в обоих языковых киберпространствах и представляет сложность для переводчика.

3. Симплификацию (упрощение лексико-грамматической канвы языка на разговорном уровне, клиппирование лексических единиц): как в английском, так и в русском языках она представлена чаще клиппированием имен, популярной интернет-лексики. В русскоязычном интернет-сегменте до появления картинок-эмоджи активно использовались скобки и символы для выражения эмоций пишущего. С одной стороны, это явление позволяет сделать общение легким, непринужденным, с другой – грозит примитивизировать его.

4. Кодирование слов (сокращение слов и фраз до начальных букв – аббревиатизацию), которым богат компьютерный и смс-жаргон обеих языковых площадок, имеет высокую популярность, которую можно объяснить высокой скоростью общения в виртуальном пространстве, желанием выразиться как можно яснее, точнее, показать свою принадлежность к определенным интернет-кругам.

5. Англизацию русскоязычного пространства сети Интернет: использование в русских словах английских букв, слогов, слов. Это может быть связано с активностью английского как международного языка сети Интернет. Отметим, что русификация англоязычного сегмента интернет-пространства протекает медленнее, однако не исключает появления новых заимствований из русского языка.

6. Эрратографию, литуративы – явления, свойственные больше русскоязычной площадке сети Интернет. Это намеренные искажения написания слов с целью придания им саркастического и/или игрового оттенка. Эрративы, как и литуративы (зачеркнутый текст или его часть, которые видны читателю), весьма популярны в русскоязычной блогосфере. Они являются своеобразным вызовом политкорректности, канонам языка и в большом количестве представлены в неформальном регистре общения. Интересно, что англоязычной блогосфере это явление не свойственно в такой степени, как русскоязычной: чаще они создают эффект детской речи и изобилуют грамматическими искажениями, в то время как в русском языке виртуального пространства эффект чаще всего фонетический.

Можно предположить, что вышеназванные тенденции будут укреплять свое влияние. Наиболее активные из них – например, креолизация и эрратография, – могут стать ведущими в русскоязычном киберпространстве в неформальном регистре общения, т.к. позволяют сделать общение живым даже офлайн и немедленно привлекают к себе внимание. Что касается англоязычного виртуального пространства, это может быть кодирование слов, поскольку английский язык более склонен к клиппированию слов на разговорном уровне. Для обеих языковых площадок, скорее всего, будут актуальны контаминация и графикация, поскольку они приносят лексико-грамматическую свежесть, оригинальность и создают шутливый фон высказываниям, привлекают внимание. Языковедам остается внимательно следить за происходящими изменениями в виртуальном пространстве и подвергать анализу языковые новинки.

Список источников

1. **Апетян М. К.** Особенности виртуальной коммуникации [Электронный ресурс] // Молодой ученый. 2015. № 3. URL: <https://moluch.ru/archive/83/15418/> (дата обращения: 13.05.2018).
2. **Бергельсон М. Б.** Языковые аспекты виртуальной коммуникации // Вестник Московского государственного университета. Серия 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2002. № 1. С. 4-9.
3. **Гусейнов Г. Ч.** Неполная коммуникация в блогосфере: эрративы и литуративы [Электронный ресурс]: доклад в Кембриджском университете. URL: <http://speakrus.ru/gg/litulative.htm> (дата обращения: 10.10.2018).
4. **Изотов В. П.** Параметры описания системы способов русского словообразования. Орел: Орловский гос. пед. ун-т, 1998. 149 с.
5. **Лаврова Н. А.** Контаминация в современном английском языке: a fait accompli. М.: Прометей, 2012. 222 с.
6. **Попова Т. В.** Креолизованные дериваты как элемент русской письменной коммуникации рубежа XX-XXI вв. // Лингвистика креатива: коллективная монография. Екатеринбург: Уральский гос. пед. ун-т, 2009. С. 147-176.
7. **Самсонова Е. С.** Стратификация графико-фонетических иноязычных средств в эргономии (на материале номинаций г. Томска) // Вестник Томского государственного университета. 2011. № 345. С. 34-37.
8. **Уткин Ю. В.** Об эрратографии как орфографическом стилевом средстве // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. 2009. № 2. С. 203-205.

LINGUISTIC TENDENCIES IN VIRTUAL SPACE BY THE EXAMPLE OF THE RUSSIAN AND ENGLISH LANGUAGES

Babenko Olesya Vladimirovna, Ph. D. in Pedagogy
Kurmaeva Irina Il'darovna, Ph. D. in Philology
Rakhimbirdieva Il'mira Mukharyamovna, Ph. D. in Philology
Kazan (Volga Region) Federal University
ladyboss81@mail.ru; airre@rambler.ru; ilmira-rim@mail.ru

The article is devoted to the understanding of the modern written text in virtual space. The objective of the study is to consider the status quo of linguistic tendencies in virtual space by the example of the English and Russian languages, as well as to make an attempt to determine the prospects of these tendencies in both the languages. The novelty of the research is in the comparative analysis of the existing linguistic tendencies in virtual space in the plane of two languages: English and Russian. The obtained results have shown that creolization manifests itself equally – intensively and vividly – in both the languages.

Key words and phrases: linguistics; language tendencies; simplification; graphic derivation; contamination; video verbalization; erratography; liturative; creolization; Anglicization; Russification; virtual space; cyberspace; graphic derivative.

УДК 811.111

Дата поступления рукописи: 16.09.2018

<https://doi.org/10.30853/filmnauki.2018-11-2.15>

Статья посвящена исследованию особенностей предикатно-аргументной структуры каузативной конструкции “have something done” в английском языке. Данная каузативная конструкция имеет две интерпретации – “have your hair cut, your house painted etc.” и “have something stolen, broken, taken etc.”. В работе анализируется аргументная структура каждой из конструкций (набор семантических ролей), определяется тип таксономической категории предиката. Устанавливается корреляция: различия в коммуникативном содержании каузативных ситуаций и соотношении аргументов приводят к изменениям референциальных свойств участников каузативных ситуаций.

Ключевые слова и фразы: предикат; каузативная конструкция; аналитический каузатив; аргумент; таксономическая категория; контактная/дистантная каузация.

Баклагова Юлия Викторовна, к. филол. н., доцент
Кубанский государственный университет, г. Краснодар
liliann@mail.ru

ОСОБЕННОСТИ ПРЕДИКАТНО-АРГУМЕНТНОЙ СТРУКТУРЫ КАУЗАТИВНОЙ КОНСТРУКЦИИ HAVE SOMETHING DONE В АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ

В лингвистической науке каузатив традиционно разделяют на каузатив лексический и каузатив грамматический. Простые переходные глаголы с компонентом «каузировать», а в некоторых случаях и морфологически производные каузативные глаголы, образованные непродуктивным и нерегулярным морфологическим способом, относятся к лексическому каузативу. Морфологические каузативы (синтетические) и синтаксические (аналитические) каузативы образуют класс грамматических каузативов [2, с. 387-388].

В английском языке к синтаксическому каузативу относятся глаголы *let, make, have, get, help*, которые принято называть аналитическими или вспомогательными каузативными глаголами. Аналитизм находит отражение в морфологической неизменяемости слова и наличии сложных форм и конструкций. Аналитическая форма слова как наиболее специфическое аналитическое образование, взятая сама по себе, есть сочетание основного слова (в определенной его форме) с известным служебным словом [4, с. 62; 6].

Глаголы, подвергающиеся грамматикализации, становятся служебными и участвуют в образовании аналитических глагольных конструкций, которые состоят из полнозначного глагола и вспомогательного, служебного глагола. Такими глаголами, как правило, являются глаголы с наиболее обобщенным лексическим значением, выражающие максимально абстрактный тип действия.

Одним из наиболее распространенных значений грамматического показателя глагольной лексики является каузатив. Отличительными свойствами аналитических каузативных глаголов являются относительная синтаксическая несамодостаточность и обязательная связь с инфинитивом. Ряд ученых указывают на то, что аналитические глаголы английского языка могут быть представлены как системообразующее ядро функционально-семантического поля каузативности английского языка [1, с. 23].

Объектом нашего внимания в данной статье является каузативная конструкция *have something done* со значением *cause somebody to do something* [11, р. 745-746] (*послужить причиной, побуждать кого-то делать что-то*). Материалом послужили данные сплошной выборки из британских газет “The Guardian” и “The Independent”.