УДК 81

СОВРЕМЕННАЯ БЛОГОСФЕРА В АНГЛИЙСКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРЕ

М. И. Кысылбаикова *Старший преподаватель, e-mail: kysylbaikova@mail.ru,*

Э. М. Шестакова *студентка, e-mail: elmiiirashest@gmail.com,*

Северо-Восточный федеральный университет имени М. К. Аммосова, г. Якутск, Республика Саха (Якутия), Россия

MODERN BLOGOSPHERE IN ENGLISH LINGUOCULTURE

M. I. Kysylbaikova *Senior Lecturer, e-mail: kysylbaikova@mail.ru,*

E. M. Shestakova *student, e-mail: elmiiirashest@gmail.com,*

North-Eastern Federal University named after M. K. Ammosov, Yakutsk, Republic of Sakha (Yakutia), Russia

Abstract. The research is devoted to a separate part of the transfer of messages, and in particular, the analysis of the consciousness of English-speaking bloggers, their influence on public opinion and the blogosphere, which is considered here as one of the fastest growing means of Internet communications. In this study, the specificity of the manifestation of the English linguoculture is analyzed in the context of communication in the blogosphere as a special informational, psychological, socio-cultural and linguistic space of the Internet environment. The English blogosphere is a set of texts-thematic notes or posts and comments to them and is characterized by such features as virtuality, interactivity, hypertextuality, globality, creativity, anonymity.

Keywords: blogosphere; linguoculture; English language; blog; blog community.

В настоящее время блогосфера охватывает практически все сферы жизни общества в любой стране мира. Если говорить о Великобритании, то основную часть блогеров в стране составляют англоязычные люди, которые создают труды в самых различных направлениях: изучение языков, кулинария, военное дело, образование, медицины и так далее.

Креативность в блог-коммуникации, с нашей точки зрения, представляет большой интерес. С одной стороны, формы ее проявления отражают изменения в языке различного уровня, а именно: лексико-семантического, включающего новообразованные и новозаимствованные языковые единицы, окказионализмы, сокращения, приобретенные имеющимися в лексическом составе единицами новых смыслов; Грамматико-прагматического, охватывающего видоизмененные грамматические конструкции, нестандартные синтаксические правила, новые словообразовательные модели, средства и единицы, приобретение лексической единицей свойств других, не свойственных ей, частей речи и частей предложения; Лингвистические и экстралингвистиечские проявления креативности в блогах предоставляют доступ к различного рода когнитивно-познавательным процессам в сознании носителей английской лингвокультуры.

Рассмотрим специфику проявлеия креативности английских блогеров на примерах.

В качестве материала исследования были выбраны тексты популярных (по версии сайта Top-100-uk-blogs) англоязычных блогов. Под текстом блога по-

нимается «продукт, порожденный языковой личностью и адресованный языковой личности» [1, с. 55]. В рамках настоящего исследования текст представляет собой всеобъемлющее понятие: в него включаются не только лингвистические составляющие но и экстралингвистические, отражающие специфику общения в блогосфере (мемы, цифровой язык, медиа-файлы, эмотиконы). При анализе материала были выделены когнитивно-коммуникативные феномены различной природы. Наряду с известными и подробно описанными (метафора, метонимия, эвфемизмы, фразеологизмы), в гиперсреде возникли и продолжают возникать специфические и новые средства ориентирующего воздействия, а именно:

1) неологизмы – т.е. особый класс авторских, стилистических и окказиональных новообразований в языке, обусловленных преимущественно письменной формой коммуникации, стремлением к экспрессивности при экономии языковых усилий, а также желанием следовать языковой моде. В результате гипертекст блога наполняется новообразованными или заимствованными единицами лексического уровня, воспринимаемыми в определенный период как новые, например, interneters (регулярные пользователи интернета), blogess (представительница женского пола, ведущая блог), blenvy (зависть к блогеру, у которого больше подписчиков), Blogging A Dead Horse (поведение пользователя-тролля, продолжающего оскорбительные высказывания в адрес других в условиях, когда дискуссия уже закончена);

2) аббревиатуры – техники выражения смыслов (тронкации, сиглы, акронимы) в сокращенной форме посредством использования начальных звуков, слогов или букв полного наименования обозначаемого объекта [4, с. 52–53]. Например, аббревиатура KPG (Keep the Party Going – ориентация в области императивной модальности, призыв к продолжению веселья), акронимы ROFL (Rolling On Floor Laughing – выражение крайней степени удивления или сатирического комментария), ASN (Asian(s) – именование представителей азиатских национальностей);

3) эрративы (от лат. errare «ошибаться»), или языковые единицы лексического уровня, подвергнутые преднамеренному искажению носителем языка, владеющим литературной нормой, для придания определенного эффекта [2]. Эрративы используются для ориентации в аффективной, апеллятивной, контакто-устанавливающей, оценочной области, сфере отношений «свой vs чужой». Примеры в англоязычных блогах демонстрируют ориентацию в аффективной области – создание эмоционального воздействия: salard вместо salad, The Kwen вместо the Queen, whamen вместо women;

4) литуративы (от лат. litura «зачеркивание») – прием зачеркиваний текста или его части с целью сокрытия табуированной лексики, привлечения внимания к имплицитному смыслу и оценке, психо-эмоционального воздействия. Литуративы – это не отсутствие текста, а его многослойное лексико-семантическое, имплицитное присутствие [3]. В англоязычных блогах зачеркивания часто используются для создания комического эффекта и ориентации в психо-эмоциональной области: 1. Now I'm not saying if I were that kid's mother (I'd have breasts) I would've made him walk home, because that's how you get your kids abducted! 2. Using strikethrough font in blogger (is overrated and entails an extremely convoluted process) helpful and very easy to implement;

5) интернет-мемы – т.е. разновидность прецедентных информативных феноменов (медиа-файлы, тексты), спонтанно распространившихся в гиперсреде посредством различных коммуникативных каналов. В блогосфере мемы создаются, эволюционируют, мутируют и умирают, однако жизнеспособные мемы могут распространятся и за пределами гиперсреды.

Например, мем Pajama Boy (фотография мальчика с недовольным выражением лица в пижаме, опубликованная работником американской политической организации Этаном Круппом в 2013, в поддержку проекта “Obamacare”), Success Kid (фотография малыша на пляже с зажатым песком в кулаке, опубликованная его родителями в 2008 г. на сайте Pyzam.com) после популяризации в блогосфере, в 2012 г. появился в рекламной акции компании Virgin Media. Другие примеры: выражение Challenge Accepted (Вызов принят) и заменяющее его смысл изображение, мем Me Gusta (или I like it/ like /lk), используемый в контексте одобрения;

Для более детального анализа нами был выбран популярный ютуб-блогер Томас Франк. Его блог специализируется на популяризации методик и способов для улучшения уровня жизни.

Если говорить о блоге в рамках исследования, то в нем можно выделить следующие характерные черты:

- На экстралингвистическом уровне блогер использует собственный накопленный опыт, который пропускается через «фильтр ментальности» блогера и передается в виде видеоролика, используются различного вида интернет-мемы.
- На лексико-семантическом уровне: использование сленга для выражения тонкостей английского языка (использование сокращения от слова “procrastinators” – “procrats”, неологизм “pancake people”, который обозначает поколение активных пользователей в интернете, которые на первый взгляд знают много, но на самом деле довольно поверхностны. Неологизм “productivity guru” обозначает человека, который постоянно находится в процессе физической или моральной работы.
- На грамматико-прагматическом уровне: использование сравнения “your brain is not like a hamster ball”, обозначает то, что если выбрать одно конкретное направление, таким образом человек двигается вперед. (другие примеры: словообразования “over-succeeded”, “forward thinkers, использование эрратива “protecc” вместо “protect”).
- Преобладание повседневного языка для простоты восприятия информации.
- Создание благоприятной и уютной обстановки в «атмосфере блога», которая предполагает увеличение аудитории и популярности.
- Информация довольно сильно структурирована, практически не наблюдается отклонений в стороны, которые не указаны в заголовке блога.

На основе информации можно сделать небольшой вывод. Проявление ментальности носителей английской лингвокультуры в текстах современной блогосферы заключается в том, что ментальность в этом случае можно понимать как использование упрощенной передачи информации, преобладание измененных форм единиц языка различного уровня, а также была замечена характерная особенность представителей английской лингвокультуры, которая проявляется в том, что информация в блогах достаточно сильно структурирована и в ней не наблюдается никаких отклонений в другие темы, косвенно связанные с темой блога. Также можно сказать о частом использовании одних и тех же словесных конструкций, которые преобладают в большом количестве блогов представителей англоязычных блогеров, которые используют данный метод для упрощения передачи информации.

Библиографический список

1. Бергельсон М. Б. Языковые аспекты виртуальной коммуникации // Вестник МГУ. 2002. – № 1, Сер. 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. − С. 55–67.
2. Гусейнов Г. Ч. Неполная коммуникация в блогосфере: эрративы и литуративы. URL: http://speakrus.ru/gg/liturative.htm (дата обращения: 05.04.2018).

3. Гусейнов Г. Ч. Берлога веблога // Введение в эрратическую семантику. URL: http://www.speakrus.ru/gg/microprosa_erratica-1.htm (дата обращения: 05.04.2018).
4. Журавлева Т. А. Аббревиатуры как познавательные индикаторы медийного коммуникативного этнопространства // Современные проблемы гуманитарных и естественных наук: материалы конференции молодых ученых. – Иркутск : ИГЛУ, 2010. – С. 52–53.

Bibliograficheskij spisok

1. Bergel`son M. B. Yazy`kovy`e aspekty` virtual`noj kommunikacii // Vestnik MGU. 2002. – № 1, Ser. 19. Lingvistika i mezhkul`turnaya kommunikaciya. − S. 55–67.
2. Gusejnov G. Ch. Nepolnaya kommunikaciya v blogosfere: e`rrativy` i liturativy`. URL: http://speakrus.ru/gg/liturative.htm (data obrashheniya: 05.04.2018).
3. Gusejnov G. Ch. Berloga vebloga // Vvedenie v e`rraticheskuyu semantiku. URL: http://www.speakrus.ru/gg/microprosa_erratica-1.htm (data obrashheniya: 05.04.2018).
4. Zhuravleva T. A. Abbreviatury` kak poznavatel`ny`e indikatory` medijnogo kommunikativnogo e`tnoprostranstva // Sovremenny`e problemy` gumanitarny`x i estestvenny`x nauk: materialy` konferencii molody`x ucheny`x. – Irkutsk : IGLU, 2010. – S. 52–53.

© Кысылбаикова М. И., Шестакова Э. М., 2018.