

СПЕЦИФИКА ВИРТУАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ ЯПОНЦЕВ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

Н.В. Раздорская

Московский государственный институт международных отношений (университет) МИД России,
119454, Россия, Москва, пр. Вернадского, 76

В статье рассматривается влияние виртуальной коммуникации в социальных сетях на модификацию лексического состава японского языка и изменение орфографических норм оформления устной речи. С развитием компьютерных технологий в интернет-пространстве возникают группы по интересам, создаются форумы и социальные сети, язык виртуального общения в которых становится более вариативным и переходит от стадии символики к креативной стадии, когда пользователи получают возможность не просто обмениваться краткими сообщениями, а выражать своё мнение, принимать участие в дискуссиях. Новые условия общения приводят к образованию особого лексического пласта трансформеров и переносу специфики, свойственной устной речи, в письменную, способствуя дальнейшему сближению обеих форм языкового взаимодействия. На основе анализа переписки в социальных сетях и примеров из японских источников делается вывод о том, что язык вежливости кэйго практически не используется и это может создать определённые трудности с выбором правильных форм при реальном общении. И, наоборот, простые или фамильярные формы, допускаемые в письменной речи, имеют ограниченное употребление, и их автоматический перенос в повседневную жизнь может стать помехой в установлении социальных контактов. Активно внедряющиеся в японский язык неологизмы в большинстве своём подчиняются нормам японской фонетики и грамматики, но под их влиянием происходят значительные отклонения при письменной фиксации передаваемого текста. При отсутствии визуального контакта в социальных сетях происходит формирование письменной разговорной речи, анализ и учёт которой важны для адекватного восприятия информации и лучшей ориентации в японском интернет-пространстве.

Ключевые слова: японский язык, социальные сети, неологизм, виртуальная коммуникация, морфемная контракция, компьютерные технологии, блогосфера, устная и письменная речь.

Развитие компьютерных технологий и расширение возможностей виртуального общения привели к формированию новой языковой ситуации, при которой возникает особая межличностная коммуникация, приводящая к ликвидации монолингвизма. В современном японском обществе, особенно среди молодёжи, изучающей в школе и институте иностранные языки, употребление в повседневной речи заимствованных слов и виртуальное общение в Интернете с соотечественниками и друзьями, проживающими за рубежом, перестало считать-

ся чем-то необычным. «Модное» употребление иностранных заимствований часто расценивается молодыми людьми как показатель образованности и начитанности, тем самым способствуя постепенному увеличению доли этой лексики в современном японском языке [11, с.141–152].

В японском Интернете существуют как международные системы поиска (Google, Yahoo, Alta Vista), в которых информация представлена на английском и японском языках, так и разветвлённая сеть японских поисковиков. Со стартовой страницы <http://www.searchdesk.com> можно

сразу выйти на сайты основных японских газет, журналов, электронных словарей, блогов и т.д.

В Японии ещё в конце 70-х годов XX века была разработана технология преобразования знаков японской азбуки хирагана в иероглифику с целью предоставления пользователям компьютеров возможности работать в японоязычном Интернете. А с начала 80-х годов японцы стали пользоваться услугами электронной почты на родном языке и многочисленными мобильными приложениями, предназначенными для обмена сообщениями [10, с.154–159]. В настоящее время 90% говорящих на японском языке в той или иной форме используют Интернет, это самый высокий показатель в мире [16].

С появлением мобильных приложений основное общение между коммуникантами стало осуществляться в виде текстовых месседжей с новыми способами передачи информации, обеспечивающими скорость и краткость. Это происходило путём внедрения специальной графической системы картинок-смайликов 絵文字 эмодзи, ставших элементами молодёжной культуры Японии, и интернет-лексики, употребляемой в он-лайн играх, чатах, форумах, а также СМС переписке [4, с.132–134; 5]. Особенности такой лексики заключаются в использовании иностранного сленга, морфемной контракции, смешанных сокращений и изменения иероглифической семантики.

1. Интернет-сленг, распространённый в Европе и США, используется в случаях, требующих быстрой реакции ввода слов-сокращений по типу онлайн-овых игр. Используемые английские аббревиатуры, имеющие аналоги на японском языке, могут быть взаимозаменяемыми, как:

lol (laugh out loud) 「大笑い」 *очень смешно!*

Ty (thank you) 「ありがとう」 *спасибо*

fyi (for your information) 「参考までに」 *к сведению*

afk (away from keyboard) 「一時退席中」 *отлучусь*

irl? (In real life?) 「現実で?」 *реально?*

BRB (Be right back) 「すぐ戻る」 *скоро буду*

Существует и так называемая система надписей Leet, введённая в обращение для радиокоммуникации. Она составлена по принципу сигналов азбуки Морзе, например, B4 – before ранее, TNX – thanks спасибо и т.д.

2. Морфемная контракция проявляется в следующих случаях:

а) при сжатии слов, написанных как азбукой хирагана, так и азбукой катакана, например:

おめ (оめでとう) *Поздравляю! あり (ありがとう) Спасибо, благодарю;*

ぼ (おかえり, ぽかえり) *С возвращением! コピー (コピー&ペース) Скопируй и перешли (перепост); ヨロ (よろしく) Ну, пока!*

б) при эллипсисе части фразы, например:

誰得 「誰が得するんだよ!」 *Кто должен выиграть?!*

俺得 「俺が得するんだよ!」 *Я выиграю! Моя взяла!*

в) при замене слова на один иероглиф:

乙 (お疲れ様) *До свидания!/Спасибо; 念 (コピペ) Сохранить и переслать;*

芝 (わらう) *Смешно!*

3. Смешанные сокращения. Они образуются в случаях:

а) использования в одном слове или словосочетании знаков японских азбук и букв латинского алфавита:

わず (was) *Где был? こ n (こんにちは/こんばんは) Добрый день/вечер [5]*

б) цифровой аббревиации, встречающейся и в китайском интернете [8, с. 64], при которой слово графически фиксируется фонетиками, не отражающими его смыслового значения, например: 55 ГОО-ГОО ゴーゴ (go,go) *Давай, начинай! (при игре); 46 ЁНРОКУ よろしく Ну, пока! (при расставании).*

4. Семантическое несоответствие. Подбор иероглифики по фонетикам, не связанный с семантическим использованием:

今北 (今来た) ИМА КИТА *Только что пришёл; 産業 (三行) САНГЁ: 三行で短く説明してくれ Объясни вкратце (в трёх словах) и т.д.*

Некоторые неологизмы, отражающие современные компьютерные понятия, могут одновременно графически фиксироваться и катаканой, и иероглифами, часто подобранными на основе семантики или фонетики. Например, 窓 МАДО окошко (Microsoft Windows)、林檎 РИН-ГО яблоко (Mac OS Apple)、密林 МИЦУРИН чаща (Amazon)、割れ ВАРЭ осколок (Warez)、鯖 САБА скумбрия (Server)、垢 АКА грязь, накупть (Account)、良悪 ИИАКУ (イー・アクセス) *хороший доступ* и т.д.

Развитие технологий, позволившее увеличивать возможности компьютеров, способствовало появлению в интернет-пространстве групп по интересам, созданию форумов и социальных сетей, пользователи которых получили возможность не просто «перекидываться» краткими сообщениями, а выражать своё мнение, принимать участие в дискуссиях. Благодаря этому язык вир-

туального общения становится более вариативным и переходит от стадии символики к креативной стадии.

В Японии, где традиционно существуют устная и письменная формы речи, отличающиеся грамматически, лексически и стилистически, выбор стилей вежливости при общении зависит от социальной, возрастной и гендерной принадлежности говорящих, такие условия связаны с определённой модификацией языка, используемого для коммуникации в блогах и социальных сетях. Компьютерная среда создаёт новые условия общения и переписки при отсутствии визуального контакта и ограничении личной информации. Практически в неизменном виде остаются язык текстов информационного характера и переписка по электронной почте, поскольку предполагается наличие собеседника с определённым социальным статусом, что накладывает определённые обязательства в рамках общепринятого этикета. В социальных сетях пользователи часто остаются обезличенными: указывать ли на своей страничке настоящее имя или использовать псевдоним, место работы или учёбы, размещать ли своё фото или поместить портрет любимой собачки – право пользователя. «...Поскольку многие сидят в чатах, в сетях, ...общаются виртуально, они фактически не имеют опыта реального общения. В сети ты можешь быть под другим именем, ты можешь его поменять и исчезнуть, стать другой личностью – и ты вообще ни за что не отвечаешь» [14].

Наиболее популярными в Японии являются международные социальные сети Лайн (70 млн. пользователей), связывающие Японию, Тайвань, Тайланд и Индонезию, а также Твиттер (45 млн. пользователей), Фейсбук (28 млн. пользователей), Инстаграм (20 млн. пользователей) и японская социальная сеть Микси (7,6 млн. пользователей) [19]. Причём за последние 4 года число активных пользователей этих сетей выросло более чем в 2 раза. Твиттер стал популярным среди молодёжи во многом благодаря внедрению функции передачи видеоизображений: из 45 миллионов пользователей этой сети 62,5% приходится на возрастную категорию 20-летних [6, с.3]. Инстаграм активно пользуются подростки и молодёжь до 25 лет, а Фейсбук пополнил свои ряды за счёт возрастной категории лиц старше 30 лет (43,5% пользователей) и 40 лет (39% пользователей) [20]. Интересно, что 84,8% японских пользователей Фейсбук зарегистрированы в сети под своими реальными фамилиями и именами, а в Твиттере

имена указывают лишь 23,5% пользователей [2, с. 208]. Таким образом, социальные сети объединили многочисленных пользователей различных возрастных и гендерных групп, принадлежащих разным слоям общества, излагающих в письменной форме свои впечатления и комментирующих те или иные события. В реальной жизни их общение либо отсутствовало вообще, либо протекало бы по установленным этическим принципам – к старшим следовало обращаться с использованием вежливых глагольных форм и префиксов, о себе говорить скромно, в паузы вставлять слова-поддакивания *айдзуги*, сопровождая речь поклонами при знакомстве, прощании, а также при выражении благодарности или извинения. Это касается и использования регламентированного словоупотребления и невербального поведения (определённых жестов и мимики), а также интонационной составляющей. Отсутствие информации о партнёре и его визуального восприятия, а также возможность оставаться неопознанным при общении в социальных сетях привели к появлению языковой специфики, проявляющейся в стирании различий между устной и письменной речью современных японцев.

На веб-сайтах Интернета (блогах, переписке в мессенджерах, на веб-форумах, онлайн-овых играх) широко используется так называемый «язык сообщества», включающий в себя три типа лексики: скрытые слова, сленг и профессиональный жаргон. Это искусственно созданный лексический уровень коммуникации только между членами одной группы, при которой коды скрытых и профессиональных слов по традиции передаются следующим поколениям, сленг же существует недолго и может со временем изменяться.

Учёный-социолингвист Мацуда Кэндзио в своём исследовании языка виртуального общения на сайте социальной сети Микси студентов университета Сёин дзёсигакуин (г. Кобэ) отмечает следующие особенности словоупотребления, связанные с появлением «языка сообщества» в Интернете:

– Использование при переписке намеренно искажённых слов, фиксируемых вместо семантических иероглифов знаками слоговых азбук *катаканы* и *хираганы*, а также замены иероглифов их фонетиками. Например, модификация глаголов выглядит следующим образом: 「○○を希望する」 КИБО:СУРУ (*хотеть, желать*) меняет форму на *きぼーん* КИБООН • *きぼん* КИБОН • *キボノ* КИБОНУ, *発見する* ХАККЭН СУРУ (*обнаружить*) выглядит как *ハクノ* ХАКЭЭН, *済ま*

ない СУМАНАЙ (*извини*) превращается в ス マ ソ СУМАСО и т.д. Существительные часто модифицируются в жаргонизмы, например: DQN ・ ドキュン ДОКЮН ・ ドキュソ ДОКЮСО ・ 毒 素 ДОКУСО (*лох, лузер*), 祭り МАЦУРИ (*вечеринка, встреча*), かいしゅつ ・ 既出 ГАЙСЮЦУ (*выход из дома*) и т.д. Модификация местоимений осуществляется за счёт подмены на фонетически близкие иероглифы: 漏れ МОРЭ (俺 ОРЭ я) 藻前 (おまえ) ОМАЭ (お前 ОМАЭ ты). Прилагательные изменяются за счёт намеренно искажённого написания слов: カワルイ КАКОВАРУИ, カッコ悪い КАККО ВАРУИ (вместо 格好悪い КАККО: ВАРУИ *плохо выглядеть*); かつけー КАККЭЭ (вместо 格好いい КАККО: ИИ *хорошо выглядеть*); 托イ КИМОИ (вместо 気が重い КИ-ГА ОМОИ *тяжело на душе*) и т.д.

– Имитация эмоций с использованием графических компонентов. Например:

キタ——(°▽°)——ツ!! КИТАААААЦ (*пришёл/её!*); w ・ w (笑い) イイ! (*Смех! Здорово!*) [9].

К особенностям словоупотребления в социальных сетях можно отнести и смешанные неологизмы, в которых используется как азбука для написания слов иностранного происхождения (катакана), так и иероглифика. Например, официально признан общепринятым и зафиксирован с 2006 г. в словарях глагол ググル ГУГУРУ (*искать в системе Google*), образованный от английского to google, но изменяемый в соответствии с японской грамматикой, например, : ググれ ГУГУРЭ или ググって来い ГУГУТТЭ КОИ (*Поищи в Google*). При переводе такой глагол звучит аналогично русскому «погуглить». Любопытно, что многие японцы используют этот глагол и когда речь идёт о другой поисковой системе, например, Yahoo. В таких случаях встречается забавное выражение «погуглить в Яху». Нередко встречается и глагол ヤフル ЯФУРУ (*поискать в Yahoo*) ヱィキルВИКИРУ (*поискать в Википедия*).

Наиболее распространённые слова-трансформеры со временем входят в повседневный обиход и становятся обычными для большинства пользователей. Так, в рейтинге наиболее употребляемых в социальных сетях 77 слов, составленного на основе базы данных Yahoo за 2017 год, лидером стала популярная среди молодёжи фраза 草生える КУСАХАЭРУ (*растёт трава*) или в сокращённом варианте просто 草 КУСА (*трава*). Число её использований в различных видах коммуникации составило 109182 раза за один день. Считается,

что первоначально в чатах и коротких почтовых сообщениях вместо иероглифа 笑う ВАРАУ (*смешно/смеяться*) использовалась первая буква английской транскрипции warau, при повторении визуально напоминающая траву – www. Отсюда и возникло выражение «растёт трава», обозначающее смех и получившее за счёт своей оригинальности популярность среди японских интернет-пользователей. Ещё одним примером частотности использования необычной лексики в сетях считается контактоустановительная реплика кансайского диалекта それな СОРЭ НА (сoудaнe СО:ДА НЭ и たしかにね ТАСИКАНИ НЭ *да уж, точно!*), служащая выражением согласия с собеседником. Наибольшее число её упоминаний составило 53496 раза за один день. 22807 раз в день встретилось распространившееся в Твиттере, а затем и в других социальных сетях искусственно созданное слово ふあぼ ФАБО, образованное от английского favorite (フ エイバリット ФЭЙБАРИТТО) и первоначально означавшее для японцев что-либо любимое или понравившееся. В настоящее время пользователи Твиттера, Инстаграм и Фейсбука употребляют это слово в значении «Хорошо, подходит!», встречается оно и в знак подтверждения того, что высланное сообщение прочитано. Часто от него образуют глагольные формы, например, ふあぼった ФАБОТТА (*было хорошо!*), ふあぼる ФАБОРУ или ふあぼする ФАБОСУРУ (*будет здорово!*), и теперь оно перестало восприниматься как сленг [18]. 120 раз за один день было употреблено слово フロリダ ФУРОРИДА, представляющее контракцию целого предложения 風呂に入るから離脱する ФУРО-НИ ХАЙРУ КАРА РИДАЦУ СУРУ (*отлучусь, чтобы принять ванну*).

В современном компьютерном пространстве Японии особое развитие получила блогосфера как специфическая среда сетевого общения, имеющая ряд преимуществ перед электронной почтой, группами новостей, веб-форумами и чатами за счёт возможности регулярно обновлять и пополнять свои записи, добавлять изображения или мультимедиа.

Интернет-коммуникация посредством блогов была поддержана Министерством внутренних дел и коммуникаций Японии, где по инициативе отдела информационной политики и связи в 2006 году была учреждена Ассоциация блогеров с целью развития новой формы общения. Уже в конце 2006 г. по числу блогов на родном языке, составивших 37% блогов во всём мире, Япония вышла на первое место, обойдя публикации на

английском и китайском языках. Именно в Японии впервые появились так называемые «мобуброгу» (мобильные блоги), позволяющие делать записи под снимками в сотовых телефонах [13]. Основные поисковые системы Японии регулярно (ежемесячно, ежеквартально и ежегодно) публикуют тематические блог-рейтинги, что стимулирует деятельность их авторов и вовлекает другие слои населения в информационное сообщество.

Активизируются блоги и в педагогической практике Японии с целью приобщения молодёжи к творческой деятельности в виде написания эссе, дневниковых записей, впечатлений от прочитанной литературы или просмотренных фильмов. Японская система обучения направлена на сохранение навыков грамотного письма и в сферах неформального общения.

Из многочисленных функций блогов наибольшее значение придаётся коммуникативной, самопрезентации и саморазвития, что позволяет активизировать поиск креативных способов эмоционального выражения мысли. Последнее время всё больше преподавателей иностранного языка (в том числе японского для иностранцев) стали открывать свои блоги и использовать их с информационными и учебными целями. Так, по данным за 2006 год только в поисковой системе Гугл по запросу «Обучение японскому языку – блог» существовало 1 млн. 860 тыс. сносок [17].

В отличие от других видов интернет-коммуникации, основанных на скорости, краткости и объединяющих узкий круг участников [3, с. 56–57], блоги ориентированы на прочтение и комментарии широкой аудитории пользователей социальных сетей и представляют собой виртуальную коммуникацию более высокого уровня.

Структурно блог состоит из двух частей: информативной (монолог) и комментарийной (диалог). Целевая ориентация виртуального общения в жанре блога предопределяет форму изложения монологической части текста, представляющей собой письменную речь. В ней могут содержаться элементы и разговорной речи, но структура предложений, лексика и стиль изложения соответствуют нормативному языку и понимаются всеми читающими. Комментарии и реплики, будучи также письменным изложением мыслей читателей, представляют собой неподготовленные спонтанные высказывания и характеризуются рядом особенностей, не свойственных письменной речи.

При ознакомлении с публикациями микроблогов сети Твиттер, отражающими молодёжный способ общения [Twitter] [Phttps://twitter.com/](https://twitter.com/),

и сети Фейсбук, где пользователи старшего возраста осуществляют коммуникацию в группах по интересам и посредством комментариев к информационным сообщениям [21; 22; 23], мы смогли отметить следующие особенности фиксируемой устной речи. Прежде всего, это касается графического оформления текстового материала, для которого характерны:

– Существенное увеличение количества слов, написанных азбукой катакана, традиционно используемой в словах иностранного происхождения гайрайго. Иногда ими записывается и лексика японского происхождения, обычно фиксируемая азбукой хирагана, с целью выделения или акцентирования внимания реципиента. Но в комментарийной части блогов в среднем более половины всего текста записывается либо катаканой либо смешанной азбукой, например, カワイイ、コチラこそ.

– Долгота в словах как японского, так и иностранного происхождения указывается знаком катаканы, например, ありがとー、おいそうー、海かなーって. По правилам орфографии в словах японского происхождения она должна фиксироваться знаком хираганы, соответствующим данному гласному звуку.

– Активное использование знака вопроса (?) и восклицательного знака (!), более характерных для текстов западноевропейских языков, нежели для типично японских предложений. В газетных текстах и электронных версиях средств массовой информации вопросительные предложения оформляются частицей かКА и знаком точки (。), ставящимся в конце. Но в рекламах, на афишах, на главных страницах веб-сайтов встречаются восклицательные знаки, часто выделяемые цветом с целью привлечения внимания читателей (например, на главной странице Яху).

– В японском обществе не принято бурно проявлять свои чувства перед незнакомыми людьми из-за опасения «потерять лицо» и доставить собеседнику неудобства, связанные с необходимостью реагировать на выказанные эмоции. Нередко европейцам приходится удивляться тому, что даже при трагических обстоятельствах лица японцев сохраняют невозмутимость или застывают в любезной улыбке. А участники блогов, широко используя различного рода картинкисмайлики, стремятся продемонстрировать свой эмоциональный настрой. Привыкшие визуально определять семантику иероглифов японцы могут вести переписку, состоящую полностью из таких картинок.

К особенностям письменной речи японцев в блогах можно отнести:

– специфику передачи эмоций посредством несвойственного японскому языку графического отображения слов, произносимых с растяжкой звука, например, *みましたあ* МИМАСИТА-А (*Ой, видел(а)*), *ほしいなあー* ХОСИИ-НАА (*Как хотелось бы...*), *でも美味しそうお* ДЕМО УЦУКУСИСО:-О (*Однако выглядит-то красиво!*). Подобная фиксация звуков как бы имитирует произносимое слово, чем передаёт эмоциональный настрой участника диалога – раздумье, радость или затруднительную ситуацию.

– частотное использование междометий (*うん, ねえ*), оноματοпоэтических наречий (*きゃー*) [15, с. 247], *ふつふつ* [12, с.63], эмоциональных (восклицательных) частиц *ぞ* (решимость), *かな* (раздумье), *よ* (призыв к чему-либо, сильные эмоции) [7, с. 257], заимствованных восклицаний *うわう* (*wow*), *あつ* (*ah*), *おつ* (*oh*), *おおつ* (*ooh*)).

– Присутствие почти в каждом предложении заключительных частиц [7, с. 266], употребляемых в устной речи с целью апелляции к собеседнику, например, *何でしょうね* НАНДЕСЁ-НЭ *что же это?*, *ね НЭ да?*, *よね ЁНЭ да ведь?*, *ねえ НЭ-Э не так ли?*

Среди грамматических особенностей блогов можно выделить:

1. Отсутствие и в монологической части, и в комментарийной частях блога грамматической формы вежливости *кэйго*, поскольку нет необходимости выстраивать личностные отношения. Текст информативной части может быть написан с использованием либо простых (фамильярных) форм, либо нейтрально-вежливых. Однако комментарийная часть в большинстве содержит отзывы, написанные простыми формами речи и редко – с использованием нейтрально-вежливой формы *масу*, *дэсу*. Так, в репрезентативных микро-блогах участников группы «Умаймоно-о куу кай» на Фейсбуке из 100 комментарийных реплик 77 были написаны в простой (фамильярной) форме.

2. Тексты комментариев в основном состоят из простых, часто безличных предложений или кратких реплик. Например, *やって見よ*. ЯТТЭ МИЁ (*Давай попытаемся!*) *行ってみたーい*. ИТТЭ МИТААЙ (*Как хочу туда сходить!*) *たまには頑張って作らなきゃ*. ТАМА-НИ ВА ГАМБАТТЭ ЦУКУ-РАНАКЯ (*Иногда нужно собраться силами и сделать!*).

3. Употребление сокращённых форм отдельных частей речи, например:

食べっちゃうの ТАБЭТТЯУ образован от глагольной формы *食べてしまう* ТАБЭТЭ СИ-МАУ (*съесть*), *こりゃー* КОРЯ (*это*), образовано от местоимения *これ* и частицы *は* КОРЭ ВА, *しなкья* СИНАКЯ образовано от условной глагольной формы *しなければ* (*если сделать*), *みせとく* МИСЭТОКУ от глагола *見せておく* МИСЭТЭОКУ (*показать*) и т.д.

4. Отсутствие показателей падежей, что также встречается в устной речи, например: *いたい何処行くんだ!* ИТТАЙ ДОКО ИКУ-Н ДА (*Куда же едешь-то!*) *頭大丈夫か* АТАМА ДАЙД-ЗЁБУ КА? (*Всё в порядке с головой?*)

5. В комментарийной части редко встречаются глаголы правильной грамматической формы. Используются контракционные формы, свойственные устной разговорной речи, например:

人間って残酷やなあー (человек-то ужасно残酷だなあ) *Человек жесток!*

しってこと (зная что-то) *Знаю об этом*

こうなっちゃうんだね (становится так) *Так вот произойдёт.*

6. Наличие неоконченных предложений альтернативного характера, например, *とか* ТОКА (*или?*), *機会があれば, ぜひ...* КИКАЙ-ГА АРЭБА ДЗЭХИ... (*будет случай – непременно...*) *リンゴと栗さあどっち* РИНГО ТО КУРИ...СА...ДОТТИ (*что – яблоко или каштан?*).

7. Инверсия с целью придания большей выразительности: *ダメだこりゃー*

ДАМЭ ДА КОРЯ (*не годится... вот это*); *たまらなくておいしそう, ビールは* ТАМАРАНА-КУТЭ ОИСИСО: БИ:РУ ВА (*ну просто очень выглядит аппетитно... это пиво*).

Таким образом, современный японский язык, используемый в блогах социальных сетей, представляет собой графическую смесь письменной и устной речи. В текстах комментариев и реплик прослеживается тенденция к сближению письменной речи по форме фонетической фиксации с европейскими языками, ранее не характерной для японского языка и отмечавшейся российскими лингвистами в качестве одной из его специфических особенностей [1, с. 41].

Виртуальная коммуникация в социальных сетях даёт основание сделать вывод о том, что изменяющиеся условия общения способствуют дальнейшему сближению устной и письменной речи как двух форм языкового существования японцев.

Не потерявший своей актуальности язык вежливости кэйго в сетях практически не используется, что может создать определённые трудности у молодого поколения при выборе правильных форм при реальном общении. И, наоборот, простые или фамильярные формы, допускаемые в письменной речи, имеют ограниченное употребление, и их автоматический перенос в повседневную жизнь может стать помехой в установлении социальных контактов.

Совершенствование компьютерных технологий стимулирует активное внедрение в японский язык неологизмов, возникающих на основе мультилингвизма, но в большинстве своём

подчиняющихся нормам японской фонетики и грамматики. Однако под их влиянием значительные отклонения от принятой нормы претерпевает письменная фиксация передаваемого текста. Наиболее употребляемые в социальных сетях молодыми пользователями слова-трансформеры и сленг часто переносятся ими в реальную действительность и становятся частью лексического слоя современного японского языка. Знание и учёт современной специфики виртуального общения важны для адекватного восприятия текстового содержания и правильной ориентации в японском интернет-пространстве.

Список литературы

1. Алпатов В.М. Япония: язык и общество. Москва: Наука, 1988. 135с.
2. Белая книга по связи и информации Министерства внутренних дел и коммуникаций Японии / 情報通信白書 (総務省) . Токио: Министерство внутренних дел и коммуникаций, 2016. 491с.
3. Буторина Е. А. Поговорить?: Интернет как лингвистический феномен// Мир медиа XXI. 1999, №1. С.56–58.
4. Ёнакава А. И это тоже японский язык! И это тоже японский язык? 米川明彦「これも日本語! これもニホン語?」. Токио: NHK сьппан кёкай, 2006. 206с.
5. Ёнакава А. Наблюдение за словами. Введение/米川明彦「ことば観察にゆうもん」. Токио: Фукуинкан сётэн, 2010. 46 с.
6. Котани К. Почему среди молодёжи распространено словечко «спокойно»?/ 小谷和也「若者に「チル」という言葉がはやっている理由とは?」 [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://headlines.yahoo.co.jp/article?a=20171208-64505245-trendy-bus_all&p=3 (Дата доступа 8 декабря 2017 г.)
7. Лаврентьев Б.П. Практическая грамматика японского языка. Москва: «Живой язык», 2001. 351с.
8. Лунева Ю.В. Некоторые особенности лексического состава китайского языка // Московский государственный областной университет. Вестник. 2010, №4. С.62–65.
9. Мацуда К. Мир Интернета и язык сообщества/ 松田謙次郎「ネット社会と集団語」//日本語学. Токио, 2006, №25(10). [Электронный ресурс] – Режим доступа: sils.shoin.ac.jp/~kenjiro/papers/shudango.pdf (Дата доступа 15 января 2018г.)
10. Нисигаки Т., Jonatan R. Lewis. Что станет с японским языком из-за Интернета?/ 西垣通、Jonatan Robert Lewis インタネット で日本語はどうなるか. Токио: Иванами сётэн, 2001. 272с.
11. Раздорская Н.В. Иностранцы заимствования в текстовых материалах японских СМИ //Японский язык в ВУЗе: актуальные проблемы преподавания, вып.16. Материалы научно-методической конференции «Японский язык в ВУЗе (октябрь 2016г.)». Москва: изд-во «Ключ-С», 2017. С.141–152.
12. Румак Н.Г. Ономастическое слово японского языка. Москва: ИСАА МГУ, 2015. 92 с.
13. Такэбэ К. Почему блогов на японском языке больше, чем на английском?/ 武部 健一「英語を超えた日本語ブログの投稿数、その理由は?」 // Никкэй Х-тек, 16.04.2007. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://itpro.nikkeibp.co.jp/article/COLUMN/20070411/268068/?rt=topic> (Дата доступа 22 ноября 2017 г.)
14. Черниговская Т.В. Формально мы в одном пространстве, но реально – в разных. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.liveinternet.ru/users/stewardess0202/post414535563/> (Дата доступа 23 июня 2017 г.)
15. Японо-русский словарь/ под ред. Фудзинума. Токио, Кэнкю:ся, 2000. 1183с.
16. Internet World Stats/ Internet Coating Library. [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://www.internetworldstats.com/stats7.htm> (Дата доступа 24 июня 2017г.)
17. Сайт Японского фонда развития международных связей. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.jpfg.go.jp/j/project/japanese/teach/tsushin/archive/6-016.html> (Дата доступа 23 июня 2017 г.)
18. Сайт рейтинга блогов за 2017 год от 16.01.2018. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://jikitourai.net/school-girl-use-expression#best15> (дата доступа 23 января 2018 г.)
19. Информационный сайт социальных сетей Японии Comnico. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://blog.comnico.jp/we-love-social/sns-users> (Дата доступа 21 ноября 2017 г.)
20. Информационный сайт Японии Social Media Lab. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://gaiax-socialmedialab.jp/post-30833/> (Дата доступа 22 ноября 2017г.)
21. Сайт 12 лучших блогов// 22.01.2018. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://blogos.com/outline/272780/> (Дата доступа 26 января 2018 г.)
22. Сайт группы «Любителей вкусно поесть». [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://www.facebook.com/groups/umaimonwokuukai/?multi_permalink=1145829345519568¬if_id=1514289321663098¬if_t=group_highlights (Дата доступа 26 января 2018 г.)

23. Сайт любителей блогов. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://kasakoblog.exblog.jp/> (Дата доступа 27 января 2018 г.)

Сведения об авторе:

Раздорская Наталья Васильевна – кандидат педагогических наук, доцент кафедры японского, корейского, индонезийского и монгольского языков МГИМО (Россия, Москва). Сфера научных и профессиональных интересов: лингвокультурология, лингвострановедение, использование IT технологий в учебном процессе. E-mail: nrazdorskaya@mail.ru.

SPECIFICATION OF VIRTUAL COMMUNICATION OF THE JAPANESE IN SOCIAL NETWORKS

Natalia V. Razdorskaya

Moscow State Institute of International Relations (University), 76, Prospect Vernadskogo, Moscow, 119454, Russia.

The Abstract: *The article considers the influence of virtual communication in social networks on the lexical and orthographic change of oral speech representation. The development of computer technologies creates groups of interest, forums and social networks in the Internet where the language of virtual communication becomes more variable moving from its being symbolic to a more creative one, when users get the opportunity not just to exchange short messages but express their opinion. A new sphere of communication originates a new lexical layer of transformers and promotes the convergence of written and oral types of speech interaction. The analysis of correspondence in social networks and examples from Japanese sources have showed that the language of Japanese politeness Keigo is not used in networks which can create certain difficulties in choosing the right forms in real communication. Conversely, simple or familiar forms allowed in written language are scarce and their automatic transfer to everyday life can become a hindrance to establishing social contacts. Actively integrating in the Japanese language neologisms most often conform to the norms of Japanese phonetics and grammar, but they cause significant deviations in a written fixation of the transmitted text. The lack of a visual contact in social networks forms a written oral speech, the analysis and consideration of which is important for an adequate perception of information and for a better orientation in the Japanese Internet space.*

Key Words: *the Japanese language, blogosphere, social networks, virtual communication, oral and written speech.*

References

1. Alpatov V.M. Yaponiia: iazyk i obshchestvo [Japan: language and society]. Moscow, Nauka, 1988, 135p.
2. Belaia kniga po svyazi i informatsii Ministerstva vnutrennikh del i kommunikatsii Iaponii /情報通信白書 (総務省) [White Paper on Communications and Information of the Ministry of Internal Affairs and Communications of Japan]. Tokyo, Ministerstvo vnutrennikh del i kommunikatsii – [Ministry of Internal Affairs and Communications], 2016, 491p.
3. Butorina E. A. Pogovorit'?: Internet kak lingvisticheskii fenomen [To talk: the Internet as a linguistic phenomenon]. Mir media XXI [The world of media XXI], 1999, no.1, pp.56-58.
4. Joniekava A. I eto tozhe iaponskii iazyk! I eto tozhe iaponskii iazyk? 米川明彦「これも日本語! これも二ホン語?」 [And this is also the Japanese language! And this is also Japanese?]. Tokyo, Nihon ho:so:syuppan kyokai, 2006, 206p.
5. Jonjekava A. Nabliudenie za slovami. Vvedenie/米川明彦「ことば観察 にゅうもん」 [Introduction to watching words]. Tokyo, Fukuinkan syoten, 2010, 46p.
6. Kotani K. Pochemu sredi molodiozhi rasprostraneno slovechko «spokoino»?/ 小谷和也[若者に「チル」という言葉がはやっている理由とは?] [Why is the word “calm” among the youth?]. Available at: https://headlines.yahoo.co.jp/article?a=20171208-64505245-trendy-bus_all&p=3 (accessed 8 December 2017)
7. Lavrent'ev B.P. Prakticheskaja grammatika iaponskogo iazyka [Practical grammar of the Japanese language]. Moscow, Zhivoi iazik [live language], 2001, 351p.

8. Luneva Ju.V. Nekotorye osobennosti leksicheskogo sostava kitaiskogo iazyka [Some features of the lexical composition of the Chinese language]. Moskovskii gosudarstvennyi oblastnoi universitet. Vestnik [Moscow State Regional University], 2010. Vol.4. pp.62-65.
9. Macuda K. Mir Interneta i iazyk soobshchestva/松田 謙次郎「ネット社会と集団語」 [The World of Internet and the Language of the Community] 日本語学 [Japanese language studies], Tokyo. 2006. №25(10). Available at: sils.shoin.ac.jp/~kenjiro/papers/shudango.pdf (accessed 15 January 2018)
10. Nisigaki T., Jonatan R. Lewis. Chto stanet s iaponskim iazykom iz-za Interneta?/ [What will become of the Japanese language because of the Internet?] 西垣通、Jonatan Robert Lewis[インターネットで日本語はどうなるか] Tokyo, Iwanami syoten, 2001, 272p.
11. Razdorskaya N.V. Inostrannye zaимstvovaniia v tekstovykh materialakh iaponskikh SMI//Iaponskiy iazyk v VUZe: aktual'nye problemy prepodavaniia, n.16. Materialy nauchno-metodicheskoi konferentsii «Yaponskiy yazyk v VUZe (oktyabr' 2016) [Foreign borrowing in the text materials of Japanese media // Japanese in the university: the actual problems of teaching, n.16. Materials of the scientific and methodological conference "Japanese language at the university (October 2016)]. Moscow, izd-vo «Klyuch-S», 2017. pp.141-152.
12. Rumak N.G. Onomatopoeicheskie slova iaponskogo iazyka [Onomatopoeic words of Japanese]. Moscow. 2015. 92p.
13. Takjebje K. Pochemu blogi na iaponskom iazyke prevysili po chislennosti blogi na angliiskom iazyke?/武部 健一 [英語を超えた日本語ブログの投稿数, その理由は?] [Why blogs in Japanese exceeded the number of blogs in English?]. Nikkei X tech, 16.04.2007. Available at: <http://itpro.nikkeibp.co.jp/article/COLUMN/20070411/268068/?rt=ocnt> (accessed 22 November 2017)
14. Chernigovskaya T. Formal'no my v odnom prostranstve, no real'no v raznykh [Formally, we are in the same space, but in reality – in different places]. Available at: <http://www.liveinternet.ru/users/stewardess0202/post414535563/> (accessed 23 June 2017).
15. Iapono-russky slovar' / pod red. Fudzinuma [Japanese-Russian Dictionary / Ed. Fujinuma]. Tokyo, Kenkyu:sya, 2000. 1183p.
16. Internet World Stats/ Internet Coating Library. Available at: <http://www.internetworldstats.com/stats7.htm> (accessed 24 June 2017)
17. The site of the Japan Foundation Available at: <https://www.jpf.go.jp/j/project/japanese/teach/tsushin/archive/6-016.html> (accessed 23 June 2017)
18. The site of the rating of blogs for 2017 from 01/16/2018. Available at: <https://jikitourai.net/schoolgirl-use-expression#best15> (accessed 23 January 2018)
19. Information site of social networks of Japan Comnico. Available at: <https://blog.comnico.jp/we-love-social/sns-users> (accessed 21 November 2017)
20. Information site of Japan Social Media Lab. Available at: <https://gaiax-socialmedialab.jp/post-30833/> (accessed 22 November 2017)
21. The site of the 12 best blogs // 01/22/2018 Available at: <http://blogos.com/outline/272780/> (accessed 26 January 2018)
22. The site of the group "Lovers of delicious food". Available at: https://www.facebook.com/groups/umaimonwokuukai/?multi_permalink=1145829345519568¬if_id=1514289321663098¬if_t=group_highlights (accessed 26 January 2018)
23. The site of blog lovers. Available at: <http://kasakoblog.exblog.jp/> (accessed 27 January 2018)

About the author:

Natalia V. Razdorskaya – PhD, Assistant Professor at the Department of the Japanese, Korean, Indonesian and Mongolian languages at MGIMO. Spheres of research and professional interest: Japanese grammar, cultural linguistics, IT using in language study. E-mail: nrazdorskaya@mail.ru.

* * *