

И. А. БУБНОВА

(Московский городской педагогический университет,
г. Москва, Россия)

УДК 811.161.1'282.3

ББК Ш141.12-025.7

**«КОНТЕНТЫ», «БАТТЛЫ», «КВЕСТЫ»:
ЗАКОНОМЕРНОСТЬ РАЗВИТИЯ ЯЗЫКА,
КРЕАТИВНОСТЬ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ ИЛИ НЕЧТО
ИНОЕ?**

Аннотация. В статье анализируются аргументы, выдвигаемые в поддержку двух прямо противоположных точек зрения на изменения, происходящие в современном русском языке в настоящее время, которые широко распространены в научном сообществе. На основании проведенного анализа утверждается, что данные процессы имеют управляемый характер и нацелены на конструирование *метроэтничности* и создание нового типа личности – *человека глобального*, формирование которого происходит при помощи *метроязыка*, характерного для мегаполиса. Приводятся аргументы, подтверждающие, что в настоящее время язык Москвы представляет собой типичный *метроязык*, и на ряде примеров демонстрируется процесс конструирования *метроэтничной личности*. Анализируются скрытые связи между языковым ландшафтом мегаполиса и неуверенностью молодого поколения в своем будущем. Высказывается предположение, что *метроязык*, воздействуя на человека, стимулирует развитие внутреннего (осознаваемого либо скрытого) психологического конфликта, связанного с неразрешимыми противоречиями, в которые вступают навязываемый извне и реальный образы жизни подавляющей части молодежи. Рассматриваются возможные типы стратегий, обусловливаемых системой индивидуальных смысложизненных ориентаций и выбираемых отдельным молодым человеком для снятия фрустрации. Основные положения статьи иллюстрируются конкретными примерами и экспериментальными данными.

Ключевые слова: современный русский язык, изменения, языковой ландшафт Москвы, метроязык, метроэтничность, человек глобальный, образ жизни, психологический конфликт, стратегии, фрустрация

Вероятно, любой человек, даже тот, кто не имеет никакого отношения к филологии, согласится, что современный русский

язык, звучащий вокруг нас, причем не только в бытовых разговорах, но и в самых официальных ситуациях, трудно назвать литературным, соответствующим принятым стандартам. Однако рядовой носитель языка, тем более представитель молодого поколения, вряд ли задумывается, почему сегодня он принимает участие в *баттлах*, а не в *дискуссиях*, в его лексиконе прочное место заняло слово *портфолио*, он интересуется не *содержанием*, а *контентом* (причем вполне может заметить, что это *баян* или *жиза*), развлекается, принимая участие в *квестах* и *флешмобах*, *рофлит*, *флексит*, *агрится* и *хейтит*, его *бомбят нубы*, он хорошо отличает *ламповое* и *хайповое* и т.д. (этот список можно продолжать бесконечно). Главное, что все эти появившиеся в последнее время слова воспринимаются сегодня как норма, хотя их смысл в индивидуальном сознании (и это подтверждается экспериментально) часто остается весьма размытым.

Но если большинство людей просто живут в мире языка, не фиксируя осознанно происходящие в нем изменения, то специалисты активно обсуждают эти вопросы, причем в целом все существующие мнения о наблюдаемых в настоящий момент процессах можно с известной долей условности отнести к одной из двух, прямо противоположных друг другу, точек зрения.

Первая сводится к тому, что отмечаемые явления имеют непосредственное отношение, с одной стороны, к новой реальности, радикальному изменению нашего быта, бытовой культуры, а, с другой, к молодежному жаргону или сленгу, элементы которого используются во многих социальных группах и, соответственно, не просто способны, но вполне закономерно проникают во все сферы жизни современного общества.

Представляется, что квинтэссенцией этих взглядов можно считать позицию М. Кронгауза, которая изложена в ряде его работ и многочисленных интервью, причем последние даже более значимы социально, т.к. высказанное в них мнение направлено на широкую аудиторию, а обычные люди, не имеющие профессиональных знаний, как подтверждает огромное количество психологических исследований, безоговорочно доверяют специалистам.

Утверждая, что единственным возможным способом поддержания и сохранения языка является не его «охрана» от социальных и технологических взрывов, а максимальное использование в самых разных сферах коммуникации, автор широко известной книги «Русский язык на грани нервного срыва» и «Словаря языка интернета. RU» рассматривает появление новых слов и конструкций как естественный процесс саморазвития русского языка, который следует принимать, независимо от личного к нему отношения [«Словарь языка интернета.RU» URL].

Иными словами, с точки зрения сторонников данного подхода, сегодняшнее состояние русского языка полностью обусловлено закономерностями развития общества: технический прогресс влечет за собой изменения в социальной и культурной сферах, переосмысление народом несправедливого отношения к отдельным группам проявляется в пересмотре морально-нравственных ценностей, а все это в совокупности отражается в языке. Отмечается, что помимо глобальных, существует и ряд локальных причин, определяющих современные тенденции языкового развития: питательной средой для культивирования новой лексики становятся охватывающие всё большую аудиторию интернет и субкультуры, значительный вклад в процесс языковой эволюции вносит творчество отдельных личностей, причем не только литературное и музыкальное, но и связанное с далекими, казалось бы, от искусства, сферами: политикой, рекламой и т.д. (здесь следует отметить, что определение творчества, существующее в рамках анализируемого направления, не единственное, в лингвистике существует и иное определение языковой креативности, см. об этом, например, [Гридина 2013: 5-58]).

Но главное, что особо подчеркивается сторонниками анализируемой точки зрения, состоит в том, что все происходящее в настоящий момент изменения не имеют никакого отношения к деградации либо порче языка: мы являемся свидетелями нормального процесса адаптации речевой деятельности к новым условиям. И в этом случае вмешательство государства, как полагает М. Кронгауз, абсолютно непродуктивно: «русский язык не принадлежит государству, скорее уж можно сказать, что он принадлежит русской культуре и всем людям, которые на нем

говорят, независимо от того, где они живут и чьими гражданами они являются» [Кронгауз 2017].

Такой взгляд кажется вполне аргументированным. Более того, апелляция к специфике развития общества, полностью обуславливающего направление процесса обновления языка, позволяет объяснить, каким образом жаргон перестает быть жаргоном в том смысле, в котором он определяется практически во всех словарях. Имплицитно предполагается, что в результате социальных перемен его основные характеристики: 1) неоднородность, обусловленная гетерогенным составом его носителей, особенностями их социальной и профессиональной деятельности; 2) совпадение лингвистической сущности жаргонов в разных группах, заключающееся в игре со словом, метафоризации, преследующей своей целью выражение той или иной эмоции; 3) «двуязычие» носителей жаргона, проявляющееся в том, что: «в своей среде они пользуются жаргонными средствами, в общении же с «посторонними» в официальных и нейтральных ситуациях переходят на литературный язык» [Крысин 2014: 375] становятся все более размытыми, в результате чего жаргон «выходит» за пределы определенной группы, получает широкое распространение в разных типах дискурса и начинает постепенно замещать собой литературный русский язык. Иначе говоря, сама логика исторического развития «требует перемен», а если точнее, то возврата к «смешению языков: французского (сегодня – английского) с нижегородским», но уже на другом уровне, т.к. этот процесс охватывает в настоящий момент все слои населения.

Иная точка зрения отстаивается психолингвистами (и не только ими), полагающими, что мы являемся свидетелями не просто распространения жаргона на несвойственные ему ранее области, но намеренного и планомерного изменения индивидуального *образа мира* и *образа жизни* личности, переформатирования мировоззренческих основ этноса, определявших на протяжении веков национальную идентичность каждого его представителя.

Все эти вопросы тесно связаны с феноменом глобализации, представляющим собой не просто процесс сближения и роста

взаимосвязей наций и государств мира, но, прежде всего, процесс пересмотра и переосмысления культурных констант, в течение тысячелетий объединявших людей в единую нацию. Внешне такой пересмотр выражается, прежде всего, в изменении символов, ритуалов, церемоний, названий улиц и городов, постепенной смене номенклатуры прецедентных феноменов, появлению смешанного языка в самых разных видах дискурсивных практик, в том числе в языковом ландшафте, и т.д. Все это позволяет исследователям рассматривать глобализацию как феномен символического порядка, как «захвативший весь мир процесс трансформации символов и символических форм, в ходе которого опровергаются, подтверждаются, и/или переопределяются существующие в каждом обществе ценности, нормы, социокультурные практики, конституирующие общество и институционализированные в двух основных измерениях – социально-эпистемологическом и структурно-институциональном» [Кардонова 2007: 12–13].

С выводами автора приведенной выше цитаты можно полностью согласиться, тем более что и результаты экспериментальных работ, проведенных в последние десятилетия в рамках психолингвистики, красноречиво свидетельствуют: в современной России на смену личности, без внутренних сомнений идентифицирующей себя как носителя русской культуры, постепенно приходит *человек глобальный*, главными характеристиками которого являются невероятная гибкость, использование английского языка, отсутствие собственной идентичности и способность легко адаптироваться к условиям жизни в любом мегаполисе. Именно этот новый тип человека, «ориентированный лишь на «индивидуальный жизненный проект» с гедонистическим уклоном и не отягощенный национальной идентичностью» [Кирилина 2012], как утверждают некоторые ученые, должен заменить человека национального в грядущем глобальном обществе (см., например, [Маһег 2005, 2010]). И такие прогнозы, как представляется, имеют под собой веские основания, по крайней мере, следует признать, что такой человек активно создается сегодня в нашей стране с помощью языка, выступающего главным средством конструирования новой социальной реальности.

Подчеркнем, что *метроэтничность*, изначально определяемая самим автором этого термина как вид «постэтнического состояния, когда и большинство, и этнические меньшинства играют этничностью (не обязательно своей собственной) исходя из эстетического чувства» [Maher 2005: 34], причем «такая игра включает пересечение культур, **заимствование элементов, разного рода смешения**» [Там же] [выделено нами. – *И.Б.*], сегодня является тем качеством личности XXI века, которое активно культивируется в различных типах дискурса, объединяемых их непосредственной связью с глобализационными процессами. Метроэтничность, как замечает Дж. Майер, **создается в деятельности**, при этом **абсолютно неважно, являются ли ее создатели большинством или меньшинством**. Главное – это **цель**, которая формулируется ее субъектами как **реализация мультикультурности**, культурной/этнической толерантности и мультикультурных стилей жизни, особенно в том, что касается **дружбы, музыки и искусства, еды и одежды** [Maher 2010: 582] [выделено нами. – *И.Б.*]. Основным характерным признаком *метроэтничности* является то, что она **«отбрасывает»** логоцентричные метанарративы **традиционной этничности**. Она создает игровую этничность, не связанную или слабо связанную с «настоящей» этнической принадлежностью. Это скорее поверхностные знаки, вокруг которых собирается этническая группа, чтобы **сконструировать внутренне значимое самописание**» [Maher 2010: 584], **осуществляемое на смешанном языке** (метроязыке, по Дж. Майеру) [выделено нами. – *И.Б.*].

Именно такой смешанный язык, в котором английский соседствует с далеким от нормы русским, доминирует сегодня, как уже упоминалось выше, в самых разных сферах жизнедеятельности человека.

Наиболее явно он проявляется в мегаполисах, и языковой ландшафт Москвы является ярким примером того, как сегодня посредством изменения языка, которое, как представляется, является направленным процессом и имеет весьма опосредованное отношение как к закономерностям языкового развития, так и к креативности его пользователей, в нашей стране создается *метроэтничная личность*.

Первое, что бросается в глаза внимательному наблюдателю в центре Москвы, это огромное количество англицизмов, названий, дублированных на латинице, сочетаний русских и английских слов, образованных по нехарактерной для русского языка словообразовательной модели. Москва уникальна в этом плане, такого не увидишь ни в одной европейской столице: английский язык в метро, английские слова в названиях магазинов, жилых комплексов, рекламе дорогих салонов красоты, предлагаемых в них процедур, детских и взрослых спортивных и досуговых центров, названиях ресторанов и блюд, подаваемых там (кстати, как ни парадоксально, но в Москве нет ни одного ресторана с традиционной русской кухней) и т.д. Очевидно, что далеко не каждый точно понимает, что скрывается за тем или иным именем, но полное понимание сообщения адресатом, как можно предполагать, и не является основной целью его отправителя. Главная цель состоит в ином – сформировать у «культурного потребителя» потребность в ином *стиле жизни*, и в данном случае английское слово уже само по себе является знаком престижности, показателем принадлежности к кругу избранных, хотя по сути эти «избранные» представляют собой созданный технологами при помощи метроязыка гранфаллун¹⁵ – бессмысленное объединение людей, основанное на абсолютно несущественных в бытийном отношении критериях. Но сегодня для значительной части общества эти критерии, заложенные извне, становятся главными для конструирования собственной групповой идентичности, в основе которой лежит глобальная этничность, позволяющая им продемонстрировать свою полную свободу от национальной культуры.

Иначе говоря, пропаганда иных ценностей, транслируемых метроязыком Москвы, заложена уже в семантике наименований, причем сам объект совершенно неважен. Главное, чтобы слово или словосочетание сразу отсылало потребителя к жизни «там», к приятному времяпрепровождению, к некоему кругу «элиты»,

¹⁵ Термин, использованный К.Воннегутом в его фантастической сатире «Колыбель для кошки». В настоящее время широко используется в социальной психологии.

имплицитно предлагая при этом уже готовый, созданный кем-то за него, способ придания смысла жизни.

Именно таким свойством обладают, к примеру, названия многочисленных жилых комплексов с лексемами *Park* или *Friday* (“*Green Park*”, “*Friday Village*”, “*Wellton Park*”, “*Friday Park*”), вызывающими ассоциации со стабильностью, доходом и покоем, уединенностью, комфортом, удовольствиями, определенной системой ценностей, выстроенной вокруг собственного я. Для еще большего укрепления связей внутри гранфаллуна членам выдуманного сообщества задается четкое и развернутое представление о *нужном стиле* и ожидаемом от них *образе жизни*: «действуют все объекты инфраструктуры (супермаркет, детский клуб, ресторан, **СПА-зона, панда-парк, теннисный корт**, спортивные и игровые площадки), работают охрана и служба эксплуатации», «Для тех, кто ценит **личный комфорт и личное пространство**, сегодня существует способ окружить себя и свою семью спокойствием и **достойным обществом**. Жизнь за городом, это тот случай, когда **место обитания человека**, в буквальном смысле слова, **отражает высоту его положения**. Нужно лишь выбрать, где жить!» «Не любите уборку? У нас налажен безупречный **клининговый сервис**. Не желаете видеть непрошенных гостей? У нас есть **собственная охрана**, которая **не пропустит незваных визитеров**» [выделено нами. – *И.Б.*].

Не менее показательны в этом отношении детские развлекательные центры с английскими названиями – “*Laserland*”, “*Holiday Kids*”, “*Club Monkey*”, “*Бэби Тайм*”, “*Events for friend*”s – и с рекламируемыми «райскими» «внеземными» развлечениями, наиболее популярным из которых являются игры-бои, где главный приз дается за «убийство» соперника. Собственно, и те, кто отвечает за организацию досуга на сегодняшних детских праздниках, представляют героев отнюдь не из русских сказок, тех, кто традиционно вступает в борьбу со злом и выходит победителем. Так, команда аниматоров в одном из самых известных детских центров Москвы состоит из Леди Баг и СуперКота, черепашек-ниндзя, свинки Пеппы и Джорджа, аниматоров Hello Kitty, Монстра Хай и нескольких Энгри Бердз, а

предлагают они организацию *квестов* (большим успехом пользуется квест «Охотники за приведениями»), весёлых заездов маленьких привидений на *гирокутерах*, мастер-классов *hand made* по тыкве, после которых каждый может унести с собой свое творение – светильник Джека. Иными словами, с раннего детства ребенка приучают к иноязычной лексике и чужим традициям, что затем закрепляется в процессе обучения, так что во взрослую жизнь уже входит личность, разделяющая нормы иной (как правило, англо-саксонской) культуры.

Список этих примеров «глянцевой» жизни Москвы внутри Садового кольца и около него можно продолжать бесконечно, причем все они подтверждают, что «смешение языков стало выполнять функцию выражения групповой идентичности. Смешанный язык выбирается сознательно – как особый сленг – для конструирования своей групповой идентичности, в которую входит и этничность» [Кирилина 2013: 23], и таким образом успешно «создается новая система убеждений и социальных поведенческих образцов» [там же: 24].

Однако проблема создания новой идентичности имеет и оборотную сторону, которая представляется не менее важной для современного российского общества. Очевидно, что предлагаемый (и навязываемый) метроязыком мегаполиса *образ жизни* доступен только для очень узкого круга людей, тех, кого условно можно отнести к среднему классу. Социологи считают, что к этому слою общества в России относятся люди молодого и среднего возраста, которые в состоянии без больших усилий обеспечить свою семью жильем адекватной площади в городе, где располагается рабочее место кормильца семьи. При этом эти люди могут проводить отпуск с семьей за границей хотя бы раз в год и имеют (возможность купить) автомобиль. Этим критериям на 2015 год отвечали только 10% российского населения, включая 5 % богатейших семей, все остальные относились либо к бедным, либо к живущим за чертой бедности. Сегодня данное положение изменилось, но в худшую сторону.

Собственно, о том, как разделено наше общество, для кого и что оно предлагает, свидетельствует и язык мегаполиса: чем дальше от центра, тем меньше английских наименований: «На-

следие», «*Время*», «*Дом в Кусково*», «*Дом на Вешняковской*» «*Лидер на Семеновской*», «*Золотая Звезда*», «*Время*», «*Мой адрес На Амурской 54*», «*ИзМайЛовО*» – вот типичные названия жилых комплексов не для «элиты нашего общества». Если и остался в названии «парк», то это уже не английский «Green Park», а русское «Саларьево-парк», а Level в сочетании «Level Амурская» отсылает только к застройщику, но никак не к уровню жизни. Это жилье, как и многочисленные магазины «*Пятерочка*», «*Копейка*», «*Смешные цены*», ларьки «*Шаурма*» и «*Пиво*», парикмахерские «*Эконом*» – для другой части народа, и сам язык явно маркирует социальный статус и недвусмысленно указывает на жизненные перспективы обитателей этих районов.

И в этой ситуации вполне правомерно возникает следующий вопрос: насколько нормальной считают окружающую реальность живущие здесь люди? Очевидно, что сами условия, в которых оказалось большинство, заставляют человека реализовывать особый образ жизни, выстраивая его на «стыке» двух культур: активно навязываемой «глобальной» и той, которая сложилась здесь столетиями. И в этом случае каждый осознанно или бессознательно может реализовывать различные стратегии:

1. Человек может стараться копировать *образ жизни*, пропагандируемый *метроязыком*, что неизбежно приведет к неразрешимым противоречиям, т.к. представления о желаемом находятся в жестком конфликте с реальностью, о чем ему, в том числе, постоянно напоминает и язык. Развитие такого внутреннего конфликта может идти двумя путями: либо через отторжение этого мира и принятие решения об отъезде, либо через уход в воображаемую реальность и развитие «сценария виртуальной жизни». Именно последнее и происходит с огромным числом молодых людей, которые предпочитают проводить время в интернете, объясняя это тем, что жизнь в реальности требует значительного количества денег, заработать которые невозможно (времяпрепровождение в интернете связывают с невозможностью проводить его так, как предлагает социум через СМК, рекламу и т.д., 43% опрошенных нами респондентов). Не менее часто молодежь выражает желание уехать из России, считая, что здесь у нее нет будущего (по данным нашего собственного ас-

социативного эксперимента 48% респондентов из 68 участников на стимул *будущее* дали реакцию *нет* или ее варианты, а 38 % мечтают уехать, и эта цифра может быть значительно выше, если учитывать, что часть испытуемых дает социально желательные ответы).

2. Стратегия гармонизации отношений с окружающим миром заключается в поисках своего социального круга, занятий, совпадающих с мировоззренческими установками, отказ от стереотипов, продвигаемых в общество. Однако такая трансформация собственной личности требует развитого мышления, системы смысловых ориентаций, выстраиваемой в процессе собственной деятельности, умения ставить важные для индивида цели и воли для их реализации, а воспитание этих качеств не считается приоритетной целью образования. Вероятно, именно с этим связано и значительно более низкое, по сравнению с желающими уехать из России навсегда, число тех, кто пытается жить в гармонии с собой и миром: по результатам эксперимента их всего 17%.

3. Стратегия мировоззренческой трансформации, когда психологическое напряжение, создаваемое фрустрированными потребностями, снимается в процессе рефлексии и выработки плана деятельности. Какая часть молодежи выбирает данную стратегию сегодня, сказать трудно, однако, все всякого сомнения, эта стратегия тоже используется молодыми людьми, что подтверждается анализом содержания авторских блогов и роликов в интернете.

В целом даже весьма поверхностное исследование взаимосвязи языкового ландшафта нашего города и его связей с социальными проблемами современного российского общества подтверждает, что язык современной Москвы явно отражает внутреннее деление его жителей на социальные страты и, одновременно, направлен на формирование *метроэтнической личности*, т.е. на разрушение национальной культуры и традиционного образа мира.

Следует подчеркнуть, что эти проблемы уже давно оказались в фокусе внимания значительной части российских лингвистов, поэтому они обсуждаются достаточно интенсивно и на научных

форумах, и в СМК.

Однако при этом в стороне остаются не менее важные вопросы, среди которых и вопрос о «скрытой» связи между происходящими в русском языке процессами, языком мегаполиса, *образом жизни* и выбором *жизненных стратегий* молодым поколением. И здесь необходимо особо подчеркнуть, что даже результаты пилотных экспериментов позволяют утверждать, что вклад метроязыка в создание условий для возникновения внутреннего конфликта, связанного с противоречиями между рекламируемым и действительным *образом жизни*, как и его влияние на выбор жизненных стратегий, которые молодежь применяет в поисках выхода из создавшейся ситуации, не вызывает сомнений. Мы убеждены, что эти проблемы сегодня требуют самого пристального внимания, так как игнорирование субъективной активности молодых людей, направленной на действие «здесь и сейчас», может иметь непрогнозируемые результаты.

Подводя итог всему сказанному выше, отметим, что выводы той части лингвистов, которая утверждает, что наблюдаемые в настоящий момент в развитии русского языка тенденции – это естественный и никем не контролируемый процесс, вызывают большие сомнения и множество вопросов, в том числе и касающихся нашего будущего. И эти вопросы волнуют сегодня не только представителей науки, но и широкую аудиторию. Примером тому может служить острая полемика, вспыхнувшая в блогосфере по поводу очень короткого текста, содержащего несколько цитат о молодежи, приписываемых Гесиоду, Сократу, неизвестному древнеегипетскому жрецу и некоему безымянному человеку, слова которого были начертаны на глиняном горшке, найденном не так давно среди развалин древнего Вавилона. Сейчас трудно сказать, насколько правомерно считать авторами именно этих людей (речь идет, прежде всего, о Гесиоде и Сократе). Однако для нас интерес представляет иной аспект затрагиваемой многими участниками дискуссии проблемы: исторический период, к которому относят то или иное изречение. Так, утверждают, что слова о том, что в результате непослушания детей «наш мир достиг критической стадии» написаны 2000 лет до н.э., пророчество о «младом поколении сегодняшнего

дня», которое «не сумеет сохранить нашу культуру» и фраза об отсутствии веры в будущее («Я утратил всякие надежды относительно будущего нашей страны, если сегодняшняя молодежь завтра возьмет в свои руки бразды правления») датируются примерно 3000 г. и серединой 700-х годов до н.э. соответственно. Иначе говоря, это годы значительных потрясений в истории развития человечества: упадок и последовавший за ним распад единого египетского государства, которое было воссоздано на развалинах Древнего Царства, падение Вавилона – столицы государства, объединявшего всю Нижнюю и часть Верхней Месопотамии и просуществовавшего лишь на протяжении жизни одного поколения, конец периода Архаики в Древней Греции. И если посмотреть на поднятую тему с этой точки зрения, то можно предполагать, что дошедшие до нас высказывания о падениях нравов среди молодежи – это лишь одна из сторон размышлений живущих в то время людей, предвидевших грядущие потрясения и связывающих их с кардинальными изменениями во взглядах и поведении новой генерации людей, появившихся в определенный исторический период в той или иной стране. И в данном контексте вряд ли стоит забывать о том, что «зеркалом» души народа, как писал еще В. фон Гумбольдт, является его язык. И если в этом «зеркале» все отчетливее начинают проявляться ценности чужой культуры, то, вероятно, наступило время, когда обществу следует серьезно задуматься уже не только о завтрашнем дне, но и о перспективах своего дальнейшего существования

ЛИТЕРАТУРА

Гридина Т. А. К истокам вербальной креативности: творческие эвристики детской речи // Лингвистика креатива-1: Коллективная моногр./под общей ред. про. Т.А. Гридиной. – 2-е изд. – Екатеринбург, 2013.

Кардонова И. А. Глобализация как социокультурная трансформация институциональная перспектива: автореф. дис. ... канд. философ. наук. Иркутск, 2007.

Кирилина А. В. Глобализация и судьбы языков [Электронный ресурс] URL: <http://lgz.ru/article/N5--6356---2012-02-08-/Globaliza>

tsiya -i-sudy

Кирилина А. В. Концепции языка в эпоху глобализации // Вестник Московского института лингвистики, 2013. № 1.

Кронгауз М. А. Русский язык не принадлежит государству. [Электронный ресурс] Источник: URL: <https://realnoevremya.ru/articles/70052-intervyu-s-maksimom-krongauzom-chast-2>

Крысин Л. П. Русское слово, свое и чужое: Исследования по современному русскому языку и социолингвистике. – М., 2004.

Словарь языка интернета.RU [Электронный ресурс] URL: <https://philology.hse.ru/news/210402559.html>

Maher J. C. Metroethnicity, language, and the principle of Cool // International Journal of the Sociology of Language. Volume 2005.

Maher J.C. Metroethnicities and Metrolanguages // The Handbook of Language and Globalization (ed. by N. Coupland). – Blackwell Publishing Ltd., 2010.

©Бубнова И. А., 2018