

**Крыжановский Роман Валерьевич**

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова

Факультет иностранных языков и регионоведения

[roman\\_kryzh@mail.ru](mailto:roman_kryzh@mail.ru)

**Roman Kryzhanovsky**

Lomonosov Moscow State University

Faculty of Foreign Languages and Area Studies

[roman\\_kryzh@mail.ru](mailto:roman_kryzh@mail.ru)

**Обусловленные спецификой электронного дискурса неологические процессы как отражение лингвокреативного потенциала современного английского языка**

**Electronically Determined Neological Processes as a Reflection of the Modern English Language Linguocreative Potential**

**Аннотация**

Русскоязычная лингвистика на протяжении долгого времени обходила стороной проблемы электронно опосредованной коммуникации, и, хотя сейчас ситуация, в целом, изменилась коренным образом, по-прежнему остаются существенные пробелы, которые необходимо ликвидировать. Настоящая статья имеет целью аспектуально осветить лексикологическую составляющую современного англоязычного электронного дискурса путем рассмотрения лексических «новообразований», возникших с появлением Интернета. В работе проанализированы как морфологические, так и «супраморфологические» способы словообразования. Помимо этого, в статье предпринимается попытка объяснить причины и суть неологических процессов в оптике стилистического своеобразия «киберсреды». Также постулируется возможность теоретического и практического применения разысканий по теме исследования.

**Abstract**

Electronically mediated communication was for almost a decade escaping the academic spotlight within Russian linguistic circles, and although the overall situation has by now changed dramatically, there are still significant gaps that need to be addressed and, eventually, filled up. The present article seeks to contribute to the multifaceted scrutiny of the English-language electronic discourse through focusing on its lexicological features, namely, on word coinages, which have come into existence since the advent of the Internet. Both morphological and “supramorphological” models of neological processes are examined.

Besides that, the article offers a view on the reasons and rationale behind these phenomena claiming that the roots should be derived from the stylistical specificity of the “cyberscene.” The ways of applying this knowledge are revealed, as well.

**Ключевые слова:** электронно опосредованная коммуникация, стилистическое своеобразие электронного дискурса, неологические процессы, модели словообразования, развитие английского языка.

**Key words:** electronically mediated communication, stylistic features of electronic discourse, neologic processes, word coinage models, English language development.

В отличие от господствовавшей долгое время в эволюционной биологии теории филетического градуализма, теория прерывистого равновесия гласит: все известные современному человеку виды развивались скачкообразно – продолжительные периоды относительной устойчивости и видимой бессобытийности чередовались с отрезками времени, в течение которых происходило резкое и бурное развитие (Eldredge, Gould, 1972). В своей дипломной работе автор настоящей статьи проводил резонную аналогию между развитием биологических видов и развитием языка, в частности, английского (Крыжановский, 2012).

В самом деле, сформировавшись, английский язык на протяжении веков абсорбировал заимствования и умеренно производил новые слова на базе собственного корпуса. И лишь отдельные периоды характеризовались повышенной лексической продуктивностью - возникновением массивов новой лексики – неологизмов. Хронологически они соответствовали появлению новых научных изобретений (Crystal, 2011).

Однако особый интерес с точки зрения лингвистики вызывают те достижения научной мысли, которые оказывали непосредственное влияние на язык и коммуникацию: печатный станок, телеграф, радиоприемник, телефон, кинескоп (ставший телевизором). Неологизмы, неизбежно возникавшие с внедрением в жизнь перечисленных устройств, встречали в кругах радетелей о «чистоте языка» - филологов, писателей, литературных критиков, преподавателей гуманитарных специальностей и просто образованных людей – неоднозначную реакцию, нередко доходившую до отторжения и деятельного сопротивления (Иванов, 2002; Crystal, 2011; Osman, 2011). Такое недовольство в среде «профессионалов» давало повод мистификаторам всех мастей и рангов сооружать вокруг новых продуктов научного творчества самые невероятные мифы, предрекавшие скорую кончину языка и интеллектуальную деградацию его носителей.

Несмотря на то, что предыдущие неблагоприятные прогнозы так и не сбылись – напротив, язык лишь крепнул, разрастался его словарный состав, лексические новообразования (*word coinages*)

органично приживались, - желающих предсказать мрачные последствия распространения Интернета оказалось бесчисленное количество.

Впрочем, развитие языка, во многом к счастью для самого языка, оказалось явлением – обращаясь к юридической терминологии - непотестативным. С последовательным возникновением в электронной среде новых речевых жанров, кульминация которого приходится на наши дни, английский язык стал существенно обогащаться неологизмами.

Важно оговориться, что фанатичное противление этому обусловлено, как правило, глубинным непониманием (или нежеланием понимать) внутренней логики сущностных лингвистических процессов, механизмов функционирования языка, наконец, диалектики его развития, в XXI веке осложняемой кросскультурным и мультикультурным измерениями. Примечательно, что, в отличие от предыдущих веков, в наши дни агрессивное неприятие новой лексики – равно как и эволюции грамматического строя английского языка – происходит на фоне развития молодой интердисциплинарной науки когнитивистики, формирующейся на стыке лингвистики, нейрофизиологии, психологии, антропологии и эпистемиологии. Когнитивистика изучает природу освоения новой информации, механизмы распознавания уже известных фактов, причины актуализации тех или иных слов и речевых оборотов во время коммуникативных актов и предпосылки появления новых лексических единиц (Pinker, 2007). Пренебрегая достижениями этой дисциплины и оперируя лишь категориями эмоционально-оценочного порядка, исследователь рискует упустить из вида целый ряд факторов, способствующих возникновению и закреплению в языке неологизмов. В наиболее упрощенном виде основные из этих факторов называет лингвист, выпускник Кембриджского университета Г. Дойчер (Deutscher, 2005):

- 1) экономия времени → финансовых затрат → символов;
- 2) поиск новых средств выразительности;
- 3) потребность в установлении аналогий.

Целесообразно также представить общие черты, характеризующие электронно опосредованную коммуникацию, проистекающие из технических и технологических особенностей виртуальной среды общения. Наиболее точно, с точки зрения автора настоящей статьи, они выявлены в монографии Л.Ю.Щипицыной. Приводим их в той последовательности, в которой они рассматриваются в указанном сочинении [Щипицына, 2010: 55-81]:

- 1) гипертекстуальность;
- 2) мультимедийность;
- 3) интерактивность;
- 4) синхронность/асинхронность.

Впрочем, в названной работе перечисленные свойства электронно опосредованной коммуникации интерпретируются автором как «технические характеристики коммуникации» [Щипицына, 2010: 55, 207], что представляется не вполне верным. Напротив, правомочна гипотеза,

что именно эти свойства самой среды общения, современных каналов коммуникации, являются ключевыми факторами, предопределяющими особенности каждого речевого жанра и потому играющими решающую роль в формировании специфики этого типа дистанционного общения, обуславливая таким образом инновативность описываемых электронно индуцированных лингвистических явлений. В связи с этим автор статьи предлагает определять указанные черты электронно опосредованного общения как «технические детерминанты» специфики нового типа коммуникации.

Однако наиболее значительное воздействие на язык оказывают именно стилистические изменения и новшества. В связи с этим представляется резонным выделить ряд ранее не рассматривавшихся в отечественной лингвистике, общих для всего спектра новых речевых жанров особенностей, образующих стилистическую платформу онлайн-дискурса, способствующую появлению новых форм выражения мысли и неологизмов.

1. Конверсационная импликатура дискурса (Austin, 1961; Grice, 1981; Searle, 1969): несмотря на присутствие и широкую реализацию принципа гипертекстуальности, коммуниканты регулярно прибегают к разным формам имплицитной предикации, презюмируя таким образом осведомленность собеседника или читателей/подписчиков.

2. В соответствии с теорией А. Хьюмза, все жанры электронно опосредованной коммуникации «минималистичны», или «миниатюрны». Называя это в качестве общего признака, исследователь, тем не менее, имеет в виду не только экстенсивные показатели (среднее количество знаков), но прежде всего высокую содержательность, концентрированную информативность дискурса. (Humez, 2010)

3. Также можно выявить принадлежность всех новых речевых жанров к остенсивно-инференционной коммуникации, описанной теорией релевантности, первоначально, правда, относившейся лишь к устному общению. Это утверждение объясняется двухшаговым алгоритмом происходящего в виртуальной среде коммуникативного акта. Во-первых, отправитель сообщения кодирует информацию, но вместе с тем включает в нее узнаваемые маркеры, или, используя термин Спербера и Уилсона, остенсифицирует (*ostensifies*) ее. (Sperber, Wilson, 2004) Адресат, в свою очередь, эксплицирует, или инферирует (*infers*), сообщение и интенции отправителя из контекстуализированной и уже «остенсифицированной», релевантным образом оформленной информации. В случае электронно опосредованной коммуникации в роли «остенсификатора» сообщения, очевидно, может выступать гипертекст.

Итак, с развитием общения в электронной среде, породившей собственные функциональные стили, подстили и жанры, в беспрецедентных количествах стали появляться и новые слова, заставившие лингвистов задуматься о подлинном лингвокреативном потенциале английского языка, его имманентных возможностях и способностях коммуникантов к эффективному словотворчеству (Кубрякова, Гуреев, 2002). В этом отношении многие современные лингвисты, главным образом профессор Дэвид Кристал (Crystal, 2011), отмечают уникальное явление: в начале XXI века сотни

окказионализмов стремительно преодолели путь от, казалось бы, очередных, в исторической перспективе экзотических слов-однодневок (свойство окказионализма — синхронно-диахронная диффузность) до неологизмов, перешли из разряда предикатных лексических единиц в разряд номинативных. Впоследствии они заняли прочные позиции в корпусе языка. Каков этот путь? Ответ на этот вопрос, вооружившись методологией статистической лингвистики, следует искать в сравнительно-историческом языкознании, глоттохронологии и — предположительно — психолингвистике. Изучением подобных процессов также занимается и молодая интердисциплинарная наука — когнитивистика (см. выше). Эта обширная и важная с точки зрения развития языка тема может и должна стать предметом отдельного исследования.

Переход слов из разряда окказионализмов в разряд неологизмов (при этом кодификация в бумажных словарях не будет нами рассматриваться как необходимое условие для признания нового статуса слова) важен в контексте настоящей работы, поскольку приводимые слова утратили свою принадлежность исключительно к молодежным идиолектам и арго компьютерных пользователей и стали неотчуждаемой частью английского языка.

Во избежание несистематического многостраничного перечисления сотен новых слов, пополнивших английский язык и закрепившихся в нем благодаря электронной среде общения, автором исследования была предпринята попытка классифицировать их в соответствии со способами их образования.

В ходе этой работы было эксплицировано 12 продуктивных моделей, действующих современным английским языком. Разделим их, в свою очередь, на 3 типа: аффиксальный, безаффиксный и смешанный — и приведем примеры для каждой упоминаемой словообразовательной модели.

#### Аффиксация:

1. Префиксация (*repost, malware, mistweet, unword, dewikify, co-twitterer, prequel*).

Необходимо отметить, что для создания слов путем префиксации существующих основ используется широкий спектр известных префиксов: пейоративные (*mis-, mal-*), отрицательные и реверсативные (*un-, de-, dis-, in-, il-*), с временным и пространственным значением (*pre-, post-, under-, super-, sub-*), со значением размера и соразмерности (*under-, over-*), префикс совместного или синхронного действия *co-*, рекуррентный префикс *re-*.

2. Суффиксация (*tweetup, blogger, textese*).

3. Усечение (*doin*). Данный способ словообразования, призванный имитировать разговорную речь, появился не в электронно опосредованной коммуникации и получил широкое распространение в рок-поэзии, например:

*Doin' things I used to do they think are new...* (Rolling Stones, «As Tears Go by»)

Однако в электронной среде было внесено графическое нововведение - написание усеченной формы без апострофа. Ниже приведены выдержки из записей пользователей «Твиттера» и комментариев на видеохостинге «YouTube»:

At certain point, **goin** through the constant wringer seemed to become an essential part of his life...

**Pennin** a decent article is a helluva job.

To be honest, I wasn't glad at him **tellin** me all that gibberish.

Впрочем, стоит оговориться: в ближайшее время едва ли стоит ожидать, что словарная норма написания исходного, полного слова для каждого подобного примера станет диспозитивной.

#### Безаффиксный тип:

1. Инициализмы, или алфавитизмы (N, GF, DL, WTF, LOL) — аббревиатуры, образованные путем сложения первых букв слов, составляющих словоформу, словосочетание или предложение, записанные в верхнем регистре. [Crystal, 2008: 41-45]

2. Сокращения с опущением букв (msg, plsed, getn). Такие варианты написания слов встречаются преимущественно в смс-общении и являются продуктом проводимой операторами сотовой связи политики ограничения количества символов в одном сообщении (wordage). И первая, и вторая продуктивные модели неморфологического типа словообразования характеризуются тем, что не предназначены для произнесения, так как их семиотика нарушает традиционную фонотактику английского языка. (Под последней понимается система исторически сложившихся фонологических предписаний, обеспечивающих беспрепятственную (без учета дефектов речи) артикуляцию звукосочетаний (фонем) носителями языка.) Таким образом, подобные слова являются объектом исключительно письменной коммуникации, и отправитель сообщения, их содержащего, должен иметь уверенность в том, что адресат без труда и однозначно эксплицирует значение сокращенных слов.

3. Контаминация — portmanteau, то есть совмещение узнаваемых и легко восстанавливаемых до полных слов морфем. При анализе слов, образованных по данной модели, было замечено, что почти все контаминированные слова носят иронический характер. Рассмотрим лишь некоторые примеры.

*Tweeple* - контаминация *tweet* и *people*, образовано по аналогии с другим неологизмом — *sheeple* (толпа покорных и внушаемых людей, не обладающих собственным мнением и самостоятельностью в принятии решений).

*Deadvertise* — тройное наложение морфем: префикс *de-* + прилагательное *dead* + глагол *advertise*. Означает буквально «рекламировать политические взгляды или доктрины с помощью убийств».

*Lexicopoeia* — образование, аналогичное *onomatopoeia*, со значением «словотворчество». Используется в англоязычном сегменте Интернета, как правило, для гиперонимического обозначения постоянно возрастающего количества окказионализмов и экзотизмов.

*Twitterati* — контаминация названия службы микроблогов «*Twitter*» и слова *literati* (интеллигенция, богема). Наименование относится к пользователем вышеозначенного ресурса,

высказывающимся на острые политические и общественно значимые темы и адресуемым широкой аудитории подписчиков.

*To sext* — контаминация *sex* + *to text* — отправлять (или массово рассылать) смс-сообщения эротического содержания.

4. Логограммы (*b4*, *db8*, *@oms*, *h8er*). Данный разряд неологизмов может быть охарактеризован, с одной стороны, как современная разновидность пиктограмм, поскольку представляет собой буквенно-символьные сочетания, с другой — ребусы. [Crystal, 2008: 37-41] Однако намерение использующего подобные слова коммуниканта обусловлено не столько желанием зашифровать сообщение в игровой форме, сколько сэкономить символы (*characters*). Такие сокращения, подобно инициализмам и сокращениям с опущением букв, появились в сфере смс-общения, но впоследствии стали расхожими объектами всех жанров электронно опосредованной коммуникации.

5. Конверсия, или переход слов из одной части речи в другую (*to email*, *to blog*, *to text*). Примечательно, что первоначально этот тип словообразования относился лишь к словам, денотаты которых — коммуникационные технологии — возникли собственно в электронной среде, однако впоследствии распространился и на давно существующие в английском языке слова (*to coach*).

6. Деонимизация, или, строго говоря, прагматонимизация. Справедливо классифицировать ее как отдельную модель, однако в зависимости от подвидов деонимизацию можно включить и в ранее рассмотренные аффиксальные и безаффиксные модели (префиксацию, контаминацию). Впрочем, ключевым признаком этой модели, позволяющим выделить ее из обычных случаев префиксации и контаминации, является то, что корень слова — имя собственное. При этом автор считает необходимым и мотивированным введение в научный оборот термина «прагматонимизация», так как все относящиеся к данной модели слова — наименования марок и брендов (*trademarks*). Подробно это явление освещают в своих трудах американский журналист Джонатон Китс и немецкий лингвист и маркетолог Бернд Замланд [Keats, 2011: 97-98], (Samland, 2010). Приведем некоторые примеры, взятые с ресурса «Twitter» и некоторых форумов, с пояснениями.

*I googled this and eventually found a handful of good links.* Глагол *to google* образован от названия крупного поискового сайта (*search engine*). Соответственно, *googled* означает «ввел запрос на интересующую меня информацию на сайте Google».

*Sally bumped into this outfit through yahooining.* Отглагольное существительное *yahooining* в этом примере образовано аналогично предыдущему слову.

*Truth be told, I have ebayed the books I'm looking for six times already.* Аналогичная прагматонимическая конверсия в значении «заказал на сайте Ebay». Ebay — название электронной площадки дистанционной торговли.

*I'd been waiting for a fortnight already when yesterday I was, at long last, amazoned.* Страдательное причастие *amazoned* образовано от названия другой популярной площадки

Alexey Korenev 1/21/13 10:06 PM

Deleted: .

дистанционной торговли Amazon. *I was amazed* означает «представители сайта меня уведомили о готовности заказа».

*Wikify your entry, who knows, it may be of interest and help to some.* Глагол *to wikify* происходит от названия электронной полиавторской энциклопедии Wikipedia и означает «загрузить статью в Wikipedia и оформить ее в соответствии с требованиями этой энциклопедии».

7. Добавление нового значения. Относящиеся к этому разряду неологизмы — преимущественно слова, давно существующие в английском языке, но именно специфика коммуникационных процессов в электронной среде обусловила появление новых значений. Например, *to post* стало означать «публиковать, загружать в Интернет».

*Eddie posted that entry in his livejournal account on March, 30.*

Схожим образом медицинский термин *viral* приобрел значение «стихийно распространяющийся, стремительно набирающий популярность», особенно в выражении *to go viral*.

*This short video posted by weltenbummler1949 last year went viral in almost no time.*

8. Сложение (*blogosphere*). Традиционный способ словообразования.

Смешанный тип:

Контаминация + суффиксация. В качестве примера рассмотрим слово *twammer*: контаминация слов *spam* («навязчивые (часто содержащие вредоносную информацию) рекламные объявления в Интернет») и *tweet* + обозначающий агента суффикс *-er*. Таким образом, слово означает «человек, рассылающий вредоносную информацию в сети Twitter».

\* Следует упомянуть, что еще один распространенный в последнее десятилетие способ словообразования — бэкронимы (*backronyms*), то есть альтернативные общепринятым (часто ироничные) расшифровки известных аббревиатур. Впрочем, при более скрупулезном анализе выяснилось, что своим распространением такие новообразования не обязаны электронной среде или особенностям электронного дискурса.

Приведенные иллюстрации отнюдь не исчерпывают весь массив новой лексики, вошедшей в активное употребление, однако при этом дают весьма точную и наглядную репрезентацию лексикологических, или, если выразиться точнее, неологических процессов, протекающих в современном английском языке. Более того, в результате каталогизации неологизмов первого десятилетия XXI века мы отметили уникальное для исследуемого языка явление — синхронную активизацию рекордного количества словообразовательных моделей, что является беспрецедентным фактом в истории английского языка. Такая сверхпродуктивность, на наш взгляд, является убедительным доказательством высокого лингвокреативного потенциала английского языка и, вместе с тем, посредством установления валентности продуктивных формантов и основных векторов лингвокреативности дает возможность прогнозировать в краткосрочной перспективе появление новых слов, сформированных на основе различных словообразовательных моделей и их комбинаций.

В заключение приведем еще одно важное наблюдение. Настоящая классификация не только упорядочивает и, опираясь на научные методы исследования, каталогизирует новую лексику,

результатирующую текущие, детерминированные жанрово-стилистической спецификой электронного дискурса неологические процессы, но и отражает реальные потребности, предпочтения и значимые элементы интуиции носителей языка и обнаруживает существующие в языке лакуны. Все это позволит воспользоваться результатами исследования не только лингвистам, когнитивистам, лексикографам и методистам, но также маркетологам и копирайтерам, нацеленным на создание емких, броских и привлекательных рекламных слоганов и текстов (Crystal, 2011).

### Литература

1. Иванов С.А. История вещей. - М.: «СЛОВО», 2002.
2. Кожина М.Н. Стилистический энциклопедический словарь русского языка. - М.: Наука-Флинта, 2006.
3. Крыжановский Р.В. Лингвистические особенности современной англоязычной электронно опосредованной коммуникации и преподавание английского языка. Дипломная работа. – М.: МГУ им. М.В.Ломоносова, 2012.
4. Кубрякова Е.С., Гуреев В.А. Конверсия в современном английском языке // Вестник ВГУ, Сер. «Лингвистика и межкультурная коммуникация». - 2002. С. 33-37.
5. Потапова Р.К. Новые информационные технологии и лингвистика. - М.: МГЛУ, 2002.
6. Щипицына Л.Ю. Компьютерно-опосредованная коммуникация: лингвистический аспект анализа. - М.: КРАСАНД, 2010.
7. Abley M. The Prodigal Tongue: Dispatches from the Future of English. – London: Arrow Books, 2009.
8. Austin J.L. Performative Utterances // Philosophical Papers. – Oxford: Oxford University Press, 1961.
9. Barnes S.B. Computer-Mediated Communication: Human-to-Human Communication across the Internet. - Allyn & Bacon, 2002.
10. Clapperton G. This Is Social Media: Tweet, Blog, Link and Post Your Way to Business Success. – Capstone, 2009.
11. Collins T. The Little Book of Twitter: Get Tweetwise! – Michael O'Mara Books Ltd, 2009.
12. Crystal D. Internet Linguistics: A Student Guide. - Routledge, 2011.
13. Crystal D. Txtng: The Gr8 Db8. – Oxford: Oxford University Press, 2008.
14. Davis B.H., Brewer J.P. Electronic Discourse: Linguistic Individuals in Virtual Space. – New York: SUNY Press, 1997.
15. Deutscher G. The Unfolding of Language: An Evolutionary Tour of Mankind's Greatest Invention. - New York, 2005.
16. Eldridge N., Gould S.J. Punctuated Equilibria: An Alternative to Phyletic Gradualism // Models in Paleobiology. – San Francisco: Freeman Cooper, 1972. – С. 82-115.
17. Grice H.P. Presupposition and Conversational Implicature // Radical Pragmatics. - New York, 1981. - С. 183-198.
18. Grice H.P. Utterer's Meaning and Intention // Philosophical Review. 1969.

19. Humez A., Humez N., Flynn R. Short Cuts: A Guide to Oaths, Ring Tones, Ransom Notes, Famous Last Words, and Other Forms of Minimalist Communication. – Oxford: Oxford University Press, 2010.
20. Keats J. The Virtual Words. - Oxford: Oxford University Press, 2011.
21. Marti V. E-Z Text Messaging 4 Grandparents. – BookSurge Publishing, 2008.
22. Matthews P.H. The Concise Oxford Dictionary of Linguistics. – Oxford: Oxford University Press, 2007.
23. McFedries P. Twitter Tips, Tricks, and Tweets. – Wiley, 2009.
24. O'Reilly T., Milstein S. The Twitter Book. – O'Reilly Media, 2009.
25. Osman J. 100 Ideas That Changed the World. – London: BBC Books, 2011.
26. Pinker S. The Stuff of Thought: Language as a Window into Human Nature. – New York: Viking, 2007.
27. Samland B.M. Der Google-Effekt. Die Bildung markenspezifischer Verben. - Logos, 2010.
28. Searle J.R. Expression and Meaning: Studies in the Theory of Speech Acts. - Cambridge, 1969.
29. Sperber D., Wilson D. Relevance Theory // Handbook of Pragmatics. – Oxford: Oxford University Press, 2004. - C. 607-632.