

Никита Сергеевич Суббота
г. Брест, Республика Беларусь
Инна Леонидовна Ильичева
г. Брест, Республика Беларусь
Елена Николаевна Стрижевич
г. Брест, Республика Беларусь

Словообразовательный потенциал интернет-дискурса

Статья представляет собой комплексное исследование словообразовательных инноваций в англоязычной интернет-коммуникации. В ходе исследования использованы следующие методики: метод лингвистического теоретического анализа научных концепций и подходов для формулирования понятийного аппарата и методологии исследования, а также метод лингвосемиотического анализа словообразовательных инноваций интернет-коммуникации. В результате исследования изучена специфика словообразовательных инноваций в интернет-коммуникации на материале аутентичных текстовых постов, систематизирована и обоснована классификация словообразовательных инноваций в интернет-коммуникации и выделены наиболее частотные модели словообразования, необходимые для понимания особенностей функционирования сетевого жанра микроблогов.

Ключевые слова: интернет-дискурс, гипертекст, языковые и неязыковые инновации, визуальная коммуникация, словообразование, микроблоги.

Nikita Sergeevich Subbota
Brest, Belarus
Inna Leonidovna Ilyicheva
Brest, Belarus
Elena Nikolaevna Strizhevich
Brest, Belarus

Word-formation potential of the Internet discourse

The article is a comprehensive study of word-formation innovations in the English language Internet communication. In the course of the study the following methods were used: method of linguistic theoretical analysis of scientific concepts and approaches to formulate conceptual framework and research methodology, as well as the method of linguistic and semiotic analysis of word-formation innovations in Internet communication. The study was carried out on the basis of authentic text posts. As a result of study the specifics of word-formation innovations in Internet communication were studied, as well as was systematized and justified the classification of word-formation innovations. Moreover, the most frequent word-formation models necessary for understanding the peculiarities of functioning of the microblogging genre were identified.

Keywords: Internet discourse, hypertext, linguistic and non-linguistic innovations, visual communication, word-formation, microblogs.

Изучению дискурса посвящено большое количество исследований, авторы которых трактуют это понятие в рамках различных областей науки: социологии, лингвистики, прагмалингвистики, психолингвистики, когнитивной лингвистики, лингвистики текста, семиотики, медиалингвистики. При изучении дискурса, как и любого естественного феномена, встает вопрос о классификации: какие типы и разновидности дискурса существуют. Исследователи указывают, что основным разграничением в типологии дискурса выступает противопоставление дискурса устного и письменного, поскольку оно связано с каналом передачи информации: при устном дискурсе канал акустический, при письменном – визуальный.

Количество видов дискурса в конкретном социуме, как отмечает В. В. Красных, определяется релевантными признаками функционирующих в нем общественных учреждений [6]. В современном социуме исследователями выделяются *научный, религиозный, политический, масс-медиаальный, педагогический, рекламный* и другие виды

институционального дискурса. При анализе видов дискурса исследователи, безусловно, изучают тексты (единицы коммуникации), но сами тексты начинают трактоваться как источники сведений, выходящих за пределы собственно языкового их содержания.

В современном коммуникационном пространстве, формируемом коммуникативными связями, между людьми, группами, различными институтами большая часть общения человека происходит посредством электронной коммуникации, которая имеет ряд специфических характеристик. Говоря об электронной коммуникации, Л. Ю. Иванов выделяет следующие характеристики виртуальной реальности, отличающие ее от реальности действительной: 1) нематериальность воздействия (изображаемое производит эффекты, характерные для вещественного); 2) условность параметров (объекты искусственны и изменяемы); 3) эфемерность (свобода входа / выхода обеспечивает возможность прерывания и возобновления существования) [2].

Основными свойствами виртуальной реальности выступают: иллюстративность, интерактивность,

интуитивность, интенсивность. *Иллюстративность* отражает представление информации отчетливым образом. *Интерактивность* определяется взаимодействием пользователя с компьютером, точнее, смоделированной им средой. *Интуитивность* заключается в ощущении виртуальной реальности погруженным в нее субъектом. *Интенсивность* задается свойством предоставления субъекту комплексной информации, предполагающей его реакцию на нее. Все эти свойства виртуальной реальности позволяют исследователям понимать данный феномен очень широко. Виртуальная реальность рассматривается как пространство, созданное различными электронными средствами массовой информации и коммуникации. Виртуальная реальность сосуществует с подлинной реальностью, но они не являются взаимоисключающими понятиями. Таким образом, дискурс, существующий в подлинной реальности, будет проецироваться в виртуальном пространстве [4].

Интернет-дискурс представляет собой процесс создания текста в совокупности с прагматическими, социокультурными, психологическими факторами, целенаправленное социальное действие, включающее взаимодействие людей. Для текстов виртуальной реальности характерно преобладание письменного вида предоставления информации, который имеет свои различия. За каждым дискурсом стоит особая системность и упорядоченность языковых единиц, стратегий и правил их употребления в отдельных текстах как фрагментах дискурса. Письменный дискурс, хотя более свободен, чем в других регистрах речи, в Интернет среде имеет свои особенности построения. Говоря о принадлежности интернет-дискурса к письменному виду, следует сделать оговорку о том, что он все чаще подвергается интеграции со стороны элементов устного дискурса. Элементами такой интеграции, по мнению А.А. Кибрика, выступают эллиптические предложения, парцелляция, сегментированные конструкции, различные нарушения порядка слов [5]. Подобная интеграция, очевидно, способствует сжатию передаваемой информации и переходу на особый сокращенный код общения, а также повышению эффективности реализации функции информирования и воздействия.

Семиотическое пространство интернет-дискурса представляет собой совокупность знаков, направленных на обслуживание сферы электронной коммуникации. В семантике этих знаков отражается реальность виртуального мира, интерпретируемая тем или иным лингвокультурным сообществом. Анализ теоретических источников по данной проблематике, а также наши наблюдения показывают, что в интернет-дискурсе все процессы, связанные с передачей, хранением и переработкой информации о том или ином фрагменте мира, протекают с использованием разных знаковых систем, то есть являются семиотическими.

В интернет-дискурсе знаковая репрезентация различна как по сущности, так и по форме. Принципиальное различие между языковыми и неязыковыми знаками сводится к тому, что для восприятия линейного характера вербального текста и осознания содержащейся в нем ключевой мысли требуются определенные затраты времени и умственных усилий. Невербальные знаки, в частности, изображение, доступны восприятию любого адресата, который владеет системой кодов и смыслов, свойственных изобразительным традициям данной культуры, при этом невербальные знаки способны не только привлечь внимание адресата, но и передать большую часть заложенной в тексте информации без прочтения вербальной части. Однако полное декодирование заложенной в сетевом тексте информации возможно только посредством учёта всех знаков, используемых в тексте.

В пределах сетевого текста вербальные и невербальные знаки, или, иначе говоря, знаки разных семиотических систем, на наш взгляд, составляют не оппозицию, а многообразную совокупность, носящую характер семиотического континуума.

Анализируя данный вид дискурсивной практики, следует заметить, что жанровая система интернет-коммуникации представляет собой сложное и неоднородное целое с определенным набором стратегий и тактик. Обзор теоретических источников показывает, что большинство авторов различают информационные и коммуникативные жанры. К первому типу относятся отредактированные, выверенные произведения в традиционных жанрах художественного текста: электронные книги; научные или публицистические статьи, которые размещены на различных ресурсах, сайтах, справочниках, в виртуальных средах; а также электронные базы данных [11].

Коммуникативные жанры, зародившиеся исключительно в Сети и отличающиеся специфическим набором характеристик, представлены, как правило, текстами спонтанного характера. Именно в этих жанрах рождаются языковые и речевые новации и преобразования, которые в последствии становятся объектами исследований. Среди данных жанров можно выделить следующие: 1) электронная почта (схема асинхронного общения «рассылка»); 2) форумы, паблики (схема асинхронного общения «многие – многие»); 3) веб-конференции; 4) чаты (обмен текстовыми репликами в режиме синхронного общения «многие – многие»); 5) жанр мгновенного обмена сообщениями (синхронный обмен); 6) блоги (онлайн-дневники); 7) социальные сети (специальные платформы) [11].

В следствие стремительного развития технологических возможностей, виртуальные жанры способны быстро видоизменяться и появляться вновь, поэтому жанровая система в

Интернете непостоянна, а проблема описания жанровой типологии остается открытой.

Говоря о способах и особенностях подачи и распространения информации в сети Интернет следует упомянуть о некоторых устойчивых характеристиках. Среди них преобладают такие параметры как: синтетичность, экспансивный характер развития, фрагментарность подачи информации, высокая скорость распространения, а также высокий манипулятивный потенциал.

Общение при помощи компьютера играет все более возрастающую роль в современной жизни и радикальным образом меняет технику и стилистику общения. Эволюция письма в компьютерный канал общения привела к усилению одних тенденций и ослаблению других. С одной стороны, происходит расширение масштаба общения от массового к глобальному, воплощается в жизнь идея пионеров экологической науки: «ноосфера стремится стать одной замкнутой системой» [9, С. 199], поскольку как сегодня Интернет стремится объединить всех жителей Земли в одну глобальную систему общения.

С другой стороны, наряду с глобальностью, увеличивается количество циркулирующей в обществе информации, расширяются хронотопные характеристики общения, поскольку коммуникация посредством компьютера не имеет четких временных ограничений, может происходить в любое время дня и ночи, единственное условие для ее осуществления – наличие компьютера [3, С. 410].

Новые виды и формы коммуникации привели к комбинации устной и письменной речи. Так, Л.А. Новикова утверждает, что в настоящее время письменная речь становится доминантным способом общения. Кроме того, автор отмечает, что текст сообщения дополняется различными метатекстовыми знаками разной модальности (курсивное, шрифтовое, композиционное выделение и т.д.). Таким образом, в виртуальном пространстве информация циркулирует не только в виде текстов, но и в виде различных образов [7].

Анализ теоретических источников свидетельствует о том, что интернет-дискурс является жанропорождающей средой. В связи с этим учёные выдвигают различные классификации цифровых (дигитальных) жанров. Так, например, Л.Ю. Иванов различает исконно сетевые жанры, порожденные в результате использования языка в сети (чаты, форумы), а также жанры заимствованные Интернетом из других сфер общения [8]. Наибольшая интенсивность, по мнению большинства исследователей, характерна для интернет-вокабуляра, который используется в исконно сетевых жанрах, поскольку именно здесь наблюдается большое число неологизмов и прослеживается их влияние на общелитературный язык.

В научной среде принято выделять четыре основные лексические группы в Интернет-дискурсе [1]: 1) технические термины – PHP, BIOS, script,

SQL, Ethernet, keylogging; 2) общеизвестные лексемы, связанные непосредственно с работой в сети Интернет – log in/out, home page, news feed, cloud, profile, retweet; 3) лексемы, распространенные среди пользователей блогов – @TEOTD, Gopher, Nub, N00b, Sp133, W00t, fi00b; 4) лексемы, употребляющиеся людьми, которые интересуются информационными технологиями и следят за их развитием – share, website, artificial intelligence, multicast, upload, download.

Большинство исследователей сходятся во мнении, что формирование интернет-вокабуляра происходит главным образом на основе общеупотребительной лексики английского языка и подчиняется его словообразовательным нормам, хотя и имеет некоторые особенности.

К основным способам словообразования в сетевых жанрах Интернет-дискурса можно отнести:

1. Конверсия (conversion) – *Google - to google, clear - to clarify, flame - to flame, email - to email, always on - always-on, to search - search.*

2. Усечение (clipping) – *bday (birthday), pic (picture), zine (magazine).*

3. Аббревиация (abbreviation) / акронимы – *4COL (For Crying Out Loud), 4eva (Forever), AAR (At Any Rate), BBS (Be Back Soon), BTW (By The Way), CUL8R (See You Later), DF (Dear Friend), GI (Google It), IDC (I Don't Care), ILU (I Love You), и др.*

4. Аффиксация (affixation) – *digitize, hyperlink, googler, mailer, crackable, chatly.*

5. Сопряжение (blending) – *blog (web + log); emoticon (emotion + icon); podcasting (iPod+broadcasting); Internet (international + network); netiquette (Net + etiquette).*

6. Словосложение (compounding) – *inbox, mailbox, hashtag, cyberspace, Bluetooth, chatroom, freelance, database.* А также словосложение на основе словообразовательной модели без соединительной гласной – *e-document, e-card, e-book, e-learning, e-commerce.*

7. Эллипсис (ellipsis) – *“I thought... you know... maybe... we can go and eat out somewhere?”*

8. Создание неологизмов (coinage) на основе игры слов – *internot - человек, не приветствует использование Интернета; e-tailer (компания, продающая товары через Интернет, от англ. retailer – продавец); freeware (программное обеспечение бесплатно распространяемое через Интернет), keupal (cp. penpal).*

Ещё одним немаловажным параметром интернет-вокабуляра являются эмодзи, выступающие в качестве вспомогательных символов и знаков, используемых для выражения эмоций коммуниканта – :) (happy), :((sad), % (confused), :-o (shocked). Такое частое использование параграфематики приближает письменную сетевую речь к устной речи. Наряду с этим и традиционные графические знаки находят новые формы реализации: многократное использование восклицательных и вопросительных знаков, запятых и многоточий, пробелов,

использование заглавных букв приводит к отклонению от языковых норм [8].

Ф.И. Шарков отмечает, что увеличение визуальной составляющей в коммуникации является одной из ведущих тенденций последних десятилетий. Технологические новинки позволяют создавать искусственные визуальные образы и резко расширяют тем самым виртуально-визуальное пространство человеческой культуры. При этом размываются социальные границы, и культура стремится к упрощению [10].

Визуальная коммуникация стимулирует эмоциональный опыт, ускоряет процесс идентификации и самоидентификации без привлечения вербальных средств. Визуальный контент увеличивает частоту посещения интернет-ресурса или профиля пользователя, ускоряет коммуникацию. Наряду с этим происходит активизация творческого потенциала и воображения.

В качестве теоретической базы для нашего исследования мы воспользовались классификацией М.Н. Медведь, которая предлагает 8 основных способов словообразования в сетевых жанрах Интернет-дискурса, среди которых: *конверсия, усечение, аббревиация / акронимы, аффиксация, сопряжение, словосложение* (в том числе и на основе словообразовательной модели без соединительной гласной), *эллипсис, создание неологизмов на основе игры слов*.

В ходе проведенного исследования данная классификация была видоизменена. С учетом исследуемого корпуса мы разделили способы словообразования на *чисто языковые* и *смешанного типа* (в авторском понимании термин *гетерокомпозицы*).

К гетерокомпозицам мы относим лексические единицы, которые сочетают в себе знаки различных модальностей (например, буквы и эмодзи, сочетание букв и цифр, написание с использованием заглавных букв), а также лексические единицы образованные в результате слитного написания двух слов, которые при этом имеют значение одного слова (хэштэги, используемые в соцсетях).

Таким образом, представляется возможным представить классификацию следующим образом:

- **Языковые способы словообразования:** *конверсия, усечение, аббревиация / акронимы, аффиксация, сопряжение, словосложение* (в том числе и на основе словообразовательной модели без соединительной гласной), *создание неологизмов на основе игры слов*.

- **Смешанные способы словообразования:** *слитно написанные слова, имеющие значение одного слова; буквы + эмодзи; буквы + цифры / символы; использование эмодзи и символов для замены слов*.

В качестве целевой аудитории для проведения лингвистической части исследования нами было

отобрано 12 человек. Критерием отбора послужили следующие параметры: 1) *пол* – мужчины, женщины; 2) *род деятельности* – представители творческих профессий (актёры и музыканты); 3) *происхождение* – представители англоязычной культуры (уроженцы / жители Великобритании и США); 4) *широкий охват аудитории* (известность, популярность); 5) *активность в социальных сетях* (количество фолловеров, частота публикации постов).

Исходя из выдвинутых параметров нами были отобраны следующие знаменитости: *Asa Butterfield (Великобритания); Millie Bobby Brown (Великобритания / США); Justin Bieber (США); Tink / Trinity Laure'Ale Home (США); Emma Watson (Великобритания); Nicholas Hoult (Великобритания); Blake Lively (США); Zac Efron (Великобритания); Sharon Stone (США); Whoopi Goldberg (США); Robert Carlyle (Великобритания); Busta Rhymes (США)*.

Результаты, полученные в ходе исследования свидетельствуют о том, что в персональных микроблогах (Twitter, Facebook, Instagram) наиболее широко функционируют лексические единицы, образованные при помощи таких языковых способов, как аббревиация, усечение и словосложение.

Наибольшей частотностью обладают различные интернет-аббревиации, используемые пользователями повсеместно в процессе переписки и ведения микроблогов: 1) **BTW** (*By the Way*): *There's many reasons BTW - Ima be at every with you from here until forever, Brother.* 2) **RIP** (*Rest In Peace*): **RIP** *dark hair, miss you buddy.* 3) **THX** (*Thanks*): *Taking it literally, I step at a time.... thx for support everyone* 4) **X** (*Kisses*), **XX** (*Kiss Kiss*), **XOXO** (*Hugs and Kisses*): *... I've had such a wonderful time already. Xoxo; Many thanks for all your kind Birthday wishes.. each one very much appreciated xx; Thx for all your pics, artwork and kind messages during season 6 so far. They are, as always, truly appreciated.. X..* 5) **ASAP** (*As Soon As Possible*): **ASAP**, *my swag is undeniable and my drive is indescribable his love is supernatural his grace is that reliable...* 7) **LOL** (*Laughing Out Loud*): *Taking a break from social media for a couple weeks (not that I post most anyway lol).* 8) **TBT** (*Truth Be Told*): **#tbt** *I forgot to post this but on Feb. 27th 1996 Woo-Hah Got you all in Check was Born.* 9) **Whoop** (*Whip, Beat, Dominate*): **Whooop!** *This show is gonna be so funny, cannot wait to get started x* 10) **OMG** (*Oh My God*): **OMG** *this is so dang funny.* 11) **PPL** (*People*): *When ppl start movin' funny ... that mean it's time to move around.; I hate when ppl my take my kindness for weakness... I'm kind but I ain't stupid.* 12) **ILY, ILYSM** (*I Love You, I Love You So Much*): *... makes my heart warm knowing my fans are so wonderful and kind! ily guys sm!* [12, 13, 14].

Анализ исследуемого корпуса показывает, что широкое распространение имеют сокращённые вариации таких частей речи как местоимения, предлоги (**with = w**), союзы (**and = n**) и некоторые глаголы (*например, see = c*). Для большей

наглядности сказанному рассмотрим конкретные примеры: 1) *"We The People" will be screened @ 8PM followed by Q & A w/ dir.*; 2) *Believe me when I tell you C this movie, it's SO much more than you think it is.*; 3) *thanks sooo much to everyone coming out n seeing me!!! ahh!* [12, 13, 14].

Результаты статистического анализа свидетельствуют о том, что по частоте употребления первое место занимает местоимение «you», примеры: 1) *love u*; 2) *i find pieces of u in every song i listen 2 @calvinklein*; 3) *thank u @champagnepapi for this sick jacket!!*; 4) *uh this ig post is a symbol of my love since I'm not with u!*; 5) *I feel like I don't need to speak and u know how I'm feeling...*; 6) *O hi... i luv u guys~thanks for continuing to spread love, its good for our hearts* [12, 13, 14].

Второе место по количеству употреблений занимает притяжательное «your», имеющее аббревиации **u**, **y**, **ur**. Например: 1) *If u want me in ur life, you gotta Express that .. Ima patient person but I ain't gon wait forever*; 2) *spice up ur life*; 3) *Everybody ain't ur friend*; 4) *Sometimes you gotta be selfish with ur time ... Every nigga don't deserve it* [12, 13, 14].

Кроме этого частотной является связка местоимения **you** с глаголом **to be**, образующая аббревиации **ur**, **ya**: 1) *happy bday bubba mooney head ur a shining , V and i cant wait to be on this fantastic adventure w u. ur so cute and caring and i love you very much #nillie4L*; 2) *Y'all just don't know how raw it is to see stuff like this ...*; 3) *Baby I'm 100; you can tell me if ya satisfied #NaturalTing*; 4) *Call me crazy; well at least ur callin* [13, 14].

Новая полоса изысканий в области выявления языковых способов образования лексических единиц в интернет-дискурсе, представляет собой слова, образованные методом усечения. Нельзя не заметить, что при кажущейся многоаспектности и обширности исследований языковой составляющей текстов микроблогов, многие свойства и особенности образования лексических единиц требуют дополнительного рассмотрения. Так, анализ примеров позволил нам выявить некоторые особенности функционирования данной словообразовательной модели.

Первое место по частоте использования занимают усечения от слова **birthday**, а также выражения с ним: **happy birthday**, **happy good day**: 1) *happy bday bubba mooney head ur a shining if and i cant wait to be on this fantastic adventure w u. ur so cute and caring and i love you very much*; 2) *Missed your bday bro sooy happy late bday @bigsean*; 3) *Happy GDay to another Godfather of this rap shit aka the Doggfather @snoopdogg also one of the most incredible Mc's ever. Salute family* [13, 14].

Не менее часто пользователи социальных сетей сокращают такие лексические единицы, как **because**, **congratulations**, а также ряд существительных, выражающих дружеские отношения между пользователями, такие, как например – **brother** или **uncle**. В качестве иллюстративной наглядности приведем следующие

примеры использования 'усеченных вариантов' данных лексических единиц: 1) *Missed your bday bro sooy happy late bday @bigsean*; 2) *Love you to pieces Unc snoop.*; 3) *Huge congrats to Eve Ensler on completing the amazing run of In The Body of the World in NYC; I loved it* [13, 14].

Следует отметить, что в ряде случаев усечению подвергаются общеизвестные лексемы, связанные непосредственно с использованием социальных сетей: **Instagram**, **advertisement**, **information**, **biography**, **picture**, и некоторые другие, а также лексические единицы непосредственно связанные со сферой деятельности пользователей (например, **director**, **episode** – в случае с актёрами; **organizations**, **governments** – в случае с правозащитниками и активистами). В целях большей наглядности сказанному приведём следующие примеры: 1) *This Ad got banned for being too political, please have a watch*; 2) *Also check out my insta for some juicy BTS.*; 3) *40 MINUTES?? I CANT SURVIVE THAT MUCH INFO.*; 4) *omg ahhhh. it's my girls bday TODAY! uh this ig post is a symbol of my love since I'm not with u!*; 5) *I don't remember leaving and the only pic I have ...*; 6) *each of you have the biggest hearts and the love you share with the animals is so very special- please donate! link in bio xoxo*; 7) *Calling UK orgs & grassroots activists working to end harassment & abuse in workplaces & communities - don't forget the Justice and Equality Fund is open for applications!* [12, 13, 14].

Ещё одна особенность, которую нам удалось выявить в ходе проведения исследования в большей степени относится к американским Интернет-пользователям. Так, некоторые знаменитости, в частности те, которые имеют отношение к музыкальной рэп культуре, довольно часто прибегают к использованию **апоконь** (усечение последнего слога или звука в слове). Также американские пользователи социальных сетей часто сокращают личное местоимение **them**. 1) *same ol mirror selfies ugh*; 2) *I don't put nothin' past NOBODY.*; 3) *The truth gon' always come to the light.*; 4) *I'm duckin em. You chasin em.*; 5) *When ppl start movin' funny ... that mean it's time to move around.*; 6) *i love em too much @godzillavskingkong* [13, 14].

Одним из наиболее универсальных способов словообразования является словосложение. В нашем исследовании данному способу также уделяется внимание, поскольку частотность лексических единиц образованных путём сложения нескольких слов довольно высокая и в случае с сетевыми микроблогами. Рассмотрим лексические единицы, образованные данным способом на конкретных примерах: 1) *Warcraft 3 remaster lets gooooo*; 2) *You make me so much better and we compliment eachother so well!!*; 3) *“VOICEMAILS” 4/28 !! New mixtape on the way Pre-Order here*; 4) *You*

*are beautiful. No makeup. YOU are **BREATH**takingly beautiful. You're perfect. Just the way you are.* 5) *Happy GDay to another Godfather of this rap shit aka the Doggfather @snoopdogg also one of the most incredible Mc's ever* [13, 14].

В ходе исследования мы проанализировали, каким образом лексические единицы, образованные на базе трёх, рассмотренных выше словообразовательных моделях представлены в речи: 1) американцев и британцев; 2) мужчин и женщин. В задачи исследования также входило выявление наибольшей словообразовательной частотности. С этой целью анализу были подвергнуты два корпуса текстов объёмом 1000 слов, первый основанный на текстах из микроблогов британских пользователей, а второй соответственно на основе текстов американских пользователей. Полученные результаты отражены на рисунке 1.



Рис.1. Число вхождений лексических единиц на 1000 слов

Во второй части исследования нами были рассмотрены лексические единицы, образованные при помощи смешанных способов словообразования. Как показывают результаты исследования, отличительной чертой данных способов словообразования является упор на графическую составляющую лексических единиц, а также на эмоциональный компонент, содержащийся в них.

С целью иллюстративной наглядности рассмотрим некоторые примеры из микроблогов Интернет-пользователей. Так, многие пользователи социальных сетей при написании постов используют исключительно заглавные буквы алфавита. Например: 1) *40 MINUTES?? I CANT SURVIVE THAT MUCH INFO. GOD BLESS NINTENDO AHHH*; 2) *VALUE EDUCATION FIRST* [13, 14].

Анализ также позволил выявить, что не менее часто заглавные буквы чередуются со строчными, как, например, в следующих примерах: 1) *TIME FREAK is out now in the U.S!*; 2) *I ABSOLUTELY LOVE ART AND IVE MAde my body a canvas and it's SO MUCH FUN* [13, 14].

Кроме этого, нам удалось установить, что некоторые пользователи социальных сетей прибегают к повтору букв или частей слов для придания большей ещё большей эмоциональности своим текстам. В подтверждение сказанному

приведем следующие примеры: 1) *VOTE PEOPLE, VOOOOTE!!*; 2) *Warcraft 3 remaster lets gooooo*; 3) *So so so so sorry mom... PLEASE DON'T WATCH THIS* [13, 14].

Далее нами были рассмотрены примеры лексических единиц характерных исключительно для Интернет-дискурса – это слитно написанные слова, имеющие значение одного слова (гетерокомпиты). В микроблогах они чаще всего представляют собой *хештеги* (слова, имеющие в своём составе символ #) и *имена пользователей* (слова, имеющие в своём составе символ @).
Примеры: 1) *Check @timefreakmovie to see where you can watch it.*; 2) *Amika started a movement to end #periodpoverty in the UK: <http://www.freeperiods.org>* [13].

В ходе исследования установлено, что довольно распространены случаи словообразования, при которых пользователи прибегают к использованию моделей 'буква + цифра', 'буква + спецсимвол', 'буква + эмодзи' или же вовсе полностью заменяют слова эмодзи и спецсимволами. В целях большей наглядности сказанному приведём следующие примеры: 1) *I wanted 2 include the music video for Jumpin' Jack Flash it doesn't seem to be available so you'll have to make do with pictures.*; 2) *To ALL those denominations who continue2come out & protest wrongs*; 3) *It COSTS 100-150M\$ to send 15k troops to the border.* [13].



Рис. 2. Примеры сообщений

Результаты проведенного анализа по выявлению наиболее частотных словообразовательных моделей на материале текстов пользовательских микроблогов, показали, что большое значение Интернет-пользователи уделяют эмоциональной стороне текстовых постов, а также краткости их изложения. Этот факт объясняет столь частое употребление лексических единиц образованных такими способами, как аббревиация и усечение, а также повсеместное использование эмодзи и спецсимволов.

Подводя итог, можно утверждать, что вне всяких сомнений Интернет стал особой сферой общения, играющей одну из важнейших ролей в жизни и развитии современного общества. Огромную роль в развитии Интернета как инструмента для коммуникации оказали его уникальные возможности, а именно оперативность, быстрота и доступность связи между пользователями на дальних и близких расстояниях. Динамичность и жанровая наполненность сети Интернет в совокупности с эффективными способами и особенностями подачи и распространения информации объясняют её столь массовую популярность и делают её универсальным средством общения и поиска информации.

Появление такой глобальной платформы коммуникативного пространства, главным интегративным компонентом которой является гипертекст, вызвало целый ряд новаций, не только на словообразовательном уровне, но и на уровне вспомогательных средств.

Так, в современном Интернет-пространстве в широком объёме присутствуют языковые инновации, образованные в результате словообразовательных процессов конверсии, усечения, аффиксации, сопряжения, словосложения (в том числе и на основе словообразовательной модели без соединительной гласной), а также

большое число неологизмов и аббревиатур. Говоря о вспомогательных средствах, используемых в процессе интернет-коммуникации нельзя не упомянуть эмодзи (смайлы), которые стали одним из основных средств выражения эмоций в сетевом общении разного формата. Наряду с этим и традиционные графические знаки находят новые формы реализации: многократное использование восклицательных и вопросительных знаков, запятых и многоточий, пробелов, что, зачастую, приводит к отклонению от языковых норм.

Увеличение визуальной составляющей в коммуникации, что является одной из ведущих тенденций последних десятилетий. В интернет-коммуникации данный процесс приводит к тому, что вербальное общение уступает место визуальной коммуникации, поскольку визуальные сигналы проще, доступнее и не требуют перевода, т.е. разрешают проблему коммуникативного барьера. Визуальная коммуникация стимулирует эмоциональный опыт, ускоряет процесс идентификации и самоидентификации без привлечения вербальных средств, способствует активизации творческого потенциала и воображения.

Ярким подтверждением всему вышесказанному могут служить результаты, полученные в ходе анализа персональных микроблогов пользователей, которые при публикации постов наибольшее значение уделяют эмоциональной стороне текстовых постов, а также краткости изложения. Как следствие, Интернет-пользователи часто прибегают к использованию лексических единиц, образованных такими способами, как аббревиация и усечение, а также повсеместно используют эмодзи и спецсимволы.

Таким образом, можно сказать, что Интернет-коммуникация представляет собой огромное поле

для исследований. Несмотря на то, что Интернет стал неотъемлемой частью жизни людей, многие аспекты и особенности Сетевого взаимодействия всё ещё остаются недостаточно изученными.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Галичкина, Е.Н. Специфика компьютерного дискурса на английском и русском языках [Текст] : дис. канд. филол. наук : 10.02.20 / Е. Н. Галичкина. – Астрахань, 2001.
2. Иванов, Л.Ю. Язык Интернета: заметки лингвиста [Электронный ресурс] / Л.Ю. Иванов // Словарь и культура русской речи. – М. : Азбуковник, 2000. – Режим доступа: <http://www.faq-www.ru/lingv.htm>. – 16.05.2019.
3. Карасик, В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс [Текст] / В.И. Карасик. – Волгоград : Перемена, 2002. – 477 с.
4. Карпицкий, Н.Н. Виртуальность и темпоральность [Текст] / Н.Н. Карпицкий // Известия Томского политехнического университета. – 2003. – Т. 306. – № 4. – С. 132–136.
5. Кибрик, А.А. Анализ дискурса в когнитивной перспективе [Текст] : дис. ... д-ра филол. наук в форме науч. докл. : 10.02.19 / А. А. Кибрик. – М., 2003. – 90 с.
6. Красных, В.В. «Свой» среди «чужих»: миф или реальность? / В.В. Красных. – М. : Гнозис, 2003. – 375 с.
7. Новикова, Л.А. Аббревиация как феномен межкультурной коммуникации в сети Интернет [Текст] / Л.А. Новикова // Вестник Удмуртского Университета. – 2014. – Вып. 21. – С. 126–133.
8. Флджян, Л.Г. Об особенностях межкультурной коммуникации в сетевом пространстве [Текст] / Л.Г. Флджян // Филологические науки. Вопросы теории и практики : сборник. – Тамбов, 2013. – № 8. – С. 182–185.
9. Шарден, П.Т. Феномен человека [Текст] / П.Т. Шарден. – М. : Наука, 1987. – 240 с.
10. Шарков, Ф.И. Визуализация медиaproстранства средствами коммуникации [Электронный ресурс] / Ф.И. Шарков // CONNECT-UNIVERSUM – 2014 : сб. материалов V Междунар. науч.-практ. интернет-конф. – Тамбов, 2015. – Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=24230632>. – 16.05.2019.
11. Штукарева, Е.Б. Языковая специфика интернет-коммуникации [Текст] / Е. Б. Штукарева // Интернет коммуникация как новая речевая формация : коллект. моногр. / науч. ред. Т.Н. Колокольцева, О. В. Лутовинова. – М., 2014. – С. 291–302.
12. Facebook [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://--->. – 16.05.2019.
13. Instagram [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://--->. – 16.05.2019.
14. Twitter [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://twitter.com>. – 16.05.2019.

REFERENCES

1. Galichkina E.N. Specifica komp'yuternogo diskursa na anglijskom i rusском yazykah. Diss. kand. filol. nauk [The specifics of computer discourse in English and Russian. Ph. D. (Philology) diss.]. Astrahan', 2001.
2. Ivanov L.Yu. Yazyk Interneta: zametki lingvista [Elektronnyj resurs] [Internet language: notes of a linguist]. *Slovar' i kul'tura russkoj rechi* [Dictionary and culture of Russian speech]. Moscow: Azbukovnik, 2000. URL: <http://www.faq-www.ru/lingv.htm> (Accessed 16.05.2019).
3. Karasik V.I. Yazykovoj krug: lichnost', koncepty, diskurs [Language circle: personality, concepts, discourse]. Volgograd: Peremena, 2002. 477 p.
4. Karpickij N.N. Virtual'nost' i temporal'nost' [Virtuality and temporality]. *Izvestiya Tomskogo politekhnicheskogo universiteta* [News of Tomsk Polytechnic University], 2003, vol. 306, no. 4, pp. 132–136.
5. Kibrik A.A. Analiz diskursa v kognitivnoj perspective. Diss. d-ra fil. nauk v forme nauch. dokl. [Analysis of discourse in cognitive perspective. Dr. Sci. (Philology) diss.]. Moscow, 2003. 90 p.
6. Krasnyh V.V. «Svoj» sredi «chuzhix»: mif ili real'nost'? [“One” among “strangers”: myth or reality?]. Moscow: Gnozis, 2003. 375 p.
7. Novikova L.A. Abbreviaciya kak fenomen mezhkul'turnoj kommunikacii v seti Internet [Abbreviation as a phenomenon of intercultural communication on the Internet]. *Vestnik Udmurtskogo Universiteta* [Bulletin of Udmurt University], 2014, vol. 21, pp. 126–133.
8. Fldzhyan L.G. Ob osobennostyah mezhkul'turnoj kommunikacii v setevom prostranstve [About the features of intercultural communication in the network space]. *Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki: sbornik* [Philology. Theory and practice]. Tambov, 2013, no. 8, pp. 182–185.
9. Sharden P.T. Fenomen cheloveka [Human phenomenon]. Moscow: Nauka, 1987. 240 p.
10. Sharkov F.I. Vizualizaciya mediaprostranstva sredstvami kommunikacii [Elektronnyj resurs] [Media visualization by means of communication]. *CONNECT-UNIVERSUM – 2014: sb. materialov V Mezhdunar. nauch.-prakt. internet-konf.* Tambov, 2015. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=24230632> Accessed 16.05.2019).
11. Shtukareva E.B. Yazykovaya specifika internet-kommunikacii [Language specifics of Internet communication]. Kolokol'ceva T.N. (eds.) *Internet kommuni-kaciya kak novaya rechevaya formaciya*: kolekt. monogr. [Internet communication as a new voice formation]. Moscow, 2014, pp. 291–302.
12. Facebook [Elektronnyj resurs]. URL: <https://---> (Accessed 16.05.2019).
13. Instagram [Elektronnyj resurs]. URL: <https://---> (Accessed 16.05.2019).
14. Twitter [Elektronnyj resurs]. URL: <https://twitter.com> (Accessed 16.05.2019).

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ:

Н.С. Суббота, магистрант кафедры немецкой филологии и лингводидактики, УО «Брестский государственный университет имени А.С. Пушкина», г. Брест, Республика Беларусь, e-mail: sns-englang@list.ru, ORCID: 0000-0001-5569-4167.

И.Л. Ильичева, кандидат филологических наук, доцент кафедры английской филологии, УО «Брестский государственный университет имени А.С. Пушкина», г. Брест, Республика Беларусь, e-mail: ilitcheva@list.ru.

Е.Н. Стрижевич, старший преподаватель кафедры английской филологии, УО «Брестский государственный университет имени А.С. Пушкина», г. Брест, Республика Беларусь, e-mail: strizhevich@gmail.com.

INFORMATION ABOUT THE AUTHORS:

N.S. Subbota, Master's student of the Department of German Philology and Linguodidactics, Brest State University named after A.S. Pushkin, Brest, Belarus, e-mail: sns-englang@list.ru, ORCID: 0000-0001-5569-4167

I.L. Ilyicheva, Ph. D. in Philological Sciences, Associate Professor at the Department of English Philology, Brest State University named after A.S. Pushkin, Brest, Belarus, e-mail: ilicheva@list.ru.

E.N. Strizhevich, Senior lecturer of the Department of English Philology, Brest State University named after A.S. Pushkin, Brest, Belarus, e-mail: strizhevich@gmail.com.

Статья содержит упоминание продуктов компании Meta (организация, владеющая платформами Instagram и Facebook, признана экстремистской на территории РФ 21.03.2022 г.)