

**Ф.К. Исенова**

*Карагандинский государственный университет*

**Словообразовательные явления  
в современном блогговом пространстве  
как отражение основных тенденций  
развития языка и речи (к постановке проблемы)**

*Аннотация:* Статья посвящается наблюдениям над функционированием русского литературного языка в интернет-пространстве Казахстана в тесной связи с определением жанровых и структурных особенностей текстов блоггеров (блогов), рассматриваемых с точки зрения механизмов окказиональности, неологизации, заимствования.

The article is devoted to supervision above functioning of Russian literary language in the Internet-space of Kazakhstan in close communication with definition of genre and structural features of blog's texts, considered from the point of view of mechanisms of making of occasionalisms, neologisms, and loan-words.

*Ключевые слова:* блог, текст, окказиональное слово, англицизм, иноязычное слово, языковая игра, способ словообразования.

Blog, the text, an occasional word, an anglicism, a loan-word, language game, a way of word-formation.

УДК: 800:811.161.1.

*Контактная информация:* Караганда, ул. Университетская, 28. КарГУ, кафедра классической и русской филологии. Тел. (7212) 770432. E-mail: fatima\_9@mail.ru.

Современное интернет-пространство весьма показательно с точки зрения развития двух прямо противоположных тенденций: с одной стороны – жестким требованием к соблюдению орфографических и пунктуационных норм, норм синтаксической и стилистической организации текста; тяготением к литературности (не книжности), яркости выражения и – шире – самовыражения – с другой. Первая тенденция связывается многими с появлением и активным использованием мобильной и SMS-связи, следствием чего становится краткость высказывания, сокращение полноценных слов, активное использование смайликов (пиктограмм), являющихся знаками целых ситуаций, т.е. прототипическими в своей основе. Признавая влияние новых форматов общения и со-общения, следует отметить, что интернет-сообщество пытается контролировать, а иногда и сдерживать негативные, агрессивные, а в некоторых случаях и просто оскорбительные действия участников такого общения (запрет на нецензурную лексику, элиминация нежелательной агрессии, в том числе расовой или религиозной нетерпимости).

Сегодня нельзя не обратить внимание и на такую форму общения, как *индивидуальные блоги*. Структура такого блога включает следующие компоненты: 1) автор блога; 2) участники блога; 3) вопрос, тема, которые становятся предме-

том обсуждения в блоге; 4) реальная действительность во всем многообразии фактов, событий политической, экономической, социальной жизни людей. Совершенно очевидна параллель структуры блога и структуры текста как «результата речемыслительной деятельности», следовательно, блог может рассматриваться нами в качестве объекта лингвистического анализа как макротекст, обладающий всеми теми свойствами текстовой деятельности, результатом которой выступает текст, а целью его анализа может быть не проникновение в авторский замысел, а анализ личности блоггера не столько в качестве реального человека, но автора, тексты которого могут открыть нам не только определенные авторские речевые стратегии, но также и некоторые особенности функционирования литературного языка в целом. Следует отметить, что психолингвистический аспект виртуального и реального вербального общения пока еще не стал предметом лингвистических штудий.

Спорным остается для нас вопрос о возможности описания индивидуально-авторского стиля в том широком контексте лингвистической традиции, фокусирующейся на произведениях классической литературы и ярких представителей современности, которые, как известно, с точки зрения типологии речевых типов должны восприниматься как образцовые языковые (речевые) личности. Однако, очевидно, что, если мы квалифицируем эти тексты как созданные автором-блоггером, то в этом случае можно говорить об отдельных чертах его стиля как совокупности особенностей если не использования, то выбора тех или иных языковых средств. В качестве объекта исследования нами выбран тот уровень языка, который, без всякого сомнения, способен выражать потенциально заложенные в языковой системе ресурсы, которые используются в необычной для них ситуации – речь идет о создании окказиональных языковых единиц. Не вызывает сомнения тот факт, что в контексте стилистики индивидуальность стиля выражается всей совокупностью и отбором языковых средств – лексических, грамматических, синтаксических, стилистических, – именно поэтому в ходе отбора (случайного) источников для сбора эмпирического материала, мы обращали внимание на такие тексты, в которых встречаются интересные факты на словообразовательном уровне: 1) с точки зрения продуктивности / непродуктивности отдельных способов словообразования, окказиональных с точки зрения языковой системы; 2) особенности освоения иноязычных слов на структурно-семантическом уровне; 3) и, наконец, формирование представления об особенностях общения в такой специфической сфере, как личный блог. Таким образом, рассмотрение специфики словообразовательного уровня текстов (блогов) становится предметом рассмотрения в данной статье, и позволяет говорить не только об отдельных особенностях избранного языкового уровня, а включить их в более широкий контекст функционирования современного русского языка (речи) в новых условиях.

На наш взгляд, существующая в лингвистической литературе множественность терминологических определений (индивидуально-авторские неологизмы, окказионализмы, речевые неологизмы и т. д.) отражает как раз различные аспекты исследования явления окказионального словообразования, актуализирующего противопоставленность данного языкового образования литературной словообразовательной и / или грамматической норме, нацеленность на выражение определенной авторской задачи, необычность, способная привлечь внимание читателя, и способность отразить определенный речевой статус создателя таких новообразований.

Различные аспекты окказиональности представлены внушительным перечнем отдельных работ, а иногда и направлений, многообразным по содержанию и формам языковому материалу, и в рамках данной статьи мы не будем подробно останавливаться на обзоре этой литературы. На наш взгляд, выявление механизмов создания окказионального слова связано с потенциальной возможностью реализации его в языке и возможностью извлечения необходимого смыслового

и стилистического эффектов в контексте. А.Г. Лыков в своей монографии [1976] отмечал близость окказионального слова к словам потенциальным, т.е. словам, потенциально заложенным в системе языка, вместе с тем совершенно очевидно, на наш взгляд, потенциальность языковой единицы не только в системе языка, но и в конкретном синхронном его срезе, тогда как исследователь среди выделенных им девяти признаков окказионального слова говорит о синхронно-диахронной диффузности. Последнее должно нами пониматься как явление актуализации внутренней или внешней формы, мы же обращаем внимание на связь создания окказиональной языковой единицы с конкретной временной эпохой. Так, можно говорить о феномене языка начала XXI века, создающимся в совокупности интралингвистических (поступательное развитие языка, научное описание языка), так и экстралингвистических (изменение статуса русского языка на постсоветском пространстве, области функционирования письменной и устной речи, компьютеризация) факторов. Очевидно, что не все факторы носят глобальный характер, следовательно, способны оказывать влияние на отдельные стороны языка. Следовательно, нахождение и наблюдение искомым языковым фактам согласуется с более широким социолингвистическим контекстом изучения функционирования русского языка сегодня. В некоторой степени такие наблюдения могут быть локализованы языковой ситуацией в Казахстане в постперестроечное время.

Разнообразны формы существования русского языка в интерактивном поле интернет-реальности: интерактивное общение в формате ICQ, периодические издания, среди которых не только известные издания типа «Комсомольская правда» или РИА-новости, но и сугубо авторские сайты, где каждый желающий может не только просмотреть «выложенную» на нем информацию, но и вступить в непосредственный контакт обсуждения; и, наконец, блоги, создаваемые с целью коллективного обсуждения различных вопросов. На заданный вопрос в Google'е нашлось множество руководств по блогам. По своей сути, блог представляет собой веб-сайт с возможностью дополнения различных дневниковых записей, а также изображений и мультимедийной информации. Подчеркивается публичность блога, уникальность блога. Авторы сайта указывают и на самые популярные в России (и в Казахстане) веб-ресурсы для блоггеров на сегодняшний день: [www.livejournal.com](http://www.livejournal.com), [Блоги@mail.ru](mailto:Блоги@mail.ru), [www.diary.ru](http://www.diary.ru). Психологам предстоит разобратся в причинах такой популярности социальных сетей, частных (в нашем случае – публичных по форме и частных – по содержанию). Несомненно одно: блог – это форма самовыражения, декларации собственных идей, мыслей. Интересно отметить, что само слово *блог* в русском языке оказалось словообразовательно весьма активным, свидетельством чему является наличие в русском языке цепочек: *блог* → *блоггер*; *блог* → *блоггинг*.

Таким образом, блог поворачивается для исследователя своей лингвистической стороной, поскольку обыгранным может быть название самого популярного из них *livejournal* как «живой журнал», «журнал жизни». И, сами того не подозревая, блоггеры дают нам уникальную он-лайнную возможность наблюдения над теми «живыми» процессами, которые происходят в современной русской письменной речи и – шире – русском языке начала XXI века.

Не претендуя на всеохватывающий характер предлагаемых в статье выводов, отмечаем, что обращение к данным интернет-источникам обусловлено фактором случайного выбора, не имеющего отношения к профессиональной, тематической, возрастной или каким-либо другим сферам, оно только лишь выражает научные интересы в области изучения окказионального образования, сфера действия которого, как известно, – разговорная речь, художественный текст, детская речь. Желание ограничить предмет исследуемого объекта – окказиональных образований – продиктовано желанием построения определенной гипотезы, которая может найти подтверждение в исследуемом материале. Этот вопрос-гипотеза может быть сформулирован следующим образом: 1) каковы основные тенденции в создании

окказиональных речевых единиц с точки зрения активности тех или иных словообразовательных моделей или словообразовательных типов; 2) связаны ли эти модели с формированием определенной авторской картины мира или образа автора-блоггера. Составляющими такого анализа становятся как собственно языковые (структурные) – словообразовательный (анализ словообразовательной структуры), стилистический – анализы, так и относящиеся к анализу широкого культурно-исторического, социального и индивидуального контекста функционирования текста в блогговом пространстве.

Не вызывает сомнения тот факт, что в окказиональном словообразовании более продуктивны те способы словообразования, которые актуальны в современном русском языке, аффиксальные (прежде всего суффиксация) и композиция (образование сложных слов, в частности, различные типы словосложения). Одним из показателей окказионализма становится нарушение сочетаемости морфем, и в таких случаях речь идет как о корневых морфемах, так и словообразовательных аффиксах. Показательным с точки зрения окказиональности становится и изменение стилистической окрашенности слова, часто намеренное желание создателей окказионализма сделать это слово экспрессивным, маркированным, при включении такого образования в контекст очевидней выступает стилистическая маркированность слова.

Многие исследователи языка обращают внимание на тот факт, что русский язык находится под влиянием английского языка, что приводит к активному заимствованию в разных областях жизни общества, политической, социальной; вместе с тем очевидна и активность освоения иноязычных слов, семантическое и грамматическое освоение заимствований. Англицизмы встречаются в молодежном (школьном, студенческом) сленге, эти же единицы активно используются в качестве названий баров, ресторанов и т.п. Словообразовательный уровень так же реагирует на изменения в литературном языке, и, пожалуй, наряду с собственно заимствованием, именно в словообразовании особенно заметным становится это влияние. Все это приводит к образованию окказиональных единиц с использованием а) иноязычного (английского) корня и русского аффикса или б) русского корня и иноязычного аффикса. Следует отметить, что типологические особенности английского языка в области словообразования приводят к тому, что более активно образование сложных слов, нежели аффиксальное словообразование, представленное меньшим количеством словообразовательных типов и тем более словообразовательных моделей, чем в русском языке.

Отмечается и тенденция к аналитизму, выражающаяся в активизации способов образования слова, исходной производящей базой для которого выступает словосочетание или целое предложение (ср.: *без стиральной машины* → *бесстиральномашинные времена*).

Окказиональное словообразование – это разновидность языковой игры, созданное в результате слово может иметь в том числе и комический и иронический эффект (ср.: *Тамбов-на-Вороне* или *Париж-на-Сене*), поскольку основывается на аналогии нормы и нарушения.

Особой экспрессивностью обладают слова, которые характерны для художественных текстов, представляющие собой графически единую конструкцию без пробелов между словами либо дефисы, определяющие границы такого сложного слова-понятия (напр., *Они все тольковчерасвокзала*, но в Москве уже неплохо устроились или: *У них роман и люблю-не-могу-до-гроба*).

Интересно отметить наименования блогов, в которых наблюдается активное использование англицизмов или транслитерации (ср.: Me. About или: Chesnok.kz – остро и полезно блог Славы Неруша). Мы не претендуем на всесторонний охват огромного информационного поля – блогов, поэтому ограничимся теми блогами, которые привлекли внимание в силу того, что отвечали следующим требованиям: 1) автор блога – среднелитературный тип языковой личности, в текстах которого

соблюдаются все без исключения виды языковых норм (орфографические, пунктуационные, лексические, морфологические, стилистические, синтаксические); 2) язык текстов блоггера отличается интересом автора к созданию необычных, окказиональных, слов. В текстах блоггеров встречается множество жаргонизмов, сленгизмов типа *прикольно, клёво, лопухнулся, полтинник* (=50 000 тенге / долларов) которые становятся своеобразными маркерами отнесенности автора блога к определенной возрастной или социальной группе. Само название блога (Chesnok.kz) может быть связано с молодежным выражением «*по чесноку*» (знак согласия). Эти факты свидетельствуют об общей демократизации условий, в которых функционирует литературный язык сегодня.

Мы уже писали об огромном количестве иноязычных слов (например, *кейтеринг* – ресторанное обслуживание (банкетов, свадеб, торжественных мероприятий; *драфты сценариев* – набросок, черновик, план), появление которых в русском языке датируется последним пятилетием. Но, как известно, слово не проникает в язык по своей прихоти, а оно занимает пустующую семантическую клетку. Эти слова освоены орфографически, транслитерированы. Иноязычные слова могут включаться в состав фразеологизма, например, «*ивентовый зубр*», или *ивентер* (*ивентёр*), – человек, специалист в области проведения зрелищных мероприятий. А также образовывать целые иноязычные словосочетания типа *ивент маркетинг менеджер* (...*Я после института устроилась в хорошую импортную компанию на позицию ивент маркетинг менеджера...*). Использование иноязычных слов с точки зрения культуры речи может иметь несколько интерпретаций: оно может быть удобно, престижно и т.д.

В следующей (по содержанию – вводной лекции) автор блога прибегает к русской парафразе: «*Давайте для начала дадим определение событиям маркетингу. Это – привлечение внимания для увеличения продаж посредством создания каких-либо событий. Событий, которые это самое внимание могут привлечь, а продажи могут повысить*».

*ЛимуЗилы (ЛимуЗИЛ)* – созданное как результат языковой игры лимузины – ЛимуЗилы, первую часть слова объясняет сам автор как «определенный сервис», представляет собой рекламный ход, призванный продвижению этой услуги на рынке. Традиционно *лимузин* ассоциируется с богатством, престижностью и – часто – недоступностью данного вида услуг. С другой стороны, *ЗИЛ* – марка, вызывающая в сознании современного получателя услуг знакомый с детства, проверенный годами бренд. А встретив неизвестное окказиональное *лимуЗИЛ*, читатель невольно заинтересовывается, и таким образом, новообразование в рекламных целях начинает выполнять аттрактивную функцию, а не собственно номинативную (*лимуЗИЛ* – разновидность военного ЗИЛа, предназначенного для корпоративного отдыха на природе).

Активно образование сложных слов, в частности, с аббревиацией, например, *ТМН-эдьюкейшн*, модель которого включает иноязычное транслитерированное слово, а расшифровку аббревиатуры ТМН мы находим в следующей ссылке: *ТМН – Творческая Мастерская Неруш*. Это объясняется тем, что кейтеринг для Казахстана – молодая и не совсем развитая сфера услуг. Так, автор блога использует и привычное для нашего слуха *тамада*.

Сложное слово наиболее привлекательно с точки зрения целей своего создания: структуры слова помогает передать сложное понятие, и вновь автор блога прибегает к его образованию в следующем фрагменте: «*Нашим коллегам необходимо понять, что мы не какие-то там заморские ивент-гуру!*». Или в следующем фрагменте: «*Если не будете постоянно пахать над собой, и в самое ближайшее время не совершите какой-нибудь ивент-подвиг – можете стать шестым, седьмым, а то и вовсе никаким...*». Последние два случая использования сложных слов свидетельствуют о словообразовательной активности ключевого слова текста (*ивент*), интересно, что у него возникают положительные коннота-

ции, которые должны сформировать в сознании получателя данного текста безусловную необходимость заплатить 60000 (!) тенге за прохождение данного курса. Автор использует риторический вопрос, включая его в ключевую фразу всего текста: «*А сколько денег я смогу зарабатывать, работая в **ивентовом бизнесе**?*». Однако, в заголовке статьи (=лекции) автор прибегает к исконному написанию и значению слова *ивентер* (*ивентёр?*), ср.: *Курсы event-менеджера - что это такое?* (с) Chesnok.kz [slava\\_nerush](http://slava_nerush) 31.05.2010. или: «*Но ничего, я думаю, как-нибудь увернемся между ежедневной **ивентовой деятельностью**, созданием Chesnok.kz, теперь и ТМН эдьюкейшн!*»

В тех случаях, где автору кажется необходимым, он прибегает к парифразированию иноязычных слов и целых сочетаний: «...**эйчар директора**, т.е. лица, которым по их должности приходится заниматься организацией мероприятий». Хотя зачастую значение такого иноязычного слова легко можно найти в словаре английского языка. Achar – [mass noun] (in Indian cookery) a type of pickle in which the food is preserved in spiced oil – это возможное толкование этого слова, видимо, обозначающего специалиста по приготовлению блюд и организации мероприятий по их приготовлению главным образом на выездных ивент событиях.

Интересно наблюдение и с точки зрения образования слов, например, функционирование слова *ви́пы* в следующем контексте: «*и было заметно, что многие, даже **ви́пы**, отдыхали на дикой природе с таким комфортом впервые*». Слово, которое еще пять лет назад вызывало благоговейный восторг и приобрело определенную словообразовательную активность в русском языке (ср.: *VIP-персона, VIP-клиент, VIP-обслуживание, VIP-зал* и т.д.), потеряло свой «иностранный» ореол, оформилось морфологически, и семантически трансформировалось от центра «очень важная персона» (от very important person) к его периферии (person).

Этот способ словообразования – усечение производящей базы, который не отличается особенной активностью в литературном языке. Нами отмечен еще один случай: «...*Как я буду заниматься **старт-ап менеджментом**? Если я еще нигде не работал и вообще не понимаю, что это!*». И далее через абзац: «*Но вы уж точно никогда не станете **старт-апом**, если даже не удосужитесь попытаться узнать, что это такое!*». В этом фрагменте обыгрывается значение иноязычного *start-up* ‘недавно созданная фирма, обычно интернет-компания’, в же контексте возникает и актуализируется окказиональное значение, связанное с идеей субъекта, имеющего достаточно желания, возможностей и знаний для начала собственного бизнеса (ср.: *to start* «начинать, браться за дело; начинаться, стартовать»).

Интересный, на наш взгляд, следующий фрагмент: «*О деньгах: их будем брать обязательно, пока немного: месячный курс – 90 академических часов теории и практики будет стоить, повторюсь – пока, 60 000 тг – для **физиков** и 90 000 тг – для юридических лиц*». Тот же самый способ словообразования – усечение (ср.: *физические лица*» физики). Создается определенный оттенок шутливости, игры. Отмечен ещё один подобный случай: «*стекло и **одноразка***» (речь идет об одноразовой посуде). В следующем фрагменте встречается необычное стяжение слова *информация*: «*массу полезной **инфы***» (ср.: *информация* → *инфа*).

А следующий текстовый фрагмент наглядно демонстрирует целый ряд новообразований, заимствований, основными чертами которых становится не просто иноязычность (говорить об ино-язычности в словах, оформленных грамматически как русское – *ивент-подрядчиками, опенэйров*), а установка на нечто новое, неизвестное, но такое же необходимое условие существования человека эпохи *компьютеров, фишинговых программ, нетбуков, I-родов*: ср.:

*О чем курс?*

– *о том, как организовывать большие мероприятия свыше 5000 человек.*

– *холоидей парк менеджмент, BTL-коммуникации*

- оказание услуг **кейтеринга**
- организация **опенэйеров**, подборы площадок, работа на открытом воздухе
- организация **ивент-деятельности** в больших фирмах и иностранных компаниях
- тактика и стратегия **ивент-продаж**
- правильная работа с **ивент-подрядчиками**. курс по основным подрядчикам Алматы
- тактика коммуникаций с заказчиком, презентация компании, ораторское мастерство
- продвижение на рынке ресторанов, ночных клубов, загородных отелей или современный **девелопмент**
- рекламное мастерство, **ивент-маркетинг**, PR-менеджмент и работа с прессой, BTL-коммуникации
- **старт-ап менеджмент** или раскрутка новых или неработающих сегментов бизнеса
- экономика и **бюджетирование** мероприятий, сметы, бюджеты и т.д.
- организация корпоративного отдыха - **квесты**, **тимбилдинги**...
- анализ и ценовая политика шоу-рынка Алматы, **букинг** артистов – местных и иностранных
- организация свадеб, юбилеев, дней рождений, детских праздников
- краткий курс стресс-менеджмента
- изучение конкретных алматинских дополнительных **ивент-сервисов**: **рафтинг**, **пейнтбол**, **квадроциклы** и т.д.
- разработка сценариев, поминутного **тайминга** и правильное **осмечивание**...
- работа с оформителями, сувенирищиками, декораторами
- работа с операторами звука и света, диджеями
- курс по развитию творческих и организаторских способностей
- курс по эффективному трудоустройству.

Интересно, что только в последних четырех строках употреблены известные русскоязычному читателю слова (ср.: *оператор звука*, *эффективное трудоустройство*), а не совсем понятные без обращения к словарю – *тайминг* (time), *рафтинг* (rafting – сплав по рекам), *квесты* (quest, a long or arduous search for something, приключенческая игра). И собственно окказионально созданные автором слова типа *бюджетирование* (ср.: планирование бюджета) или *осмечивание* (ср.: составление сметы), в которых автор отдает предпочтение словообразовательной модели отглагольных существительных с суффиксом *-ниџ-*.

Очевидно совершенно, что предлагая на рынке услуг определенный вид услуг автор блога привлекает к себе внимание в том числе и как к хорошему тексту, где информация излагается не только правильно, логично, но и живо, с известной долей экспрессии и творчества. И это, на наш взгляд, одна из тех тенденций современного информационного пространства, где не только официальные сайты печатных изданий, телевизионных каналов, но и просто авторские блоги стремятся к правильности и чистоте как необходимым условиям их существования в этом поле. Прагматический эффект данных текстов заключается в том, что получатель текста, для того чтобы верно понимать, а затем и интерпретировать новообразование должен быть образованным читателем, имеющим базовые знания английского языка.

Таким образом, в результате анализа текстов авторских блогов мы наблюдали частные явления, характерные для словообразовательного уровня процессы неологизации, окказионализации и заимствования, рассмотренных нами в аспекте функционирования современной русской разговорной речи в условиях интернет-общения, целью и результатом которых становится создание неизвестных русскому языку слов. Наблюдение над языковыми фактами позволяет говорить

о наиболее общих тенденциях развития словообразовательного уровня: 1) активизация отдельных способов образования с участием иноязычных слов (англицизмов), и активизация словообразовательных рядов слов; 2) особенности словоупотребления во многом определяют уровень языковой личности, позволяя говорить об особенностях авторского стиля; 3) развитие интернет-пространства, характеризующееся предельной открытостью, демократизмом. Исследование интернет-общения (со-общения) становится для лингвиста тем эмпирическим материалом, который позволит не только расширить границы исследования, но и определенным образом влиять (изменять или, наоборот, сохранять) на основные процессы, происходящие в русском языке с учетом целого комплекса социолингвистических, прагмалингвистических и собственно языковых параметров в определенный исторический период.

### **Литература**

Лыков А.Г. Современная русская лексикология (русское окказиональное слово). М., 1976.

Chesnok.kz. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://Chesnok.kz>.