

СЛОВОТВОРЧЕСТВО В СЕТИ (по материалам немецкоязычных блогов)

На матеріалі німецької мови досліджено типи збагачення лексики в умовах нових форм мас-медійної комунікації.

Ключові слова: засоби комунікації, блог, блогосфера, оказіоналізм.

На материале немецкого языка исследованы типы обогащения лексики в условиях новых форм масс-медийной коммуникации.

Ключевые слова: средства коммуникации, блог, блогосфера, окказионализм.

The types of enrichment of vocabulary under condition of new forms of mass-media communications are examined on the basis of the German language.

Keywords: communication means, blog, blogosphere, occasionalism.

Рассматриваемая в данной статье проблема связана с изучением особенностей функционирования лексики в условиях масс-медийного дискурса, с исследованием структурно-семантических характеристик современных публицистических жанров, их форм, типов и социальной роли. *Целью* данной статьи является рассмотрение специфических для немецкого языка типов обогащения словаря новообразованиями, анализ структурных, семантических и функциональных особенностей окказионализмов на материале немецкоязычных блогов. В связи с поставленной в статье целью необходимо осветить понимание современной теорией коммуникации и лингвистикой следующих теоретических вопросов:

- 1) место и роль блогосферы в современном коммуникационном пространстве;
- 2) жанровое и тематическое многообразие немецкоязычных блогов;
- 3) формы и пути обогащения словарного состава (применительно к языку современных СМИ);
- 4) неологизмы, окказиональная лексика в немецком языке.

В условиях современного компьютеризированного общества все большую роль играют новые виртуальные формы социального общения, альтернативные традиционным средствам массовой коммуникации. «Именно информационное общество в полной мере способствовало утверждению виртуальной реальности в качестве общественно значимого феномена, причем значимого до такой степени, что появляются такие эпитеты, как „виртуальная цивилизация“» [2, с. 5–6]. Новая виртуальная реальность порождает и новый тип дискурса, который определяется как интернет-дискурс, сетевой, виртуальный, компьютерный дискурс и т. д. «Виртуальный дискурс симулирует идентичность привязанности и неоставленности, незаброшенности и «наполненности бытия», т. е. ничто иное, как фундаментальный, культурно-экзистенциальный модус-дискурс человеческого существования» [4, с. 26–34].

Формы общения и самореализации личности в сети весьма многообразны. Начиная с 90-х годов, на смену персональным страницам приходят блоги. Термин «блог» является заимствованием из английского языка, где *web log* означает интернет-журнал, интернет-дневник, онлайн-дневник. Блог – это веб-сайт, основное

содержимое которого – регулярно добавляемые записи, включающие текст, изображения или мультимедиа. Легкость создания, публичность и доступность, возможность вести полемику, комментировать записи, четкость и универсальность структуры – эти свойства блогов делают их необычайно популярными во всем мире. Сегодня известны десятки миллионов блогов на разных языках мира. Известно, что самым распространенным языком, на котором идет общение в блого-вых системах, является не английский, как можно было бы ожидать (его доля – только 31 %), а японский язык (37 %). Далее следует с большим отставанием китайский (15 %) и другие языки мира. По другим данным, русский язык по популярности в блогосфере лишь немного уступает английскому. Немецкий язык довольствуется скромным 1 % [8]. Последний факт никак не снижает актуальность наблюдений над спецификой функционирования немецкого языка в современной блогосфере.

Ведь речь идет сегодня о новом, сложно поддающемся контролю и оперативном информационном пространстве. Обсуждаемые в среде блогов темы, как правило, отличаются актуальностью и тематическим многообразием. Это – политика, экономика, спорт, культура, повседневные жизненные события, образование, мода, музыка и т. д. Различают блоги авторские, коллективные и корпоративные. Возможность публикации отзывов превращает блоги в разновидность средств массовой коммуникации. Социальная активность блогеров, роль блогов в самоорганизации общества нашли свое подтверждение во многих последних событиях общественной и политической жизни разных стран. Популярны также блоги, авторство которых принадлежит известным политическим деятелям.

Хотя тема блогов, блогосферы широко обсуждается сегодня в средствах массовой коммуникации, в научной литературе исследований, посвященных этой проблеме, пока немного [5; 7].

По наличию определенной структуры, выраженной авторской (журналистской) позиции и «читательских» отзывов, по принципам подачи материала – по этим и некоторым другим параметрам наиболее близкими блогу из традиционных газетно-публицистических жанров оказываются авторский комментарий, рубрики типа «Колонка редактора», «Нам пишут», «Из писем читателей» и т. п. Хотя такое сравнение, вероятно, достаточно схематично. Блог – это прежде всего информация автора о себе, которую он может изменять по собственному усмотрению. Эта функция иногда оказывается даже более важной, чем информативно-ценностная. Возможность вести публичный диалог, оперативно высказывать свое мнение, создавать свой виртуальный имидж, размещать для обсуждения свои статьи и публикации – все это определяет привлекательность блогосферы. Так называемая «публичная сфера» часто выступает единственной возможностью для открытой дискуссии в обществе, где правят бал власть и деньги [1, с. 42].

10 самых популярных немецкоязычных блогов выглядят сегодня по данным «Die PR Agentur Edelman» следующим образом:

- BILDblog
- Spreeblick
- Zeitgrund Blog
- Basic Thinking Blog
- 4nul4.de
- Lawblog.de
- Ehrensenf Internet TV
- Dr. Web Magazin
- Netzpolitik.org

- Werbeblogger Weblog

С 2004 года немецкая медиакомпания Deutsche Welle проводит международный конкурс на лучший блог The BOBs (The Best of the Blogs – Лучшие из блогов). Награждаются авторы, внесшие вклад в дело защиты гражданских прав и свобод, общественно значимых инициатив. В языковых номинациях награждается лучший блог или сетевое сообщество на одном из 11 языков конкурса. Особое внимание уделяется ресурсам, которые инициировали дискуссию на актуальные и общественно значимые темы.

Все сказанное делает изучение языка блогов своевременной задачей. Очевидно, что, являясь формой виртуального общения, блогосфера разделяет, с лингвистической точки зрения, характерные черты языка современного масс-медийного дискурса.

По мнению многих исследователей, язык СМИ отличается сегодня активным образованием неологизмов (как общеязыковых, та и окказиональных), интенсивными процессами заимствований. В результате раскрепощения носителей языка, смены их лингвокультурной ориентации наблюдаются широкое использование нестандартной лексики, сниженных жаргонных слов, ослабление литературной языковой нормы [3]. Исследователи отмечают также интернационализацию словообразовательных морфем за счет так называемых «ключевых понятий эпохи», значительное расширение количества морфем, обогащение круга словообразовательных формантов с помощью терминологических слоев лексики, активизацию аббревиатур и т. д. [6, с. 9].

Среди немецкоязычных блогов наше внимание привлекли прежде всего блоги о языке, среди них: Sprachblog – Deutsch – Linguistik – Rechtschreibung – Sprachglossen; FrauenSprache politically correct; Anatol Stefanowitsch Sprachlog, Bremer Sprachblog и другие. Их специфическая тематика часто напоминает повестку дня лингвистических конференций: обсуждаются проблемы заимствований, чистоты языка, семантики словоупотреблений, современных видов коммуникации и т. п. Анализируя структуру и язык этих блогов, мы обратили внимание на характерную четкую стилистическую границу между авторской частью (авторским контентом) и комментариями пользователей блогосистемы. Авторский текст отличается, как правило, более сдержанной стилистикой, что не исключает его оценочности, экспрессивности и выразительности. Но особый интерес для нашего анализа представляет как раз дискуссионная часть блогов, где и проявляет себя в полной мере стремление к максимальному использованию выразительных возможностей слова, в частности за счет активного словотворчества.

Поскольку изначально пользователями блогов, чатов и форумов было преимущественно энергичное, ищущее молодое поколение, то и синтетический язык новой сетевой реальности отличается обилием новообразований разного характера и на разных языковых уровнях (графическом, словообразовательном, синтаксическом, стилистическом). Нарушение правил грамматики, смелое словотворчество, намеренное снижение стиля – стали своего рода визитной карточкой, эталоном, непременным атрибутом «языка сети» (так называемого «блогосуржика», «блогояза»). В связи с этим часто можно встретить сообщения обеспокоенных носителей немецкого языка: «Beherrscht denn hier niemand mehr die Rechtschreibung?», «Kümmert sich keiner mehr um die Grammatik?», «Macht das Internet die (deutsche) Sprache kaputt?».

Среди разнообразных экспрессивных языковых средств особое место в «языке сети» принадлежит индивидуальным авторским новообразованиям – окказионализмам. Окказиональная лексика строится по моделям, типичным для литературного языка. В соответствии с немецкими словообразовательными нормами в

текстах современных немецкоязычных блогов обнаруживаем значительное количество именных новообразований по типу словосложения.

Так, в полемике о «политкорректности» использования компонента *Schwarz-* в составе многих сложных слов (*Schwarzweißfilm*, *Schwarzsehen*, *Schwarzafrika*, *Schwarzbrot* и т. п.) и особенно существительного *Schwarzfahrer*, предлагаются многочисленные авторские замены: *Gebührenbefreiter Mitfahrer*, *Umsonstler*, *Passivpassagier*, *Sulbdengel*.

Эффект выразительности сложного новообразования основан на прозрачности процесса создания нового слова, на очевидности ассоциаций с хорошо знакомым прототипом. Ср.: *Meh-Effekt* «das Ausbleiben von Erkenntnis und Begeisterung» в сравнении с широко известным словом *Aha-Effekt*. *Suzen* «unsicher zwischen vertrauter und formaler Anrede schwanken» возникает по аналогии с *siezen* и *duzen*. От глагола *Querkommen* «jemanden bei der Ausführung von etwas stören» образовано не зафиксированное пока в словарях существительное *Querkunft*.

Полны иронии предложения довести до абсурда борьбу за равноправие полов в языке за счет суффиксальных именных новообразований женского рода: *SäuglinInnen* наряду с *Säuglinge*; *SoldatInnen sind (potentielle) MörderInnen!*

Префиксальные производные не так многочисленны. Например, глагол *sich zerwirklichen* «*sich auf der Suche nach Selbstverwirklichung verzetteln und verrennen*» образован как антоним к *sich verwirklichen* путем замены префикса.

Популярны в блогах вербальные словообразования от имен известных политических и общественных деятелей. Подобные слова почти всегда выражают негативную оценку. Так, в связи с недавней скандальной отставкой президента Германии Вульфа, блоги пестрят вновь созданными глаголами *wulffen*, *vollwulffen*, *auswulffen*, *erwulffen* и т. п. Глагол *wulffen* иронично трактуется в сети следующим образом:

- (1) «jemandem eine lange Nachricht auf der Mailbox hinterlassen»;
- (2) «nicht die ganze Wahrheit sagen, ohne ausdrücklich zu lügen»;
- (3) «möglichst viel mitnehmen, ohne zu bezahlen».

Сами заглавия текстовых блогов включают суффиксальные производные с метафорическим использованием имен: *Kommt «gaucken» wieder? – Präsidenten und ihre Verben*; *Verben wie «gaucken» und «wulffen» brauchen das Rampenlicht als Lebenselixier*.

Наблюдается процесс детерминологизации специальных терминов из сферы спорта, политики, экономики. Вновь создаваемые слова выступают альтернативой новым заимствованиям. Англицизм *Public Viewing*, например, проник в немецкий язык и активно в нем используется после чемпионата мира по футболу 2006 года. Немецкий синоним-новообразование для *Public Viewing* – *Rudelgucken* сейчас уже часто встречается в печатных изданиях. Путем словосложения активно создаются альтернативы для английских заимствований, связанных с понятием «интернет». Так, для англ. *Spam* мы встретили следующие композиты: *die computer-verstopfende Massenwerbung*, *Spammail*, *Werbemail*, *digitaler Werbemüll*, *elektronische Wurfsendung*, *Massenwerbung*, *Sülzmail*, *Digimist*, *E-Müll*, *Quälmail*.

Наряду с количественными изменениями, в лексике СМИ можно отметить и качественные, а именно изменение семантики давно известных слов. Семантические изменения отличают как автохтонные единицы, так и уже освоенные немецким языком заимствования недавнего времени. Англ. *body bag* сначала заимствуется в значении «Leichensack», которое лишь позднее дополняется значением «modische einriemige Tragetasche». Пользователи блогов, как правило, хорошо владеют английским языком, поэтому часто употребляют «онемеченные» англий-

ские и другие иностранные слова, ср.: *updaten; ein nobody zu sein; je polyglotter um so besser. Also ist die Headline selbst...; all-time-favourites; sportsmanlike.*

Типичны случаи модификаций хорошо известных фразеологизмов: *Schwarzarbeit macht frei! Sie können ja das Blaue vom Himmel erzählen.*

Популярной формой окказионального словотворчества в блогах является аббревиация. Наряду с общепринятыми сокращениями (*für heute geb ich's auf, ggf., Mf G* и т.п.), встречается большое количество аббревиатур, транслитерирующих разговорную речь и диалектные формы в оценочных высказываниях, например: *Tscha, so isset! Do feit's vom Boa weg.*

Таким образом, в данной статье была рассмотрена лишь одна характерная особенность лексического наполнения немецкоязычных языковых блогов, а именно – обилие окказиональных словообразований. Мы убедились, что тексты блогов демонстрируют значительное количество разнородных лексических инноваций. Каждый язык, обладая своим характерным набором словообразовательных моделей, проявляет свою самобытность и в оценочной лексике блогосферы. Окказиональная лексика отражает при этом стремление к оригинальности, самовыражению, активному словотворчеству (так называемая Hobby-Linguistik), к эффективности высказывания. Следует отметить, что немецкие языковые блоги отличаются в целом нейтральным, почти академичным стилем и соблюдением языковой нормы.

Библиографические ссылки

1. **Алябьева Е.** О социальных функциях блогов в современной России / Е. Алябьева // *Личность и межличностное взаимодействие в сети Internet* / под ред. В. Л. Волохонского, Ю. Е. Зайцевой, М. М. Соколова. – СПб. : СПбГУ, 2007. – С. 40–46.
2. **Андрианова Н. С.** Интернет-коммуникация – реальность или симулякр? / Н. С. Андрианова // *Вісник Дніпропетр. ун-ту. Серія «Мовознавство»*. – 2010. – Вип. 16. – С. 3–8.
3. **Виноградова Т. Ю.** Специфика общения в интернете / Т. Ю. Виноградова // *Русская и сопоставительная филология: Лингвокультурологический аспект*. – 2004. – № 311. – С. 63–67.
4. **Галкин Д.** Виртуальный дискурс в культуре постмодерна / Д. Галкин // *Критика и семиотика* : сб. науч.тр. – Томск : Изд-во Томск. гос. ун-та, 2000. – Вып. 1–2. – С. 26–34.
5. **Личность и межличностное взаимодействие в сети Internet** / под ред. В. Л. Волохонского, Ю. Е. Зайцевой, М. М. Соколова. – СПб. : СПбГУ, 2007.
6. **Стишов О. А.** Динамічні процеси в лексико-семантичній системі та в словотворі української мови кінця ХХ ст. (на матеріалі мови засобів масової інформації) : автореф. дис. ... д-ра філол. наук / О. А. Стишов. – К., 2003. – 35 с.
7. **Gorny E.** Russian LiveJournal: National specifics in the development of a virtual community / *Russian-cyberspace.org*/ [Электрон. ресурс]. – Режим доступа : URL:<http://www.ruhr-uni-bochum.de/russcyb/library/texts/en/gorny_rljl.pdf> Version 1.0, 13.05.2004.
8. **Die Sprache der Blogger. Webmaster Blog.** [Электрон. ресурс]. – Режим доступа : <http://blog.webmaster-homepage.de/item/1247>.

Надійшла до редколегії 09.02.12