

Суббота Н. С.

ORCID 0000-0001-5569-4167

Магистрант кафедры английской филологии,
Брестский государственный университет имени А. С. Пушкина
(Брест, Республика Беларусь) E-mail: subota_nikita@mail.ru

Ильичёва И. Л.

Кандидат филологических наук,
доцент кафедры английской филологии,
Брестский государственный университет имени А. С. Пушкина
(Брест, Республика Беларусь) E-mail: ilitseva@list.ru

Стрижевич Е. Н.

Старший преподаватель
кафедры английской филологии,
Брестский государственный университет имени А. С. Пушкина
(Брест, Республика Беларусь) E-mail: strizhevich@gmail.com

СЛОВООБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ИННОВАЦИИ В АНГЛОЯЗЫЧНОЙ ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ

Статья представляет собой комплексное исследование словообразовательных инноваций в англоязычной интернет-коммуникации. Обращение к языковым изменениям текстового интернет-пространства вызвано тем, что обозначенная проблема не теряет своей актуальности, несмотря на достаточный объем литературы по данной теме, как в области лингвистики, так и в сфере теории коммуникации.

Стремительное развитие и внедрение электронных средств коммуникации ускоряет глобализационные процессы, принципиально меняет способы получения, хранения, обработки и передачи информации. Неофициальность и нерегламентированность интернет-общения влияют радикальным образом на его лингвосемиотическое оформление. Тексты изобилуют разного рода примерами нарушения языковых норм, что в большинстве случаев объясняется усилением их метаязыковой и метакоммуникативной рефлексии. Отсутствие непосредственного аудиовизуального контакта, стремление к самопрезентации, а также эмоциональное отношение к тексту заставляют пользователей находить нетривиальный, творческий подход к языку, экспериментировать с ним и выбирать самые нестандартные, наиболее парадоксальные элементы.

Цель исследования заключается в выявлении языковой специфики словообразовательных инноваций в интернет-коммуникации.

Методология. В ходе работы была использована комплексная методика исследования, включающая в себя метод лингвистического теоретического анализа научных концепций и подходов для формулирования понятийного аппарата и методологии исследования, а также метод лингвосемиотического анализа словообразовательных инноваций интернет-коммуникации.

Научная новизна состоит в том, что впервые была исследована специфика словообразовательных инноваций в интернет-коммуникации на материале текстовых постов, размещённых в социальных сетях британскими и американскими знаменитостями. В статье представлена систематизированная классификация словообразовательных инноваций в интернет-коммуникации и выделены наиболее частотные модели словообразования, необходимые для понимания особенностей функционирования сетевого жанра микроблогов.

Выводы. Установлено, что интернет-пользователи уделяют наибольшее внимание эмоциональной стороне текстовых постов, а также краткости их изложения. Пользователи повсеместно используют знаки других семиотических систем, в частности, эмодзи и спецсимволы. Исследование показало, что самыми частотными способами словообразования являются: аббревиация, усечение и словосложение. Также удалось выявить, что в интернет-общении наблюдается тенденция к тому, что визуальная коммуникация постепенно вытесняет коммуникацию вербальную.

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

В конце XX – начале XXI в. появилась абсолютно уникальная инновационная глобальная коммуникационная система, которая открыла новые возможности для поиска, хранения и передачи информации. Возникнув изначально как очередной коммуникативный канал передачи данных, Интернет перерос в средство массовой коммуникации и привёл к появлению особых виртуальных миров, сетевых сообществ, сетевой культуры и сетевого языка, обслуживающих этот инновационный сегмент социальной реальности. Иначе говоря, Интернет стал особой сферой общения, играющей одну из важнейших ролей в жизни и развитии современного общества.

Появление такой глобальной платформы коммуникативного пространства вызвало целый ряд словообразовательных новаций. В интернет-коммуникации стало возможным исследовать развитие языка, его приспособляемость к постоянно изменяющимся инновационным условиям, что впоследствии стало объектом пристального внимания отечественных и зарубежных исследователей.

Будучи высокотехнологичным посредником между субъектами взаимодействия, Интернет увеличивает возможности многовариативной коммуникации и тем самым выступает эффективной средой для взаимодействия различных людей и социальных групп. Всемирная Сеть привлекает участников как наиболее доступный источник информации, место для хранения личных данных, фото- и видеоматериалов, площадка для общения и самовыражения.

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 [4].

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 впоследствии становятся объектами исследований. Среди этих жанров можно выделить следующие: *электронная почта; форумы, паблики; веб-конференции; чаты; жанр мгновенного обмена сообщениями (синхронный обмен); блоги; социальные сети* [4].

Вследствие 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. Столь изменчивый и непостоянный характер неизбежно влечёт к появлению и активному внедрению инноваций в интернет-коммуникации.

По мнению ряда исследователей, в том числе Ж. Шена, любые изменения языка, можно рассматривать как процесс распространения некоторых новых языковых элементов, своего рода языковых инноваций в языковом сообществе [5; 6; 7].

И. Г. Жирова справедливо отмечает, что в настоящее время в английском языке происходят широко-масштабные смысловые изменения, которые затрагивают по большей части существующие лексические значения слов. Смысловое наполнение старых лексем подвергается ускоренному обновлению [1].

Оценивая сложившуюся в английском языке тенденцию к крупномасштабным инновациям, И. Г. Жирова указывает, что процессу изменений способствует целый ряд причин. Во-первых, английский язык, географически «завоёвывая» всё большее число стран по всему миру и трансформируясь в глобальный английский *Globish*, подвергается влиянию господствующего или господствующих на той или иной территории языка, а в некоторых случаях и нескольких языков. Это находит своё отражение в процессе нарушения господствующими языками словообразовательных норм и стандартов, а также употребления слов и словосочетаний в английском.

Во-вторых, роль в образовании «обновленного» английского языка играют и глобальные коммуникационные системы, предусматривающие передачу информации более сжатыми языковыми формами.

В-третьих, приобщение большого числа людей по всему миру к общению послужило своеобразным толчком к развитию творческих языковых способностей человека, который стал активно «выдумывать» новые лексемы и преобразовывать старые [1].

Новые слова, как правило, образуются с помощью средств и по моделям, находящимся в распоряжении того или иного языка. Как в первом, так и во втором случае они обладают чрезвычайно высокой устойчивостью: вновь образованная лексема относится к одной из существующих в языке частей речи и подчиняется грамматическим нормам языка.

Развитие Интернета и технологий изменили привычное понимание общения. 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 [2].

Анализ теоретических источников по данной проблематике позволяет с уверенностью утверждать, 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 [3]. Наибольшая интенсивность, по мнению большинства исследователей, характерна для интернет-вокабуляра.

По мнению большинства исследователей, 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: *конверсию*: Google – to google, email – to email; *усечение*: bday (birthday), pic (picture); *аббревиацию*: AAR (At Any Rate), AFAIC (As Far As I'm Concerned), BBS (Be Back Soon), BTW (By The Way), CUL8R (See You Later); *аффиксацию*: digitize, screenfull, crackable, clickable; *сопряжение*: blog (web + log), emoticon (emotion + icon); *словосложение, в том числе и основе словообразовательной модели без соединительной гласной*: mailbox, hashtag, cyberspace, database, e-document, e-journal, v-mail; *создание неологизмов на основе игры слов*: internot – человек, который не приветствует использование Интернета; e-tailer (компания, продающая товары через Интернет, от англ. retailer – продавец); freeware (программное обеспечение бесплатно распространяемое через Интернет).

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 [3].

С целью детального анализа словообразовательных инноваций в интернет-дискурсе обратимся к исследуемому корпусу и рассмотрим на конкретных примерах то, каким образом функционируют различные словообразовательные модели в сетевом жанре микроблогов. Материалом для исследования послужили 200 интернет-текстов, принадлежащих 12 авторам (интернет-пользователям) – англоязычным актёрам и музыкантам.

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 применительно к нашему исследовательскому материалу была видоизменена. Так, из перечня способов словообразования мы извлекли эллипсис, поскольку в нашем исследовании мы имеем дело исключительно с лексическими единицами. Кроме этого, мы разделили способы словообразования на *чисто языковые* и *смешанного типа*.

Таким образом, становится 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 заглавных букв, многоточий; использование эмодзи и символов для замены слов*.

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.

Так, общеизвестные аббревиации, имеющие отношение к географическим объектам и международным организациям, не столь популярны среди интернет-пользователей: 1) *TIME FREAK is out now in the 2) U.S! US PEEPS! 3) U.K. GO SEE IT!*

Наибольшей частотностью обладают различные интернет-аббревиации, используемые пользователями повсеместно в процессе переписки и ведения микроблогов: **BTW** (By the Way): *Btw, Five Beanz by Heinz is pretty good; RIP* (Rest In Peace): *RIP dark hair, miss you buddy; My condolences to Tracy & family RIP Penny Marshall; THX* (Thanks): *Taking it literally, 1 step at a time... thx for support everyone; X* (Kisses), **XX** (Kiss Kiss), **XOXO** (Hugs and Kisses): *Many thanks for all your kind Birthday wishes... each one very much appreciated xx; 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; PPL (People): *When ppl start movin' funny ... that mean it's time to move around.**

Анализ исследуемого корпуса показал, что широкое распространение имеют сокращённые вариации таких частей речи как местоимения, предлоги (**with = w**), союзы (**and = n**) и некоторые глаголы (например, **see = c**): *Believe me when I tell you C this movie, it's SO much more than you think it is; thanks sooo much to everyone coming out n seeing me!!! ahh! For those of you who THINK you have skills w a ball :) #lyatraore.*

Результаты статистического анализа свидетельствуют о том, что по частоте употребления первое место занимает местоимение «you» и его производные, примеры: *love u; I feel like I don't need to speak and u know how I'm feeling... ; If u want me in ur life, you gotta Express that .. Ima patient person but I ain't gon wait forever; ur so cute and caring and i love you very much #nillie4L; Call me crazy; well at least ur callin.*

Новая полоса изысканий в области выявления языковых способов образования лексических единиц в интернет-дискурсе, представляет собой слова, образованные методом усечения. Первое место по частоте использования занимают усечения от слова *'birthday'*, а также выражения с ним: *'happy birthday'*, *'happy good day'*: *Missed your bday bro soo happy late bday @bigsean; Happy G day sensei.*

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'*: *Missed your bday bro soo happy late bday @bigsean; Love you to pieces Unc snoop; Congrats @AmikaGeorge & Lisa Ranran Hu on being honoured for your work by @TeenVogue #21Under21! I love you big bro and I miss you big bro.*

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: *This Ad got banned for being too political, please have a watch; Also check out my insta for some juicy BTS; uh this ig post is a symbol of my love since I'm not with u!; I don't remember leaving and the only pic I have ...; Can't take it for granted #BADSide link in bio go watch; Join dir. @DannyStrong & others in NYC Tonight thru Sunday for opening weekend Q&A's for my new film #RebelintheRye!*

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 *аноконь* (усечение последнего слога или звука в слове). Также американские пользователи социальных сетей часто сокращают личное местоимение *'them'*: *same ol mirror selfies ugh; I don't put nothin' past NOBODY; The truth gon' always come to the light; I'm duckin em. You chasin em; WISHIN' YOU MANY MANY MORE BIG ...; i love em too much @godzillavskingkong.*

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 этим способом, на конкретных примерах: *Warcraft 3 remaster lets gooooo; 2) Slaughterhouse Rulez is out tomorrow in the U.K. GO SEE IT!!; 3) You make me so much better and we compliment eachother so well!!; «VOICEMAILS» 4/28 !! New mixtape on the way Pre-Order here; You are beautiful. No makeup. YOU are BREAThtakingly beautiful. You're perfect. Just the way you are; Happy Born Day to my bro and the King @FameMOPreal thank you for always being my brother and one of the realest and live-streams I ever met in my life Almighty!! Many many more...; Happy GDay to another Godfather of this rap shit aka the Doggfather @snoopdogg also one of the most incredible Mc's ever.*

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: *40 MINUTES?? I CANT SURVIVE THAT MUCH INFO. GOD BLESS NINTENDO AHHH; VALUE EDUCATION FIRST.*

Анализ также позволил выявить, что не менее часто заглавные буквы чередуются со строчными, как, например, в следующих примерах: *TIME FREAK is out now in the U.S.! Wolf looks SICK! THANK YOUUU! I ABSOLUTELY LOVE ART AND IVE Made my body a canvas and it's SO MUCH FUN.*

Кроме этого, нам удалось установить, что некоторые пользователи социальных сетей прибегают к повтору букв или частей слов для придания ещё большей эмоциональности своим текстам. В подтверждение сказанному приведем следующие примеры: *VOTE PEOPLE, VOOOOTE!!; En route to my first tourney in Tokyo, gonna get wrecked by some of Japan's best HYYPE!!!; So so so so so sorry mom... PLEASE DON'T WATCH THIS.*

Далее нами были рассмотрены примеры лексических единиц, характерных исключительно для интернет-дискурса, – это слитно написанные слова, имеющие значение одного слова (гетерокомпозицы). В микроблогах они чаще всего представляют собой *хеумегу* (слова, имеющие в своём составе символ #) и *имена пользователей* (слова, имеющие в своём составе символ @). **Примеры:** *Check @timefreakmovie to see where you can watch it.; #DayOfTheGirl □□□ I encourage you to check out @FRIDAFund – focused on supporting the organising of young feminist activists all over the world; We did. City of Peace. @fondazionecdp #CityofPeace #BettyWilliams #peace; Big thx to #THEC @peoplecons and to all the lovely people i met there.*

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 приведём следующие примеры: *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; Just watched Black Panther, RUN 2 this Film, Chadwick Boseman, Michael B Jordan off the hook, & EVERY woman in this film, no matter your own race, is the woman you want 2 be; 3) To ALL those denominations who continue2come out & protest wrongs; I'm crazy excited &*

amazed 2 b selected as 1 of the Board of Governors 4 @TheAcademy; It COSTS 100-150M\$ to send 15k troops to the border.

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 слово-образовательном 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. Относительно вспомогательных средств, 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 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 вышеизложенному 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.

Подводя итог, 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.

References

1. Жирова И. Г. Языковые инновации как способы обновления словарного состава современного английского языка. *Вестник МГОУ. Серия «Лингвистика»*. 2014. № 4.
Zhirona, I. G. (2014). Jazykovye innovacii kak sposoby obnovlenija slovarnogo sostava sovremennogo anglijskogo jazyka [Language innovations as means to update the vocabulary of modern English]. *Vestnik MGOU. Serija «Lingvistika»*.
2. Новикова Л. А. Аббревиация как феномен межкультурной коммуникации в сети Интернет. *Вестник Удмуртского университета. Вып. 21*. 2014. С. 126–133.
Novikova, L. A. (2014). Abbreviacija kak fenomen mezhkul'turnoj kommunikacii v seti Internet [Abbreviation as a phenomenon of intercultural communication on the Internet]. *Vestnik Udmurtskogo Universiteta. Vyp. 21*.
3. Флджян Л. Г. Об особенностях межкультурной коммуникации в сетевом пространстве. *Сборник Филологические науки. Вопросы теории и практики*. Тамбов, 2013. № 8. С. 182–185.
Fldzhjan, L. G. (2013). Ob osobennostjah mezhkul'turnoj kommunikacii v setevom prostranstve [About the features of intercultural communication in the network space]. *Sbornik Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki. No. 8. Tambov*.
4. Штукарева Е. Б. Языковая специфика интернет-коммуникации. Интернет коммуникация как новая речевая формация: колл. монография / научн. ред. Т. Н. Колокольцева, О. В. Лутовинова. Москва, 2014. С. 291–302.
Shtukareva, E. B. (2014). Jazykovaja specifika internet-kommunikacii // Internet kommunikacija kak novaja rechevaja formacija [The language specifics of Internet communication. Internet communication as a new speech formation]: koll. monografija / nauchn. red. T. N. Kolokol'ceva, O. V. Lutovinova. Moskva.
5. Nettle, Daniel. (1999). *Linguistic Diversity*. Oxford: Oxford University Press. 180 p.
6. Shen, Zhong-Wei. (1997). Exploring the dynamics aspect of sound change. *Journal of Chinese Linguistics: monograph*. P. 76–84.
7. Wang, W. S-Y., J. Ke, J. W. Minett. (2004). Computational studies of language evolution. *Computational linguistics and Beyond* / Huang, C.R. and W. Lenders eds. Academia Sinica: Institute of Linguistics. 65–106.

Subota N. S.

ORCID 0000-0001-5569-4167

*Master's Degree Candidate at the Department of English Philology,
A. S. Pushkin Brest State University
(Brest, Belarus) E-mail: subota_nikita@mail.ru*

Ilyichova I. L.

*Candidate of Philological Sciences, Associate Professor,
of the Department of English Philology
A. S. Pushkin Brest State University
(Brest, Belarus) E-mail: ilitcheva@list.ru*

Strizhevich E. N.

*Senior Lecturer of the Department of English Philology
A. S. Pushkin Brest State University
(Brest, Belarus) E-mail: strizhevich@gmail.com*

WORD-BUILDING INNOVATIONS IN ENGLISH-LANGUAGE INTERNET COMMUNICATION

***The purpose of the article** is to identify the linguistic specificity of word-building innovations in Internet communication.*

***Methodology.** In the course of work on the article, a comprehensive research methodology was used, namely, a method of linguistic theoretical analysis of scientific concepts and approaches for the purpose of formulating the conceptual apparatus and research methodology, as well as a method of linguo-semiotic analysis of word-formation innovations in Internet communication.*

***Scientific novelty.** The scientific novelty lies in the fact that for the first time the research was done on the basis of text posts posted on social networks by British and American celebrities, people who set trends and have a lot of followers. Moreover, for the first time the classification of word-building innovations in Internet communication was systematized and justified, as well as were identified the most frequently used word-formation models needed for understanding of how the network genre of microblogs functions.*

***Conclusion.** The study showed that the Internet users pay much attention to the emotional aspect of their text posts, as well as to the brevity. An overall use of emoticons and special characters is a testimony of this. The research made it possible to find out the most frequently used ways of word formation, they are: abbreviation, clipping and compounding. The study also revealed the general tendency of the Internet communication according to which visual communication gradually displaces verbal communication.*

***Key words:** Internet discourse, hypertext, linguistic and nonlinguistic innovations, visual communication, word formation, microblogs.*

Стаття надійшла до редакції: 05.11.2019

Рецензент: І. А. Швед, доктор філологічних наук, професор кафедри російської літератури та журналістики Брестського державного університету імені О. С. Пушкіна