

И. Г. Цеханович
г. Минск

КОММУНИКАТИВНЫЕ МАРКЕРЫ В ДЕФИНИЦИЯХ «URBAN DICTIONARY»

Виртуальное пространство уже давно стало реальностью современного человека. Сейчас Интернет-технологии выступают своего рода гарантом функционирования различных отраслей, сопровождая практически все сферы жизнедеятельности человека, начиная с межличностных контактов и закан-

чивая наукой, промышленностью, логистикой и т. д. В современной ситуации, когда многие члены социума переносят свою деятельность из реального пространства в виртуальное, как никогда становятся актуальными вопросы изучения Интернет-коммуникации. Многообразие жанров виртуальной коммуникации (форумы, интернет-конференции, чаты, мессенджеры, игры, электронная почта и мн. др.), каждый из которых имеет свою специфику, говорит об активном развитии, высокой популярности и востребованности этого ресурса Интернета, что не может не привлекать внимание исследователей разных областей науки (философы, психологи, лингвисты и т. д.) к изучению специфики виртуальной коммуникации, которая представляет собой «коммуникативное взаимодействие субъектов, осуществляемое посредством компьютера, при котором создается особая модель реальности, характеризующаяся эффектом присутствия человека в ней и позволяющая действовать с воображаемыми и реальными объектами» (Н. Г. Асмус).

Ряд ученых-лингвистов (например, Б. Л. Бойко) приходят к выводу, что новой формой общения в Интернет-пространстве является участие в создании краудсорсинговых проектов, таких как интерактивные онлайн-словари (напр., «onlineslangdictionary», «Словоново», «Словоборг», «Teenslang», «slanger.ru», «JargonF», «Superslang.de» и др.). Природа таких вокабуляров заключается в том, что их наполнение осуществляется не профессиональными лексикографами, а любым пользователем сети, если у него возникает желание поделиться словом из своего обихода (чаще всего это сленговые новообразования) или своим видением семантики уже существующих в словаре лексических единиц. Самым большим словарем такого типа заслуженно считается «Urban Dictionary». Его словник насчитывает более 2 млн вокабул, а количество дефиниций превышает 12 млн (по данным блога словаря). Ключевым отличием «Urban Dictionary» и словарей такого типа от профессионально созданных является практически полное отсутствие цензуры со стороны редакторов словарного портала, что, в свою очередь, влечет за собой свободу выражения своих мыслей со стороны авторов данного вокабуляра, которая находит свою экспликацию как в словотворчестве, так и в процессе дефинирования. Уточним, что **дефиницией** будем считать всю ту информацию, которую размещает автор словарной статьи в поле «Definition» при регистрации лексической единицы.

Одной из отличительных особенностей дефиниций в «Urban Dictionary» является то, что по своему характеру они могут напоминать заметки из блогов или реплики из чатов в социальных сетях и мессенджерах, т. е. иметь явную коммуникативную направленность. Целью данного доклада является следующее: выявить маркеры, при помощи которых достигается эффект коммуникативной направленности дефиниций.

Ввиду того, что на письме в процессе коммуникации теряется ряд средств, которые присущи устной коммуникации и которые несут функцию дополнительного информирования (интонация, акцентуация, жесты, мимика и т. д.), авторы словаря компенсируют это широким использованием разнообразных графических средств:

1. Использование прописных букв, что чаще всего применяется для демонстрации своего отношения к предмету описания или акцентуации внимания читателей на наиболее важных, с точки зрения автора словарной статьи, фрагментах толкования:

(1) *Diva* – [...] *A TRUE diva will do ANYTHING to get what she wants.* [...];

(2) *Whooty* – *Similar to Booty, but in this case it is a WHITE girl with a Booty... WHOOTY!*

2. Многократное дублирование одной или нескольких букв в слове:

(1) *Mami* – *A playful name for this thicccccc Latina bitch you met [...];*

(2) *Shorty* – *big ass'd bitchhhhhhhhhhhhhhh;*

(3) *Lass* – *A girl version of a lad. She usually wears nike TN's, small sport shorts and a polo shirt with the collar popped up. verrrrrrrrrry ugly chicks.*

3. Использование пунктуационных знаков, в основном восклицательных...

- для передачи особенностей интонации, продиктованной определенным эмоциональным состоянием автора дефиниции:

(1) *Diva* – *A 300 pound black woman. A BEAST!!!!!!!!!!;*

- использование многоточия, которое на письме может передавать хезитационные паузы:

A dumbass is a person from home, work or school wich is ... Special, dumb or stupid.;

- желание автора дать читателю время обдумать каждую его мысль:

Gumby – *somebody that has a severe problem between their brain and their limbs...run like a paraplegic...drop things all the time...miss their nose and poke their eye...cant aim...unco-ordinated in a way that everybody sees that something is wrong, but dont know what it is...well its because theyre GUMBY.*

Встречаются также случаи использования многоточия в конце дефиниции, что может говорить о намеке автора на незаконченность его мысли:

Nimrod – *a jokey name for a friend who's a bit of an idiot...*

4. Использование эмодзи или эмотиконов для демонстрации мимики или жестов, а также сообщение дополнительной прагматической информации, связанной с выражением своего отношения к объекту описания:

(1) *hoe* – *A fake bitch 🤩 😞 😊 😏 will break your heart forever and ever she will tell you she loves you but at the same time she hates you [...]* *tard* – *the lazy way to say retard ^_^;*

(2) *Coronaburger* – *The idiotic name given to a new sandwich menu item on some Vietnamese restaurant menu. The owner hoped it would “boost people’s morale” during the Coronavirus pandemic [...]* 🤡).

Из мессенджеров и социальных сетей в словарь мигрировало и стремление к разного рода сокращениям и использованию аббревиатур, что продиктовано необходимостью быстрой публикации сообщений:

(1) *Bimbo – bimbo's r v cute, you will love them [...], their laughs r v cute too [...]*, где *r* – усечение слова *are*, а *v* – *very*;

(2) *Buck – A dollar (aka a bone)*, где *aka* – аббревиатура выражения *also known as*.

Также одной из особенностей, которая свойственна электронной коммуникации, является включение т.н. креолизованных лексем в полотно толкований. Под креолизацией будем понимать сочетание вербальных и невербальных элементов в пределах одной лексической единицы. Достаточно часто креолизованная лексема представляет собой цифровое или цифро-буквенное сочетание:

Dudette – The girl version of a dude...or a d00d if your feeling 1337,

где *d00d* – цифробуквенное сочетание, являющееся аналогом слова *dude*; а *1337* является цифровым выражением слова *leet* (использование именно этих цифр объясняется их визуальным сходством с буквенным составом слова), которое относится к компьютерному сленгу и обозначает особый стиль письма, свойственный Интернет-коммуникации и используемый продвинутыми пользователями сети.

Ещё одной особенностью ряда дефиниций в «Urban Dictionary» является то, что в некоторых случаях автор словарной статьи стремится установить контакт с читательской аудиторией, т. е. дефиниции приобретают определенную интерактивную направленность, что, на наш взгляд, также может свидетельствовать об их коммуникативном характере. Так, авторы словаря могут использовать:

- личное местоимение *you*: *Airhead – Imagine the dumbest person you know. Multiply by 4, there's your airhead*;
- обращение: *paper – um, it means money, fool*;
- вопросительное предложение, адресованное непосредственно читателю: *B – why did you look up b?! Why are you searching up the alphabet? I know your'e just bored and came on Urban Dictionary to look up random things, like the alphabet. If you're bored, stop eating you fat ass and go exercise. Maybe even get a gym membership*.

Кроме этого, интерактивный характер дефиниций может проявляться и в критических замечаниях в отношении дефиниций других авторов

(1) *Huzzie – the exact opposite of what is said in the above definition*;

(2) *Blonde – A person with the hair color blonde. Some definitions say a female, but they lack the brain to realize that men too can have blonde hair [...]*.

Таким образом, использование авторами словаря ряда средств и приемов, характерных для коммуникации, осуществляемой в виртуальном пространстве, дает основание говорить о своего рода гибридном характере интерактивного онлайн-словаря, сочетающего в себе черты как лексикографического источника, так и жанра виртуальной коммуникации.