

УДК 81'276 : 81'373.43

**ЛЕКСИЧЕСКИЕ И ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИЕ НОВООБРАЗОВАНИЯ  
В КОММУНИКАТИВНОМ ПРОСТРАНСТВЕ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ**

**О.В. Мишакова, С.Б. Кураш**  
(Мозырь, Беларусь)

*Выявляются и анализируются некоторые лексико-фразеологические особенности коммуникации в социальных сетях в аспекте лингвонеологии.*

Компьютерные сети, появившиеся в 60-х гг., в корне изменили коммуникативную деятельность. Поэтому характерно, что общение в локальных и глобальных компьютерных сетях активно исследуются как зарубежными, так и отечественными специалистами различных областей знания: психологами и педагогами, социологами, лингвистами и др.

Новые возможности коммуникации, пришедшие в нашу жизнь вместе с социальными сетями, требуют и новых языковых средств коммуникации, либо влекут трансформацию старых. Всё чаще можно встретить констатацию факта формирования нового стиля в русском языке – стиля интернет-общения.

По мнению Т.Ю. Виноградовой, «сегодня по сути дела возникла новая форма языкового взаимодействия - письменная разговорная речь. Русский язык существует в Интернете в основном в письменном варианте, но в условиях интерактивной сетевой коммуникации темп речи приближен к устной её разновидности» [1].

В социальных сетях коммуниканты, как известно, лишены практически всех паралингвистических средств: тембра речи, мимики, жестов, эмоций, интонации. Для компенсации «эмоционального дефицита» используются суррогатные, частично типизированные знаки эмоциональных реакций – «смайлы» (от англ-

лийского *smile* – ‘улыбка’), которые получили широкое распространение в соцсетях.

Помимо «смайлов», для компенсации эмоциональной составляющей коммуникации в виртуальном общении используется так называемый «капс» (от английского «Caps Lock» – блокировка верхнего регистра клавиатуры; написание фразы или части ее ЗАГЛАВНЫМИ БУКВАМИ), который повсеместно в Сети трактуется как повышение голоса.

Недостаточность или невозможность передачи в Интернете цвета, звука, движения заменяется вербальными и знаковыми аналогами – большим количеством восклицательных знаков, средствами из других речевых жанров.

Однако ещё интереснее те трансформации и неологические факты, которые возникают в самом языке и которым мы обязаны именно социальным сетям.

Интернет, а в частности и социальные сети способствовали проникновению в русский язык множества англицизмов либо англоязычных корней, «встроенных» в неологизм, образованный по характерным для русского языка словообразовательным моделям. В переписке внутри различных групп в социальных сетях были выявлены следующие слова, многие из них уже вошли в жизнь и пользуются популярностью:

**дакфейс** – селфи, сделанное с губами «как у утки»;

**лагать** – задержка в работе компьютерного приложения, когда оно не реагирует на пользовательский ввод вовремя;

**лайк** – слово для выражения того, что нам нравится, антоним – **дислайк**;

**лайфхак** – жизненный совет;

**логин** – имя (идентификатор) учётной записи пользователя;

**мем** – идея, фраза, картинка и другие информационные объекты, которые быстро распространяются в сети;

**паблик** – один из видов сообществ социальной сети ВКонтакте;

**пост** – единичное сообщение, запись на сайте;

**ретвитить** – вторично публиковать сообщения, размещенные другим пользователем в Твиттере, со ссылкой на источник;

**селфи** – разновидность автопортрета;

**твитить** – посылать, публиковать короткое сообщение в социальной сети Twitter;

**фолловер** – человек, подписанный на другого, и отслеживающий его новостную ленту;

**френдзона** – разновидность неравноценной дружбы между мужчиной и женщиной, в которой у одного из «друзей» (обычно у юноши) – романтический интерес, а у другого (как правило, девушки) – корыстный;

**фэйк** – подделка, фальсификация; часто употребляется в значении: ложная страница в интернете, особенно в социальных сетях, на которой не настоящий человек, а выдуманный;

**чекнуться** – означает зарегистрироваться, присоединиться или отметить свое местоположение.

Помимо проникновения англицизмов можно наблюдать и семантическую и валентностную трансформацию известных русских слов. Рассмотрим один из наиболее характерных примеров – функционирование лексемы *друг / друзья* в дискурсивном пространстве соцсетей.

В современном русском языке лексическое значение слова *друг* определяется следующим образом:

«Друг, -а, мн. друзья, -зей, м.

1. Человек, к-рый связан с кем-н. дружбой. *Не имей сто рублей, а имей сто друзей* (посл.). *Старый д. лучше новых двух* (посл.). *Скажи мне, кто твой д., и я скажу, кто ты* (посл.). *Д. дома (друг семьи)*. *Зеленый д.* (о деревьях, растениях).

2. кого-чего. Сторонник, защитник кого-чего-н. (высок.). *Д. детей*. *Д. свободы*.

3. Употр. как обращение к близкому человеку, а также (прост.) как доброжелательное обращение вообще. *Д. мой! Помоги, д.* \* *Будь другом* (разг.) – говорится в знач.: сделай так, как я прошу, советую. *Будь другом, никому не рассказывай об этом*. II ласк. *дружок, -жка, м.* (к 1 и 3 знач.) и *дружочек, -чка, м.* (к 1 и 3 знач.). II прил. *дружеский, -ая, -ое* (к 1 знач.)» [2, 180].

Аналогичные значения данной лексемы приводятся и в других известных толковых словарях русского языка.

В концептосфере русского языка у слова *друг* особо акцентируются такие смысловые компоненты, как высокая степени привязанности, связанность тесными узами, доверительность. Друзей, как принято говорить, не может быть много, в отличие от знакомых, приятелей, компаньонов и пр.

В пространстве соцсетей мы наблюдаем совсем иной концепт, номинируемый лексемой *друг* – некий виртуальный собеседник, совершенно не обязательно состоящий в отношениях тесной дружеской привязанности и даже не обязательно знакомый лично (вне сети), но наделяемый пользователем соцсети данным коммуникативным статусом, влекущим ряд преимуществ в осуществлении интернет-общения (например, допущенный к просмотру информации, закрытой для других пользователей и т. д.).

Подобная семантическая трансформация повлекла за собой развитие ряд новаций на валентностном уровне, обусловивших появление ряда неофразем. Их можно разделить на три группы: 1) фразеологизация ряда свободных словосочетаний с лексемой *друг / друзья*, известных русскому языку (например, все друзья, лучшие друзья, друзья по вузу, друзья по школе); 2) фразеологизация ранее не известных, не характерных для русского языка словосочетаний с лексемой *друг / друзья*, которые можно было представить не более чем потенциально (грамматически) возможные, но семантически абсурдные (ср.: *просмотреть друзей, убрать из друзей, добавить друзей / в друзья, заявки в друзья*); 3) собственно неологические фраземы, связанные со сферой коммуникации в соцсетях, включающие в свой состав характерный неологизм (*друзья онлайн*). Основанием для того, чтобы считать данные словосочетания нефораземами (разумеется, лишь в самом широком понимании объёма фразеологии), является их воспроизводимость и фиксированность в качестве своеобразной терминологии для обозначений элементов интерфейса сайтов социальных сетей.

Можно отметить, что смысловое содержание слова *друг* в пространстве соцсетей приблизило его к концептуальному наполнению данной лексемы в английском языке (и некоторых других европейских языках), где, как и в русском языке, присутствует общий семантический компонент ‘тот, кто связан с кем-либо дружбой’, однако всё же друг скорее мыслится как ‘настроенный не враждебно, хороший знакомый, компаньон, фаворит’ и пр. (см., напр., «Cambridge Learner’s Dictionary», «Webster’s New World Pocket Thesaurus Second Edition»,

«Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English as Hornby» и др.).

Для так называемого самовыражения и оригинальности в социальных сетях используют сокращения и преобразования уже известных нам слов в новые, например: *ничоси*, *норм*, *нрав*, *жиза* (жизненно), *анон* (анонимно), *в реале* (в действительности), *няша* (первоначально это слово имеет значение как дно моря, заполненное болотной тиной и грязью, но в социальных сетях оно приобрело новое понятие и стало употребляться для определения чего-то милого, симпатичного), *оки* (ок,

хорошо), *МБ* (может быть), *СПС* (спасибо), *приффки* (привет) и пр.

Таким образом, основными сферами, в которых формируются и активно функционируют языковые инновации лексического и фразеологического характера в пространстве социальных сетей являются непосредственное общение коммуникантов-пользователей, письменное по форме и разговорное по содержанию, а также сам интерфейс соответствующих сайтов с его особыми номинативными средствами.

#### Литература

1. Виноградова, Т. Ю. Специфика общения в Интернете / Т. Ю. Виноградова // Русская и сопоставительная филология: лингвокультурологический аспект. – Казань: 2004. – С. 63-67.
2. Ожегов, С.И. Толковый словарь русского языка: 80000 слов и фразеологических выражений; Рос. АН, Ин-т рус. яз. им. В.В. Виноградова. – 4-е изд., доп. / С.И.Ожегов, Н.Ю. Шведова. – М.: Азбуковник, 1999. – 944 с.