

УДК 81'246.2

UDK 81'246.2

**ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ  
И НЕОЛОГИЗМОВ  
КОММУНИКАНТАМИ СОЦИАЛЬНОЙ  
СЕТИ FACEBOOK****THE USAGE OF PHRASEOLOGICAL  
UNITS AND NEOLOGISMS BY  
COMMUNICANTS OF THE SOCIAL  
NETWORK FACEBOOK****Бобровская А. С.**

Донской государственный технический  
университет, Ростов-на-Дону, Российская  
Федерация

[bobrovskaya.anyutka@yandex.ru](mailto:bobrovskaya.anyutka@yandex.ru)

Рассмотрены особенности Интернет-языка, применяемого в социальной сети «Фейсбук». Показана структура использования Интернет-языка в виде неологизмов и фразеологизмов, отражающих объективно и полно основные тенденции лингвистического, общественно-политического и культурного развития общества, изучение которых представляется научно необходимым, интересным и актуальным.

**Ключевые слова:** социальная сеть, Фейсбук, фразеологизмы, неологизмы, вербальная и невербальная коммуникация, межличностные коммуникации.

**Введение.** По итогам 2017 года официальный сайт социальной сети «Facebook», автором которого является Марка Цукерберга (прим.: также принята к употреблению транскрипционная русскоязычная версия «Фейсбук» — здесь и далее), стал самой посещаемой и многочисленной социальной Интернет платформой. Ежедневно свои аккаунты активируют 2 миллиарда пользователей по всему миру, что превышает численность населения Китайской народной республики на 631 миллиард человек [1].

Социальная сеть — серверно-администрируемое и четко структурированное Интернет пространство, предназначенное для международной коммуникации – обмена фото, видео, аудио и словесным контентом между пользователями, а также для создания тематических сообществ [2].

В результате сложной, многоуровневой коммуникации актуальным становится явление языковой градации, то есть появления новых языковых форм и устойчивых сочетаний, представляющих научную новизну для лингвистических, социологических, культурологических и других исследований.

Процесс формирования современного пользовательского языка носит международный характер, что объясняется аудиторной всеохватностью и общедоступностью социальных сетей. В связи с этим наиболее заметным и значимым языковым проявлением становится использование в речи коммуникантов (пользователей) сети «Фейсбук» разнообразных заимствований и образование неологизмов и фразеологизмов, которые зарождаются в пространстве социальной сети и впоследствии закрепляются в устной речи.

**Постановка задачи.** Цель представленного исследования — определение степени самостоятельности Интернет языка пользователей сети «Фейсбук» и его влияния на грамматическую корректность вербальных и невербальных форм общения в разнообразных

**Bobrovskaya A. S.**

Don State Technical University, Rostov-on-Don,  
Russian Federation

[bobrovskaya.anyutka@yandex.ru](mailto:bobrovskaya.anyutka@yandex.ru)

The paper considers the features of the Internet language used in the social network «Facebook». It shows the structure of the use of the Internet language in the form of neologisms and phraseological units, which objectively and fully reflect main trends of linguistic, socio-political and cultural development of society, the study of which is scientifically necessary, interesting and relevant.

**Keywords:** social network, Facebook, new language, phraseological units, neologisms, speech practice, interpersonal communication

моделях межличностных коммуникаций, анализ возникших в социальной сети фразеологизмов и неологизмов, который обоснованно докажет закономерность и логичность их активного использования коммуникантами социальных сетей.

К задачам исследования относятся:

- установление механизмов образования и использования неологизмов и фразеологизмов в сети «Фейсбук»;
- определение наиболее часто употребляемых сетевых оборотов и слов;
- оценка влияния современных сетевых неологизмов и фразеологизмов на качество и уровень общения пользователей социальной сети.

Стоит отметить, что общеизвестные и словарные (классические) фразеологические обороты употребляются в социальной сети значительно реже по сравнению с новыми устойчивыми сочетаниями и отдельными словами. Данный факт подтверждают статистические исследования и составление обобщенного социально-психологического портрета пользователя «Фейсбук», осуществленный социологическим центром администрации сайта facebook.com [3].

**Основная часть.** Исследования показывают, что средний возраст коммуниканта «Фейсбук» — 20–25 лет. Уровень образования пользователей варьируется от полного отсутствия до оконченного высшего, и в среднем составляет показатель «полного среднего образования». Как отмечают социологи «Фейсбук», люди указанной возрастной категории в подавляющем большинстве (89,6 %) являются обладателями различных гаджетов — смартфонов, планшетов, нетбуков и ноутбуков, при помощи которых осуществляют вход на свои страницы социальной сети.

Именно технологические новации в виде мобильных устройств отвечают за увеличение скорости коммуникации, следствием которой на практике становится механизм упрощения речи, стремление к использованию сокращений и устойчивых словосочетаний и предложений в речевых отношениях коммуникантов социальной сети.

Таким образом, благодаря технологическому прогрессу появились устойчивые, повсеместно распространенные аббревиатурные сочетания: «ЧСВ» — «чувство собственной важности»; «ФГМ» — «фимоз головного мозга» — обозначение несуществующего заболевания, указывающее на низкие интеллектуальные способности участника Интернет общения; «ок» — от англ. «Ok, или O'key, — allcorrectly» — «все в порядке», «ИМХО» — от англ. «IMHO — inmyhumbleopinion» — «по моему скромному мнению». Перечисленные фразеологизмы-сокращения возникли в условиях необходимости быстрого парирования собеседника — его опровержения или выражения солидарности с ним — в ходе общения в соцсети посредством механизма лингвистического сокращения [4].

Благодаря сокращению, совмещенному с выраженными элементами игрового отношения к языку, в среде пользователей «Фейсбук» распространились устойчивые сочетания: «ЗЫ» — от лат. сокращения «P.S. — PostScriptum», «Спокиноки» — «Спокойной ночи!», «7я» — «Семья» (образовалось в результате перевода словарной части «семь» в цифровое обозначение «7») [5].

Актуальным представляется использование фразеологических сокращений ярко выраженного социального характера, семантически указывающее на негативно окрашенные социальные явления современности. Например, «Яжмать» — «я же мать» — устойчивое выражение, применяемое по отношению к женщинам, агрессивно навязывающим свой материнский статус и своих детей пользователям в сетевой и обычной (за пределами Интернета) жизни. «ЧФ», «Чафэхи», «Чафны» — от англ. «childfree» — дословно «свободно от детей» — распространенное в сообществах «Фейсбук» обозначение категории лиц, не приемлющих

деторождение и стремящихся к максимальному ограничению возможных коммуникаций с детьми. «Ванилька» — «ваниль» — «ванильная дева» — от англ. «vanillagirl» — обычно данный фразеологизм используется в соцсети в качестве комментария к женским фото, исполненным в утрированно нежном, умильном стиле [6]. По эмоционально-стилистической окрашенности подобные фразеологизмы относятся к категориям просторечных и жаргонных выражений.

Тенденциозным явлением последнего времени стало частое употребление фразеологических оборотов на основе обсценной (бранной) лексики. Использование коммуникантами «Фейсбук» обсценной фразеологии объясняется примитивизацией языковых средств, с помощью которых значительно повышается экспрессивность и однозначность утверждений в диалоге пользователей. С существованием подобного явления в российском сегменте Интернета, в том числе на платформе «Фейсбук», пытается бороться Министерство по коммуникация и связям, которое поддерживает законодательные инициативы депутатов Государственной Думы о введении административной ответственности за использование бранных выражений в Интернет посланиях [7].

В распространении фразеологических оборотов в «Фейсбук» существенную роль играет механизм дифференциации пользователей на тематические, специализированные сообщества:

- «ЯЖМАТЬ» — группа, посвященная борьбе с проявлениями навязчивости и агрессии со стороны женщин-матерей;
- «ChildFreeLive» — сообщество, объединяющее идейных противников отцовства и материнства;
- «Гламур и дискурс» — группа, посвященная открытым обсуждениям стиля и модных тенденций, название которой является фразеологизмом к роману В. Пелевина «Священная книга оборотня».

На сегодняшний день самыми часто посещаемыми и объемными по количеству пользователей (подписчиков) сообществами сети «Фейсбук» являются группы, посвященные общественно значимым явлениям (25 % контента), музыке и кинофильмам (20 %), красоте и здоровому образу жизни (14 %), хобби (15 %), профессиям (15 %) и политике (11%) [8].

В любом сообществе сети «Фейсбук» пользователи получают возможность открыто выражать мнения и комментировать публикации, вызвавшие у них интерес. В процессе общения возникает закономерная психолингвистическая потребность соответствовать в языковом уровне другим пользователям, то есть употреблять общепринятые обороты и слова, распространенные в Интернет среде.

Кроме того, пользователи социальной сети практически всегда стремятся выделиться на фоне остальных комментаторов, выражаясь фразеологически «собрать максимальное количество лайков», то есть получить одобрение со стороны сетевых собеседников. Таким образом, в речь подписчиков сети «Фейсбук» входит большое количество разнообразных неологизмов. Описанный механизм коммуникации в рамках социальной сети можно назвать индивидуализацией речи с привнесением в нее неологических элементов.

Как показывает практика, большинство неологизмов социальной сети «Фейсбук» носят характер заимствований из иностранных языков — преимущественно английского, что показывает влияние английской лингвистики как международной системы сообщения, особенно в социальной сети «Фейсбук», где между собой коммуницируют представители более 70 стран мира.

В качестве примеров можно привести следующие неологизмы: «нуб» — от англ. «newbe» — «новичок»; «фолловер» — от англ. «follower» — дословно «последователь» (общее значение «подписчик»); «юзер» — от англ. «user» — «пользователь»; «тэг» — от англ. «tag» — дословно

«метка» (общее значение «тематическая метка к записи в соцсети») и другие. Перечисленные сетевые неологизмы — это необходимый набор Интернет терминов, обозначающих ключевые явления социальной сети.

Все неологизмы, вошедшие в речь пользователей «Фейсбук», можно условно разделить на 3 категории [9]:

1. Субкультурные неологизмы, то есть новые лексемы, возникшие среди подписчиков, пропагандирующих определенную субкультуру. Например, «жесткая сайка» — от англ. «psycho», «psychobilly» — музыкальное направление «сайкобилли рок», породившее в 50-х гг. XX века модное направление в музыке и литературе, пользующееся популярностью и являющееся символом свободы и причастности к молодежной контркультуре; «готишный» — упрощенный вариант французского слова «gotique» — «готический» — употребляется в ироничном контексте готами, приверженцами готической субкультуры; «ковайный» — от японского слова «sowanu» — «истинный» — используется в соцсети для выражения положительных эмоций по поводу увиденного, прочитанного или услышанного.

2. Цифровые неологизмы, как правило, заимствованные слова, обозначающие цифровые и Интернет технологии. Например, «сэлфи» — от англ. «selfie» — «личность» — неологизм обозначает популярный жанр автофотопортретов; «вэбинар» — неологизм, состоящий из двух слов английского языка «web» и «seminar» — обозначает Интернет трансляцию тематической встречи или занятия; гуглить — от англ. «Google» — поисковая Интернет система — гуглить, загуглить, погуглить, то есть найти интересующую информацию при помощи поисковой платформы Google.

3. Жаргонные неологизмы из кино, литературы и других источников (выступлений публичных персон, политиков, радиообращений): прокачать скилл — от англ. «skill» — «способность» — повысить какой-либо навык (используется игроками сетевых стратегий в «Фейсбук»); «выкупать за что-либо» — неологизм из словесной Интернет битвы рэп-исполнителей Оксимирона и Славы Гнойного КПСС, получившей огромное распространение среди подписчиков «Фейсбук».

Очевидно, что неологизмы в сети «Фейсбук» распространяются и достигают уровня общего употребления крайне быстро по двум причинам: технологической (наличие мобильных устройств у пользователей) и психологической (стремление обогатить язык актуальными времени выражениями и словами). Неологизмы пользователей сети «Фейсбук» фактически являются продуцирующей основой фразеологизмов социальной сети.

В социальной сети «Фейсбук» действует специальное приложение, которое, опираясь на программу искусственного интеллекта, собирает, лексически дифференцирует и переводит на общедоступный сетевой язык появляющиеся неологизмы и фразеологизмы в единый социальный словарь, что, по мнению аналитиков «Фейсбук», должно привести к логическому отделению пользовательского языка от нормированной устной и письменной речи.

**Заключение.** Проведенное исследование позволяет сделать вывод о широком распространении неологизмов и фразеологизмов в речи пользователей сети «Фейсбук». Законы виртуального (невизуализированного) общения в рамках социальной сети подчинены принципу использования ультрасовременных, экспрессивных ярких слов и выражений, приобретающих со временем признак устойчивости.

Устойчивые сочетания представляют собой полноценный инструмент современной мгновенной сетевой коммуникации, а, кроме того, помогают найти общий язык миллионам пользователей Интернета и заметно облегчить процесс взаимопонимания.

**Библиографический список**

1. Facebook (Фейсбук) Социальная сеть. [Электронный ресурс] // Официальный сайт социальной сети. — Режим доступа : [\\_https://www.facebook.com/people](https://www.facebook.com/people) (дата обращения 10.02.2018).
2. MySlang. Словарь современного Интернет-языка [Электронный ресурс]. // официальный сайт. — Режим доступа: <http://myslang.ru/words/tag> (дата обращения 10.02.2018).
3. Мокиенко, В. Прикольный словарь (антипословицы и антиафоризмы): словарь. / В. Мокиенко, Х. Вальтер // Антипословицы русского народа. — Москва : Олма Медиа Групп, 2014 — 290 с.
4. Соцсеть Facebook оформила патент на распознавание интернет-жаргона [Электронный ресурс] // VistaNews // официальный сайт новостного портала. — Режим доступа : <https://vistanews.ru/computers/internet/49045> (дата обращения 07.02.2018).
5. Печальки у ванилек. Погубит ли Интернет языковую грамотность? [Электронный ресурс] // Аргументы и Факты — Режим доступа : — <http://www.aif.ru/dontknows/about/1129682> (дата обращения 22.02.2018).
6. Запрет мата в Интернете может вытеснить соцсети за рубеж, считают в ГД [Электронный ресурс] // РИА новости — Режим доступа : <https://ria.ru/society/20130726/952239378.html> (дата обращения 26.01.2018).
7. Кротова, А. Г. Фразеологические неологизмы в современной речи, или Что такое «дорожная карта» / А. Г. Кротова // Лингвистика XXI века: традиции и новации: сборник трудов по материалам международной научной конференции памяти профессора В. В. Лазарева. — Пятигорск : ПГЛУ, 2016. — С. 229–237.
8. Хайдарова, В. Ф. Социальные предпосылки возникновения неологических единиц в языке Интернета / В. Ф. Хайдарова // Язык. Культура. Коммуникация: материалы науч.-практ. конф.— Ч. 2. — Ижевск : Изд-во Удмуртского ун-та, 2015. — С. 239–244.
9. Чепуренко, А. А. Принципы квалификации фразеологизмов (на материале русского языка): дис. канд. филол. наук. / А. А. Чепуренко. — Челябинск : ЮУрГГПУ, 2013 — 145 с.