

РОЗДІЛ 4 СТРУКТУРНА, ПРИКЛАДНА ТА МАТЕМАТИЧНА ЛІНГВІСТИКА

УДК 81'27:316.472.4:004.7

ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНІ АСПЕКТИ МОВИ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ LEXICO-SEMANTIC ASPECTS OF THE SOCIAL NETWORKS LANGUAGE

Ніколасва Т.М.,
orcid.org/0000-0002-4642-1578
кандидат філологічних наук,
доцент кафедри іноземної філології
Київського національного університету культури і мистецтв

Нові слова з'являються в нашому використанні кожну хвилину. Вони називаються неологізмами. Кількість неологізмів значно зростає, тому що нині надзвичайно розвинена мережа Інтернет та соціальні мережі. У статті розглянуто різні лексико-семантичні аспекти мови соціальних мереж. Соціальні мережі – це поле, де з'являються нові слова. Для того аби їх згрупувати, потрібно провести лексико-семантичний аналіз. Мова соціальних мереж наразі надзвичайно різноманітна. Тут мають місце і неологізми, і запозичені слова, і англіцизми тощо. Часто користувачі у своїх бесідах використовують смайлики та стікери, які повністю замінюють спілкування. Мова соціальних мереж широко використовує метафоричні та метонімічні прийоми, запозичення з різних мов, використання епітетів.

Ключові слова: нові слова, неологізм, мережа Інтернет, соціальні мережі, лексика, семантика, новоутворення, запозичені слова, англіцизми, сленг, молодіжний сленг, метафора, метонімія.

Новые слова появляются в нашем использовании каждую минуту. Они называются неологизмами. Количество неологизмов значительно возрастает, потому что в наше время чрезвычайно развита сеть Интернет и социальные сети. В статье рассмотрены различные лексико-семантические аспекты языка социальных сетей. Социальные сети – это поле, где появляются новые слова. Для того чтобы их сгруппировать, нужно провести лексико-семантический анализ. Язык социальных сетей пока чрезвычайно разнообразный. Здесь имеют место и неологизмы, и заимствованные слова, и англицизмы и тому подобное. Часто пользователи в своих беседах используют смайлики и стикеры, которые полностью заменяют общение. Язык социальных сетей широко использует метафорические и метонимические приемы, заимствования из разных языков, использование эпитетов.

Ключевые слова: новые слова, неологизм, сеть Интернет, социальные сети, лексика, семантика, новообразования, заимствованные слова, англицизмы, сленг, молодежный сленг, метафора, метонимия.

New words appear in our use every minute. They are called neologisms. The number of neologisms significantly increases the fact that in our time an extremely developed network of Internet and social networks. In this article various lexical-semantic aspects of the language of social networks are considered. Social networks are a field where new words appear. In order to group them it is necessary to conduct a lexical-semantic analysis. The language of social networks, while, is extremely diverse. Here there are also neologisms, borrowed words, and anglicisms, etc. Often, users in their conversations use emoticons and stickers that completely replace communication. The language of social networks widely uses metaphorical and metonymical techniques, borrowings from different languages, and the use of epithets.

Key words: new words, neologism, Internet network, social networks, vocabulary, semantics, neologisms, borrowed words, anglicisms, slang, youth slang, metaphor, metonymy.

Постановка проблеми. В умовах сучасної лінгвістики з'явилося новітнє дослідження – Інтернет. Це – не тільки сфера надзвичайної кількості інформації, але й середовище для народження нових слів, сленгу та неологізмів.

Через те, що в Інтернеті нині є надзвичайно велика кількість матеріалу на будь-яку тематику, інтернет-мережі стали надзвичайно актуальними. Інтернет-джерела детально досліджує чимало мовознавців. Мову соціальних мереж називають сьогодні «новою мовою». Деякі науковці цю нову мову називають третьою формою мовлення поряд

з усною й писемною, що засвідчує появу віртуальної мовної особистості [10].

Серед завдань наукової статті, що набувають особливої актуальності в сучасних умовах, можемо визначити такі: місце та роль мережі Інтернет і соціальних мереж як віртуального середовища; особливості комунікації в соціальних мережах на лексичному й семантичному рівнях.

Неологізми, англіцизми, запозичені слова – це поширений і популярний спосіб спілкування між людьми в соціальних мережах.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Дослідженням питань лексико-семантичних аспектів мови соціальних мереж займалися чимало дослідників, як українських, так і зарубіжних. Цим питанням займалися такі видатні лінгвісти: М.О. Бакіна, А.О. Брагіна, А.В. Березовенко, О.А. Габінська, І.Г. Дегтяр, О.А. Земська, В.І. Заботкіна, Н.З. Котелова, Є.О. Левашов, О.Г. Ликов, В.В. Лопатін, В.М. Сергєєв, Н.І. Фельдман, Е.І. Ханпіра, J. Algeo, K. Sornig, J. Sheidlower, R. Fisher та багато інших лінгвістів і науковців. Проте ними так і не було здійснено глибинного аналізу лексико-семантичних аспектів мови в соціальних мережах.

Постановка завдання. Відповідно, метою статті є розгляд лексико-семантичних аспектів мови соціальних мереж і з'ясування шляхів створення нових слів.

Виклад основного матеріалу. Нині інформаційні технології розвиваються, і відбувається перехід від звичайного спілкування до нового з використанням соціальних мереж [2]. Молодь спілкується за допомогою різних соціальних мереж щодня.

Соціальна мережа – це інформаційно-комунікативне середовище з високим модусом комунікативності, експресивності й діалогічності [1, с. 55]. Мова – це головний засіб, який використовують у розвитку та функціонуванні веб-контенту.

Соціальні мережі мають високий рівень динамічності. Вони дають можливість творити щось нове. Соціальні мережі – це засіб контактування та спілкування людей незалежно від їх місцезнаходження [3, с. 20]. Для соціальних мереж характерною є риса відсутності чіткої структури. Кожна людина, яка спілкується в соціальних мережах, має право писати, що їй забажається.

Сучасні індустріальні спільноти є динамічними, адже вони змінюються дуже швидко. Саме через це мова є надзвичайно перемінною та рухливою.

Кожне покоління людей має власну лексику та сленг, він змінюється постійно [1, с. 60]. Звичайно, люди можуть користуватися і застарілим сленгом.

Мова сучасного Інтернету досі малодосліджена: одні науковці вважають її «псевдогендерною» [5], інші – такою, що перебуває під креативним впливом молодіжної субкультури.

Уміння людей називати нові речі старими іменами надзвичайно економить словотвірні зусилля індивідів [3, с. 6].

Можливість надавати новим речам старих назв можна спостерігати в лексичному та семантичному словотворенні.

При цьому важливі такі варіанти:

– Уже наявні слова повністю набувають нового значення та втрачають старе значення;

– У семантичному середовищі слова з'являється нова сема, тобто у слова буде декілька позначень.

Лексико семантичне тлумачення слова має декілька обов'язкових і пов'язаних між собою компонентів: денотат, концепт і форму.

Поява нових денотатів (предметів чи понять) належить до позамовних причин смислової переміни слів [5, с. 55]. Науково-технічний прогрес надає можливість до появи нових явищ і подій, що мають вплив на семантику слів, які їх називають. Мовні контакти є головною причиною видозміни семантики.

Мови соціальних мереж, що використовувалися раніше, призводять до зміни семантичної структури слова.

Лексико-семантичні зміни (або їх ще називають неморфологічним способом словотворення) полягають у розщепленні семи багатозначного слова, що надає можливість до появи нових слів-омонімів, які є однаковими за написанням, але лексично відрізняються.

Наприклад:

Bank (банк) – bank (берег).

Лексичні одиниці соціальних мереж мають ознаки спільні і для сленгізмів, і для неологізмів, а отже, отримують статус «сленгових неологізмів» [3, с. 6]. Сленгові неологізми – це новостворені сленгові слова, що мають у собі конотацію новизни. Тобто у нового слова немає синонімів. Адже це слово новітнє, та воно ще тільки на етапі соціалізації.

Сленгові неологізми соціальних мереж мають у собі такі компоненти: експресивні, емоційні та оцінні [9, с. 11].

Тоді коли нові слова реалізують у друкований вигляд, потрібно підключати словотвірну гру. На етапі творення слова мовна гра реалізується за допомогою таких засобів [2, с. 33]: аналогія, римування, перефразування, скорочення, заміна та лімерик. Ці засоби перетворюють текст у цікавий витвір.

Мова соціальних мереж та інші важливі сфери життя людського суспільства є взаємозалежними і взаємопов'язаними. У структурі сленгових неологізмів відповідних тематичних груп проаналізовано емоційно-оцінний компонент. Є різні вираження емоційної оцінки: позитивна, нейтральна та емоційна [5, с. 45]. Згідно зі статистичними даними, в мові соціальних мереж найбільшою є частка негативної емоційної оцінки. Причина приховується в такому: лексичні одиниці соціальних мереж входять до групи пасивної лексики.

Сленгові неологізми, що використовують у соціальних мережах, не схильні до багатозначності.

По науковому – мають чітку конотативну дефініцію [3, с. 76]. У самій дефініції виокремлюються елементи прагматичності.

До семантичних нововведень у мові соціальних мереж можна віднести метафору, метонімію, епоніми, розширення або звуження значення слова.

Сленгова лексика є бар'єром двомовної комунікації через поєднання мовних і позамовних чинників.

Молодіжний сленг не просто зрозуміти більш зрілій аудиторії, адже сленги використовують не в усіх сферах життя [11, с. 234]. Виявилося, що слова, які входять до літературного стандарту, також мають сленгові значення. Наприклад: bird – пташка, а в сленгу – дівчина; dish – страва, а в сленгу – надзвичайно приваблива жінка.

Лексичний рівень коментарів користувачів соціальних мереж володіє винятковими якостями, такими як: вживання емотивних вигуків, повторів, звуконаслідування, емотиконів, пропуск лексем. Також використання емоційно-маркованих слів і стилістично зниженої лексики: сленгізмів, колоквіалізмів та іноді вульгаризмів:

– Did you hear how Dave got totally catfished last month?! The fox he thought he was talking to turned out to be a pervy guy from San Diego! – Shut up!!! Stop! Bastard! – Nice, brainy girl [2].

Семантична деривація є базовим засобом для поповнення словникового складу мови. Як результат, слово набуває розширеного значення через появу у ньому сленгових варіантів.

Сленг орієнтується на концептуальній моделі, і саме через це в сленгу присутні висока динаміч-

ність і рухливість [8, с. 140]. Тут і виявляються сучасні тенденції експресивного розвитку мовної системи.

Мова соціальних мереж поглинає всі канали: письмові, зображальні, аудіоканали, відеоканали. В соціальних мережах використовують зображення та текст [1, с. 62]. Звичайно, друкований текст використовують найчастіше.

Соціальні мережі використовують для того, аби швидко знайти контакт із кимось. У такому разі повідомлення стисле. Молодь часто використовує скорочення та аббревіатури.

Є навіть словник скорочених слів. Завдяки йому немає необхідності запам'ятовувати аббревіатури. Однак багато скорочених слів не є офіційними, а лише розмовні.

Наприклад, BTW (by the way), FYI (for your information), IMHO (in my humble opinion), bf (boyfriend), sp (support).

Найчастіше використовують такі скорочення:

– Будь ласка – PLS, PLZ (please);
– Вже зовсім скоро – RSN (real soon now);

– Вибач – SMT (sorry);

– Вихідні – WKND (weekend);

– Відмінно – XLNT (excellent);

– Дівчина, хлопець – GF, BF (girlfriend, boyfriend);

– Добраніч – GN, HAGN (good night, have a good night);

– З днем народження – HBTU (happy birthday to you);

– Згодом – L8R (later);

– Пізно – L8 (late);

– Ясно – IC (I see) та інші.

Таблиця 1

Окремі скорочення англійської мови, що часто зустрічаються в мові соціальних мереж

Абревіатура (скорочення)	Розшифрування
BRB – be right back (зараз буду)	Ця абревіатура актуальна для вивісок, коли, наприклад, продавець виходить на кілька хвилин, повідомляючи покупцям, що магазин працює і зовсім скоро відкриється.
АКА походить від also know as – також відомий як, також званий	Цей вираз доречний, коли потрібно перерахувати кілька назв або імен.
TU (thank you)	Коротко сказати «спасибі» допоможе абревіатура TU (thank you), а відповісти «будь ласка» — YW (you're welcome).
TIA	thanks in advance (спасибі заздалегідь)
Exam	examination (іспит)
Phone	telephone (телефон)
Lab	laboratory (лабораторія)
VIP	very important person (дуже важлива людина)
T2UL	talk to you later (поговоримо пізніше)
UFO	Unidentified/Unknown Flying Object (невідомий літаючий об'єкт)
BRB – be right back (зараз буду)	be right back (зараз буду). Ця абревіатура актуальна для вивісок, коли, наприклад, продавець виходить на кілька хвилин, повідомляючи покупцям, що магазин працює і зовсім скоро відкриється
TIA	thanks in advance (спасибі заздалегідь)

Приватні повідомлення, оголошення та зображення – це сектор, де використовують мову. Літературну мову не використовують у цьому контексті [2, с. 8]. У приватних повідомленнях найчастіше використовують суржик, нецензурну лексику, скорочення, сленгові слова. Рідко дотримуються пунктуації.

Ресурс grammarly.net вважає нижченаведені 10 акронімів найпоширенішими. А ми пропонуємо познайомитись із їх значенням [12]:

1. IDK – найпопулярніше скорочення у всій мережі, у повному варіанті пишеться як I don't know. І це дуже добре! Адже зараз не кожна людина здатна чесно визнати, що вона про щось не знає.

2. SMH допоможе у разі, якщо ви відчуваєте таку фрустрацію, що навіть головою похитуете, адже цей акронім має такий повний вигляд: shaking my head.

3. IKR не піддається логіці звичайної розмови і звучить досить дивно: I know, right. Певне, саме тому ця форма і живається виключно у письмовому варіанті.

4. IMMD не можна писати з будь-якого приводу. Все ж таки не кожна річ спроможна «зробити наш день», а саме таке цей акронім має значення: It made my day.

5. SNH – дуже корисне скорочення, адже саме на письмі буває складно розібрати, чи людина має на увазі те, що написала, чи це був такий сарказм. Інша річ, коли з'являється цей акронім: усім зрозуміло, що «sarcasm noted here». Окрім випадків, коли SNH – це South New Hampshire, проте це зазвичай видно з контексту.

6. AMA пишуть люди, що мають вільний час на спілкування та висловлювання цінних думок. Це означає «ask me anything». Найчастіше на таке скорочення можна натрапити на Reddit, але і в інших соціальних мережах воно вже поширене.

7. TL;DR – позначка для нецікавих лонгвідів, що у розгорнутому вигляді значить too long; didn't read.

8. ICYMI – іронічний підпис «In case you missed it», що використовується, щоб ще раз вказати на очевидне. Втім, іноді його використовують і як підсумок до лонгвідів, коли є шанс, що людина читала по діагоналі і пропустила важливу думку.

9. DR – скорочення від double rainbow, що у мережі є висловленням небувалого захвату та щастя. Чому саме подвійна веселка? Тому що у 2010 році з'явилося відео, у якому чоловігя так радів подвійній веселці, що на нього неможливо було дивитись без посмішки. Ролик швидко набув надзвичайної популярності, а подвійна веселка стала самостійним мемом.

10. MFW зазвичай супроводжується емотиконом або картинкою, оскільки пропонує співбесідникові уявити обличчя людини, що це написала, у певний момент часу. Скорочення так і розшифровується: my face when.

Ініціаліزمi – це лексичні одиниці, які є найбільш чисельнішими в сучасній англійській мові. З урахуванням норми вимови ініціальні скорочення можна поділити на літерні та звукові [7]:

1) літерні ініціальні абрєвіатури вимовляються як почергово розташовані букви алфавіту, наприклад: IT ['ai: ti:] ; IP ['ai: pi:] < Internet Protocol. Такі скорочення ще називаються алфавітизмами або літерними скороченнями [7].

2) звукові ініціальні скорочення (акроніми) вимовляються як звичайні слова згідно з орфоепічною нормою мови; утворюються в додаванні усічених до ініціала повнозначних слів початкових словосполучень. У соціальних мережах вони отримали особливу назву lolacronyms (laughing-out-loud acronyms), наприклад: HAND – Have a nice day; TIL – Today I learned... ; KISS – Keep it simple, stupid; KIT Keep – in touch; SLAP – Sounds like a plan; PAW – Parents are watching; TOY – Thinking of you. Сфери використання акронімів є чітко визначеними та обмеженими. Обмеження на використання акронімів приписані денотативним значенням слів, які входять у них [7].

3) ініціально-слівні абрєвіатури – комплекси, в яких ініціали змішуються не тільки з абрєвіаційними складами, але й із нескороченими словами, наприклад із редукованим першим компонентом: Bberry (Blackberry – смартфон, що має можливість роботи з електронною поштою, SMS і дає змогу в досить зручному режимі переглядати інтернет-сторінки, а також працює з іншими віддаленими сервісами). Однак трапляються ініціальні абрєвіатури, які включають у свій склад не тільки початкові букви, наприклад: Njoy – скорочення від Enjoy (Отримувати задоволення); JAS – Just a second [7].

Крім використання суржикy, молодь спеціально змінює слова, чим спотворює орфографію. Це зумовлено освітнім рівнем учасників бесіди й анонімністю спілкування [2, с. 8].

У соціальних мережах використовується лише техніка [3, с. 5]. Дуже часто використовують велику кількість зайвих розділових знаків.

Наприклад, who???, нічого собі !!!!!, where are you?????, you know...

Надзвичайно часто молодь не використовує великі літери в особистих назвах. Наприклад: поїду в кїв, він в америці, nastya was not there today.

Через те, що мова – це невербальний засіб мовлення, учасники бесіди використовують наголоси. Наприклад, прошУ, шкодА, тОму. Або багато великих літер для того, аби виразити свій емоційний стан. Наприклад: АААААааааУУУууу! ОООООооо! ННННН.

Мовою соціальних мереж виступають і смайлики [3, с.5]. Їх є надзвичайна кількість варіантів. Традиційні смайлики мають жовтий колір. Вони виражають різний настрій.

Метафоричне використання – це найвагоміший спосіб збільшення прагматичної сили слова, бо додаткові смислові нашарування виражають передусім авторське трактування та оцінку явища, про яке йдеться. Метафору використовують там, де немає інших прийомів, та в тому разі, коли потрібне вираження прагматичного аспекту комунікації [8, с. 132]. Метафору потрібно розгадати і надати їй правильного смислу.

Іменникові метафори є одними з найбільших груп семантичних неологізмів. Вони є одночленими та двочленими [3, с. 12]. Можна виділити декілька видів мережевої метафори: 1) антропоморфну, 2) природоморфну (натуроморфну), 3) соціоморфну, 4) артефактну, 5) міфоморфну. Можна розглянути сфери, де використовують такі види метафори.

Такий засіб, як метонімія, – це перенесення значення одного елемента події на другий [8, с. 135]. Як і метафора, метонімія – це знакове перенесення, однак метонімія ідентифікує предмет, а не характеризує.

Наприклад, «ask for the floor» – просити слова (для виступу) (слово floor перенесено з дії на місце).

Можна зробити висновок, що мережа Інтернет – це засіб спілкування людей за допомогою друкованого тексту. Це є розмовний засіб спілкування певного кола людей. Часто використовують знаки-символи [5, с. 23], які не є звичними для літературної мови.

Сленгом називають емоційно-забарвлену лексику, де є елементи оцінки та присутня мовна

гра. Ці засоби, найчастіше, використовують у мові соціальних мереж.

До найпоширеніших способів творення сленгових одиниць у соціальних мережах відносимо такі:

1) запозичення (фейк, юзати, сабж, лайк, френд, ребут);

2) абревіація (ІМХО, ХЗ, ХД, ОМГ, ЗІ, спам);

3) скорочення (bro, адмін, інет, інфа, сопр, проц). Найбільш популярними серед сленгових висловів у соціальних мережах є іншомовні запозичення [2, с. 7]. Приклади наведемо в таблиці 2.

Інтернет-комунікації, як і соціальні мережі, мають індивідуальну тему та цілі, вони виражаються письмово на всіх рівнях структурної організації цього жанру: фонетичному, граматичному, лексичному, синтаксичному і графічному [1, с. 64].

Абревіатура та скорочення слів лідирують серед молоді аудиторії. Так вони економлять власний час і швидко пишуть повідомлення в разі необхідності.

Висновки. Соціальні мережі та Інтернет мають надзвичайно великий вплив на сучасну мову. Її вплив є багатоплановим. Під час функціонування мови в соціальних мережах можна споглядати такі зміни, котрі потрібні для пристосування мови до сучасних умов існування людей і соціальних мереж.

Щодо сутнісних змін, то їх можна охарактеризувати і тлумачити як концептуальні доміанти існування сучасної мови в соціальних мережах.

Зміни, що відбуваються в мові соціальних мереж, стосуються графіків, лексики, семантики, морфології, синтаксису, словотворення та іншого.

Соціальні мережі та Інтернет істотно впливають на мовну ситуацію і вимагають поглиблених лінгвістичних досліджень. Можна сказати, що нині відбувається зародження нового виду мови.

Лексико-семантичний словотвір є одним із найпродуктивніших способів поповнення

Таблиця 2

Найпоширеніші способи творення сленгових одиниць у соціальних мережах

Назва прийому	Приклад
Омоніми	Sink – раковина, тонути; book – книга, бронювати
Метафора	Old as the hill – старий, як гора.
Метонімія	washing 1) прання і 2) білизна (випрана або приготована для прання); building 1) будівництво і 2) будинок; growth 1) зростання і 2) пухлина
Сленгові неологізми	Хайп – нав'язлива реклама, галас, ажіотаж
Запозичені слова	caravan
Абревіатура	P. S. – post scriptum
Скорочення	Bro – brother, ma – mother

англійської лексики. Сленг, як і інші мови лексичної мови, під час утворення користується лексичною системою загальнонаціональної мови. Тут використовується такі види словотворення: морфологічний і семантичний.

Однак багато сленгізмів не можна мотивувати спираючись на традиційні правила. Молодіжній аудиторії потрібно вражати одне одного, та для цього вони використовують експресивну лексику, сленги та інші вербальні засоби.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Бергельсон М.Б. Мовні аспекти віртуальної комунікації. *Вісник МГУ. Лінгвістика і міжкультурна комунікація*. 2002. № 1. С. 55–67.
2. Валиахметова Д.Р. Письменная разговорная речь в контексте особенностей Интернет-дискурса. *Бодуэновские чтения: Бодуэн де Куртенэ и современная лингвистика* : междунар. науч. конф., Казань, 11–13 декабря 2001 г.: Труды и материалы : в 2 т. Казань : Изд-во Казан. ун-та, 2001. С. 23–24.
3. Виноградова Т.Ю. Специфіка спілкування в Інтернеті. *Російська і зіставна філологія: Лінгвокультурологічний аспект*. 2004. № 11. С. 63–67.
4. Бледнова О.Г. Особенности языка Интернет-коммуникации. *Вісник ЛНУ імені Тараса Шевченка*. 2011. № 9 (220). Ч. II. С. 237–247.
5. Галичкина Е.Н. Специфика компьютерного дискурса на английском и русском языках : на материале жанра компьютерных конференций : автореф. дисс. ... канд. филол. наук : 10.02.20 / Волгогр. гос. пед. ун-т. Волгоград, 2001. 18 с.
6. Гусейнов Г.Г. Нотатки до антропології російського Інтернету: особливості мови і літератури мережевих людей. *Новий літературний огляд*. 2000. № 43. С. 56.
7. Дзюбіна О.І. Структура, семантика та прагматика сленгових неологізмів соціальних мереж Twitter та Facebook. URL: http://www.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2016/05/dis_dzyubina.pdf (дата звернення: 17.06.2018).
8. Иванов Л.Ю. Мова Інтернету: нотатки лінгвіста. *Словник і культура російської мови*. Москва : Індік, 2001. С. 131–148.
9. Леонтович О. А. Проблеми віртуального спілкування. *Полеміка*. 2000. № 7. С. 4.
10. Лісників С.В. Гіпертекст російської мови. *Словник російських словників*. 2001. № 2. С. 18–27.
11. Трофімова Г.Н. Мовний смак інтернет-епохи в Росії: Функціонування російської мови в Інтернеті: концептуально-сутнісні доміанти. Москва : Вид-во РУДН, 2004. 380 с.
12. Great Writing Simplified. URL: <https://www.grammarly.com/> (Last accessed: 17.03.2018).