

## СЛЕНГ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ ТА МІКРОБЛОГІВ

*The article is devoted to detecting and analysing newly coined lexical units appearing in social networks Facebook and MySpace and microblogs Tumblr and Twitter. Stages of neologisms existence, the role of social networking and microblogging slang and productive ways of word formation in this communicative environment were also considered.*

**Key words:** Internet communication, social networking, microblogging, slang, neologism, abbreviation, complex clipping, lexical meaning extension.

*Статья посвящена определению и анализу новообразованных лексических единиц, которые используются коммуникантами в социальных сетях Facebook и MySpace, а также микроблогах Tumblr и Twitter. Также были рассмотрены стадии существования неологизмов, определено место сленга социальных сетей и микроблогов и описано продуктивные способы словообразование в этой коммуникативной среде.*

**Ключевые слова:** интернет-коммуникация, социальная сеть, микроблог, сленг, неологизм, аббревиация, телескопия, расширение лексического значения.

*Статтю присвячено виявленню та аналізу новостворених лексичних одиниць, які використовуються комунікантами в соціальних мережах Facebook і MySpace та микроблогах Tumblr і Twitter. Також було розглянуто стадії існування неологізмів, визначено місце сленгу соціальних мереж і микроблогів та описано продуктивні способи словотворення в цьому комунікативному середовищі.*

**Ключові слова:** інтернет-комунікація, соціальна мережа, микроблог, сленг, неологізм, аббревіація, телескопія, розширення лексичного значення.

Сфера комп'ютерних технологій та Інтернету наповнюють словникові запаси користувачів новими лексичними одиницями. Мова користувачів Інтернету є продуктом включення специфічної термінологічної мови та професійного сленгу до мови повсякденного спілкування. В той самий час ця лексика виходить за межі побутового спілкування. Вона активно використовується в пресі, на телебаченні та радіо.

У 2011 році до Oxford English Dictionary були додані нові лексичні одиниці – LOL (laughing out loud) та OMG (oh my God). Раніше до словника були додані такі аббревіатури, як IMHO (in my humble opinion), TMI (too much information) та BFF (best friends forever) [10]. Цей факт підтверджує можливість поширення сленгу користувачів інтернет-мережі за межі віртуальної комунікації. В інтернет-мережі вже існують словники сленгу інтернет-комунікації [5; 6; 7; 12], що свідчить на користь спроб кодифікації комп'ютерної підмови з боку її носіїв. Варто зазначити, що комуніканти соціальних мереж та микроблогів звертаються у своїх повідомленнях до таких скорочень та аббревіацій, використання яких є характерним для всіх користувачів – Jaron Dozier: The new justin timberlake den grew on me lol lowket swaggy (20); Brandi Lashun: Omg my baby girl turned 3 months old yesterday! Time is flying. (19); inspirednitemares: I really hate the "black sharpied on" look. <...> But shiny, thin, super high arch eyebrows are very...

Odd. *IMHO* (21); Hot&Hellish Mamas Inc: *TMI* warning. The last post about plastic surgery had me thinking, when I had my first son 14 years ago (19); Catalina Nickole 🍷: That's a nice group of friends you have, I wonder what would happen when they find out what you've been snitching to your '*BFF*' about them (22).

У повідомленнях користувачів соціальних мереж та мікроблогів простежується тенденція до широкого використання комунікантами стилістично зниженої лексики: сленгу та табуйованих лексичних одиниць. Використання цих лексичних одиниць пояснюється такими факторами:

- неоднорідність соціального статусу користувачів соціальних мереж та мікроблогів;
- анонімність спілкування, що, в свою чергу, створює умови для виникнення віртуальної особистості, яка може відрізнитися від особистості в реальному житті. В результаті цього створюються сприятливі умови для зниження почуття відповідальності та страху осудження з боку інших користувачів [2];
- подальше поширення тенденції до демократизації мовлення.

Вживаючи термін "сленг", ми маємо на увазі різновид мовлення, який використовується окремою відносно стійкою соціальною групою [1, с. 461], до якої й належать користувачі соціальних мереж Facebook і MySpace та мікроблогів Tumblr і Twitter, яких об'єднують спільні інтереси. В межах цього дослідження особливий інтерес становлять одиниці, які виникли в процесі функціонування аналізованого комунікативного середовища, тобто одиниці, використання яких характерне винятково для користувачів цих соціальних мереж та мікроблогів.

Для того, щоб зрозуміти, яке місце займає сленг соціальних мереж та мікроблогів, необхідно розглянути шлях, який проходять неологізми. Людина, яка створює слово (*originator* [8, с. 52]), прагне до індивідуалізації та оригінальності. Після створення слово проходить наступні стадії: соціалізацію (прийняття його в суспільстві) та лексикалізацію (закріплення в мовній системі). Це слово сприймається посередниками, які передають його в маси [3]. Таким чином, ми можемо сказати, що сленг соціальних мереж Facebook і MySpace та мікроблогів Tumblr і Twitter знаходиться на стадії соціалізації, оскільки він пройшов стадію прийняття в соціумі, тобто серед користувачів, але ще не закріпленій в мовній системі.

Зростання популярності соціальної мережі Facebook призвело до того, що в 2009 році лексична одиниця *unfriend* була визнана New Oxford American Dictionary словом року [11]. Словом 2012 року за версією цього ж словника стало дієслово *to GIF*, що означає "створювати .gif файл" [9]. Останнім часом зображення цього формату були надзвичайно популярними в соціальних мережах та мікроблогах, оскільки такі анімовані зображення створюються для відображення соціально-значущих подій, емоційного стану мовців, їхньої реакції тощо. Наведені приклади підтверджують той факт, що окремі сленгові одиниці соціальних мереж та мікроблогів мають потенціал до входження до активного словникового запасу користувачів та до дескриптивних словників.

Із виникненням нового комунікативного середовища з'являються нові реалії, які потребують створення нових лексичних засобів для їхнього опису. До лексичних одиниць, які відображають особливості спілкування в соціальних мережах та мікроблогах, належать наступні приклади:

- *FBOCD* (Facebook Obsessive Compulsive Disorder) – абрєвіатура, яка позначає психічне захворювання, викликане надмірною прив'язаністю до соціальної мережі Facebook – Benedikt Schreyer Diagnose *FBOCD* (19);

- *FBF* (Facebook friend) – цей термін виник внаслідок того, що користувачі соціальних мереж часто додають до списку друзів людей, з якими вони не знайомі у справжньому житті. Саме тому комунікантам важливо підкреслити те, що їхні стосунки існують лише у межах соціальної мережі – Ace Cullum: GM *FBF* T.G.I.F (19);

- *FBO* (Facebook official) – David Sink: It's *FBO*! I'm a father!! (19). У соціальній мережі Facebook реєструються не тільки випускники університетів, але й також представники уряду, великих компаній та інші знаменитості. Абрєвіатура *FBO* вказує на те, що сторінка належить публічній особі і є його офіційним блогом. Варто зазначити, що інші користувачі часто створюють подроби сторінки знаменитостей та публікують онлайн записи від їхнього імені;

- *LMS* (like my status) – користувачі соціальних мереж ведуть на своїй сторінці блоги у скороченому вигляді (зазвичай це просто статуси, які сповіщають інших про події у житті, настрій або роздуми автора). Зростаюче бажання бути популярним серед інших комунікантів у цьому мовному середовищі спонукає авторів повідомлень у соціальних мережах просити своїх друзів скористатися функцією Like (подобатися), щоб підкреслити, що їхні статуси подобаються іншим користувачам (тобто вони погоджуються із думкою, яка висловлена у повідомленні), а отже, вони є популярними – Moi Juarez: Lupita Palmerin got really pissed off bcuz i told her that i DRIVE REBECCA around rogers all the time, FA REALS ITS ONLY A CAR -.- gosh girls these days dont understand us men and our girls (cars) !!!!! *LMS* IF YOU AGREE (20);

- *PC4PC* (Picture comment for picture comment) – коментування фотографій та інших зображень є не менш важливим аспектом комунікації в соціальних мережах та мікроблогах. Велика кількість коментарів, як і "лайків", вказує на те, що користувач розміщує на своїй сторінці доречно, оригінальну інформацію, що підвищує його статус у соціальній мережі. Таким чином, прохання прокоментувати фотографію за аналогічну послугу стає невід'ємним атрибутом комунікації у цьому мовному середовищі – blackcloudgaining: Never sleep. Take selfies in sweaters instead. #*pc4pc* (21);

- *retweet* – у мікроблозі Twitter ця лексична одиниця позначає функцію, за допомогою якої користувачі можуть поділитися чужим повідомленням, опублікувавши його на своїй сторінці. Необхідно звернути увагу не те, що при цьому зберігається посилання на первинного автора повідомлення. Така функція необхідна для розповсюдження новин за межі тих користувачів, що підписані на оновлення на сторінці автора повідомлення, а тому комуніканти

нерідко просять своїх друзів розповсюдити опубліковану інформацію далі – **Football Funnys**: If Eden Hazard scores today against Arsenal then we'll give away a football shirt of your choice or FIFA!!! **RETWEET** and follow us to enter! (22);

- *unfriend* – цей неологізм вже встиг увійти до активного словникового запасу користувачів соціальних мереж та мікроблогів. Оскільки створення та редагування списків друзів на сайтах соціальних мереж та мікроблогів є важливою частиною спілкування, новостворене дієслово *to unfriend* стає надзвичайно популярним. Користувачі можуть не тільки додавати інших до списку друзів, а й видаляти їх з різних причин – Dinoop K Nair: I am going to *unfriend* the people who i never interacted with and unknown 4 me..... no offence :) (19).

До іншої групи лексичних одиниць належать ті, в яких відбувається повний або частковий зсув у лексичному значенні, що викликано необхідністю відображення нових реалій цього комунікативного середовища. Ці зміни безпосередньо пов'язані із функціонуванням соціальних мереж Facebook і MySpace та мікроблогів Tumblr і Twitter:

- *connect* – у соціальній мережі MySpace користувачі можуть підписатися на оновлення на персональних сторінках відомих музикантів, скориставшись функцією "Connect". Таким чином, дієслово набуває нового значення: у цьому середовищі це не просто підтвердження соціальних зв'язків, а висловлення бажання отримувати новини від кумира;

- *follow* – це дієслово використовується у мікроблогах Tumblr і Twitter аналогічно до дієслова *connect* у MySpace. У нейтральному контексті дієслово означає "слідкувати/слідувати за кимось", у мікроблогах його значення розширюється – "підписуватись на оновлення на сторінці користувачів та слідкувати за ними";

- *friend* – у соціальних мережах Facebook і MySpace та мікроблогах Tumblr і Twitter відбувається семантичний зсув у понятті "друг". В інтернет-середовищі другом може стати не тільки знайома людина, але й користувач. З яким підтримуються стосунки лише в межах цього комунікативного середовища;

- *like* – у соціальній мережі Facebook та мікроблозі Tumblr функція "Like" використовується для того, щоб виразити своє прихильне ставлення до статусу або зображення. Скориставшись цієї функцією комуніканти вступають до імпліцитного діалогу з іншими користувачами;

- *share* – ця лексична одиниця, що використовується у соціальній мережі Facebook, набуває нового відтінку значення: не просто поділитися чимось, а опублікувати новину або нове зображення;

- *tweet* – у мікроблозі Twitter це дієслово набуває нового значення. Воно використовується для позначення власне процесу комунікації, в якому мікроблог Twitter використовується як канал передачі інформації.

У комп'ютерному дискурсі популярним способом створення нових лексичних одиниць є конверсія (наприклад, *a file – to file, a message – to*

*message, a text – to text*). Для комунікації в соціальній мережі Facebook та мікроблогах Tumblr і Twitter цей спосіб словотворення не є продуктивним. У соціальній мережі MySpace ми відстежили цікавий приклад утворення нової лексичної одиниці (іменника) від дієслова *to add* шляхом конверсії (у цьому комунікативному середовищі відбувається уточнення значення: додавання до списку друзів) – Amador Jaojoco: thanks for *the add!* (20).

У ході нашого дослідження ми виявили, що значні групи становлять неологізми Twitter. Серед факторів, які сприяють створенню нових лексичних одиниць у цьому комунікативному середовищі, ми можемо назвати:

- виникнення мікроблогу Twitter як абсолютно нового комунікативного середовища, яке не має відповідників. Саме тому комуніканти відчувають гостру необхідність у створенні нових лексичних одиниць, які б відображали сутність позначуваного поняття;
- жорстка регламентація довжини повідомлення – саме у мікроблозі Twitter відчувається необхідність у створенні емних та компактних засобів вираження;
- вік комунікантів: за статистичними даними приблизно 50 відсотків користувачів мікроблогу Twitter не досягли 35 років [13] – для цієї вікової групи характерне використання сленгу та швидке засвоєння нових лексичних одиниць, що викликано гнучкістю та швидкою адаптацією до змін.

Неологізми, які виникли в процесі спілкування в Twitter, об'єднує те, що в своїй основі вони містять морфему *tweet*, яка прямо вказує на сферу використання нових лексичних одиниць. Серед способів словотворення неологізмів, розповсюджених у повідомленнях у Twitter, неабияку продуктивність мають одиниці, які утворено за допомогою телескопічного способу. Телескопія – спосіб створення нових лексичних одиниць, який полягає в накладанні однієї морфеми одного вихідного компоненту на морфему іншого вихідного компоненту – *detweet* (the tweet you wrote but erased, for whatever reasons, before it was posted), *mistweet* (a tweet in which one later regrets), *neweeter* (a new tweeter), *politweet* (a political tweet), *reportwitters* (reporter style twitterers), *wake-up* (to tweet as soon as you wake up in the morning, mostly before performing any other morning ritual), *twedit* (to make edits to a retweet to make it fit within the 140 character limit) [14; 15; 16; 17; 18].

На відміну від аббревіатури, в якій компоненти підлягають скороченню, але зберігають порядок, який є типовим для мотивуючої одиниці, при телескопії порядок складових частин може змінюватись [4, с. 7], наприклад, *speets* (tweets that contain spam), *tweepish* (feeling sheepish or regretful about something you tweeted), *twaddicted* (addicted to twitter), *tweetsulted* (insulted via Twitter) тощо.

Таким чином, ми можемо говорити про те, що зростаюча популярність спілкування в соціальних мережах Facebook і MySpace та мікроблогах Tumblr і Twitter створює сприятливі умови для виникнення нових лексичних одиниць, які описують особливості функціонування та комунікації в цьому середовищі. Такі одиниці ми відносимо до сленгу, оскільки їхнє використання обмежено

певною комунікативною ситуацією (та середовищем), а також характерне для окремої групи осіб, для якої такі лексичні одиниці виступають маркером їхньої ідентифікації та приналежності. До найбільш поширених способів словотвору сленгових одиниць соціальних мереж та мікроблогів належать аббревіація, телескопія та розширення лексичного значення. Аналіз неологізмів соціальних мереж Facebook і MySpace та мікроблогів Tumblr і Twitter показав, що їх можна поділити на три основні групи: 1) власне неологізми (нова форма – новий зміст: *beetweet*, *bberrytweet*, *FBO*, *LMS* тощо); 2) перейменування (нова форма – відомий зміст: *quid pro quo*, *eavesdropping*, *Crank Tweet* тощо); 3) переосмислення (вже існуюча у мові форма – новий зміст: *connect*, *like*, *tweet* тощо).

### Література

1. Арапов М.В. Сленг / М.В. Арапов // Лингвистический энциклопедический словарь / Гл. ред. В.Н. Ярцева. – М.: Сов. энциклопедия, 1990. – С. 461.
2. Виноградова Т.Ю. Специфика общения в Интернете / Т.Ю. Виноградова. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.philology.ru/linguistics1/vinogradova\\_t-04.htm](http://www.philology.ru/linguistics1/vinogradova_t-04.htm).
3. Заботкина В.И. Новая лексика современного английского языка / В.И. Заботкина [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.classes.ru/grammar/138.Zabotkina/worddocuments/1.htm>.
4. Сухорукова О.Н. Структурно-семантические и функциональные особенности телескопических единиц в массово-информационном дискурсе (На материале англоязычной прессы): Дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04 / Н.О. Сухорукова. – Волгоград, 2004. – 170 с.
5. Internet Slang Dictionary [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://lingvanet.com/FileResources/FileResourcesView.aspx?id=1341>.
6. Internet Slang Words and Computer Slang [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.internetslang.com>.
7. NetLingo [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.netlingo.com>.
8. Nida E. Toward a Science of Translating / E. Nida. – Leiden: Brill, 1964 – 341 p.
9. Oxford Dictionaries USA Word of the Year 2012 is 'to GIF' [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://blog.oxforddictionaries.com/2012/11/us-word-of-the-year-2012>.
10. Oxford dictionary adds Net terms // CNET News [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://news.cnet.com/2100-1023-214535.html>.
11. Oxford Word of the Year 2009: Unfriend [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://blog.oup.com/2009/11/unfriend>.
12. Slang Dictionary – Lookup Internet & Text Slang [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.noslang.com/dictionary>.
13. Social media demographics 2012: 24 sites including Twitter, Facebook, and LinkedIn [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://venturebeat.com/2012/08/22/social-media-demographics-stats-2012>.
14. Top 50 Twitter Acronyms, Abbreviations and Initialisms [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://digiphile.wordpress.com/2009/06/11/top-50-twitter-acronyms-abbreviations-and-initialisms>.
15. Twictionary: The Dictionary for Twitter [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://twictionary.pbworks.com/w/page/22547584/FrontPage>.
16. Twitter Dictionary: a Guide to Understanding Twitter Chat [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.webopedia.com/quick\\_ref/Twitter\\_Dictionary\\_Guide.asp](http://www.webopedia.com/quick_ref/Twitter_Dictionary_Guide.asp).
17. Twitter Slang & Abbreviations [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.noslang.com/twitterslang.php>.
18. Twittonary [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://twittonary.com>.
19. Facebook [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.facebook.com>.
20. MySpace [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://new.myspace.com>.
21. Tumblr [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.tumblr.com>.
22. Twitter [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.twitter.com>.

### **References**

1. *Arapov M.V.* Sleng / M.V. Arapov // *Lingvisticeskii entsiklopedicheskii slovar* / Gl. red. V.N. Yartseva. – M.: Sov. Entsiklopediia, 1990. – S. 461.
2. *Vinogradova T.Iu.* Spetsifika obshcheniia v Internete / T.Iu. Vinogradova [Elektronnyi resurs]. <http://www.classes.ru/grammar/138.Zabotkina/worddocuments/1.htm>.
3. *Zabotkina V.I.* Novaya leksika sovremenogo angliiskogo yazika <http://www.classes.ru/grammar/138.Zabotkina/worddocuments/1.htm>.
4. *Sukhorukova O.N.* Strukturno-semanticheskie I funktsionalnie osobennosti teleskopicheskikh edinit v massovo-informatsionnom diskurse (na material angloiazichnoi pressy): Dis... kand. filol. nauk: 10/02/04 / N.O. Sukhorukova. – Volgograd, 2004. – 170 s.
5. Internet Slang Dictionary [Elektronnyi resurs]. – Режим доступу: <http://lingvanet.com/FileResources/FileResourcesView.aspx?Id=1341>.
6. Internet Slang Words and Computer Slang [Elektronnyi resurs]. – Режим доступу: <http://www.internet slang.com>.
7. NetLingo [Elektronnyi resurs]. – Режим доступу: <http://www.netlingo.com>.
8. *Nida E.* Toward a Science of Translating / E. Nida. – Leiden: Brill, 1964 – 341 p.
9. Oxford Dictionaries USA Word of the Year 2012 is 'to GIF' [Elektronnyi resurs]. – Режим доступу: <http://blog.oxforddictionaries.com/2012/11/us-word-of-the-year-2012>.
10. Oxford dictionary adds Net terms // CNET News [Elektronnyi resurs]. – Режим доступу: <http://news.cnet.com/2100-1023-214535.html>.
11. Oxford Word of the Year 2009: Unfriend [Elektronnyi resurs]. – Режим доступу: <http://blog.oup.com/2009/11/unfriend>.
12. Slang Dictionary – Lookup Internet & Text Slang [Elektronnyi resurs]. – Режим доступу: <http://www.noslang.com/dictionary>.
13. Social media demographics 2012: 24 sites including Twitter, Facebook, and LinkedIn [Elektronnyi resurs]. – Режим доступу: <http://venturebeat.com/2012/08/22/social-media-demographics-stats-2012>.
14. Top 50 Twitter Acronyms, Abbreviations and Initialisms [Elektronnyi resurs]. – Режим доступу: <http://digiphile.wordpress.com/2009/06/11/top-50-twitter-acronyms-abbreviations-and-initialisms>.
15. Twictionary: The Dictionary for Twitter [Elektronnyi resurs]. – Режим доступу: <http://twictionary.pbworks.com/w/page/22547584/FrontPage>.
16. Twitter Dictionary: a Guide to Understanding Twitter Chat [Elektronnyi resurs]. – Режим доступу: [http://www.webopedia.com/quick\\_ref/Twitter\\_Dictionary\\_Guide.asp](http://www.webopedia.com/quick_ref/Twitter_Dictionary_Guide.asp).
17. Twitter Slang & Abbreviations [Elektronnyi resurs]. – Режим доступу: <http://www.noslang.com/twitterslang.php>.
18. Twittonary [Elektronnyi resurs]. – Режим доступу: <http://twittonary.com>.