



**Վ. ԲՐՅՈՒՍՈՎԻ ԱՆՎԱՆ ՊԵՏԱԿԱՆ
ՀԱՄԱԼՍԱՐԱՆ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ В. БРЮСОВА
BRUSOV STATE UNIVERSITY**

**ԲԱՆԲԵՐ
Վ. ԲՐՅՈՒՍՈՎԻ ԱՆՎԱՆ ՊԵՏԱԿԱՆ ՀԱՄԱԼՍԱՐԱՆԻ
ВЕСТНИК ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА ИМЕНИ
В. БРЮСОВА
BULLETIN OF BRUSOV STATE UNIVERSITY**

ԼԵԶՎԱԲԱՆՈՒԹՅՈՒՆ ԵՎ ԲԱՆԱՍԻՐՈՒԹՅՈՒՆ

ЛИНГВИСТИКА И ФИЛОЛОГИЯ

LINGUISTICS AND PHILOLOGY

1(64)

**Վ. ԲՐՅՈՒՍՈՎԻ ԱՆՎԱՆ ՊԵՏԱԿԱՆ ՀԱՄԱԼՍԱՐԱՆԻ
«ԼԻՆԳՎԱ» ՀՐԱՏԱՐԱԿԶՈՒԹՅՈՒՆ**

ԵՐԵՎԱՆ - 2023

НОВЫЕ ТРЕНДЫ ОТНОШЕНИЙ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ СОЦСЕТЕЙ В ЗЕРКАЛЕ ЯЗЫКА

ЭРИКА АВАКОВА

Аннотация

Статья посвящена англоязычным заимствованиям-неологизмам, называющим новые реалии, тренды, новый стиль поведения и взаимоотношения людей в социальных сетях. В работе проанализированы пути возникновения данных слов, особенности их функционирования в русском языке и отражение рассматриваемых заимствований в словарях.

Ключевые слова: *социальные сети, заимствования, неологизмы, сетевой язык, межличностные отношения, словари.*

Введение. Трудно себе представить жизнь современного человека без Интернета. Посредством Интернета и соцсетей мы уже привыкли узнавать самые свежие новости, любую интересующую нас информацию по той или иной тематике, совершать покупки, общаться с друзьями, получать образование и развиваться.

В 2016 году Google и Ipsos (третья по величине компания в мире по анализу рынка) провели совместное исследование, согласно которому 65% россиян используют Интернет ежедневно, если же речь идет о молодежи, то эта цифра достигает 98%. Что касается сайтов и приложений социальных сетей, 27% опрошенных в возрасте от 13 до 24 лет уделяет соцсетям более пяти часов в день (Исследование аудитории Google, 2016). Еще тогда были прогнозы относительно того, что к 2021 году число пользователей социальных сетей в мире достигнет 3,1 миллиарда, а это почти половина населения мира.

В ноябре 2018 года Ipsos опросила более 9000 человек в 10 странах, чтобы выяснить, чем отличаются привычки пользователей сети в Интернете, на каких платформах и в какой стране люди предпочитают размещать личные сообщения. Согласно приведенной статистике, самой распространенной социальной сетью в мире является Facebook (49%), в России же в тройку лидеров вошли социальные сети ВКонтакте (58%), Instagram (33%) и Facebook (28%) (Posting on Social Media, 2019).

Постановка проблемы. Термин «социальная сеть» был введен социологом и социальным антропологом Джоном Барнсом еще задолго до возникновения Интернета, в 1954 году. В своей работе «Классы и собрания в норвежском островном приходе» Д. Барнс писал: «Каждый человек находится в контакте с рядом других людей, некоторые из которых находятся в прямом контакте друг с другом, а другие – нет. Точно так же у каждого человека есть определенное количество друзей, у этих друзей есть свои друзья; одни друзья какого-то человека знают друг друга, другие – нет» (Barnes, 1954). Именно такое «социальное поле» Дж. Барнс назвал *сетью* (network). Если не знать, что работа написана в 1954 году, может показаться, что Дж. Барнс описывает современные социальные сети, где у пользователей могут быть друзья, друзья друзей (или общие друзья), а также люди, с которыми сама соцсеть предлагает «подружиться», полагая, что пользователи могут их знать.

С появлением Интернета и совершенствованием информационных технологий произошел новый скачок в развитии социальных сетей. В 1995 году была создана первая социальная сеть *Classmates.com*, позже *Одноклассники*, *Facebook*, *ВКонтакте*, *Twitter*, *Instagram* и другие. Постоянные обновления и предложения новых функций и возможностей сделали социальные сети привлекательными для многих Интернет-пользователей. Как неизбежный результат – разделение жизни на *онлайн* и *офлайн*, две параллельно существующие реальности, что привело к возникновению новых реалий, привычек, стиля и моделей поведения и др. Все это не могло не отразиться на языке и коммуникации: появился даже специфический и экспрессивный «сетевой язык», не признающий никаких речевых и языковых ограничений.

Анализ последних исследований и публикаций по теме. Интернет-язык первых десятилетий XXI века характеризуется активным производством лексических инноваций. Неологизмы традиционно рассматриваются как результат динамических процессов, которые отражают адаптацию языка к трансформациям, происходящим в самых различных сферах деятельности человека. В последнее десятилетие заимствованиям и неологизмам посвящен довольно широкий спектр работ, в которых рассматриваются различные аспекты «ключевых слов эпохи» (М.А. Кронгауз). Представляют особый интерес исследования, посвященные функционированию неологизмов в интернет-ресурсах на материале отдельных сайтов или соцсетей. Например, в монографии А.Е. Бельковой (2018) с точки зрения структуры и языкового содержания

анализируется сайт NoNaMe. Более того, представляются разработки по методике изучения неологизмов в рамках школьной программы. В статье Е.А. Ефремова (2020) «Луркояз как образец интернет-жаргона» анализируется специфическая разновидность интернет-языка, на котором создана популярная интернет-энциклопедия «Луркоморье». Интересна статья Муравьева Н.А., Панченко А.И., Объедкова С.А. (2014) «Неологизмы в социальной сети Фейсбук», в которой рассматривается проблема кодификации ряда заимствованных лексических единиц и приводятся результаты исследования на материале наиболее частотных словоформ социальной сети Фейсбук, отсутствующих в словарях. Подобный интерес весьма оправдан. Как справедливо отмечают авторы, «систематическое изучение неологизмов и заимствованных слов как отдельной разновидности неологизмов должно дать ответ на различные вопросы, связанные с тем, каким образом меняется лексический состав языка с течением времени и, в частности, по каким моделям и с помощью каких средств интегрируются иноязычные и новообразованные лексические единицы в язык, и как происходит их адаптация» (там же).

Объектом нашего исследования послужили англоязычные заимствования новейшего времени, называемые «новые тренды отношений» в социальных сетях (т.е. по сути это английские неологизмы, которые не только прижились в английском языке, но и вошли в другие европейские языки, в том числе в русский).

Цель исследования - изучить англоязычные заимствованные слова, называемые новые реалии, новый стиль поведения и взаимоотношения людей в социальных сетях, проанализировать пути возникновения данных слов, особенности их функционирования в русском языке и отражение данных заимствований в словарях.

В работе применялись следующие *методы* исследования:

- описательный метод (наблюдение, интерпретация и обобщение анализируемого материала);
- метод сбора данных (анализ источников, словарей, языковых корпусов и др.);
- метод сплошной выборки материала исследования (в соцсетях ВКонтакте, Instagram, Facebook);
- статистический (подсчет и сравнение рассматриваемых единиц, выявление частотности их употребления в различных соцсетях);
- контекстуальный анализ (наблюдение слов в типичных контекстах).

Не секрет, что соцсети на сегодняшний день являются не только площадкой, откуда мы узнаем новости, информацию о политических, экономических, культурных и других событиях. Это также и особый вид действительности, назовем ее сетевой действительностью, где люди знакомятся, завязывают дружбу, вступают в отношения, влюбляются, сходятся или расходятся (френдиться, блокировать). При личном взаимодействии людей в соцсетях вырабатываются различные модели поведения, которые и находят свое отражение в зеркале языка. Основной причиной появления данных слов в языке является необходимость в номинации определенного нового стиля или модели поведения.

Методом сплошной выборки в соцсетях ВКонтакте, Instagram, Facebook были выделены следующие слова: *гостинг, орбитинг, мостинг, бредкрамбинг (брэдкрамбинг), гэтсбинг, микрочитинг, диплайкинг, кэтфишинг, дрейкинг, трэппинг, бенчинг, стэшинг, хайпинг, субмарининг, эр-бомбинг, зомбинг, журавлизм*. Результатами поиска послужили личные посты пользователей с открытым профилем (такие профили доступны для чтения всем пользователям социальной сети), а также публикации на страничках и в группах по интересам. Подобные публикации чаще всего сопровождаются хештегами. В рамках данной статьи мы остановимся на пяти самых активно используемых в соцсетях словах, называющих «новые тренды отношений»:

1. *Гостинг* (от англ. *ghosting; ghost* «призрак») – один из самых популярных трендов за последние несколько лет. Это резкое прекращение каких-либо отношений без предупреждения и объяснения возможных на то причин, т.е. человек пропадает, как призрак. Активный рост популярности применения данного слова в разных сферах приходится на 2010-е годы. Первая официальная трактовка понятия произошла в 2015 году словарем Collins English Dictionary. Главной причиной появления слова стал резкий рост использования данной стратегии для прекращения романтических отношений. Интересно, что *гостинг* в настоящее время больше не ассоциируется исключительно с миром дейтинга. Жертвой гостинга можно стать не только в личном, но и в дружеском общении, и даже на работе. Более того, в последнее время появилось такое понятие, как *трудоустройство гостинг* (когда сотрудники или соискатели, которым сделали предложение о работе, в день дедлайна пропадают с радаров: не отвечают на письма, игнорируют звонки, могут отправить своего шефа в черный список).

2. Слово «орбитинг» придумала журналист и сторителлер Анна Иовин. В 2018 году она написала статью в Интернет-издании *Repeller* и рассказала историю о том, как пару раз сходила на свидания с женщиной, с которым познакомилась в одном из самых популярных приложений для онлайн-дейтинга Tinder. После первого свидания они добавили друг друга в соцсетях Facebook, Snapchat и Instagram, а после второго свидания молодой человек неожиданно исчез. При этом он продолжал одним из первых лайкать посты Анны и просматривать все ее сторис. Анна Иовин назвала такое поведение «орбитингом» и объяснила слово так: «Это когда ты остаешься “на орбите” у бывшего поклонника – вы находитесь достаточно близко, чтобы видеть друг друга, и достаточно далеко, чтобы общаться» (Iovine, 2018).

С орбитингом многие пользователи соцсетей сталкиваются почти ежедневно: исправно лайкают фотографии, просматривают сториз бывших возлюбленных, одноклассников, однокурсников или даже друзей, с которыми никак не удастся поговорить. Примечательно, что в 2018 году слово *орбитинг* вошло в шортлист слов года авторитетного Оксфордского словаря, а позже стало активно использоваться и в русскоязычном Интернет-пространстве.

3. *Мостинг* (от англ. *most* – наибольший, самый-самый) – более изощренный вариант гостинга. Этот вид отношений отличается слишком любвеобильным поведением партнера в самом начале отношений, когда он прочно входит в жизнь своей второй половинки и становится в ней главным. Сначала предмет симпатии осыпает комплиментами, влюбляет в себя, строит планы на будущее, а потом внезапно исчезает: абонент вдруг становится недоступным, а аккаунт в соцсетях заблокированным.

Слово «мостинг» в 2018 году придумала журналист, редактор и копирайтер Треиси Мур, впервые использовав данное слово в статье для мужского журнала MEL (Moore, 2018).

4. Слово «бредкрамбинг» возникло от английского *breadcrumb* – «панировка; хлебные крошки». Может возникнуть естественный вопрос: а причем тут романтические отношения? Представьте такую ситуацию: у вас завязывается знакомство в соцсетях, ваш собеседник периодически пишет вам, создает иллюзию заинтересованности, а потом пропадает на несколько дней или неделю. Затем снова пишет, чтобы поддержать интерес и надежду на будущие отношения, т.е. он практически «подкармливает хлебными крошками». Слово придумал пользователь *YouTube* Grazzz в 2014 году. Слово нашло отражение лишь в *Urban Dictionary* – онлайн-словаре слов и фраз англоязычного сленга, слоган

которого - «Urban Dictionary - это словарь, написанный тобой» (Urban Dictionary).

5. Слово «гэтсбинг» появилось относительно недавно. Несложно догадаться, что термин получил свое название в честь главного героя романа Фрэнсиса Скотта Фицджеральда «Великий Гэтсби». Мы помним, что по сюжету произведения Гэтсби постоянно устраивал роскошные вечеринки, на которые приглашал сотни гостей. На самом деле он преследовал одну цель – однажды встретить на вечеринке свою бывшую возлюбленную Дейзи. Значение слова *гэтсбинг* напрямую связано с поведением главного героя известного романа, однако в наши дни подобное поведение переносится в соцсети.

Впервые слово *гэтсбинг* появилось на форуме Reddit еще в 2017 году, а уже год спустя австралийская модель Матильда Додс написала о гэтсбинге целую статью, тем самым введя в обиход это слово. Согласно Матильде Додс, «*гэтсбинг* - это размещение видео, фото, цитаты с глубоким смыслом или селфи в социальных сетях с целью привлечь внимание одного, конкретного человека. Чаще всего это ваш будущий, нынешний или бывший романтический интерес, неважно» (Dods, 2018). Словом, если человек выкладывает истории в Facebook или Instagram, а потом без конца проверяет, посмотрел ли историю тот самый человек, для/ради кого выкладывалось фото, значит этот человек занимается гэтсбингом.

Примечательно, что в самом английском языке неологизмы, описывающие определенный стиль поведения в соцсетях, являются результатом словотворчества отдельных лиц, чаще всего публичных фигур (сейчас их принято называть инфлюенсерами). Зачастую сами авторы слов популяризируют данные слова и вводят их в обиход. Более того, иногда нам известны не только авторы, но и точная дата рождения слов.

В английском языке данные слова возникли суффиксальным способом с помощью суффикса *-инг*, который в последнее время получил большую самостоятельность. Производящей основой являются существительные и определители (или детерминативы), которые в связи с присоединением суффикса *-инг* получают семантику процессуальности, тождества, подобия. Рассматриваемые слова вошли в русский язык при помощи транслитерации и транскрипции.

Выводы. Как известно из результатов мониторинга «Индекс положения русского языка в мире», проведенного экспертами Государственного института русского языка им. А. С. Пушкина, в 2019-

2022 гг. по количеству сайтов в Интернете русский язык занимал второе место после английского (Индекс положения русского языка в мире, 2020, 2022). Подобным стремлением русского языка к высоким позициям по доле сайтов в Интернете, возможно, обусловлен тот факт, что рассматриваемые нами слова активно представлены не только в социальных сетях, но и в контенте различных сайтов, Интернет-изданий, блогов и т.п. В то же самое время следует отметить, что поиск данных слов в Национальном корпусе русского языка не дал положительных результатов, данные заимствования также еще не стали фактом литературного языка и не вошли в словари, в том числе и в Словарь языка интернета, словари Интернет-сленга. Несомненно, будет интересно проследить за дальнейшей судьбой данных слов в русском языке. На сегодняшний день трудно делать какие-либо прогнозы относительно того, удастся ли данным словам закрепиться в русском языке или нет и они, как писал М.А. Кронгауз, подобно незванным гостям, «потоптавшись в передней, вскоре незаметно покинут отвергнувший их дом» (2010, с. 78). Время покажет.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ REFERENCES

1. Белькова А.Е., Функционирование неологизмов в интернет-ресурсах: на материале сайта NoNaMe: Монография. - Нижневартовск: Изд-во НВГУ, 2018. - 112 с.
Bel'kova A.E., Funkcionirovanie neologizmov v internet-resursah: na materiale sai'ta NoNaMe: Monografija. - Nizhnevartovsk: Izd-vo NVGU, 2018. - 112 s. (in Russian)
2. Ефремов В.А., Луркояз как образец интернет-жаргона // Язык и речь в Интернете: личность, общество, коммуникация, культура: сборник статей IV Международной научно-практической конференции. Москва, РУДН, 29 апреля 2020 г.: в 2 т. Т.1. / под общ. ред. А. В. Должиковой В. В. Барабаша. - Москва : РУДН, 2020. - сс. 21-29.
Efremov V.A., Lurkojaz kak obrazec internet-zhargona // Jazyk i rech' v Internete: lichnost', obshhestvo, kommunikacija, kul'tura: sbornik statej IV Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoj konferencii. Moskva, RUDN, 29 aprilja 2020 g.: v 2 t. T.1. / pod obshh. red. A. V. Dolzhikovej V. V. Barabasha. - Moskva : RUDN, 2020. - ss. 21-29. (in Russian)
3. Индекс положения русского языка в мире: индекс глобальной конкурентоспособности (ГК-Индекс), индекс устойчивости в странах

- постсоветского пространства (УС-Индекс)/ сост. А. Л. Арефьев, Д. А. Горбатова, В. А. Жильцов, С. Ю. Камышева, Е. В. Колтакова, И. А. Маев, М. А. Осадчий, М. Н. Русецкая, А. С. Хехтель, М. И. Яскевич ; под ред. М. А. Осадчего. - Москва: Государственный институт русского языка им. А. С. Пушкина, 2020. - 34, [2] с. // URL: <https://e-cis.info/upload/iblock/0e5/0e5a7620a872c691341eb0d00689fbb7.pdf> (14.09.2022).
- Indeks polozhenija russkogo jazyka v mire: indeks global'noj konkurentosposobnosti (GK-Indeks), indeks ustoičivosti v stranah postsovetskogo prostranstva (US-Indeks)/ sost. A. L. Arefev, D. A. Gorbatova, V. A. Zhil'cov, S. Ju. Kamysheva, E. V. Koltakova, I. A. Maev, M. A. Osadchij, M. N. Ruseckaja, A. S. Hehtel', M. I. Jaskevich ; pod red. M. A. Osadchego. - Moskva: Gosudarstvennyj institut russkogo jazyka im. A. S. Pushkina, 2020. - 34, [2] s. (in Russian)
4. Индекс положения русского языка в мире: индекс глобальной конкурентоспособности (ГК-Индекс), индекс устойчивости в странах постсоветского пространства (УС-Индекс). Выпуск 2/ сост. А. Л. Арефьев, А. Р. Голубь, С. Ю. Камышева, И. А. Маев, А. И. Ольховская, М. А. Осадчий, М. Н. Русецкая, А. С. Хехтель; под ред. М. А. Осадчего. - Москва : Государственный институт русского языка им. А. С. Пушкина, 2022. - 60 с. // URL: <https://e-cis.info/upload/iblock/0e5/0e5a7620a872c691341eb0d00689fbb7.pdf> (14.09.2022).
- Indeks polozhenija russkogo jazyka v mire: indeks global'noj konkurentosposobnosti (GK-Indeks), indeks ustojchivosti v stranah postsovetskogo prostranstva (US-Indeks). Vypusk 2/ sost. A. L. Arefev, A. R. Golub', S. Ju. Kamysheva, I. A. Maev, A. I. Ol'hovskaja, M. A. Osadchij, M. N. Ruseckaja, A. S. Hehtel'; pod red. M. A. Osadchego. - Moskva: Gosudarstvennyj institut russkogo jazyka im. A. S. Pushkina, 2022. - 60 s. (in Russian)
5. Исследование аудитории Google: подростки и молодежь. Сентябрь 2016 г. //URL:https://www.thinkwithgoogle.com/qs/documents/3202/00404_Google_Youth_Study_RU_2.pdf (05.10.2022).
- Issledovanie auditorii Google: podrostki i molodezh'. Sentjabr' 2016 g.
6. Кронгауз М.А., «Ключевые слова эпохи» // Слово.ру: балтийский акцент, 2010, № 1-2. Калининград: Изд-во РГУ им. И. Канта, 2010, 321с. – сс. 69-86.
- Krongauz M.A., «Ključevye slova jepohi» // Slovo.ru: baltijskij akcent, 2010, № 1-2. Kaliningrad: Izd-vo RGU im. I. Kanta, 2010, 321 s. - ss. 69-86. (in Russian)

7. Муравьев Н.А., Панченко А.И., Обьедков С.А. Неологизмы в социальной сети Фейсбук, 2014 // URL: <https://arxiv.org/pdf/1804.05831.pdf> (10.01.2022).
Murav'ev N.A., Panchenko A.I., Ob#edkov S.A. Neologizmy v social'noj seti Fejsbuk (in Russian).
8. Barnes J.A., (1954) Class and Committees in a Norwegian Island Parish // URL: <https://pierremerckle.fr/wp-content/uploads/2012/03/Barnes.pdf> (12.01.2022).
9. Dods M., The Great Gatsby-ing, 2018 // URL: <http://tomboybeauty.com/the-great-gatsby/> (15.01.2022).
10. Iovine A., Orbiting Is the New Ghosting and It's Probably Happening to You, 2018 // URL: <https://repeller.com/orbiting-is-the-new-ghosting/> (10.01.2022).
11. Moore T., «Mosting»: When People Come On Strong, Then Ghost, 2018 // URL: <https://medium.com/mel-magazine/mosting-when-people-come-on-strong-then-ghost-cafec9b78254> (12.01.2022).
12. Posting on Social Media: Usage and Privacy. Ipsos Global Advisor, 2019 // URL: <https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/publication/documents/2019-09/ipsos-social-media-usage-report.pdf> (15.10.2022).
13. Urban Dictionary // URL: <https://www.urbandictionary.com/define.php?term=Breadcrumbing> (12.01.2022).

ԷՐԻԿԱ ԱԱԿՈՎԱ - ՍՈՑՑԱՆՑԵՐԻ ՕԳՏԱՏԵՐԵՐԻ ՀԱՐԱՔԵՐՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԻ ՆՈՐ ՄԻՏՈՒՄՆԵՐԸ ԵՎ ԴՐԱՆՑ ԱՐՏԱՑՈԼՈՒՄԸ ԼԵԶԿՈՒՄ

Հիմնաբառեր՝ սոցցանցեր, փոխառություններ, ցանցային լեզու, նորաբանություններ, միջանձնային հարաբերություններ, բառարաններ

Հոդվածը նվիրված է անգլերենից փոխառություններին՝ նորաբանություններին, որոնք սոցցանցերում մարդկանց վարքագծի և փոխհարաբերությունների նոր ոճի, ինչպես նաև նոր իրողությունների ու միտումների անվանումներ են; Հոդվածում վերլուծվում են այս բառերի առաջացման ուղիները, ռուսերենում դրանց գործածության առանձնահատկությունները և փոխառությունների արտացոլումը բառարաններում:

ERIKA AVAKOVA - NEW RELATIONSHIP TRENDS OF SOCIAL MEDIA USERS IN THE MIRROR OF THE LANGUAGE

Keywords: *social media, borrowings, neologisms, network language, interpersonal relationship, dictionaries*

The article is devoted to the neologisms borrowed from English which name new realities, trends, a new style of behavior and relationships of people in social media. The paper presents the ways in which these words are formed, the peculiarities of their functioning in Russian and the inclusion of these borrowings in dictionaries.

Ներկայացվել է՝ 10.04.2023
Գրախոսվել է՝ 04.05.2023