**Модели номинации действий пользователей Интернета в русской онлайн-коммуникации**

***Де Пой М. Э.***

*студент*

*Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова, филологический факультет, г. Москва, Россия*

В докладе рассматриваются глагольные заимствования из английского языка, описывающие неформальную коммуникацию в Интернете, такие как *лайкать,* *постить*, *репостить* и т.д. Акцент делается на конкуренции в речи пользователей Интернета различных способов выражения заимствованных концептов, связанных с неформальной коммуникацией в социальных сетях. Рассматриваются семантические изменения, происходящие при заимствовании английского глагола в русский язык, а также расширение семантики русских глаголов в дискурсе социальных сетей. Исследование проводится на материале текстов неформальной онлайн-коммуникации.Методы исследования определяются использованием Генерального интернет-корпуса русского языка (ГИКРЯ) и механизмов интернет-поиска (поисковые системы Яндекс и Google). Поиск глаголов в Интернете позволил компенсировать устаревание данных ГИКРЯ (поскольку корпус не пополнялся с 2016 года, и некоторые глагольные неологизмы в нем не представлены).

Английские глаголы, служащие базой для заимствования, в английском языке употребляются для описания обычных повседневных действий (ср. *to post* ‘разместить’, *to share* ‘поделиться’ и т.д.). В Интернет-коммуникации они лишь расширяют сферу своего употребления, начиная использоваться для обозначения действий в Интернете (ср. *to post* ‘разместить сообщение/запись в соцсети’ и *to share* ‘отправить что-то другому пользователю’). По-видимому, в основе подобного изменения семантики лежит механизм когнитивной метафоры: понятие, полученное из непосредственного опыта взаимодействия с миром, и «те когнитивные структуры <...>, в терминах которых структурировался опыт, относящийся к области-источнику» [Кобозева 2000: 171] (ср. *to share food* ‘поделиться едой’), проецируются на виртуальную среду (ср. *to share a photo* ‘поделиться фотографией’). В русский язык подобные глаголы заимствуются в связи именно с этой сферой употребления как номинации действий в новой виртуальной среде: ср. *to post — постить* ‘размещать сообщения в интернете’, *to share* — *шэрить* ‘посылать/размещать в публичном доступе файлы’, *to like* — *лайкать* ‘ставить оценки «Нравится»’ и т.д. Поэтому семантика заимствованного неологизма, как правило, у́же семантики английского глагола, послужившего базой для заимствования.

В то же время заимствованный неологизм может оказаться семантически сложнее исходного глагола. Ярким примером является заимствованный глагол *хейтить* (от англ. *to hate* ‘ненавидеть’), в лексическом значении которого при заимствовании появилась дополнительная сема ‘выражать ненависть (часто необоснованную) в комментариях’. В семантической структуре английского глагола *to hate* такой элемент отсутствует. По результатам анализа 156 контекстов из подкорпуса COCA (Corpus of Contemporary American English) Британского национального корпуса не было зафиксировано ни одного контекста употребления глагола *hate* в аналогичном значении. Как отмечено О. М. Вертинской, «ни один из английских словарей не регистрирует появления специализированного значения *hate* как маркера негативных эмоциональных оценок в интернет-пространстве» [Вертинская 2019: 103]. Все это позволяет говорить о том, что за неономинацией *хейт* и образованным от него глагольным неологизмом *хейтить* стоит трансформация существующего концепта на специфически русской почве.

В докладе также описываются случаи, когда для обозначения одного и того же действия употребляется и заимствованный глагол, и русский синоним. Русский глагол в таком случае сужает свое значение применительно к контексту неформальной коммуникации в Интернете (ср. *тегнуть* ‘отметить пользователя, послав ему уведомление’ (от англ. *to tag* ‘отметить’) и *отметить* в том же значении). Результаты корпусного исследования демонстрируют, что из всех способов номинации соответствующих явлений наиболее активно используются именно такие русские синонимы. Сравнительный анализ частотности заимствований и русских глаголов на примере группы «выложить» (в нее входят глаголы *выложить*, *опубликовать*, *сделать* *репост*, *написать* *пост*, *репостнуть*, *сделать пост*, *запостить*, *постнуть*, *зарепостить*, *отрепостить*, *прорепостить*, *перепостить*) показал, что частотность русских глаголов данной ЛСГ превышает частотность заимствований. Проведенный опрос информантов также продемонстрировал, что в контекстах, допускающих синонимичное употребление заимствованного неологизма и его русского синонима, говорящие склонны выбирать русский глагол, если он в достаточной мере выражает нужное значение (ср. *поделиться* и *расшарить*). Выбор заимствованных номинаций связан прежде всего с существенными различиями в семантике (ср. *хейтить* и *ненавидеть*). Таким образом, можно говорить о расширении интенсионала узуальных русских глаголов в связи с употреблением в контекстах, связанных с новыми информационными технологиями и неформальной онлайн-коммуникацией. Прагматика комбинированных заимствований связана прежде всего с социально-возрастной дифференциацией говорящих: в основном их использует молодежь, в то время как в речи старших пользователей такие заимствования, как правило, звучат неестественно.

**Литература**

*Вертинская, О. М.* Лайки и хейты: новые знаки новой реальности / О. М. Вертинская // Свое vs чужое в дискурсивных практиках современного русского языка. – Калининград : Балтийский федеральный университет имени Иммануила Канта, 2019. – С. 96-108. – EDN GQAROG.

*Кобозева И. М.* Лингвистическая семантика. М.: Эдиториал УРСС, 2000.

Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда № 23-18-00260, <https://rscf.ru/project/23-18-00260/>.