

# КЛЮЧЕВЫЕ ИДЕИ ИНТЕРНЕТ-ПРОСТРАНСТВА И ОСОБЕННОСТИ ИХ ВЕРБАЛИЗАЦИИ



**Е.В. МАРИНОВА**

*marinova@list.ru*

д-р филол. наук, профессор  
Нижегородского  
государственного университета  
им. Н.И. Лобачевского  
Нижний Новгород, Россия

**Ключевые слова:**  
*язык Рунета, ключевая  
понятийная область,  
вербализация,  
общая сетевая лексика,  
факторы неологизации*

DOI: 10.37632/PI.2020.279.2.012

В статье рассматриваются особенности вербализации ключевых понятий и идей Рунета. Высказывается предположение о том, что формирование и обновление общей сетевой лексики происходит прежде всего в ключевых понятийных областях, отражающих деятельность человека в Интернете. Они связаны как с главным объектом – информацией, так и со всеми основными составляющими этой деятельности (целью, средством, результатом, процессом). Исходя из этого выделяются такие ключевые понятийные области, как *информация, ее качества и их оценка; поиск и хранение информации; коммуникация; техническая и технологическая база Интернета*. На материале сетевой лексики русского языка, сформировавшейся за последние 20 лет, анализируется процесс неологизации, отмечаются факторы, влияющие на этот процесс; делается вывод о специфике формирования лексики Рунета.

**В** XXI в. жизнь современного человека, как социальная, так и личная, во многом оказалась опосредованной Интернетом. Можно сказать, что она во многом стала виртуальной, т.е. проходящей не «вживую», а в особом пространстве, создаваемом с помощью сложнейшей техники и технологии. Есть все основания считать это пространство новой сферой деятельности, главным объектом которой является информация. «Всякая деятельность включает в себя цель, средство, результат и сам процесс» [6]. По отношению к интернет-пространству все эти составляющие, а также объект деятельности формируют в сознании говорящих основные понятийные области, постоянно нуждающиеся в вербализации. Условно обозначим их следующим образом:

- информация, ее качества и их оценка;
- поиск и хранение информации;
- коммуникация;
- техническая и технологическая база.

Предполагаем, что лексика Интернета формируется и обновляется прежде всего в этих основных, **ключевых понятийных областях**. Покажем это на примерах.

В данной статье нас будет интересовать общая сетевая лексика, которая включает как сленговые единицы, родиной которых стала интернет-среда (*флуд*), так и некоторые термины – обозначения наиболее распространенных, общедоступных реалий и понятий (*облако*).

**Информация, ее качества и их оценка.** Информация как цель и результат деятельности интернет-пользователей имеет значимость только в том случае, если она обладает некоторыми принципиально важными качествами, среди которых – достоверность (подлинность), актуальность, новизна. В противном случае информация оказывается бесполезной. Эти качества являются объектом устойчивой рефлексии пользователей Интернета, а их отсутствие или недостаточное проявление запускает механизм словопорождения.

Так, недостоверность информации, вызванная самыми разными причинами, вербализуется в виде как однословных, так и развернутых номинаций (*баян; британские ученые; нигерийские письма; афера*

419 и др.). Самые популярные в этой группе – *фейк* (от англ. fake ‘подделка’) и *фейковый* ‘поддельный, ненастоящий’ [2]. В то же время ряд специфических языковых средств Рунета выражают противоположную идею – подлинности, истинности информации. К таким средствам в сетевом сленге относятся *тру* (от англ. truth «правда») и образованные от него *труевый*, *трушный*; *тру стори*; *инфо 146%* и др. [5].

В лексике Рунета еще на заре интернетизации появились обозначения, отражающие отношение пользователей к бессодержательной или малосодержательной, а значит, неактуальной информации. Одно из них – *офтопик* (от англ. off topic «вне темы») – зафиксировано в «Русском орфографическом словаре» (РОС) [4]. *Офтопиком* называют сообщение, не связанное с обсуждаемой темой, или любое отклонение от основной темы в интернет-общении. Популярно и слово *флуд* (от англ. flood «поток») ‘многочисленные сообщения не по теме диалога, отвлекающие от ее обсуждения’ [2].

Как это нередко бывает в процессе номинации, вербализуется активнее то, что вызывает отрицательное отношение, отторжение. И напротив, то, что соответствует норме и не вызывает ярких эмоциональных оценок, не приводит к созданию нового слова. Мы не обнаружили лексических номинаций, особо выделяющих значимость такого качества получаемой информации, как новизна. Представление о новизне как о несомненном достоинстве сообщения, на наш взгляд, имплицитно отражено в семантике множества лексических единиц, отрицательно оценивающих противоположное качество – стереотипность, избитость, шаблонность, трафаретность и т.п. Можно сказать, что сетяне постоянно высмеивают сообщения, которые лишь претендуют на новизну и оригинальность, а по сути таковыми не являются. Одно из подтверждений этому – интернет-мем *Капитан Очевидность* (варианты: *К.О.*, *кэп*), используемый как своеобразная оценочная формула, обозначающая, что человек говорит очевидные вещи. Выражение *спасибо, кэп* указывает на то, что в полученном сообщении не содержится ничего нового. В этом же направлении развивается сетевой юмор. Так, ставшее устойчивым начало фразы *Вангую, что...* (*ванговать* – от имени прорицательницы Ванги) может заканчиваться банальным изречением, общим местом или совершенно очевидной информацией типа *ты сидишь на стуле и смотришь в монитор* [5].

Отмечаются отдельными номинациями и некоторые другие качества информации. Например, пришедшее из языка «падонков» выражение *многобукаф* в ответ на полученное сообщение используется в тех случаях, когда

текст представляется адресату слишком длинным или сложным. Кроме того, в языке Рунета существует много различных средств **общей оценки** получаемой информации. Таковы выражения *плюс один* и его варианты *плюсую*, *плюс*, *плюс много*, *стопицот* (+100500) и тому подобное, обозначающие высокую степень оценки информации. Пожалуй, самым распространенным оценочным средством является слово *лайк*. Оно активно вошло в речевой обиход сетян, как и производные от него глаголы *лайкать* (СВ *лайкнуть*), *лайкаться*, *залайкать*, *налайкать*, *облайкать*, *отлайкать*, *полайкать* [2]. Различные явления и реалии, связанные с оценкой информации с помощью кнопки «Лайк», получили обозначения в виде сложных слов, среди которых *лайкообмен*, *лайкообменник*, *лайкомер*, *лайкомания*, *лайкозависимость*, *лайкодром* (название сервиса), мем *канделаики* (от *Канделаки + лайки*) и др.

Нельзя не отметить и ряд популярных выражений олбанского языка: *аффттар жжот*, *ржунимагу*, *пеши исчо*, выражающих высокую степень оценки увиденного или услышанного, и *выпей йаду* – неодобрение. Здесь мы привели лишь наиболее известные «олбанизмы» (*аффттар жжот*, например, стал названием развлекательной передачи на Первом канале).

**Поиск и хранение информации.** Одной из самых востребованных функций Интернета, реализуемых на компьютерном или мобильном устройстве, является поиск информации. Многие пользователи отмечают, что доступность информации, ее практически неограниченный объем и скорость получения – самое большое достоинство Интернета. Фразы типа *найти* (*поискать*, *посмотреть*) в Интернете вполне обычны для современной речи. Появилось и специальное название действия, представляющего собой поиск информации с помощью какой-либо поисковой системы во Всемирной паутине, – *гуглить* (СВ *нагуглить*) [2]. РОС дает пока лишь одну форму – *гуглить* [4], однако в речи активны обе формы. Первоначально *гуглить* – осуществлять поиск информации в системе Google, затем – в любой поисковой системе. «Словарь языка интернета.ru» приводит целый ряд других производных популярного глагола: *загуглить*, *погуглить*, *прогуглить*, *выгуглить*, *гугление*, *гуглеж* и выражение *гугл в помощь*, которое наряду с формами повелительного наклонения *загугли* или *погугли* используют вместо ответа на вопрос [5].

В процессе поиска информации пользователи Интернета активно оперируют названиями конкретных поисковых программ и серверов (например, *Яндекс*, *Гугл*) либо используют родовое название *поисковик* – универбат от сочетания

*поисковая система*. В последнее время у слова *поисковик* появилась модель управления – *поисковик* + Р.п.: *поисковик билетов, туров, торрентов* и др. Состав таких словосочетаний постоянно обновляется, что связано с усовершенствованием имеющихся и появлением новых поисковых систем. Развитие интернет-технологий отразилось и на расширении сочетаемости прилагательного *поисковый*. См.: *поисковое приложение, слово; поисковый запрос, сервер; поисковая строка, страница* и др. По своему лингвистическому статусу эти сочетания являются терминами, так как обозначают специальные понятия сложнейшей информационной технологии. Однако в повседневной жизни обычные «юзеры», как правило, свободно пользуются ими как названиями вполне привычных объектов.

То же замечание касается и слова *хештег*, исходное значение которого имеет специальный характер. Родственное ему слово *тег* – термин информатики, обозначающий идентификатор для категоризации, описания и поиска данных; элемент разметки текста в HTML, – в нестрогом, нетерминологическом значении в социальных сетях используется как синоним слова *хештег* для обозначения слова, сочетания слов или фразы, идущих без пробелов после символа «решетка» (#) и служащих для более оптимального поиска информации [2]. Оба слова популярны, и популярность их растет, поскольку в последнее время практика использования специальных меток (тегов и хештегов) – один из способов продвижения и рекламы компании, товара, услуги, а также собственных публичных страниц, сайтов и т.п.

Не менее распространенным словом в той части лексики Рунета, которая связана по семантике с поиском информации, является слово *ссылка*. В современных толковых словарях компьютерное значение этого слова не отмечено. Между тем именно в этом значении *ссылка* лучше всего известна представителям молодого поколения, так как для них это прежде всего понятие из мира Интернета. Со словом *ссылка* существует несколько устойчивых оборотов: *пройти по ссылке, перейти по ссылке, кликнуть ссылку* (или *по ссылке, на ссылку*), *нажать на ссылку, щелкнуть на ссылку* (*по ссылке*), *переслать ссылку, выслать ссылку* и др.

Следует обратить внимание на обновленную семантику еще одного старого слова – *навигация* ‘перемещение по информационным ресурсам Интернета, базам данных с целью поиска нужной информации’ [3]. Метонимически это слово обозначает и саму систему, обеспечивающую передвижение между объектами в базе

данных какого-либо сервера, портала, сайта и др. По-видимому, мы опять имеем дело с **детерминологизацией**: понятие из профессиональной области, связанное с современной информационной технологией, редуцируется до вполне обыденного понятия или представления о возможности более удобного и оптимального поиска информации и доступа к ней на сайте. Возможно, этому способствовала омонимия термина *навигация* (от англ. navigation) и общеупотребительного слова *навигация* (восходит к лат. navigation < navigo «плыву на судне»). «Простые» пользователи воспринимают слово *навигация* как синоним слова *поиск*. Например, стандартные сочетания *навигация по серверу, по сайту, по ссылкам, по данным* и т.п. интерпретируются обычно как поиск местонахождения нужной информации.

Новые номинации возникают и в связи с развитием технологий, обеспечивающих хранение информации пользователя в пространстве Интернета. Так, в последнее десятилетие с внедрением так называемой Cloud Technology появилось устойчивое сочетание (калька по происхождению) *облачные технологии*. Прилагательное *облачный* приобрело новое значение (‘относящийся к технологии хранения информации в Интернете’). Появились выражения *доступ в облако/Облако, (со)хранить в облаке/Облаке, зайти в облако/Облако, бесплатное облако/Облако*, в которых слово *облако* обозначает особый способ хранения пользовательской информации, когда доступ к ней возможен с любого устройства, имеющего выход в Интернет [2].

**Коммуникация.** Важнейшим понятием в этой области является понятие сообщения как некой информации, адресованной одним пользователем другому или другим. Это понятие вербализуется рядом обозначений: нейтральным литературным словом *сообщение*, сленгизмом *мессага* (от англ. message) и др. В связи с появлением блогов и социальных сетей заметно актуализировалось слово *запись* (см. *запись на стене, в паблике, в микроблоге*), которое в некоторых контекстах используется как синоним слова *сообщение*, однако по сфере употребления оно уже, так как в его семантике отсутствует компонент значения, связанный с идеей отправления (адресности). *Запись* можно *оставить*, но не *отправить* (ср. устоявшееся выражение *отправить сообщение*).

Особое место в лексиконе сетян занимает слово *личка*. По происхождению это универбат от сочетания *личное сообщение* (распространена также аббревиатура в разных графических вариантах *ЛС, лс, л/с*). *Личкой* называют такое сообщение на форуме или в социальных сетях,

которое могут прочитать лишь двое, включая адресанта, в отличие от сообщений, доступных всем или многим. Можно заметить, что в устойчивых и распространенных у сетян сочетаниях *(на)писать в личку, закрыть (открыть) личку* этот сленгизм не тождественен по семантике производящему словосочетанию, поскольку приобретает что-то вроде пространственного значения – значения определенного сегмента в структуре сервиса, в котором возможно приватное общение. Само такое общение в языке Рунета называется *приват*.

В связи с появлением и распространением социальных сетей в последнее время становится чрезвычайно популярным заимствование *post* (от англ. to post «сообщать, объявлять о чем-то») ‘короткое сообщение в соц. сетях, содержащее автоматически создаваемые отметки (имя, время публикации)’ [2, 5]. См., например, устойчивые глагольные сочетания с этим словом: *отправить пост, послать (получить) пост, выпилить пост ‘удалить пост’* и др. Сетянам этот неологизм практически заменил слово *сообщение*, имеющее, во-первых, довольно широкую семантику и, во-вторых, ограниченные словообразовательные возможности, в отличие от слова *post* (см. дериваты *постить* ‘размещать пост’, *запостить*). Поскольку в Сети актуальным и возможным стали не просто передача информации, но и ее широкое распространение, удобными оказались родственные слова *репостить* (СВ *репостнуть*), *перепостить* и соотнесительные им синонимичные существительные *репост* и *перепост* ‘повторная публикация какого-л. сообщения’ [2].

Еще одно слово, обозначающее вид сообщения в Сети, – *коммент*. По значению оно расходится со старым заимствованием – общепотребительным словом *комментарий*, так как *комментом* можно назвать лишь сообщение, следующее за основным текстом (статьей или *записью в блоге или соцсетях*) и содержательно связанное с ним [5]. Кроме того, слово *коммент* можно считать обозначением особого интернет-жанра. С этой точки зрения *коммент* выходит за рамки сленга; на наш взгляд, это уже скорее термин (как и *post*). Однако многочисленные устойчивые сочетания – *тереть комменты, терка комментов, гадить в комментах, камменты рулят* (означает, что коммент по качеству лучше, чем исходный текст) и др. – имеют сленговый характер.

Как уже говорилось выше, качеству получаемой информации, будь то текстовое сообщение или графическое изображение, в интернет-общении придается большое значение. Наряду с вербальными или какими-либо другими средствами оценки этой информации (например,

в виде смайликов) в ответном сообщении или комментарии возможна скрытая оценка, предполагающая некоторые опции, процедуры с понравившимся или не понравившимся сообщением. С помощью кнопки (опции) «Поделиться» пользователь отправляет другому или другим то, что ему понравилось. Для такого действия в лексике Рунета существует несколько обозначений, в том числе уже упоминавшиеся *репостить, перепостить, репост, перепост*. Сам факт «репоста» сообщения интерпретируется так же, как одобрение с помощью лайков, а слово *репост* используется нередко в значении просьбы распространить, переслать какое-либо сообщение. Так, например, фраза *Максимальный репост, пожалуйста!* «взывает» именно к этому. В подобных ситуациях пишут также *лайк шер репост*, где *шер* – еще одна интернет-номинация, связанная с идеей распространения (тиражирования) информации. *Шер* (от англ. share «распространять») – название кнопки, с помощью которой можно распространить сообщение, написанное другим пользователем, а также само такое распространение. Глагол *расширить* (НСВ *шарить*) в сетевом сленге означает «поделиться чем-то в социальной сети; открыть доступ к документу в облаке».

В лексике пользователей есть и несколько номинаций (слов и выражений), обозначающих отказ от не понравившейся информации или нежелательного общения с каким-либо пользователем и имплицитно содержащих их негативную оценку, в частности: *игнорить, игнор (занести в игнор, быть в игноре и др.)*, *удалить, удалить из френдов* и др. Специальное понятие (что-то вроде *запрета*), связанное с ограничением возможностей пользователей со стороны администратора того или иного интернет-ресурса, обозначается словом *бан* (от англ. ban ‘запрещать’) и его производными *банить, забанить* ‘лишить каких-л. прав пользователя в Интернете или ограничить какие-л. права’ [2] (противоположная семантика у слов *разбанить* ‘отменить бан’, *разбан*). На основе англицизма сформировался ряд устойчивых оборотов, в том числе с использованием языковой игры: *отправить в бан/в баню, выдать бан, снять бан, отвести за баню*.

Несколько слов следует сказать и о лексике, связанной с **речевым поведением** сетян в процессе интернет-общения. По нашим наблюдениям, то, как именно сетяне общаются (чатятся), строят свои сообщения и, главное, комментарии, становится одним из постоянных объектов языковой рефлексии и в итоге вербализуется в более-менее устойчивые обозначения. Как правило, это негативно окрашенные слова, выражающие оценку действию, которое



в интернет-пространстве большинством не одобряется и не принимается. Среди них – *оффтопить*, *флудить* ‘порождать бессмысленные потоки информации (часто с недобрым умыслом); общаться бесцельно (с точки зрения модератора), писать большое количество одинаковых или практически одинаковых сообщений’ [2]. Весьма популярны и даже вышли за пределы Сети слова (*по*)*троллить*, *троллинг*. По аналогии с ними в Сети возникли *эльфить* ‘выводить собеседника из себя, во всем с ним соглашаясь, всячески восхищаясь им и постоянно делая ему комплименты’ и *эльфинг* ‘разновидность троллинга, при использовании которой провокатор во всем соглашается с собеседником, всячески восхищается им и постоянно делает ему комплименты’ [2]. Известно также специальное обозначение словесной «войны» в интернет-пространстве – *флейм* (от англ. flame «пламя»). Нельзя не отметить и устойчивое сочетание *разводить холивары* ‘провоцировать споры в сетевом общении’ (*холивар* от англ. holy war «священная война»), выражения *запилить* или *выпилить тред*, что означает «начать спор, дискусию, обсуждение» [5].

Наряду с наименованиями действий и процессов, относящихся к агрессивному, неэтичному речевому поведению, сетяне используют сниженные наименования лиц, характеризующихся таким поведением. Причем список таких наименований постоянно пополняется: *флудер*, *тролль*, *эльф*, *спамер*, *игнорщик* и др. Еще одна динамично функционирующая группа лексики Рунета, связанная с коммуникацией, представлена наименованиями разнообразных интернет-сообществ и их представителей (*падонки*, *кацениты*, *граммар-наци*, *ванильки*, *геймеры* и др.). Причиной постоянного обновления в этой лексической группе является «смена поколений»: одни сообщества устаревают, перестают существовать, их место занимают другие (более подробно об основных сетевых субкультурах см. [1]).

**Техническая и технологическая база.** Данное ключевое понятийное поле, как и предыдущие, по-разному вербализуется в языке профессионалов (программистов, «айтишников») и в языке рядовых «юзеров». Однако в этой области различия более заметны. Развитие компьютерной сферы, программирования и ИТ привели к формированию самостоятельной **терминосистемы**, ставшей основой языка профессиональной коммуникации. Вполне понятно, что большая ее часть неизвестна широкому кругу пользователей-непрофессионалов. Однако отдельные единицы терминосистемы осваиваются и ими. Существование в интернет-пространстве невозможно без элементарного владения

компьютерной и ИТ-терминологией, поскольку деятельность человека в Сети технически и технологически обусловлена. Пребывание в Сети «вынуждает» пользоваться номинациями специфических реалий этой сферы (терминами) – обозначениями различных задействованных в Интернете программ, приложений, устройств и т.п. Названия некоторых реалий становятся неотъемлемой составляющей словарного запаса пользователя Интернета (*аккаунт*, *браузер*, *вай-фай*, *имейл*, *логин*, *модем*, *онлайн*, *портал*, *сайт*, *чат* и др.). По отношению к ним следует, очевидно, говорить о **детерминологизации**. Обычные пользователи употребляют многие термины компьютерной и интернет-сферы, имея весьма нестрогое представление о научном (специальном) содержании понятия, обозначенного этим термином (выше мы показали это на примере слов *тег*, *хештег*, *навигация*) и нередко соотносят их значения со значениями аналогов – слов общеупотребительной лексики (*логин* – *имя*, *спам* – *мусор*, *хештег* – *метка*, *навигация* – *поиск* и т.п.).

Мощный фактор неологизации лексики, обслуживающей данную понятийную область, – развитие научно-технического прогресса. В этом отношении процесс неологизации имеет универсальный характер и не отражает специфику системы «Интернет», ведь, как известно, техницизмы в любой сфере деятельности появляются или, напротив, устаревают в зависимости от развития, совершенствования, модернизации техники. Так, в сфере ИТ и интернет-коммуникации идет постоянное обновление разных коммуникационных программ, их опций и функций. В результате лексика пополняется обозначениями этих новаций. Их дальнейшая судьба зависит полностью от судьбы самих реалий. Как ни популярно было слово *аська* (вследствие популярности интернет-мессенджера ICQ многие пользователи которого страдали *айсикьюзависимостью*), оно ушло с появлением и расцветом социальных сетей, принесших множество новых номинаций, включая названия самих сетей (*Фейсбук* > *ФБ*, *фейс*, *Мордокнига*; *ВКонтакте* > *ВК*, *вконтактики*; *Инстаграм* > *Инстач*, *Инста*; *Живой Журнал* > *ЖЖ*, *жешечка*; *ютуб* и др.).

В целом язык Рунета отражает в полной мере всю жизнь современного человека, все процессы, происходящие в социуме. В этом смысле языковая среда интернет-пространства изоморфна той среде, которая существует вне Сети. Однако в немалой степени это пространство само по себе образует относительно самостоятельную сферу – виртуальный мир со своими законами, правилами, нормами и своей лексикой. Ее формирование и пополнение

активнее всего происходит в тех понятийных областях, которые связаны с поиском, получением, передачей и т.п. информации, что мы и постарались показать в настоящей статье. Наиболее популярные интернет-слова отрываются от породившей их среды и начинают

использоваться в значениях, не связанных с интернет-средой (*фейк, фейковый, тролить*). Таким образом, речь сетян становится источником номинаций, которые проникают в реальную жизнь, прежде всего в устную разговорную речь, в язык СМИ. ■

Исследование выполнено при финансовой поддержке Российского Фонда фундаментальных исследований в рамках научного проекта 18-012- 00195 А

## ЛИТЕРАТУРА

1. Кронгауз М. А. Самоучитель олбанского. М., 2013.
2. Новые слова XXI века: Словарные материалы / Под ред. Е.В. Мариновой. Н. Новгород, 2015. Вып. II.
3. Новые слова и значения: Словарь-справочник по материалам прессы и литературы 90-х гг. XX века / Под ред. Т.Н. Буцевой, Е.А. Левашова. СПб., 2009. Т. II.
4. Русский орфографический словарь / Под ред. В.В. Лопатина, О.Е. Ивановой. М., 2012.
5. Словарь языка интернета.ru / Под ред. М.А. Кронгауза. М., 2016.
6. Философский словарь. М., 1983.

## References

1. Krongauz M.A. Samouchitel' olbanskogo. M., 2013.
2. Novye slova XXI veka: slovarnye materialy / Pod red. E.V. Marinovoj. N. Novgorod, 2015. Vyp. II.
3. Novye slova i znachenija: slovar'-spravochnik po materialam pressy i literatury 90-h godov XX veka / Pod. red. T.N. Butcevoj, E.A. Levashova. SPb., 2009. T. II.
4. Russkij orfograficheskij slovar' / Pod red. V.V. Lopatina, O.E. Ivanovoj. M., 2012.
5. Slovar' jazyka interneta.ru / Pod red. M.A. Krongauza. M., 2016.
6. Filosofskij slovar'. M., 1983.

**E.V. Marinova**

## KEY CONCEPTS OF INTERNET SPACE AND PECULIARITIES OF THEIR VERBALIZATION

*Language of RuNet, key conceptual field, verbalization, common Internet lexis, factors of neologization.*

The article deals with the peculiarities of verbalization of key concepts and ideas of RuNet. The author puts forward an assumption that the formation and renewal of common Internet lexis primarily takes place in key conceptual fields reflecting man's activity in the Internet. They are connected both with the main object – information, and with all the basic components of this activity (aim, means, result, process). Proceeding from this assumption the author singles out such key conceptual fields as information, its characteristics and their evaluation; search and storage of information; communication; technical and technological base of the Internet. The case study of Russian Internet lexis formed in the last twenty years enables the author to analyse the process of neologization, to point out the facts that influence this process and make a conclusion about the peculiarities of RuNet lexis formation. Language of RuNet, key conceptual field, verbalization, common Internet lexis, factors of neologization.