

DOI <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-227-2-91>

LANGUAGE OF SOCIAL NETWORKS

МОВА СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ

Kobyliatska H. S.

*Lecturer at the German Philology
Department
Borys Grinchenko
Kyiv University
Kyiv, Ukraine*

Кобиляцька Г. С.

*викладач кафедри
германської філології
Київський університет
імені Бориса Грінченка
м. Київ, Україна*

Термін «соціальна мережа» з'являється вперше 1954 року у книзі «Класи і збори в норвезькому острівному приході» соціолога Манчестерської школи Джеймса Барнса. На той час, щоправда, цей термін зовсім не стосувався Інтернету, він розкривав поняття людських взаємин, проте зміст був сформульований цілком чітко: соціальна мережа – це те, що об'єднує групи людей за інтересами [1, с. 44].

Об'єкт дослідження – лексичні одиниці мови спілкування соціальних мереж. **Предмет дослідження** – лексичні та граматичні особливості творення, функціонування та використання лексичних одиниць, притаманних соціальним мережам.

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) [2, с. 136].

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 відрізнятись від особистості в реальному житті. В результаті цього створюються сприятливі умови для зниження почуття відповідальності та страху осудження з боку інших користувачів;

- подальше поширення тенденції до демократизації мовлення.

Вживаючи термін «сленг», ми маємо на увазі різновид мовлення, який використовується окремою відносно стійкою соціальною групою, до якої й належать користувачі соціальних мереж, наприклад, Facebook і MySpace та мікроблогів Tumblr і Twitter [2, с. 137].

Людина, яка створює слово (originator), 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. Таким чином, ми можемо сказати, що сленг соціальних мереж знаходиться на стадії соціалізації, оскільки він пройшов стадію прийняття в соціумі, тобто серед користувачів, але ще не закріплений в мовній системі [2, с. 137].

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

Соціальні мережі мають високий рівень динамічності. Мова сучасного Інтернету досі малодосліджена: одні науковці вважають її «псевдогендерною», інші – такою, що перебуває під креативним впливом молодіжної субкультури. Лексичні одиниці соціальних мереж мають ознаки спільні і для сленгізмів, і для неологізмів, а отже, отримують статус «сленгових неологізмів». **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 [3, с. 97].

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.

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** [3, с. 98].

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. Я їду до києва; tell viktor that I am ready; він влаштувався на роботу у міністерство культури тощо.

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. 99].

До найпоширеніших способів творення сленгових одиниць у соціальних мережах відносять: 1) запозичення (фейк, юзати, сабж, лайк, френд, ребут); 2) аббревіація (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*.

Також використовується такий засіб як **метонімія**, – це перенесення значення одного елемента події на другий. 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) [3, с. 100].

Телескопія – спосіб створення нових лексичних одиниць, який полягає в накладанні однієї морфемі 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), *twake-up* (to tweet as soon as you wake up in the morning, mostly before performing any other morning ritual) [2, с. 138].

Українськомовні варіанти: уподобайкнути – те саме, що й «лайкнути», утворене поєднанням українського «вподобати» та запозиченого «лайкнути». Самознимка, самосвітлик (від сам + світл(ина) + суфікс –ик–), себешечка, самоклац, себеклац, особисточка, себенчик – те саме, що й селфі. Підписник, постезник, відслідковувальник, споглядальник – інтернет-дописувач [1, с. 45].

Далі наведено деякі приклади лексичних одиниць соціальних мереж.

Таблиця 1

Лексичні одиниці соціальних мереж [4]

Приклад	Пояснення, переклад	Ремарка
1	2	3
To mistext	“Mistext” означає «надіслати повідомлення не тій людині».	Взагалі, приставка -mis- часто має значення «переплутати щось». Візьмемо, наприклад, відоме слово “misunderstanding” (нерозуміння).

Закінчення таблиці 1

1	2	3
Bucket list	Список справ, які навряд чи будуть реалізовані.	Напевно, у кожного є список книг, які треба було б прочитати, фільмів, які треба було б подивитися, музеїв, які треба було б відвідати – проблема в тому, що не вистачає часу.
Antisocial networking	Присвячується всім, хто страждає «лайкозалежністю».	«Антисоціальний нетворкінг», що передбачає бездумне нарощування кількості друзів у соціальних мережах.
Helicopter parents	Фраза характеризує надмірно дбайливих батьків, які намагаються контролювати дитину у всьому і завжди.	
Nonversation	Фразеологізм використовується для позначення розмови, яка не має жодного сенсу.	Утворено з поєднання негативної приставки “non” та іменника “conversation”.
Mouse potato	Фраза застосовується по відношенню до тих, хто віддає перевагу диванному відпочинку активному.	Але час накладає свій відбиток на мову, і сьогодні в англійській вже з’явилася фраза “mouse potato”, яка має схожий зміст, але відноситься більше до тих, хто все своє дозвілля проводить за комп’ютером.

Таблиця 2

Лексичні одиниці соціальних мереж [5]

Приклад	Пояснення, переклад
Fitstagrammer	Поєднання слів Instagram та fitness. Означає людину, чії фотографії в Instagram присвячені виключно фітнесу та здоровому способу життя.
FOMO	Абревіатура виразу “the fear of missing out”. Означає страх людини пропустити останні новини, події та тенденції у соціальних мережах.
Ghosting	Різке, без попереджень та пояснень, ігнорування того, з ким до цього ви спілкувалися.
Orbiting	Від слова orbit. Явище, що означає, що людина перестала з вами спілкуватися, не відповідає на повідомлення, але стежить за всіма вашими постами та діями в соцмережах, ставить лайки і можливо навіть залишає коментарі. Тобто, тримає вас на своїй орбіті.
Cyberstalking	Від слів cyber та stalking. Означає буквально «кіберпереслідування». Це коли одна людина надсилає нав’язливі особисті повідомлення в соцмережах – часто неприємного змісту та з погрозами. Іноді з різних та анонімних облікових записів, щоб жертва переслідування не змогла його вичислити.

Висновки. Неологізми, англіцизми, запозичені слова, аббревіатури, скорочення тощо є найпоширенішими лексичними засобами мови соціальних мереж. Речення, які використовуються у соціальних мережах, найчастіше характеризуються стислістю та лаконічністю, у спілкуванні переважають прості речення. Мова Інтернет-спілкування має тенденцію до експресивності, неофіційності та емоційного забарвлення.

Література:

1. Єльнікова Н. Мовний аспект комунікації в українських версіях соціальних мереж. *Сучасні проблеми правового, економічного та соціального розвитку держави*. Харків, 2017. С. 43–46.
2. Каптурова В. Сленг соціальних мереж та мікроблогів. *Лінгвістика XXI століття: нові дослідження і перспективи*. С. 134–140.

3. Николаєва Т. Лексико-семантичні аспекти мови соціальних мереж. *Закарпатські філологічні студії*. Випуск 9. Том 2. С. 96–101.

4. 30 сленгових слів з англійської мови для Інтернет-чайників. URL: <https://www.fluentu.com/blog/english-rus/английский-интернет-сленг/> (дата звернення 23.07.2022)

5. Новий сленг соцмереж. URL: <https://www.kaplaninternational.com/ru/blog/uroki-angliyskogo-sleng/novyy-sleng-socsetey> (дата звернення 23.07.2022)

DOI <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-227-2-92>

ECOLINGUISTIC ANALYSIS OF GERMAN MEDIATEXTS

ЕКОЛІНГВІСТИЧНИЙ АНАЛІЗ НІМЕЦЬКИХ МЕДІАТЕКСТІВ

Piankowska I. V.

*Candidate of Philological Sciences,
Associate Professor,
Doctoral student of the Institute
of Philology
Taras Shevchenko National University
of Kyiv
Kyiv, Ukraine*

Пянкoвська І. В.

*кандидат філологічних наук,
доцент,
докторант Інституту філології
Київський національний університет
імені Тараса Шевченка
м. Київ, Україна*

Сучасний медіапростір надає широкі можливості, з одного боку, для висловлення будь-яких думок, а з іншого, – для сприйняття необмеженого кола інформації різного рівня і якості, яка нерідко може завдавати негативного психоемоційного впливу як на окрему особистість, та і на суспільство в цілому. З огляду на це, все більшої актуальності набувають еколінгвістичні дослідження, важливим завданням яких є врегулювання комунікативної взаємодії та забезпечення екологічності спілкування [2, с. 211].

Еколінгвістика як міждисциплінарна галузь, що вивчає мову як екологічну систему, досліджує шляхи захисту мови від руйнування, ушкодження, псування на всіх рівнях, має на меті захищати і охороняти мову як частину природи, як інструмент, що впливає безпосередньо на фізичне, моральне і духовне здоров'я суспільства [2, с. 212, 224]. Поняття і термінологічний апарат еколінгвістики, її