

УДК 808.5:316.77

Цитування:

Соломенко Л. І. Особливості масової мовленнєвої культури соціальних мереж. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв* : наук. журнал. 2023. № 1. С. 99–103.

Solomenko L. (2023). Features of Mass Speech Culture in Social Networks. *National Academy of Managerial Staff of Culture and Arts Herald: Science journal*, 1, 99–103 [in Ukrainian].

Соломенко Ліна Іванівна,
викладачка кафедри тележурналістики
та майстерності актора
Київського національного університету
культури і мистецтв
<https://orcid.org/0000-0001-9678-1603>
angelina_05@ukr.net

ОСОБЛИВОСТІ МАСОВОЇ МОВЛЕННЄВОЇ КУЛЬТУРИ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ

Мета статті – виявити особливості мовленнєво-поведінкових стереотипів масової мовленнєвої культури соціальних мереж. **Методологія дослідження.** Застосовано типологічний метод, що посприяв виявленню особливостей розвитку масової мовленнєвої культури в соціальних мережах; метод системного аналізу та синтезу, завдяки якому соціальні мережі було розглянуто в контексті сучасного медіапростору, з властивою їм своєрідністю; а також описативний метод та метод культурологічного аналізу. **Наукова новизна.** Досліджено особливості мовленнєвої культури соціальних мереж; розглянуто специфіку інтернет-спілкування як унікального засобу глобальної комунікації; виявлено особливості впливу мови інтернет-комунікацій на розвиток сучасної масової мовленнєвої культури. **Висновки.** Вироблений користувачами інтернет-сленг наразі отримав значне поширення в загальноспоживачській лексиці, а ігрові умови віртуального простору сприяють наближенню комунікації до гри, що на рівні масової мовленнєвої культури проявляється в тяжінні до манери розмовної мови навіть на серйозних сайтах. Дослідження виявило, що медіатексти соціальних мереж завдяки унікальному поєднанню елементів вербальної та візуальної виразності здійснюють відчутний вплив на користувача. Аналіз сучасного контенту соціальних мереж засвідчує: тенденцію депопуляризації демутивів (зменшувальних найменувань); передачу іноземних (передусім англійських) слів, словосполучень та фраз в українській графіці; інтегрування іншомовної лексики в медіатекст у вигляді варваризмів; введення в медіатекстах елементів злодійського аргю, комп'ютерного жаргону та специфічної інтернет-лексики (як стилістичної гри); прояв оригінального гумору, відповідно до особистої мовленнєвої кваліфікації.

Ключові слова: нові медіа, масова мовленнєва культура, інтернет-комунікація, соціальні мережі, контент, медіатексти.

Solomenko Lina, lecturer, Department of Television Journalism and Actor's Skills, Kyiv National University of Culture and Arts

Features of Mass Speech Culture in Social Networks

The purpose of the article is to reveal the peculiarities of speech and behavioural stereotypes of mass speech culture in social networks. **The research methodology.** The typological method is applied, which has contributed to identification of the peculiarities of mass speech culture development in social networks. The method of systemic analysis and synthesis, the descriptive method and the method of cultural analysis have enabled the consideration of social networks in the context of the modern media space, with their inherent originality. **The scientific novelty.** Peculiarities of the speech culture in social networks are studied; the specifics of Internet communication as a unique means of global communications are considered; the peculiarities of influence of the language of Internet communications on the development of modern mass speech culture are revealed. **Conclusions.** Internet slang produced by users has now become widespread in the general consumer vocabulary, and the game conditions of the virtual space contribute to the approach of communication to the game, which at the level of mass speech culture is manifested in the tendency to the manner of spoken language even on serious websites. The study has found that media texts of social networks, due to a unique combination of verbal and visual expressiveness, have a tangible impact on the user. The analysis of contemporary content of social networks confirms the trend of depopularisation of diminutives (diminutive nouns), transfer of foreign (primarily English) words and phrases in Ukrainian graphics, integration of foreign vocabulary into the media text in the form of barbarisms, introduction of elements of thieves' slang, computer jargon, and specific Internet vocabulary in media texts (as a stylistic game), manifestation of original humour in accordance with personal speech qualifications.

Key words: new media, mass media culture, Internet communication, social networks, content, media texts.

Актуальність теми дослідження. Зміни на різних рівнях соціокультурного середовища вимагають трансформації старих і появи нових мовних засобів комунікації, що спричинює напрям подальшого розвитку масової мовленнєвої культури суспільства. Інтернет-комунікація, безумовно, стала невід'ємною складовою сучасної мовленнєвої культури: в епоху глобалізації онлайн-комунікація традиційно використовує текст як головний спосіб організації сучасного комунікативного простору. Це зумовлює актуальність дослідження проблематики впливу онлайн-спілкування в соціальних мережах на трансформацію і розвиток сучасної масової мовленнєвої культури.

Аналіз досліджень і публікацій. Проблематика мовленнєвої культури в контексті феномену соціальних мереж перебуває в колі наукових інтересів багатьох українських вчених, про що свідчить низка публікацій у фахових виданнях. Наприклад, І. Ковальчук у статті «Мовна специфіка спілкування в інтернеті» [4] здійснює спробу охарактеризувати мову сучасного світового комунікативного віртуального простору на основі аналізу спілкування на форумах, чатах, блогах та ін.; Н. Єльнікова в науковій розвідці «Мовний аспект комунікації в українських версіях соціальних мереж» [2] досліджує питання спілкування в соціальних мережах, зміну характеру комунікативних процесів, що опосередковані найновішими інформаційними технологіями; Т. Івахненко в публікації «Культура мовлення в інтернет-комунікації» [3] аналізує вплив інтернет-мережі на комунікативну культуру суспільства та ін. Проте питання масової мовленнєвої культури соціальних мереж лишається відкритим і вимагає подальшого дослідження з культурологічних позицій.

Мета статті – виявити особливості мовленнєво-поведінкових стереотипів масової мовленнєвої культури соціальних мереж.

Виклад основного матеріалу. Інтернет-комунікація нових медіа належить до моделі комунікації, у якій людина є невід'ємною частиною комунікації, а її особистісні, психологічні, соціальні та інші характеристики визначають особливості комунікативного процесу.

Учасники інтернет-комунікації формують новаторську соціокультурну реальність, у якій кожен індивід отримує рівні права та можливість демократичного спілкування на рівних, а також потенційну можливість стати учасником чи свідком комунікативного акту (завдяки специфіці середовища).

У процесі комунікації користувачі нових медіа набувають особливих ролей, що

зумовлені не лише необхідністю створювати моделі уявної цільової аудиторії, але й потребою в самопрезентації, що природним чином відображається на мові спілкування. Ці самі фактори зумовлюють ігрові умови комунікації, карнавальний характер, що призводить до мовних новацій, перегляду мовних норм та соціальних обмежень. Добровільність вибору співрозмовника та ненасильницький характер комунікації сприяють емоційній насиченості спілкування.

Поява інтернету відкрила нову добу в культурі спілкування, характерною рисою якої є розвиток соціальних мереж, що єднають представників різних культур з усього світу. Нові способи міжкультурної комунікації поєднують людей довкола гострих та актуальних екологічних, соціальних, економічних, політичних і культурних проблем, які вимагають уваги людства незалежно від географічних меж.

Спілкування стає дедалі більш демократичним і доступним величезній кількості людей, різних за походженням, які проживають на різних континентах.

З іншого боку, динаміка мобільності людей, зумовлена активним розвитком транспортної мережі, ліквідує просторові та часові бар'єри в особистому спілкуванні, зближує людей фізично, викликає змішування культур. Ці явища сучасного світу сприяють формуванню глобального світогляду, виробленню глобального менталітету і, як наслідок, зміні мови людей, які вбирають у себе феномени інших культур, що популяризуються через засоби глобальної комунікації.

Соціальні мережі, такі як LinkedSn, Facebook, Instagram, Google+ та ін., стали невід'ємною частиною життя сучасної людини. Наразі їх використовують в усіх сферах людської діяльності: культурі, спілкуванні, транспорті, розвагах, фінансах, спорті, професійній діяльності та ін.

Соціальні мережі – різноманітні платформи в інтернеті, які дають можливість користувачам спілкуватися та встановлювати стосунки «за допомогою фотографій, відео, груп, повідомлень, чатів та ін.» [2, 44]. До їх основних характеристик належать: відкритість, контроль з боку користувачів, наявність анонімної аудиторії, відсутність безпосереднього зворотного зв'язку, анонімність, що сприяє саморозкриттю та самовираженню, а серед функцій основними є: самовираження, комунікація та соціалізація, самокомунікація; розвага; освіта; інформування.

Як унікальні культурні матриці віртуального мережевого спілкування соціальні

мережі стають базовими в процесі переформатування глобального соціокультурного ландшафту сучасності, створюючи нові – віртуально-комунікативні – ареали. Саме на основі соціальних мереж активно формуються та функціонують лінгвокультурні комунікативні спільноти.

На відміну від традиційних культур, що базувалися на територіальній, національній чи релігійній єдності, інноваційні цифрові культури глобальної мережі детерміновані передусім техніко-комунікативними особливостями соціальних мереж. Це підтверджує фундаментальний постулат теоретиків технологічного детермінізму Е. Тоффлера, М. Маклюена та ін. про те, що розвиток техніки та технологій зумовлюють принципові зміни в житті людини та суспільства загалом.

Розвиток сучасного суспільства відбувається завдяки впливу інформаційно-комунікативних технологій, які здійснюють вплив на обмін інформацією в процесі спілкування та на способи побудови міжособистісних стосунків, а також на дозвілєву, ігрову діяльність людини, що трансформується у світ кіберпростору, у якому формується віртуальна ідентичність людини, відома як віртуальна мовна особистість.

Обмін думками, ідеями, подіями є одним з основних мотивів у спілкуванні між людьми. На думку соціолога А. Бергса, соціальні мережі дають змогу користувачам створювати профілі, визначати список користувачів, з ким вони можуть і хочуть спілкуватися, переглядати їх особисті акаунти [5].

На думку дослідників, наявність соціальних мереж – невід'ємний атрибут людських стосунків, оскільки всі механізми роботи соціальних мереж від самого початку закладені в практиці комунікації. Але на сучасному етапі під поняттям «соціальна мережа» зазвичай розуміють віртуальну, комунікативну, горизонтальну та самоорганізуючу мережу. Таке розуміння відповідає теорії «мережевого суспільства», що розроблена в наукових працях Я. ван Дейка, М. Кастельса, Б. Веллмена та інших авторів, відповідно до якої в сучасному соціумі мережеві зв'язки починають набувати домінуючого значення відносно зв'язків у межах інституціональних державно-політичних, соціально-стратифікаційних, корпоративних та інших структурних утворень.

Отже, на сучасному етапі соціальна мережа втілює постулат панкомунікаційної теорії Н. Лумана про те, що комунікація є головним субстратом та конструюючим фактором соціуму. Німецький соціолог

наголошує, що «соціальна система – це сукупність комунікацій, а тому просторові межі відображають лише внутрішню структурованість системи, її внутрішню диференціацію, спрямовану на подолання складнощів її самої та навколишнього середовища» [7, 135]. Так мережева комунікація формує новий тип культур, які відповідають постулату О. Шпенглера про те, що культура як одиниця світового простору «може бути визначена як (...) певна єдина стилістика» [8, 132].

Комунікативні культури соціальних мереж є автономними нормативно-ціннісними системами, що виникають на цифрових платформах мережевих каналів і наділені лінгвокомунікативною специфікою: символічним інструментарієм публічного спілкування, нормами мовленнєвої поведінки та способами презентації повідомлень, форматами спілкування, мовленнєвими стратегіями і тактиками, принципами самоорганізації та самовідтворення.

Дослідники визначають їх спільними рисами: опосередкованість цифровими технологіями, віртуальність, самопрезентативність, інтерактивність, гіпертекстуальність, креативність та різноманітність [6, 16].

Характерною тенденцією медіатекстів соціальних мереж є адаптування українських слів під іншомовну версію, наприклад: «загуглити» (проводити пошук певної інформації в інтернеті через пошуковий сервіс Google), «сторіс» (мінірепортаж, створений у мережі Instagram для того, щоб показати друзям фото та короткі відео, які автоматично видаляються через 24 години), «лайкнути» (вподобати в соціальній мережі Facebook), «селфі» (один із видів фотографії-автопортрета, який зробив користувач за допомогою вебкамери, смартфона чи фотоапарата), «фоловер» (інтернет-дописувач, користувач соціальної мережі, який слідкує за новинною стрічкою інших користувачів) та ін.

Останнім часом у соціальних мережах поширюються українськомовні варіанти, наприклад: «уподобайкнути» («лайкнути»), «себенчик» («селфі»), «підписник» («інтернет-дописувач»), «мобільний засосунок» (програмне забезпечення, призначене для роботи на мобільних пристроях – смартфонах, планшетах та ін.).

О. Беззубова акцентує на тому, що «соціальні мережі Facebook та Instagram змінили механізми масової комунікації, розширивши межі медійного впливу на соціум та формування громадської свідомості й думки» [1, 9].

Відповідно, соціальні мережі як один із найбільш яскравих феноменів доби

глобалізації позиціюються як конкретний інструмент, що дає змогу організувати взаємозв'язки між людьми, активізувати соціальну складову цієї взаємодії в режимі онлайн.

Новою формою мовної взаємодії на сучасному етапі є письмово-усне мовлення. Українська мова існує в інтернеті переважно в письмовому варіанті, але в умовах інтерактивної мережевої комунікації темп мовлення наближений до її усного різновиду. Отже, синхронна інтерактивна комунікація в інтернеті наближена за своїми характеристиками до реального спілкування.

Комунікація в соціальних мережах надає можливості знайти співрозмовників, близьких за поглядами, думками, інтересами й інтелектуальним рівнем. Спілкування в соціальних мережах розширює можливості комунікації, сприяє самоідентифікації людини, знаходженню нею саме того комунікативного виміру, що є найбільш комфортним.

У письмовій мові користувачів відображено особливості вимови. Наприклад, відчуваючи потребу зробити так, щоб адресати ніби почули їх, користувачі зазвичай використовують розтягнення голосних: тривалість голосних графічно передається за допомогою повторення букв. Окрім того, трапляються фонетичні скорочення – слова, що імітують неповний стиль вимови, характерний для невимушеного побутового мовлення: тіки (від тільки) та ін.

На графічному рівні можемо виділити застосування латинської графіки для передачі інформації українською мовою. Наприклад, дуже популярним є коментар «*Ya oru*» – транслітерація фрази має вигляд мовної гри. Метою цієї графіки є привернення уваги до репліки, виділення власного повідомлення. Обов'язковими практично для кожної публікації або коментаря є використання таких графічних елементів, як ематикони – комбінації розділових знаків, за допомогою яких користувачі намагаються передати один одному емоції.

На словотворчому рівні спостерігаємо скорочення слів, що поділяються на кілька різновидів: нові слова, утворені способом усунення основи за абrevіатурним способом: комент (від «коментар»), адмін (від «адміністратор») або специфічні скорочення, походженням яких є тексти смс: *ДР, норм, дяк* та ін.

Сучасний контент соціальних мереж свідчить про тенденцію до депопуляризації демінутивів – зменшувальних найменувань, що

були популярні в мові інтернет-комунікацій на початку ХХІ століття, наприклад: *відосики, котики, лайливець* та ін.

Найбільшу кількість специфічних явищ спостерігаємо на лексичному рівні. Використання низки лексичних елементів пов'язане з грубуватим тоном сучасного інтернет-спілкування, у якому увагу акцентують на цинізмі. Відмінною рисою є те, що за допомогою грубої лексики користувачі прагнуть передусім не образити, а посилити емоційність власної точки зору, виставити свій власний цинізм, продемонструвати мовну свободу, епатувати співрозмовника й ін.

Окрему увагу привертають запозичені слова. Так, наприклад, англійські слова, словосполучення та фрази можуть бути передані в українській графіці: «*Михайле, аз ю віш, не питання, як то кажуть...*», «*Джаст е момент!*», «*Євгене, соррі...*» та ін. Причинами появи подібних інтеграцій в українську мову є не стільки бажання сказати щось англійською мовою, скільки прагнення до мовної гри за допомогою транслітерації.

Користувачі також можуть перейти на латинську клавіатуру й набрати англійські слова в оригінальній графіці, поєднавши їх з українськими в одній фразі: «*Оксано, Never mind. То лише моя власна думка*». Свобода володіння іноземною мовою стає для сучасного українця все більш природною, а в деяких інтернет-спільнотах формується ситуація, наближена до двомовності.

Оскільки практично всі користувачі володіють інформацією в комп'ютерній галузі, у їх повідомленнях зазвичай трапляються комп'ютерний жаргон та специфічна інтернет-лексика. Використовуючи професійні слова, комунікант передбачає, що буде зрозумілий співрозмовникам, тобто професіоналізми комп'ютерної галузі виходять за межі цього соціального різновиду мовлення і стають «своїми» для користувачів.

На основі аналізу контенту соціальних мереж можемо констатувати атмосферу молодіжного спілкування, створювану за допомогою молодіжного сленгу. Сленгізми трапляються як у мовленні молоді, так і в спілкуванні людей середнього віку, що засвідчує втрату ними в інтернет-просторі прив'язки лише до молодіжного середовища.

Певною стилістичною грою користувачів є введення в медіатексти елементів злодійського аргю (за поняттями, *віджати*), проте це скоріше виняток для інтелектуального контенту. Натомість широкого вираження отримали різноманітні засоби виразності та образності: метафори, порівняння, елементи мовної пародії,

трансформації стійких висловів, обігрування прецедентних висловів, алюзії, навмисне пропущення слів та незакінченість, стилістичний контраст (наприклад поєднання термінології з вульгаризмами).

Показовою рисою є схильність до гумору в медіатекстах, який будують оригінально та різноманітно відповідно до особистої мовленнєвої кваліфікації.

Варто зауважити, що для користувачів інтелектуального контенту надзвичайно важливим є грамотне написання, хоча найбільш типові серед сучасних носіїв української мови орфографічні, мовленнєві, пунктуаційні та граматичні помилки також трапляються.

Наукова новизна. Досліджено особливості мовленнєвої культури соціальних мереж; розглянуто специфіку інтернет-спілкування як унікального засобу глобальної комунікації; виявлено особливості впливу мови інтернет-комунікацій на розвиток сучасної масової мовленнєвої культури.

Висновки. Вироблений користувачами інтернет-сленг наразі отримав значне поширення в загальноспоживачькій лексиці, а ігрові умови віртуального простору сприяють наближенню комунікації до гри, що на рівні масової мовленнєвої культури проявляється в тяжінні до манери розмовної мови навіть на серйозних сайтах.

Дослідження дало змогу виявити, що медіатексти соціальних мереж завдяки унікальному поєднанню елементів вербальної та візуальної виразності здійснюють відчутний вплив на користувача. Аналіз сучасного контенту соціальних мереж засвідчує: тенденцію до депопуляризації демінутивів (зменшувальних найменувань); передачу іноземних (передусім англійських) слів, словосполучень та фраз українською графікою; інтегрування іншомовної лексики в медіатекст у вигляді варваризмів; введення в медіатекстах елементів злдійського аргю, комп'ютерного жаргону та специфічної інтернет-лексики (як стилістичної гри); прояв оригінального гумору, відповідно до особистої мовленнєвої кваліфікації.

Література

1. Беззубова О. Комунікативний простір німецькомовних соціальних медіа. *Сучасні дослідження з іноземної філології*. 2021. Вип. 1(19). С. 7–16.

2. Єльнікова Н. І. Мовний аспект комунікації в українських версіях соціальних мереж. *Сучасні проблеми правового, економічного та соціального розвитку держави*. Харків, 2017. С. 43–46.

3. Івахненко Т. П. Культура мовлення в інтернет-комунікації. *Наукові праці Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка. Філологічні науки*. 2015. Вип. 40. С. 97–100.

4. Ковальчук І. А. Мовна специфіка спілкування і інтернеті. *Магістеріум. Мовознавчі студії*. 2009. Вип. 37. С. 45–48.

5. Bergs A. Analyzing Online Communication from a Social Network Point of View: Questions, Problems, Perspectives. *Language@internet*. 2006. Vol. 3. URL: <https://www.languageatinternet.org/articles/2006/371> (дата звернення: 08.01.2023).

6. Flesch M. Acronyms and Emoticons on a Popular Web Forum: Does Gender Makes a Difference? A Corpus-Based Study of Reddit. *Humanities and Social Sciences*, 2016. 107 p. URL: <https://hal.univ-lorraine.fr/hal-02317528> (дата звернення: 08.01.2023).

7. Luhmann N. The World Society as a Social System. *International Journal of General Systems*. 2008. № 8(3). Pp. 131–138. DOI: 10.1080/03081078208547442.

8. Spengler O. *The Decline of the West*. Oxford University Press, 1991. 414 p.

References

1. Bezzubova, O. (2021). Communicative space of German-language social media. *Modern research on foreign philology*, 1(19), 7–16 [in Ukraine].

2. Yelnikova, N. I. (2017). Linguistic aspect of communication in Ukrainian versions of social networks. *Modern problems of legal, economic and social development of the state*. Kharkiv, 43–46 [in Ukraine].

3. Ivakhnenko, T. P. (2015). Speech culture in Internet communication. *Scientific works of Kamianets-Podilskyi National University named after Ivan Ohienko. Philological sciences*, 40, 97–100 [in Ukraine].

4. Kovalchuk, I. A. (2009). Linguistic specifics of communication and the Internet. *Magisterium. Linguistic studies*, 37, 45–48 [in Ukraine].

5. Bergs, A. (2006). Analyzing Online Communication from a Social Network Point of View: Questions, Problems, Perspectives. *Language@internet*, 3. Retrieved from: <https://www.languageatinternet.org/articles/2006/371> [in English].

6. Flesch, M. (2016). Acronyms and Emoticons on a Popular Web Forum: Does Gender Makes a Difference? A Corpus-Based Study of Reddit. *Humanities and Social Sciences*. Retrieved from: <https://hal.univ-lorraine.fr/hal-02317528> [in English].

7. Luhmann, N. (2008). The World Society as a Social System. *International Journal of General Systems*, 8(3), 131–138. DOI: 10.1080/03081078208547442 [in English].

8. Spengler, O. (1991). *The Decline of the West*. Oxford University Press [in English].

*Стаття надійшла до редакції 09.01.2023
Отримано після доопрацювання 10.02.2023
Прийнято до друку 17.02.2023*