

## МОВНІ ТА КОМУНІКАТИВНІ ОСОБЛИВОСТІ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ

Вінницький національний технічний університет

### *Анотація*

*Роботу присвячено проблемі особливостей спілкування та комунікативного самовираження в соціальній мережі. Зазначено, що мова соціальних мереж є відображенням реальної мовленнєвої ситуації зі значною кількістю розбіжностей між літературною мовою та власне мовленням користувачів. Розглянуто фактори організації комунікативного простору в соціальних мережах, які форсують зміну ustalених досі норм комунікації і, як наслідок, впливають на використання мови у парадигмі мережевого спілкування, що далі впливає на зміни в мові загалом.*

**Ключові слова:** мова, мовний засіб, комунікація, соціальні мережі, інтернет-мережі, технології.

### *Abstract*

*The work is devoted to the problem of peculiarities of communication and communicative self-expression in the social network. It is noted that the language of social networks is a reflection of the real speech situation with a significant number of differences between the literary language and the actual speech of users. The factors of organization of communicative space in social networks are considered, which force the change of established norms of communication and, as a consequence, influence on the use of language in the paradigm of network communication, which further affects changes in language in general.*

**Keywords:** language, language tool, communication, social networks, Internet networks, technologies.

Сьогодення вимагає від сучасних дослідників пошуку нових ідей, креативних підходів для формування комунікативних навичок у соціальному середовищі. ХХІ століття привнесло свої зміни в погляди на комунікацію, і тепер основними засобами міжособистісного спілкування стають соціальні мережі. Щороку соціологічні дослідження фіксують збільшення розмаїття таких мереж та їхніх користувачів. Проведені опитування доводять, що думки респондентів розділилися й важко сказати, що саме соціальні мережі приносять людству – користь чи шкоду? Але це реальність нашого життя, тому є необхідність у розгляді основних тенденцій впливу соціальних мереж на мову в цілому.

У наш час соціальні мережі витісняють безпосереднє живе спілкування, створюють віртуальний світ, у межах якого ті, хто комунікують між собою, можуть і не знати один одного, тому емоційне забарвлення мови та правильність вживання лексики під час такого взаємозв'язку частково зникає. У результаті відбувається примітивізація мовної дискусії, що свідчить про потенційні загрози для збереження та розвитку літературної мови. Проте соціальні мережі стали для людства чи не найголовнішим комунікативним засобом, який відіграє важливу роль у мовній практиці, зокрема, українців [6, с.234]. Але водночас, виконуючи низку функцій засобів масової комунікації та інформації, соціальні мережі не є такими засобами, а створюють лише простір, де функціонує масова комунікація та інформація.

Важливими специфічними характеристиками інтернет-комунікацій між суб'єктами вважають фізичне незнайомство партнерів по комунікації, обмежені можливості використання невербальної інформації, відтерміновані реакції на звернення. Ці особливості ґрунтуються на віртуальному характері Інтернет-комунікацій. Їх наслідками є, з одного боку, комфортність спілкування як прояв власного розкріпачення, а з іншого боку – дискомфорт внаслідок безкарності контрагентів, що додає інтернет – спілкуванню особливий емоційний фон [1].

Виділяють різні види соціальних мереж: публічні (з відкритим доступом для усіх охочих); закриті, лише для співробітників певної компанії, корпорації, де працівники обговорюють власні проєкти та розміщують конфіденційну інформацію. Соціальні мережі також поділяють за спрямованістю: для розваги та відпочинку (загального характеру), для пошуку роботи, професійного зростання, наукового спрямування тощо [2].

Наразі найпопулярнішими соцмережами є Facebook – найбільша у світі соціальна мережа, YouTube – сервіс для публікації та обговорення відео, Instagram – сервіс для публікації та обговорення

зображень, Twitter – сервіс для публікації користувачами коротких публічних повідомлень, LinkedIn – сервіс для розміщення свого резюме та комунікації із роботодавцями, WeChat – сервіс для обміну повідомленнями та соціальна мережа в Китаї, де заборонені інші соцмережі. Важливо звернути увагу на те, що кожна соцмережа має свій напрям діяльності – відео, фото, мову чи процедуру комунікації, які включають довгий чи короткий текст. Чому це важливо? А тому, що тип інформації, під який закладена мережа, визначає, як ефективно донести всім глядачам чи читачам бажане повідомлення – візуальне чи текстове.

Отож наразі існує безліч соціальних мереж, що залучені до персональної та інституційної комунікації та є потужним інструментом публічного спілкування. Опитавши 100 студентів 1 курсу факультету менеджменту та інформаційної безпеки, ми отримали наступні результати: соціальна мережа «Facebook» є домінантною серед українськомовного мережевого дискурсу. Facebook має всі особливості, характерні для віртуального спілкування, але разом з тим характеризується домінуванням специфічних жанрів – дописів і коментарів, водночас є майданчиком для приватної, міжособистісної комунікації – для спілкування і розваги, для публічних професійних і соціально-політичних дискусій.

Особливість комунікації в соцмережах полягає в тому, що писемні тексти, які створюють блогери й дописувачі, мають риси усного мовлення. Наприклад, використовуються скорочення на лексичному й синтаксичному рівнях типу: інфа, комп, фідбек, інста. Інтонаційні увиразнення і невербальні засоби спілкування, паралінгвістичні засоби комунікації (тембр голосу, акцентування певних компонентів у висловлювання, дикція, жести, міміка) не доступні. Натомість, щоб забезпечити переконливість тексту, використовуються графічні відповідники (наприклад, звертання або формула ввічливості пишеться великими літерами), смайли: )) – сміх, (( – сум, :-)) – позитив, анімовані стікери тощо. Широко вживаються синтаксичні структури, характерні для усного мовлення (неповні речення, парцеляції тощо), розмовні (у тому числі просторічні) слова і форми слів, сленг [5, с.192].

Варто зауважити, що спілкування в соціальних мережах може лише тоді стати поштовхом до «нових знань», коли учасники дискусії об'єднані в якусь спеціалізовану, фахову групу, яка своїм предметом обговорень обирає нові джерела здобуття знань, поглиблене вивчення вже знайомих їм тем тощо. В іншому випадку, якщо група в соцмережі об'єдналася, наприклад, за «географічним» принципом, говорити про її «інтелектуалізацію» доволі сумнівно. Досить часто для надання власним повідомленням емоційного забарвлення та експресії в очікуванні на таку ж відкрити, а, головне, широку реакцію, комунікатори в соцмережах використовують стилістично знижену лексику: жаргонізми, сленгізми, уживання великої кількості аббревіатур та скорочень, смайлів та інших елементів, що притаманні саме цій соціальній мережі.

Проте, на нашу думку, відсутність чітких вимог щодо вживання мови під час спілкування в соцмережах, заборон та цензури, стає причиною та власне й наслідком утворення нових унікальних мовних одиниць – сленгізмів. Думки мовознавців щодо сленгу різняться: одні вважають, що «сленг псує, забруднює літературну мову, що це паразитний шар лексики, з яким необхідно боротися. Інші, навпаки, вбачають у ньому елемент, який надає мові жвавості та образності, сприяє її збагаченню та удосконаленню» [3, с. 6].

В умовах зростання значення соціальних мереж як комунікативного майданчика, поступово змінюється значення літературної мови як способу міжособистісної комунікації та комунікації спільнот. «З огляду на те, що мережеві співтовариства в інтернет-середовищі є неформальними й передбачають відносну свободу змістового наповнення та літературного стилю, будь-яка регламентація їхнього функціонування виглядає, з одного боку, недоречною» [4, с. 456]. Популяризація спрощеного ставлення користувачів до норм літературної мови та переважання ненормативних рис, притаманних розмовному мовленню, може призвести як до неграмотності індивіда, так і суспільства загалом. Бо «моду» на мову спілкування в мережі визначають не фахівці з різних спеціальностей: лікарі, викладачі, інженери, економісти, літератори, а звичайні користувачі (блогери) з великою кількістю лайків та підписників.

Як показує практика, наявність у сучасних гаджетах різних додатків та програм для автоматичної перевірки граматики тексту применшує потребу здобувати відповідні знання, що в загальному знижує рівень володіння літературною мовою, і, відповідно, страждає текстове оформлення, мовні дії стають більш згорнутими, зникає варіативність.

Оригінальність мовних засобів у вираженні комунікативних намірів користувачів мереж просто вражає. З упевненістю можна говорити про особливі групи мовних одиниць, що є передумовою для створення метамови мережевої комунікації. Звернемо увагу на найбільш уживані лексичні засоби:

1. Новотвори - скорочення літературних слів з метою економії часу: *хз – хтозна, м б – мабуць, спс – спасибі, ск – скільки.*
2. Написання скорочених варіантів слів іншомовного походження кирилицею: *ок (okey) – добре, ОМГ (Oh my God) – Боже милій.*
3. Скорочення слів іншомовного походження: *thx (thanks) – дякую, 2DAY (today) – сьогодні, 4u (for you) – для тебе.*
4. Використання хештегів та інтернет-мемів: *#переклади #бюро\_перекладів #переклад\_з\_китайської #Львів #курси\_Вінниця.*
5. Молодіжний сленг позитивної та негативної оцінності: *класний, огонь, печалька, стрьомний.*
6. Ігрова фонетизація: *няшина – красива, коменти – коментарі.*
7. Ідіомізація деяких комп'ютерних сполучень: *загуглити – знайти інформацію, зачекінитися – позначити місце перебування.*
8. Використання англіцизмів: *гуд (добре), лайк (подобається).*

Як бачимо, зафіксовані мовні засоби привертають увагу комунікантів, є своєрідним виявом прийняття правил інтернет-спілкування й водночас ілюструванням креативності мовців.

Сучасні технології відкрили нову еру інтерактивного спілкування між народами, державами й приватними особами. Інтернет дав можливість загальної суспільної комунікації одночасно між великою кількістю людей. Ми використовуємо соціальні мережі з різною метою: для когось – це практичний спосіб підтримувати контакт із друзями, для когось – невиправдані політичні бійки у коментарях й джерело негативу, а для когось – зручний інструмент залучення аудиторії до свого бізнес-проекту. Можна довго обговорювати переваги та недоліки соціальних мереж, зійшовши до норм моралі та відмінностей поколінь. Проте один факт залишається незмінним – існує мова соціальних мереж, комунікація в соціальних мережах, і ці аспекти потрібно вивчати, бо згодом це стане історією для наших майбутніх поколінь.

Які б технології не створювало людство, але саме мова є основою спілкування між людьми й одночасно частиною їхньої культурної спадщини. Для багатьох вона має глибоку емоційну й культурну цінність, оскільки пов'язує людей з їхнім літературним, історичним, філософським та освітнім надбанням. Тому мова користувачів не повинна перешкоджати їхньому доступу до спадщини різних культур, які присутні в інтернет-просторі. Отже, гармонійний розвиток інформаційного суспільства можливий лише в тому випадку, якщо воно навчиться використовувати сучасні технології собі на користь, зокрема, це стосується й соціальних мереж.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Кутюгин Д. И. Интернет как коммуникативное пространство информационного общества: автореферат дис. на соиск. уч. ст. канд. социол. наук. Москва. 2009. 21 с.
2. Полтавець Т. В. Мова та соціальні мережі: механізми взаємопроникнення. Міжнародна наукова конференція «Бібліотека. Наука. комунікація: актуальні тенденції у цифрову епоху» (2019) [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://conference.nbu.gov.ua/report/view/id/808> Дата доступу: 06.04.2022.
3. Синюта О. Роль соціальних мереж у змінненні мов *International scientific survey journal*. 2018. Т. 1. № 3. С. 1–13. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://syniutajournals.com/index.php/ISSJ/article/view/17/15>. Дата доступу: 08.04.2022.
4. Тарасенко Н. Інформаційні комунікації в середовищі соціальних мереж: аспекти стандартизації бібліотечного сегмента *Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В. І. Вернадського. Асоц. б-к України*. Київ. 2017. Вип. 46. С. 455–477. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://doi.org/10.15407/np.46.455>. Дата доступу: 10.04.2022.
5. Фісенко Т. В. Соціальні інтернет-мережі як засіб задоволення інформаційних потреб. *Наукові записки Інституту журналістики: науковий збірник*. Київ, 2010. Т. 41. С. 190–194
6. Чемеркін С. Г. Українська мова в Інтернеті : позамовні та внутрішньоструктурні процеси. *НАН України, Ін-т укр. мови*. К.: б.в. 2009. 240с.

**Зозуля Ірина Євгенівна** – канд. пед. наук, доцент кафедри мовознавства, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, [irazozulya15011985@gmail.com](mailto:irazozulya15011985@gmail.com)

**Zozulia Iryna Yevgeniyivna** – Candidate of Pedagogy, Associate professor of the Linguistics' Department, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, [irazozulya15011985@gmail.com](mailto:irazozulya15011985@gmail.com)

**Білоус Дмитро Анатолійович** – студент першого курсу, групи БМ-21б, Факультет будівництва, цивільної та екологічної інженерії, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, [bilousd1524@gmail.com](mailto:bilousd1524@gmail.com)

**Bilous Dmytro Anatoliyovych** – first-year student of BM-21b group, Faculty of Civil Engineering, Civil and Ecological Engineering, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, [bilousd1524@gmail.com](mailto:bilousd1524@gmail.com)

