

Міністерство освіти і науки України
Сумський державний університет

Факультет іноземної філології та соціальних комунікацій
Кафедра германської філології

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на здобуття освітнього ступеня «магістр»

Спеціальність 035 «Філологія»
Спеціалізація 035.041 «Германські мови та літератури
(переклад включно), перша – англійська»

Комунікація в соцмережах: мовний та перекладацький аспекти

Допущено до захисту «__» _____ 20 р.

Зав. каф. германської філології ___ канд. філол. наук, проф. Кобякова І. К.

Виконала:

студ. групи ПРМ-11

Авдієвська Катерина Олександрівна

Науковий керівник:

канд. філол. наук, доц.

Баранова Світлана Володимирівна

Суми 2022

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ПЕРЕДУМОВИ ВИВЧЕННЯ МОВИ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ У ЛІНГВІСТИЦІ	6
1.1 Характеристика основних засобів комунікації	6
1.2 Специфіка комунікації у соціальних мережах	18
1.3 Мовна картина світу у соціальних мережах.....	30
РОЗДІЛ 2 ПЕРЕКЛАДАЦЬКИЙ АСПЕКТ КОМУНІКАЦІЇ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ (НА ПРИКЛАДІ МЕРЕЖІ FACEBOOK ТА TWITTER).....	36
2.1 Морфологічні особливості англійської та української мови соціальних мережах	36
2.2 Лексичні характеристики матеріалів соціальних мереж у порівнюваних мовах.....	43
2.3 Передача синтаксичної специфіки мови соціальних мереж у перекладі	47
РОЗДІЛ 3 РОБОТА З МАТЕРІАЛАМИ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ НА ЗАНАТТЯХ З ІНОЗЕМНОЇ МОВИ	53
3.1 Розвиток іншомовних навичок та вмінь за рахунок Інтернет-комунікації... 53	
3.2 Використання соціальних мереж у змішаному навчанні.....	55
ВИСНОВКИ.....	58
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	60
СПИСОК ДОВІДКОВИХ ДЖЕРЕЛ.....	65
SUMMARY	66

ВСТУП

Мережа Інтернет міцно утвердилася як універсальний засіб спілкування людей. Це величезний відкритий простір, у якому панують власні закони та норми, зокрема мовні.

Відвідуючи різні сайти, чати, спілкуючись електронною поштою, ми помічаємо, що у віртуальному просторі слова часто вживаються не за правилами. Найбільше це стосується соціальних мереж. Спілкування в соціальних мережах можна охарактеризувати як спілкування «на ходу» – без розділових знаків, часто без великих літер, з численними скороченнями, замінами і неологізмами.

У даний час експресивна за своїм характером загальноживана інтернет-лексика англійської мови, перш за все комп'ютерний сленг, стрімко розвивається, розширюючи словниковий запас більшості учасників інтернет-комунікації в соціальній мережі. Звичайно, в інтернет-комунікації активно використовується лексика різного походження, запозичена з різних мов світу.

Можна стверджувати, що з появою Інтернету, нової сфери в процесі спілкування, виник і якийсь проміжний тип комунікації, який у одному сенсі є письмовим, в іншому – усним. Так з'явилася Інтернет-мова – мова електронних носіїв. Ґрунтуючись на цих твердженнях, стає зрозуміло, що Інтернет-мова – це нова форма мови.

Актуальність даного дослідження обумовлена тим, що, незважаючи на велику кількість літератури, що досліджує інтернет-комунікацію, наукові праці, що вивчають її з погляду фонетики, граматики та лексики, виявляються обмеженими. Актуальність полягає ще й у тому, що інтернет все міцніше входить у наше життя не тільки як засіб роботи або навчання, але й як засіб спілкування.

Необхідність звернути увагу на специфіку інтернет-комунікації багато в чому обумовлена новизною та стрімким розвитком інтернет-спілкування,

стрімким розвитком у ньому соціальних мереж, особливості спілкування у яких ще не описані досить детально та точно.

Незважаючи на те, що науковці С.В. Баранова, О.Б. Скородумова, С.А. Данилов, О.О. Селіванова, Р.Субраманіан, Л.Маршал, приділяли увагу вивченню специфіки Інтернет-комунікації, лакунарними залишаються її дослідження з погляду граматики та лексики.

Об'єктом дослідження є спілкування у соціальних мережах, таких як Facebook та Twitter, **предметом** – мовний та перекладацький аспекти такої комунікації.

Метою дослідження є теоретичне обґрунтування та експериментальне дослідження мовного та перекладацького аспекта комунікації в соцмережах.

Для досягнення мети поставлено такі **завдання**:

- 1) дослідити характеристики основних засобів комунікацій;
- 2) проаналізувати специфіку комунікацій у соціальних мережах;
- 3) описати мовну картину світу у соціальних мережах;
- 4) виявити морфологічні особливості мови в соціальних мережах;
- 5) визначити лексичні характеристики мови в соціальних мережах;
- 6) провести аналіз синтаксичної специфіки мови у соціальних мережах.

Матеріалом дослідження були сайти англomовних соціальних мереж Facebook та Twitter.

У процесі аналізу було застосовано такі **методи дослідження**: теоретичний аналіз – для визначення особливостей предмета дослідження; метод стилістичного аналізу – для вивчення особливостей інтернет спілкування на мовному та перекладацькому рівні.

Практична цінність дослідження визначається можливістю застосування результатів на практичних та семінарських заняттях, у спецкурсах, у практиці викладання англійської мови як іноземної, у тому числі у закладах вищої освіти.

Структура роботи складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел.

У вступі визначено об'єкт, предмет дослідження, його мету та завдання та доведено його актуальність.

У першому розділі розглянуті теоретичні аспекти дослідження мовних особливостей інтернет-комунікації.

Другий розділ присвячений розробці дослідження, спрямованого на визначення мовного та перекладацького аспекту комунікації в соцмережах на прикладі соціальних мереж Facebook та Twitter.

Третій розділ дає можливість визначити особливості роботи з матеріалами соціальних мереж на заняттях з іноземної мови.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ПЕРЕДМОВИ ВИВЧЕННЯ МОВИ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ У ЛІНГВІСТИЦІ

1.1 Характеристика основних засобів комунікації

Людина – це соціальна істота, більшу частину життя якої становить взаємодія та спілкування з іншими індивідуумами. Соціальне життя може виникнути і розвиватися тільки за умови залежностей людей один від одного, що спонукає їх взаємодіяти та передавати інформацію різними каналами зв'язку. Тобто, у свою чергу, соціальний зв'язок є дією людей у суспільстві, спрямоване на інших в очікуванні відповідної реакції у відповідь.

Лінгвістичний підхід до вивчення комунікації акцентує увагу на проблемі мови та ґрунтується на тому, що головним комунікатором є мовлення: усне та письмове. Відповідно до цього підходу філологія, лінгвістика, соціолінгвістика, психологія, соціальна психологія, комунікативістика, філософія сходяться на тому, що вербальна взаємодія, вербальна комунікація, не тільки грає у житті вирішальну роль, а й конститує соціальні події, соціальні дії. Мовну комунікацію у суспільстві, з погляду соціолінгвістики, можна розглядати як континуум, який ділиться на сфери спілкування з сферами соціальної взаємодії.

Американський антрополог Е. Сепір висунув гіпотезу, згідно з якою наша мова побудована на нашому сприйнятті світу. Наприклад, у ескімосів є безліч слів для позначення снігу. У цьому полягає їх особлива гармонія з своїм середовищем, що недоступне чужинцю. Таку неоднозначну версію цієї гіпотези багато наступних дослідники не прийняли, але залишається незмінним розуміння різного сприйняття тих чи інших явищ через різні мови та у зв'язку з цим розуміння великої значущості для людини знання рідної мови [2].

Лінгвістичний матеріал (слова, твердження, історії), що використовується в організаціях та організаціями та/або дійовими особами, не є простим технічним засобом досягнення ефективності; цей матеріал можна розглядати як

інструмент досягнення стратегічної та соціальної відповідності. Вербальне (усна і письмова взаємодія), лінгвістичні практики – це чинник утворення соціальних структур – від малих груп і організацій до соціальних світів.

У соціальному зв'язку виділяють:

- 1) суб'єкти зв'язку (від двох до кількох осіб);
- 2) предмет зв'язку (причина здійснення зв'язку);
- 3) «я» (людина) – механізм регулювання взаємовідносин.

Саме поняття «комунікація» (від латинського *communico* «роблю загальним») дуже широке. Воно активно використовується в найрізноманітніших галузях діяльності людини: у лінгвістиці, у біології, технічних науках: фізиці, електроніці тощо (наприклад: «телекомунікаційні системи», «підземні комунікації», «клітинна комунікація», «хімічна комунікація бактерій»). Існує кілька підходів до його трактування. У широкому значенні «комунікація» сприймається як обмін інформацією між індивідами/пунктами/доменами у вигляді загальної системи символів. У механістичному підході це односпрямований процес кодування та передачі від джерела і прийом інформації одержувачем повідомлення. У діяльнісному підході це спільна діяльність учасників комунікації (комунікантів), у ході якої виробляється загальний погляд на речі та дії з ними [7].

Спілкування – специфічна форма реалізації соціальних відносин між людьми, їх взаємодія як членів суспільства.

Цікавим видається те, що в деяких визначеннях терміни «комунікація» та «спілкування» використовуються як синоніми, проте, якщо уважніше підійти до їхньої інтерпретації, стає очевидним, що між ними є суттєві відмінності. Зокрема, у психологічних та соціологічних словниках концепти «комунікація» і «спілкування» розглядаються як ті, які перетинаються, але різні насправді явища.

Комунікація використовується:

1. «Для характеристики структури ділових та міжособистісних зв'язків для людей.

2. Для характеристики обміну інформацією (уявленнями, ідеями, установками, настроями, почуттями тощо) у людському спілкуванні взагалі як його інформаційна сторона» [10].

Крім того, «про комунікацію можна говорити як про «обмін цілісними знаковими утвореннями (повідомленнями), в яких відображені знання, думки, ідеї, ціннісні відносини, емоційні стани, програми діяльності сторін, що спілкуються. Комунікація забезпечує накопичення та передачу соціального досвіду, поділ праці та організацію спільної діяльності, управління, трансляцію культури» [17].

Резюмуючи визначення можна сказати, що головна функція комунікації – інформаційна, полягає у передачі інформації, повідомлення може бути безадресним, не орієнтованим якийсь конкретне обличчя. У цьому сенсі можлива асиметрична комунікація. Проте психолог Б.Д. Паригін, зазначає наступне: «Звичайно, в рамках будь-якого різновиду спілкування між людьми відбувається обмін інформацією розуміється в гранично широкому значенні ... Але є і інша, що не укладається в рамки утилітарного обміну безособовою (діловою) інформацією, функція комунікації як глибинного психологічного зв'язку суб'єктів спілкування. Вона полягає у передачі елементів унікальності в психічному стані та структурі особистісного потенціалу тих, хто спілкується» [26]. І в цьому випадку, на нашу думку, доречно використовувати поняття «спілкування». Спілкування, як взаємодія індивідів, окрім передачі повідомлення має на меті встановити контакт, спільність інтересів.

Крім того, комунікаційні процеси та акти можна класифікувати і з інших підстав. Так, на кшталт відносин між учасниками розрізняються: міжособистісна, громадська, масова комунікації; за засобами комунікації: мовленнєва (письмова та усна), паралінгвістична (жест, міміка, мелодія), речовинно-знакова комунікація (продукти виробництва, образотворчого мистецтва тощо).

Комунікація – не просто процес обміну інформацією, це процес створення певної спільності, в якій ми осмислюємо інформацію та

співвідносимо наші смисли зі смислами наших комунікативних партнерів, створюючи таким чином певний ступінь порозуміння. При цьому відбувається не стільки самовираження і передача-прийом вже сформованих смислів, скільки спільне сенсотворення [5].

А тому спілкування, на відміну від комунікації, можна вважати суто людським атрибутом, мета якого полягає в задоволенні потреб у контактах з іншими людьми. Результатом спілкування стають стосунки з іншою людиною, іншими людьми, тоді як комунікація байдужа до системи соціальних відносин. [4]. Загалом більшість дослідників об'єднує розуміння спілкування як соціального феномену, який включає інформаційно-комунікативний, інтеракційний, гносеологічний, аксіологічний, нормативний, семіотичний та соціально-практичний аспекти.

При цьому слід взяти до уваги й іншу точку зору на співвідношення понять «комунікація» та «спілкування», де в структуру спілкування входить три складові: комунікація (як обмін інформацією), інтеракція (вплив на співрозмовника, організація взаємодії), перцепція (сприйняття як умова встановлення взаєморозуміння партнерів). З позицій структурно-функціонального підходу також можна виділити інформаційно-комунікативну, регулятивно-комунікативну та афектно-комунікативну складові спілкування [7]. Іншими словами, спілкування можна представити як процес організації спільної діяльності та взаємовідносин включених до неї людей [3]. Залежно від галузі вивчення, таксономія видів та типів спілкування базується на психолого-філософських, змістовно-діяльних та функціональних умовах.

Соціальний сенс спілкування полягає у передачі культурних форм та суспільного досвіду, накопиченого людством за багато років. Спілкування один із інструментів формування людини як особистості. Поведінка, діяльність, ставлення людини до світу і себе багато в чому визначаються його спілкуванням з іншими людьми.

У спілкуванні виділяють три взаємозалежні сторони:

- 1) комунікативна сторона – полягає в обміні та передачі інформації людьми;
- 2) інтерактивна сторона – організація взаємодій між людьми;
- 3) перцептивна сторона сприйняття один одного партнерами по спілкування та встановлення взаєморозуміння, заснованого на особистому відношенні один до одного.

Головними компонентами спілкування є мета, засіб та зміст: для чого люди спілкуються, як люди спілкуються (способи передачі інформації) і про що люди спілкуються (інформація, що передається). Під метою спілкування розуміють, заради чого люди вступають у спілкування.

Способи передачі інформації (або засоби комунікації) поділяють на вербальні та невербальні.

Вербальне спілкування (знакове) – реалізується за допомогою мови та є привілеєм людини. Таке спілкування значно багатше за невербальне спілкування і дає людині широкі комунікативні можливості: за день людина вимовляє приблизно близько 30 тисяч слів, що становить більше 3 тисяч слів на годину.

Намір співрозмовників впливає на мовний текст, який створюється у процесі спілкування. Незалежно від того, письмовий це текст чи усний, у кожному із них реалізується система мови [22].

Якщо розглядати спілкування як форму існування мови, то воно ділиться на усне та письмове, а за кількістю учасників – на міжособистісне та масове.

Мова, при розгляді її як вербального спілкування, виступає джерелом інформації, і водночас способом впливу на співрозмовника.

Структура мовного спілкування складається із трьох компонентів:

- 1) семантика слів та фраз. При вживанні слів важливо розуміти їх зміст і враховувати доступність для співрозмовника. Фрази мають бути правильно збудовані, бути дохідливими та логічними. Звуки під час спілкування повинні вимовлятися чітко, без спотворення, а інтонація має бути монотонною і має відповідати сказаному;

2) мовні звукові явища. У них входить темп, ритм мови, модуляція, тональність та тембр голосу. Слід зазначити, що успіхом у спілкуванні користується спокійна, рівномірна мова;

3) виразні якості голосу. Їх у свою чергу можна класифікувати на специфічні характерні для спілкування звуки (сміх/плач, зітхання, шепіт), роздільні звуки (кашель, чхання), нульові звуки (паузи), звуки назалізації (еє, уу, хм).

Ситуація, коли людина застосовує мову для комунікацій з іншими індивідуумами, називається мовленнєвою діяльністю. Мовна діяльність має кілька видів [30]:

- 1) говоріння – використання мови передачі будь-якої інформації;
- 2) слухання – розуміння сенсу мови, що звучить;
- 3) лист – фіксація змісту промови на папері;
- 4) читання – сприйняття зафіксованої на папері інформації.

Яким би дивним не здавався цей факт, але на щоденне вербальне спілкування людини припадає лише 45%, решта 55% становить немовну взаємодію.

Невербальне спілкування здійснюється за допомогою міміки, жестів і пантоміміки через прямі сенсорні або тілесні контакти (тактильні, зорові, слухові, нюхові та інші відчуття та образи, що отримуються від іншої особи).

Невербальні форми та засоби спілкування властиві як людині, так і деяким тваринам.

Невербальні форми та засоби комунікації вивчають такі науки як:

1) кінетика – вивчає зовнішні прояви почуттів та емоцій людини. До таких проявів відносять міміку (рух м'язів обличчя), жестикуляцію (жестові рухи окремих частин тіла) та пантоміміку (моторика всього тіла, починаючи від пози і закінчуючи ходою);

2) такесика – досліджує дотики в процесі комунікації (обійми, поплескування по плечу, поцілунки);

3) проксемика – вивчає розташування людей у просторі під час обміну інформацією.

Зазвичай такий вид спілкування є вродженим способом передавати інформацію. Він дає можливість домагатися порозуміння між людьми за допомогою вираження емоцій та поведінки. Важливою умовою при невербальному спілкуванні є вміння слухати.

Кінетична мова застосовується, якщо [33]:

- а) між співрозмовниками далека відстань;
- б) стоїть великий шум;
- в) співрозмовники не знають мови один одного, але розраховують на дохідливість метафоричних та візуально-ономатопеїчних жестів;
- г) один із співрозмовників страждає на недоліки голосового або слухового апарату;
- д) урочистість обстановки не дозволяє говорити вголос,
- е) потрібно дотримуватись цілковитої тиші;
- ж) людина не хоче перебивати чийсь словесну мову;
- з) людина бажає приховати думку від частини присутніх і повідомити щось лише одному чи кільком із них;
- і) людина неспроможна чомусь говорити.

Іноді людина воліє показати жестом, а не сказати словом заради стислості та простоти, щоб підкреслити свою неналежність до розмови або вважаючи, що жест виразніший за слово. Жести пускають у хід при дачі інформації тваринам (постукування по коліну – знак собаці «йди сюди», жест «замахнутися загрозово», «стебнути батогом» – знак їхати швидше і т.п.), а також якщо вони поєднують рефлекторність і навмисну дачу інформації зовні співрозмовнику (підстрибувати від радості). Особливою серією є традиційно-ритуальні жести, що мають певне денотативно-конотативне значення (стійка смирно, рукостискання, цілування прапора) [12].

Жестова мова застосовується за відсутності хоча б однієї з перерахованих вище умов або за наявності хоча б однієї з протилежних вищезгаданих умов;

вона має якості, завдяки яким в інші моменти приходить на допомогу неефективної або неможливої маніфестації мовлення — жестилова мова не звучить, жести видно далі, ніж чути слова, часто піктографічніші, наочніші, ніж слова. Тому вивчення процесів вербальної передачі завжди має спиратися як на вербальні, так і на невербальні фактори [3].

Багато лінгвістів вважали, що залучення невербальних засобів до участі у комунікації диктується не ущербністю мовної системи, будь-яким пробілом у її структурі, а лише обставинами зовнішнього порядку, пов'язаними з характером комунікації: дотриманням певного темпу розмови, акцентуванням сенсу висловлювання, внесенням особистісного і т.д. [7]. Але кожна мова, володіючи неповторними достоїнствами, має цілу шкалу малих і великих недоліків, що полягають у поганій пристосованості даної мови висловлювати зміст того чи іншого типу. Крім того, у кожній мові є свої сприятливі та несприятливі зовнішні умови спілкування, які визначають зовнішню детермінанту.

Призначення невербальних засобів комунікації визначається їх опосередкованим включенням до акту висловлювання та виконання ними наступних функцій:

1) функції підсобного елемента для досягнення однозначності комунікації у зв'язку з узагальненим та полісемантичним характером власне мовних засобів;

2) функції компенсації елімінованих з тієї чи іншої причини у реальному процесі комунікації деяких мовних засобів [8; 9].

Структура спілкування поділяється на кілька основних етапів:

1) потреба у спілкуванні. Умова, причина, обставина, що впливає, бажання людини вступити в контакт з іншою людиною. Це може бути необхідність повідомити або дізнатися будь-яку інформацію, вплинути на вибір чи дію співрозмовника, домовитися про щось;

2) орієнтування з метою, завдання та ситуації спілкування;

3) оцінка та поняття особистості співрозмовника;

4) планування змісту своєї мови;

5) вибір певних мовних засобів та стратегії поведінки, які використовуватимуться у процесі спілкування;

6) спостереження за відповідною реакцією співрозмовника, її аналіз та контроль ефективності;

7) коригування обраної тактики спілкування.

Чим більше порушується порядок чи повнота одного чи кількох етапів спілкування, тим більше той, хто говорить, втрачає можливість досягти бажаного результату, таку комунікацію називають неефективною.

Уміння в точній послідовності будувати процес спілкування та враховувати правила комунікації називають «соціальним інтелектом», «практично-психологічним розумом», «комунікабельністю» чи комунікативною компетентністю.

У структурі спілкування виділяються три основні складові: комунікативна (обмін інформацією), інтерактивна (організація взаємодії між тими, хто спілкується, тобто обмін не тільки знаннями, а й діями) та перцептивна (сприйняття партнерами одне одного).

При визначенні спілкування велика кількість описів стосується саме комунікативної (вербальної та невербальної) сторони спілкування, під якою розуміють обмін інформацією [4–6]. Для вивчення комунікативної функції були різні підходи.

Комунікація як засіб передачі може мати двосторонній чи односторонній характер взаємообміну інформацією, в ході якого два суб'єкти спілкування зазвичай виявляють активність, впливають один на одного [12]. У той же час вчені вважають, що суб'єкт переносить якусь інформацію, яку одержувач повинен всього лише прийняти, зрозуміти, добре засвоїти і відповідно до цього надходити [13].

Другою найважливішою складовою спілкування, на думку цілого ряду дослідників, є інтеракція. У ході цього процесу люди обмінюються уявленнями, ідеями, образами [17], налагоджують один з одним відносини. Спілкування як

інтеракція передбачає, передусім, організацію спільних дій, дозволяють партнерам реалізувати якусь спільну їм діяльність.

Автори відзначають значимість того, що в основі цього процесу лежить міжособистісна чи групова взаємодія, що організується з метою обміну між людьми певними результатами їхньої психічної діяльності – засвоєної інформацією, думками, судженнями, оцінками, почуттями [12].

Поняття «взаємодії розглядається у низці психологічних робіт як:

- взаємодія у спільній діяльності (праці, пізнанні, грі);
- односторонній вплив (особистості на особу, особи на групу, групи на особу);
- навіювання, зараження, переконання;
- взаємний вплив людей один на одного (фасилітація, інгібіція).

Таким чином, взаємодією в ході спілкування визначаються його провідні соціальні функції: організуюча (керуюча), що регулює, оцінює, стабілізує та виховує. У цілому нині можна констатувати, що у процесі спілкування здійснюється взаємний обмін діями, уявленнями, ідеями, установками, інтересами тощо. буд., розвивається і проявляється система відносин «суб'єкт-суб'єкт(и)».

Соціальна перцепція, чи «сприйняття іншої людини», – специфічна область сприйняття, саме вивчення та розуміння соціальних відносин, у яких беруть участь особистості, малі і великі за чисельністю групи. Когнітивний аспект даного психічного явища означає аналіз інформації про зовнішні ознаки сприйманого індивіда, співвідношення їх з особистісними характеристиками та інтерпретацію на цій основі його вчинків [21].

Ряд феноменів, що мають місце при формуванні уявлення про іншу людину, не укладається у традиційний для загальної психології опис перцептивного процесу. У вітчизняній літературі нерідко як синонім «сприйняття іншої людини» використовується вираз «пізнання іншої людини» [26].

Когнітивний аспект спілкування продовжує цікавити сучасних дослідників. Процес розуміння людьми одне одного у зв'язку з поняттями тлумачення, пояснення, інтерпретації [29]. В. В. Швайдак показує не лише етапи взаєморозуміння, а й його рівні: емоційний, розумовий, розумово-емоційний, раціональний.

У сучасних класифікаціях виділяються підстави для реалізації соціально-перцептивного аспекту сприйняття іншої людини: на кшталт соціальної ситуації; по особливостям суб'єктів спілкування; за особливостями об'єкта та предмета розуміння; по глибині пізнання індивідів, що спілкуються.

Проблеми соціальної перцепції пов'язують із розвитком самосвідомості особистості [11, 30]. Її вчинки розглядаються не лише на тлі поведінкової активності, а прирівнюються до вираження ставлення до інших людей. Розрізнення внутрішніх станів індивіда та зовнішніх проявів спілкування отримало методологічне обґрунтування у працях В. М. Мясіщева. Автор вказує, що кожна особистість включена в спілкування, але його форми та стилі, активність та пасивність визначаються ставленням [11].

З проблемою особистісного взаєморозуміння пов'язаний зміст досліджень міжособистісних взаємовідносин [32], що являють собою специфічний вид суб'єкт-суб'єктних відносин, на основі яких відбувається взаємодія, взаємовплив, співпереживання. Можна погодитися, що спілкування обов'язково передбачає наявність різних взаємовідносин для людей. На думку А. А. Леонтьєва [33], спілкування і є процес прояву особистісного відносини, що ототожнюється з міжособистісними відносинами

На підставі узагальнення теоретико-методологічних робіт за останні десятиліття можна виділити три провідні компоненти спілкування.

Перший – інформаційний, представлений вивченням вербальної та невербальної комунікації. Однак, розпізнавання патернів немовної поведінки людини стали предметом досліджень у когнітивній науці. Ми пропонуємо їх об'єднати у когнітивний компонент.

Другий аспект дослідження спілкування – поведінковий, широко представлений у теоріях соціального навчання. Однак для дослідження онтогенезу та дизонтогенезу спілкування найбільший інтерес представляє аналіз регуляторних механізмів соціальної поведінки, від реалізації яких залежить успішність адаптації та соціалізації людини.

Третій компонент – потребнісний компонент, який отримав обґрунтування в концепціях мотивації поведінки та спілкування. Він безпосередньо пов'язаний з емоційною сферою особистості і істотно впливає на вікову динаміку розвитку відносин з оточуючими людьми [17].

Комунікативна компетентність – здатність встановлювати та підтримувати необхідні контакти з іншими людьми. Ця здатність є системою внутрішніх знань і умінь, які необхідні при організації результативного спілкування, у межах певної ситуації та кола осіб.

Спілкування переслідує не тільки комунікативну складову, виконує такі функції як [21]:

- 1) особистісно-формуєчу. Спілкування – це необхідна умова для розвитку та формування індивідуума;
- 2) інструментальну. Спілкування – соціальний механізм, з допомогою якого здійснюється управління діями людей;
- 3) експресивну. Спілкування – засіб вираження емоцій та їх інтерпретація співрозмовником;
- 4) психотерапевтичну. Спілкування – незамінний фактор для збереження психологічного комфорту та підтвердження необхідності особистості для суспільства. Допомагає підтримувати позитивне емоційне та фізичне самопочуття людини;
- 5) інтегративну. Спілкування – інструмент для об'єднання людей як у вирішенні окремих проблем і вибудовуванні дій, так і під час знаходження свого однодумця;
- 6) соціалізуючу. Спілкування виступає середовищем засвоєння культурних норм і цінностей суспільства, у якому відбувається комунікація;

7) функцію самовираження. Спілкування – метод самовираження людини, засіб прояву потенціалу людини та її індивідуальних особливостей.

Таке різноманіття функцій спілкування має на увазі під собою основу для освіти та розвитку різноманітних стратегій спілкування:

- 1) відкрите/закрите спілкування;
- 2) монологічне/діалогічне спілкування;
- 3) рольове (ґрунтується на соціальній ролі)/особистісне (спілкування «до душі»).

Відкрите спілкування – бажання та вміння виразити чітко свою точку зору та готовність врахувати позиції інших. Закрите спілкування – небажання чи невміння висловити зрозуміло свою думку, своє ставлення, наявну інформацію. Використання закритої комунікації виправдане у випадках [30]:

- 1) якщо є значна різниця в мірі предметної компетентності та безглуздо витрачати час та сили на підвищення компетентності «низької сторони»;
- 2) у конфліктних ситуаціях відкриття своїх почуттів, планів противнику недоцільно. Відкрита комунікація ефективна, якщо є сумісність, але не тотожність предметних позицій (обмін думками, задумами). «Одностороннє випитування» — напівзакрита комунікація, в якій людина намагається з'ясувати позиції іншої людини і водночас не розкриває своєї позиції. «Істеричне пред'явлення проблеми» — людина відкрито висловлює свої почуття, проблеми, обставини, не цікавлячись тим, чи бажає інша людина «увійти в чужі обставини».

1.2 Специфіка комунікації у соціальних мережах

Медіа є однією з найважливіших сфер у житті людей усього світу. У XXI столітті без медіа немислимий соціокультурний розвиток будь-якого суспільства практично у всіх галузях, включаючи освіту [10]. Молоді інтернет-користувачі звикли до необмеженого доступу до інформації з будь-якого пристрою та в будь-якій ситуації. Соціальні мережі стали основним каналом

комунікації молоді. Понад чверть (27%) віком від 13 до 24 років проводять у соціальних мережах понад 5 годин щодня, а 25% їх перевіряють оновлення кожні 30 хвилин [25].

Останнім часом дедалі більше комунікативних практик переходить в мережу Інтернет: посилюється інтенсивність використання мови у Мережі, де виникає особливе комунікативне середовище, особливий комунікативний простір. З'являється і особливий напрямок досліджень, присвячений вивченню лінгвістики Інтернету.

Інтернет (від англ. Internet) – це всесвітня система об'єднаних комп'ютерних мереж для зберігання та передачі інформації. Часто згадується як Всесвітня та Глобальна мережа, а також просто Мережа.

Основними областями використання Інтернету є засоби інформації, електронний бізнес, мультимедіа, зв'язок, спілкування тощо. У цьому визначенні насамперед підкреслюється технологічна складова Мережі.

О.О. Селіванова розглядає Інтернет з точки зору соціально-філософських позицій, як особливий феномен, заснований на мережевих принципах обміну інформацією, «інтерактивності комунікаційних взаємодій, нових способах моделювання об'єктивної реальності, нових технологіях передачі інформаційних потоків і нової техніки – персональних комп'ютерах» [38].

Інтернет як засіб соціальної комунікації виявляє такі бінарні властивості, як активність / пасивність соціального суб'єкта інформаційного світу; розірваність / гармонійність соціального буття людини в інформаційному суспільстві та суперечливість / узгодженість змісту соціального впливу в інформаційному світі». На основі таких функцій Інтернету, як зберігання та передача інформації, засіб соціалізації та самореалізації особистості та соціальної групи, А. В. Соколов дає узагальнене визначення терміну «Інтернет»: це «глобальна соціально-комунікаційна комп'ютерна мережа, призначена для задоволення особистісних і групових комунікаційних потреб за рахунок використання телекомунікаційних технологій». Подібне визначення дає і І.Н. Казанська, класифікуючи функції Інтернету в такий спосіб:

інформаційна, комунікаційна, репрезентативна, конструктивістська (або перетворююча) та реабілітаційна. На основі аналізу цих функцій дослідник приходять до висновку, що Інтернет із засобу глобальної комунікації все більше трансформується у засіб інтеграції, що сприяє інтенсивній соціалізації людей та виникненню нових соціальних груп (віртуальних спільнот) [17].

Дослідники розглядаючи роботи з дослідження як феномена Інтернету, і комунікативного простору, що виникає на його основі, виділяють кілька підходів до вивчення.

В рамках першого підходу Інтернет розглядається як новий соціальний дослідницький об'єкт, а основним завданням цього напрямку є складання соціальних прогнозів розвитку Мережі. У цьому напрямку Інтернет представлений як єдиний інформаційний простір як певна матеріалізація ноосфери. У міру розвитку Інтернету роль технологій, знання та інформації зростає, що призводить до змін у суспільному устрої. У цьому підході інформація та технології є визначальними та системоутворюючими суб'єктами нового типу суспільного устрою (Д. Белл, М. Порат, Е. Тоффлер, Т. Стоуньєр) [23].

Друга група досліджень пов'язана з вивченням природи мереж сучасного суспільства, заснованого на інтернет-технологіях. На відміну від першого напрямку, в якому робляться прогнози щодо суспільного розвитку, у другому підході об'єктом вивчення найчастіше стає вже існуюче суспільство, а предметом – перетворення основних соціальних інститутів у мережеві структури та зміни у соціальному устрої суспільства, ініційовані цими процесами. У парадигмальних рамках цього підходу Інтернет визначається через комунікативні властивості: він уможливорює реалізацію мережевих зв'язків будь-якої складності, що є відмінністю Інтернету як приватного комунікативного інституту (М. Кастельс, А. Неклесс) [14].

Третя група досліджень зосереджується на теоріях віртуалізації соціального (А. Бюль, М. Вейнстейн, А. Крокер, М. Паєта). Інтернет тут сприймається як віртуальний аналог чи образ світу. Інтернет є тим

універсальним комунікативним простором, у якому запускаються механізми віртуалізації соціальності. У цього напрямку віртуальність – неминучий соціальний ефект нових комунікаційних технологій, тобто тут Інтернет розглядається як соціальний феномен, як віртуальне середовище, в якому мережеві зв'язки очевидні та широкодоступні [7].

Опосередкована інтернет-технологіями віртуалізація соціальної реальності суттєво її трансформує і, зрештою, перетворює її на нову, не існуючу раніше дійсність.

Четвертий напрямок робіт у галузі вивчення Інтернету ґрунтується на постмодерністських концепціях бачення та розуміння сучасного суспільства. У концептуальних рамках цього напрямку в описах феномена Інтернету використовуються такі поняття, як ризома (Ф. Гваттарі), інтертекстуальність (Ю. Крістева), хаосмос (Дж. Джойс), паратема (М. Фуко). У всіх постмодерних підходах до опису Інтернету при його визначенні посилено використовуються прийоми гіперболізації, аналогії та метафоризації. Тут вважається, що критерієм для оцінки теорії має служити не її абсолютна відповідність істині, а продуктивність і сила метафор, що працюють у соціальному просторі, їх пояснювальна сила, а також здатність генерувати нові точки зору та постановку завдань [11].

П'ятий підхід у вивченні Інтернету та інтернет-технологій ґрунтується на ідеї глобального надсуспільства, в якому Інтернет є його обов'язковою складовою. Відповідно до цього підходу, Мережа виступає як засіб, який уможлиблює глобалізацію інформації, комунікації, освіти та економіки, дії та образів [39].

Дослідники, які працюють у рамках цього напрямку, стверджують, що без Інтернету глобалізація сучасного суспільства практично була б неможлива та нереальна. Інтернет, виникнувши одночасно із зародженням цього надтовариства, супроводжує його поширення та розвиток глобально, у всьому світі. Виходячи зі сказаного дослідники вважають, що Інтернет нині є системоутворюючою рисою, без якої неможливе саме суспільство. В рамках цього

підходу Інтернет вивчається через аналіз його соціальних функцій у певному типі товариства [28]. Одночасно чітко виражені специфічні властивості, якості та характеристики Інтернету, що зумовлюють поєднання ефектів групової та міжособистісної комунікації, є унікальним явищем, що стає ефективним засобом організації соціальної взаємодії як у глобальному, так і в національному масштабі.

У підходах до визначення інтернет-комунікацій та в описі комунікативних дій людини в Мережі немає однаковості у виборі термінології навіть для базового поняття цієї галузі. Ряд авторів називає її комп'ютерно-опосередкованою комунікацією, інші позначають як віртуальний дискурс. Деякі лінгвісти визначають його як електронне спілкування чи комунікацію. Дослідники, описуючи проблему вибору основного поняття для лінгвістичного вивчення особливостей спілкування в мережі Інтернет, приходять до висновку, що кількість термінів постійно збільшується за рахунок посилення в житті людини значущості Інтернету та спілкування за його допомогою [50].

Міжособистісна комунікація у соціальних мережах має низку переваг та недоліків. Першою перевагою такого спілкування є можливість познайомитися з різними людьми незалежно від їхнього розташування (з інших міст, країн, континентів), знайти друзів за інтересами у всьому світі. Подібні знайомства можуть виявитися корисними не тільки в особистому житті, а й питаннях персонального просування та побудови кар'єри. Друга перевага віртуального спілкування – можливість співрозмовників бути досить відкритими, оскільки в мережі вони можуть не перейматися тим, як вони виглядають в очах інших. Третя перевага полягає в тому, що користувач соціальної мережі може до початку спілкування дізнатися інформацію про співрозмовника за допомогою особистого профілю (хоча вона і не завжди достовірна). Остання перевага: соціальні мережі – зручний майданчик для спілкування при виїзді за межі міста та країни. Для встановлення такого спілкування достатньо наявності підключення до мережі Інтернет [14].

Слід зазначити, що поняття «дружба» у реальному житті та у соціальних мережах значно відрізняється. У реальному житті друг – це найчастіше людина, з якою багато пройдено, хто заслуговує на довіру і з ким часто і давно спілкуєшся, а в соціальній мережі друг – це будь-яка людина, яку ти додав до свого списку контактів. Основними причинами включення людини до свого списку друзів у соціальних мережах є: по-перше, реклама якогось товару чи послуги; по-друге, одноразова зустріч; по-третє, багаторазові зустрічі і лише, по-четверте, це дружба у реальному житті [23].

У зв'язку з вищесказаним слід зазначити, що з усіх численних плюсах міжособистісної комунікації у соціальних мережах існує зворотний бік медалі. Наразі немає єдиної думки щодо корисності та шкоди соціальних мереж. Кожна людина сама вирішує, як і через що їй спілкуватися, головне – визначити, яку мету людина ставить собі. Спілкуватися в соціальній мережі досить легко, але необхідно ретельно аналізувати всю інформацію, що надходить, виробляти особисту думку, перевіряти ще раз інформацію і уникати шахраїв. Для молоді важливо підключати ефективний тайм-менеджмент, оскільки Інтернет, будучи невід'ємною частиною сьогоденного життя, забирає багато часу і відволікає, а часом і замінює реальне життя і спілкування [33].

У літературі, присвяченій дослідженню Інтернету, склалися такі визначення форм соціальної інтеграції та реалізації соціального інтересу: віртуальне мережеве співтовариство, інтернет-спільнота. С.А. Данилов вважає, що «спільнота» – форма соціальної організації, що реалізує у віртуальному інтернет-просторі мережеві принципи та основи свого буття. Дослідник виділяє такі системні характеристики мережевих спільнот, які визначають інтернет-соціалізацію:

- 1) Все для всіх. У мережевих інтернет-спільнотах усі суб'єкти комунікаційної взаємодії мають змогу будувати стосунки з усіма. Подібна відкритість є альтернативою реальним проявам форм соціального простору, в яких схожі варіанти спілкування залежать від різних умов, таких як територія,

час та ін. Наприклад, будь-який учасник може вибрати потенційного партнера з комунікації, задавши у пошуку місце його проживання, вік, стать і т.д.;

2) Анонімність одна із найважливіших чинників, які впливають присутність і активність людей віртуальному просторі. Даний фактор дозволяє будь-якій людині трансформувати свій власний образ у бажаний. Ще Г. Лебон писав про деструктивні прояви анонімності, властивій натовпу. Мережевій інтернет-спільноті також притаманні практично всі ознаки натовпу, за винятком територіальної близькості. Однак саме в Інтернеті індивід, так само як і у натовпі, завдяки анонімності не відчуває відповідальності за свої слова та вчинки;

3) Свобода входу та виходу. Цей фактор є ключовою цінністю інтернет-спільнот. Користувач абсолютно вільний у своїх діях від запуску комп'ютера та до виходу із спільноти соціальної мережі або в небажанні спілкуватися у мережному діалозі;

4) Конкретність інтересів. Об'єднання за інтересами у мережевому соціальному просторі дозволяють трансформувати цей простір у соціальну структуру. Спільність призводить до появи різноманітної мережної інтеграції, груп спілкування, спільнот. Віртуальна реальність має необхідні ресурси для інтеграції вузьких спільнот [4, 43].

Ключовим принципом інтеграції користувачів у мережах інтернет є конструювання індивідуального образу. Формалізація образу людини (яка представляється, наприклад, у вигляді «особистої сторінки») дає можливість скоротити зусилля для підтримки зв'язків між членами інтернет-спільноти. Презентаційна сила має заповнена форма, завдяки якій індивід створює свій образ, при цьому є ефект постійного знаходження в співтоваристві [43].

Від якості та способу подання особистої інформації залежать включення людини до спільноти, а також її ідентифікація як із спільнотою загалом, так і з окремими її членами. У зв'язку з цим варто також відзначити таке явище, як «ігри з ідентичністю», що спирається на анонімність.

Слід зазначити, що у всі переваги міжособистісної комунікації у соціальній мережі є свої недоліки. По-перше, це часто невідповідність портрета реальної особистості та портрета користувача соціальної мережі. Це відбувається завдяки обробці фотографій за допомогою графічних програм, вдалому освітленню, чужій фотографії на сторінці користувача, намальованій картинці замість фото тощо. Ще одним недоліком є відстань: при постійному спілкуванні у друзів по соціальній мережі іноді не виходить зустрітися особисто віч-на-віч у зв'язку з віддаленими місцями проживання. Мінусом також є і те, що користувачі соціальної мережі схильні до обману більшою мірою, ніж ті, які спілкуються переважно в реальній обстановці [29].

Спілкування у соціальних мережах дуже специфічне, і якісно відрізняється від «реального» спілкування, з яким кожен індивід стикається кожен день. Хоча, можна цілком обґрунтовано припустити, що в найближчому майбутньому завдяки сучасним інформаційним технологіям, кількісна перевага живого спілкування втратить свої позиції.

Розглянемо основні відмінності комунікації у соціальних мережах [35]:

1) У даний час переважає масове та опосередковане спілкування, чого не можна було сказати ще кілька століть тому.

2) Збільшення кількості вимушених контактів для людей. Особливо це помітно у великих містах, де сам спосіб життя визначає неминучість контактів незнайомих людей один з одним: проїзд у громадському транспорті, покупки в магазинах, походи в театр. Відмінною особливістю таких контактів є те, що вони численні та поверхневі, кількість у даному випадку стоїть на порядок вища за якість.

3) Суперечність між формою, засобами спілкування та його змістом. З одного боку, в даний момент не складе особливих труднощів встановити контакт з будь-якими суб'єктами, незалежно від їхнього розташування. З іншого боку, різноманіття засобів зв'язку не компенсує глибину спілкування. Таке становище стало основним принципом для виникнення феномену, названого як «самотність у натовпі».

4) Активне зростання квазіспілкування у повсякденному житті людини. Квазіспілкування характеризується як спілкування уявне. Наприклад, робота багатьох засобів масової інформації заснована на квазіспілкуванні. Ілюзія комунікації створюється під час систематичних переглядів передач, блогів, пабліків індивідуумом. Формується відчуття знайомства з провідними, блогерами та адміністраторами соціальних груп, хоча насправді глядач має лише деяке уявлення про їхній спосіб життя та діяльності.

Можна припустити, що дані поверхневі, і в якійсь мірі, примусові контакти для людей при їх різноманітті і масовості знижують його якість.

Якість спілкування визначається [8]:

- 1) рівнем взаємодії;
- 2) кількістю потреб, які задовольняються у процесі комунікації;
- 3) можливостями самореалізації та розвитку.

Спілкування проходить на різних рівнях, які визначаються загальною культурою вступаючих у взаємодію індивідуумів та їхніми особливостями характеру, а також обставинами і чинниками при яких відбувається взаємодія.

Розглянемо ці рівні докладніше [15]:

1) 1 рівень – фатичний (від латів. *fatuus* – дурний). Являє собою простий обмін репліками і фразами для підтримки розмови. Зазвичай відбувається за умов, коли індивідууми змушені спілкуватися під впливом обставин, але у розмові не зацікавлені. Таке спілкування можна охарактеризувати як автоматичне, обмежене і примітивне, виходячи з того, що репліки розмовляючих не мають глибокого сенсу і підтексту, індивідууми не отримують нового знання. Спілкування цьому рівні відбувається у межах етикету та норм соціального шару, до якого належать суб'єкти взаємодії.

2) 2 рівень – інформаційний. На даному рівні при комунікації відбувається обмін цікавою, корисною та новою інформацією. Інформаційний рівень характеризується стимулюючою складовою і в основному виникає в умовах спільної діяльності. Головою особливістю цього рівня є активне включення у процес комунікації та зацікавленість у ньому.

3) 3 рівень – особистісний. Виникає за умови, що кожен із співрозмовників готовий і здатний до глибокого саморозкриття та пізнання сутності іншої людини, самої себе та навколишнього світу. На виникнення ситуації духовного піднесення, розвитку особистості, натхнення та осяяння впливає безліч чинників, саме тому досягти третього рівня не так просто, як здається на перший погляд. Тим більше під час розвитку та розповсюдження соціальних мереж.

Процес комунікації в соціальних мережах знаходиться вище за перший рівень, але, природно, не може дотягувати до душевності та моральності третього рівня. Тому можна припустити, що за своїми характеристиками спілкування в соціальних мережах більше відноситься до другого рівня, ніж до інших [19].

Безперечним фактом є те, що Інтернет сьогодні – це найкоштовніше джерело інформації, яке знало людство. Але його можливості, такі як оперативність, швидкість і доступність зв'язку між користувачами на далеких і близьких відстанях, дозволяють використовувати Інтернет не лише як інструмент для пізнання, а й як інструмент для спілкування.

Причинами звернення до Інтернету як інструменту спілкування є [41]:

- ✓ недостатнє насичення спілкуванням у реальних контактах. У подібних випадках користувачі швидко втрачають інтерес до Інтернет-спілкування, якщо з'являються можливості задоволення відповідних потреб у реальному житті;
- ✓ можливість реалізації якостей особистості, програвання ролей, переживання емоцій з тих чи інших причин неможливих у реальному житті. Подібна можливість обумовлена переліченими особливостями спілкування за допомогою мережі – анонімністю, нежорсткою нормативністю, своєрідністю процесу сприйняття людини людиною. Бажанням переживання тих чи інших емоцій пояснюється, мабуть, і прагнення емоційного наповнення тексту.

Сьогодні по суті виникла нова форма мовної взаємодії – письмова розмовна мова. Українська мова існує в Інтернеті в основному в письмовому варіанті, але в умовах інтерактивної мережевої комунікації темп промови наближений до її усного різновиду [33].

Мешканці соціальних мереж майже повністю позбавлені допоміжних (паралінгвістичних) засобів: тембру мови, акцентування частини висловлювання, емоційного забарвлення, тембру голосу, його сили, дикції, жестів та міміки. Звідси надійність мовного спілкування стає вкрай низькою, адже, на думку психологів, при звичайній комунікації в акті спілкування невербальна комунікація визначає до 55% результату [48].

Настільки глобальна нестача не могла не бути певним чином компенсована, тому спілкування в соціальних мережах все-таки не обходиться без тілесності. Насамперед було певним чином компенсовано «емоційний дефіцит» шляхом введення у віртуальне спілкування сурогатних, частково типізованих емоційних реакцій – «смайликів» (від англійського «smile» – «усмішка»), які набули надзвичайно широкого поширення. Однак це все-таки саме сурогат емоційних реакцій. Багаторазово робилися спроби привласнити та закріпити позначення певних емоційних станів за певними смайликами, проте всі вони виявилися безуспішними. Фактично на сьогодні смайлики тільки інформують про емоційно забарвлене ставлення автора до тексту, просто передаючи спрямованість і ступінь його емоцій (причому вигляд смайлика ніякого значення не має). Як бачимо, емоційна палітра дуже бідна [42].

Крім «смайликів» для компенсації тембру та акцентування частини висловлювання у віртуальному спілкуванні використовується так званий «капс» (від англійського «CapsLock» – блокування верхнього регістру клавіатури; написання фрази або частини її великими буквами), який повсюдно в Мережі трактується як підвищення голосу [12].

Недостатність або неможливість передачі в Інтернеті кольору, звуку, руху замінюється вербальними і знаковими аналогами – великою кількістю знаків оклику, «традиційно англійською лексиною», засобами з інших мовних жанрів.

Новий світ і новий спосіб життя у світі вимагає і нових мовних засобів комунікації чи трансформації старих. Сленг, вироблений користувачами Інтернету, переходить у загальноживану лексику, відродження епістолярного жанру у вигляді електронного листування також має свою мовну специфіку, ігрові умови віртуального простору сприяють наближенню комунікації до гри, що на рівні мови проявляється у тяжінні до манери усного розмовного мовлення на найсерйознішому сайті [30]. Цілком можливо, що йдеться про формування нового стилю в мові – про стиль Інтернет – спілкування – який не тільки є специфічною особливістю Інтернет – спільноти, а й серйозно впливає на мовленнєву поведінку всього суспільства загалом.

Нині скорочення є поширеною формою спілкування в Інтернеті. Це зумовлено тим, що обсяг інформації занадто великий і має бути переданий коротко та зрозуміло для того, щоб люди могли сприймати все легко. Особливо часто скорочення вживаються під час спілкуванні в чатах, на форумах, сайтах знайомств. Саме там слова скорочуються так: *grl – girl, 4U – for you, me2you – me to you, u're the 1 – you are the one* [1].

Коротко ознайомившись з історією появи скорочень, повернемося до розгляду їхніх груп та особливостей. Стосовно лексичної групи, а саме усічень, слід зазначити, що, за С.М. Єнікєєвою [14], вони поділяються на:

- афери, мета яких полягає у видаленні початкової частини слова (*microbus – bus, Alexandra – Sandra, parachute – chute*);
- апокопи, сутністю яких є видалення кінцевої частини слова (*Samuel – Sam, doctor – doc, camera – cam*);
- синкопи, пов'язані з видаленням середини (*market – mart, spectacles – specs, regulations – regs*);
- змішані, мета яких – у видаленні початку й кінця (*refrigerator – fridge*).

Звідси витікає сутність фонетичної особливості, яка зосереджена на аферезі, залишені частини від якої після трансформації читаються як нове слово. Приклади, що належать до інших типів усічення вимовляються повністю (читати *figure*, коли написано *fig.*).

Мова стає не тільки засобом спілкування, а й засобом створення віртуальної реальності, оскільки штучні мови програмування є лише технологічним засобом, завдяки якому Інтернет працює, а справжньою мовою віртуального співтовариства виявляються природні мови аудиторії користувачів.

1.3 Мовна картина світу у соціальних мережах

Поняття мовної картини світу сягає до ідей Вільгельма фон Гумбольдта та неогумбольдтіанців про внутрішню форму мови. В. фон Гумбольдт був одним із перших лінгвістів, хто звернув увагу на національний зміст мови та мислення, зазначаючи, що «різні мови є для нації органами їхнього оригінального мислення та сприйняття». Кожна людина має суб'єктивний образ якогось предмета, який повністю не збігається з образом того ж предмета в іншої людини. Слово, таким чином, несе на собі тягар суб'єктивних уявлень, відмінності яких перебувають у певних рамках, оскільки їх носії є членами одного і того ж мовного колективу, мають певний національний характер і свідомість [44].

Ідеї В. фон Гумбольдта були підхоплені неогумбольдтіанцями, один з яких, Л. Вайсгербер, у тридцятих роках ХХ століття ввів у науку термін «мовна картина світу», зазначаючи, що в мові конкретної спільноти живе і діє духовний зміст, скарб знань, який по праву називають картиною світу конкретної мови. У лінгвістиці існує багато визначень мовної картини світу (МКС); кожне з них робить акцент на окремих сторонах поняття, що позначається і тому не може бути загальноприйнятим. Все різноманіття трактувань поняття МКС можна звести до двох: широкого та вузького [18].

Так, частина мовознавців розуміють під МКС суб'єктивний образ об'єктивного світу як репрезентації концептуальної картини світу, повністю, проте, що не охоплює її, як наслідок мовної діяльності багатопокіленого колективу протягом низки епох.

Мовна картина світу – це уявлення про дійсність, які здаються носіям цієї мови само собою зрозумілими. Ці уявлення, складаються в єдину систему поглядів та розпоряджень, входять до значення мовних одиниць у неявному вигляді, отже носій мови «приймає їх у віру, не замислюючись і сам того помічаючи» [46].

Інші вчені вважають, що МКС є зафіксованою в мові і специфічна для даного мовного колективу схему сприйняття дійсності.

Отже, мовна картина світу – це дійсність, відбита у мові, мовне членування світу, інформацію про світі, передана за допомогою одиниць мови різних рівнів.

У лінгвістиці існує велика кількість визначень мовної картини світу; кожне з них робить акцент на окремих сторонах поняття, що позначається і тому не може бути загальноприйнятим. Кожна природна мова відбиває певний спосіб сприйняття устрою світу, або «мовну картину світу». Сукупність уявлень про світ, укладених у значенні різних слів і виразів даної мови, складається в єдину систему поглядів, яку, сам того не помічаючи, приймають усі носії даної мови [3]. Мовна картина світу «включає словник, сукупність образів, закріплених у мовних знаках, ідеостиль мовця, мовну ідеологію носіїв мови, тип асоціативно-вербального відображення світу» [11]. Отже, мовна картина світу – це дійсність, відбита у мові, мовне членування світу, інформація про світі, передана за допомогою одиниць мови різних рівнів.

У соціальній мережі Facebook розглянути мовну картину світу можна, перш за все, у розділі новин, де існує блок під назвою ««Популярні новини», в якому виводяться найпопулярніші на даний момент новини. Причому в цукерберзькій соціальній Мережі використовується особливий алгоритм формування стрічки. Оновлення публікуються не в хронологічному порядку, а за ступенем передбачуваної зацікавленості користувача. Facebook пріоритетно віддає перевагу, по-перше, мережі друзів кожного користувача, по-друге, сторінкам, які він відзначив як уподобані. Процес оцінки релевантності

призводить до формування стрічки новин, унікальної для кожного користувача Facebook [6].

Те, наскільки швидко змінюються актуальні теми у Facebook, говорить про те, що мовна картина світу соціальної мережі дуже рухлива, вона визначає ставлення людини до світу, її інтерес і залучення у все, що відбувається не тільки в її житті, а й у цілому світі[37].

Користувачі соціальних мереж можуть об'єднати групу повідомлень за темою або типом за допомогою хештегів. Хештег, хештег (англ. *hashtag* від *hash* – символ «грати» + *tag* – тег) – слово чи фраза, яким передуює цей символ. Хештеги дозволяють учасникам соціальної мережі додавати більше контексту в публікації, а також пов'язувати свої нові пости з найцікавішими темами чи широкомасштабними обговореннями, які вже відбуваються у Facebook [45]. При натисканні на хештег Facebook, що цікавить, користувачі побачать список постів, написаних іншими учасниками на цю тему або про цю конкретну подію. Раніше простого способу докладно розглянути якусь подію та дізнатися, що з цього приводу думають люди, не існувало. Однак слід зауважити, що хештеги у Facebook виконують в основному функцію маркера – підказують ключові думки тексту читачеві, дають можливість відстежити актуальні у користувачів словатемами, а також полегшити користувачам розуміння подій, що відбуваються, які хвилюють весь світ в даний момент [20]. Для Facebook список найпопулярніших тегів, що використовуються в 2018 році, наступний – *#news*, *#me*, *#love*, *#friends*, *#friendship*, *#bestfriends*, *#foodart*, *#awesome*, *#fun*, *#life*, *#like*, *#travel*, *#bestoftheday*, *#cat*, *#dog*, *#sport*, *#healthylifestyle*, *#selfie*, *#selfienation*, *#holidays* *#ilovemyjob*, *#family*. Трендові хештеги написані латиницею, оскільки Facebook вважається переважно англomовним ресурсом. Таким чином, можна виділити тут ядерні одиниці картини світу користувача Facebook, важливі як для окремої мовної особи, так і для цієї лінгвокультурної спільноти загалом. Наприклад, слово новини (*#news*, *#bestoftheday*) визначають інтерес користувача до різних подій у його житті, а також у житті оточуючих його людей та у світі в цілому; слова друзі, дружба, найкращі друзі (*#friends*,

#friendship, *#bestfriends*) висловлюють потребу людини у спілкуванні, налагодженні нових контактів та зв'язків, взаємодопомоги та співпереживанні; завдання слова селфі (*selfie* від англ. *self* – «сам, себе») – автопортрет, знятий на фронтальну камеру мобільного телефону, (*#selfie*) – привернути увагу і викликати оцінку, найчастіше позитивну; слово лайк (від англ. *like* – «подобається») (*#like*) – умовний вираз схвалення опублікованого користувачем матеріалу [34].

Останнім часом особливе місце у самопрезентації особистості та відображенні її картини світу займають звані пабрики у соціальних мережах. У Facebook функціонують дві великі категорії таких спільнот – Групи та Сторінки. Класична фейсбуківська спільнота покликана об'єднати людей за якоюсь конкретною загальною ознакою – містом, місцем роботи чи освітою. Нерідко воно створюється для обговорення спільних заходів, інтересів, захоплень, обміну матеріалами з зустрічей і т.д.

Мем (англ. *meme*) – одиниця культурної інформації. Мемом може вважатися будь-яка ідея, символ, манера чи образ дії, що усвідомлено або неусвідомлено передаються від людини до людини за допомогою мови, письма, відео, ритуалів, жестів і т.д.

Інтернет-меми є інформацією (посилання, тексти, картинки, навіть розмовні конструкції), зазвичай переданою користувачами одне одному через мережу. Зазвичай це робиться з метою розваги, але в цей же спосіб може поширюватися й інша інформація, у тому числі провокаційного або зловмисного характеру.

Інтернет-мем є сховищем культурного коду інтернет-спільноти, зокрема у соціальних мережах. Цей код створено навмисно для ідентифікації «свій/чужий» у мережевих форматах [40].

Людина, що успішно розкодує культурний зміст мемів того чи іншого співтовариства і правильно використовує меми в комунікації, цим маркує свою приналежність до цієї спільноти. З наукової точки зору інтернет-меми є досить цікавим матеріалом для вивчення, тому що їх зміст може не тільки повідомляти

відомості про ціннісні установки, політичні уподобання та світогляд людини в цілому, але й виступати інструментом прихованого впливу на окремого індивіда та цілі соціальні групи [31].

Особливу роль формуванні специфічної мережевої картини світу грають лексичні одиниці (наприклад, стрічка, сторінка, закладка, пост, статус, передплатники, друг/друзі та ін.), що вживаються в соціальних мережах не в тих значеннях, які їм властиві у звичайній мові. В умовах активної мережевої комунікації не тільки розширюється сполучуваність слів, а й змінюється тим чи іншим чином їх семантика, внаслідок чого в мовленні користувачів (а отже, більшості носіїв мови) з'являються та закріплюються нові значення та/або стилістичні відтінки слів: переглянути стрічку ; зайти/підписатися на сторінку/сторінку; створити/зламати сторінку; Поскаржитися на сторінку; Додати в закладки; написати пост/постити; зробити репост/репостити; залишити у передплатниках; підписатися / додати до друзів; видалити з друзів; встановити/змінити статус [27].

Виявлення якісних змін у семантичній структурі слів у їхній історичній еволюції є одним із основних завдань сучасної лексикології. Лексичні одиниці, що описують спілкування в рамках соціальної мережі або прийняті в мережевому спілкуванні, активно змінюють (а саме – розширюють) свою семантику та поєднання [36]. Цей феномен у рамках спілкування в соціальній мережі обумовлений, по-перше, семантикою англійської мови, по-друге, впливом технічних факторів, особливостей інтерфейсу та функціоналу соціальної мережі.

Зокрема про це говорять вже самі назви посилань меню сайту Facebook і Twitter: «*Home*» (моя сторінка), «*Groups*» (групи/паблики), «*News feed*» (Мої новини), «*Saved*» (Мої закладки), «*Notification*» (Мої відповіді), «*Friends list*» (Мої друзі), «*Following*» (підписки), «*Tweets*» (твіти/пости), «*Trends*» (актуальні новини) і т.д.

Якісна зміна смислової сторони слів в Інтернеті часто мотивована не лише назвами певних сервісів, а й мовою самих користувачів та її переосмисленням.

Як бачимо, лексика соціальних мереж безпосередньо відображає мінливу дійсність, і нові значення з'являються не ізольовано, не у відриві від лексико-семантичної системи даної конкретної мови, а в нерозривному зв'язку з нею як її складовий елемент [16].

При цьому в умовах активної мережевої комунікації не тільки розширюється поєднання слів, а й змінюється тим чи іншим чином їх семантика, в результаті чого в мовленні користувачів (а отже, більшості носіїв мови) з'являються і закріплюються нові значення та/або стилістичні відтінки слів. У користувача соціальної мережі формується своя особлива, мережева картина світу.

Виходить, що люди поза соціальними мережами вирвані з контексту спілкування в них, вони не пристосовані до нових лінгвостилістичних особливостей мови, не знайомі з популярними серед інших користувачів мемами, скороченнями і т.д. і тому іноді відчують труднощі у розумінні свого співрозмовника.

Люди, знайомі і не знайомі зі спілкуванням у соціальних мережах, – це два принципово різні типи комунікантів, навіть якщо вони належать до одного покоління чи одного соціального прошарку [24].

В даний час вплив соціальних мереж на живу англійську мову настільки великий, що перед дослідниками відкриваються нові перспективи вивчення даної галузі, і одним з найбільш важливих напрямів (у тому числі в плані лексикографічного опису мови) є вивчення динаміки і причин семантичного варіювання слів.

РОЗДІЛ 2

ПЕРЕКЛАДАЦЬКИЙ АСПЕКТ КОМУНІКАЦІЇ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ (НА ПРИКЛАДІ МЕРЕЖІ FACEBOOK ТА TWITTER)

2.1 Морфологічні особливості англійської та української мови соціальних мережах

Для більш повного та глибокого вивчення характеристик англійської мови в соціальних мережах розглянемо зміни в основних розділах лінгвістики: морфологія, лексика та синтаксис.

Морфологія (від грец. *μορφή* — «форма» і *λόγος* — «слово, вчення») — розділ лінгвістики, основним об'єктом якого є слова природних мов, їх значимі частини та морфологічні ознаки [52].

Морфологія англійської мови полягає у вивченні структури англійських слів, складових елементів та виконуваних ними функцій, а також порядку та правила побудови слів.

Морфема — мінімальна одиниця мови, що має значення, проте не використовується поза словом. Компонентами вивчення англійської морфології є корінь слова, афікси, основи. Розглянемо їх докладніше для подальшого вивчення зміни їх у соціальних мережах [52].

Корінь — морфема, що містить у собі основний лексичний зміст слова. Будь-яке слово має корінь чи кілька коренів. Наприклад: *child, red, flash* [51].

Афікси — морфема, що приєднується до основи слова (кореня) і змінює його значення. Афікси діляться на три типи: префікси, суфікси та інфікси. Префікси позиціонується перед коренем, суфікси — після кореня та інфікси вставляються у середину слова. Основною є морфема, що містить у собі частину слова без закінчення [54].

Морфологія вивчає слово з погляду частини мови. В англійській мові прийнято виділяти такі частини мови: іменник, прикметник, дієслово, займенник, числівник, прислівник, вигуки, спілка, прийменник.

У свою чергу частини мови поділяються на самостійні (іменник, дієслово, прикметник, займенник, прислівник, числівник) та службові (союзи та прийменники). Вигуки не входять до цих груп, оскільки вони мають специфічне значення і використовуються для вираження емоцій.

Соціальні мережі дозволили користувачам «грати» з морфемами та морфологічним словотвором, вигадуючи та винаходячи нові способи комбінації для простоти написання та вираження своїх думок та почуттів.

Проаналізуємо зміни на основі коментарів людей у таких соціальних мережах як Facebook та Twitter.

Одним із найпоширеніших способів зміни є подовження слова, за допомогою повторення літери в корені або афіксах. Такий прийом використовують, наприклад, для акцентування уваги часу або передачі емоцій. Розглянемо ці зміни на прикладах.

Малюнок 2.1 ілюструє використання подовження слова передачі тривалості часу: «*This is so wonderful and loooong over due!!!*» (Це так чудово і давноооо назріло!).



Рис. 2.1 Подовження слова за допомогою повторення літери в корені

На малюнку 2.2 показано використання даного прийому в наступному контексті: «*We are shell-shocked from 2016 when soooo many great performers died.*» (Ми вражені з 2016 року, коли загинули багато великих виконавців.)

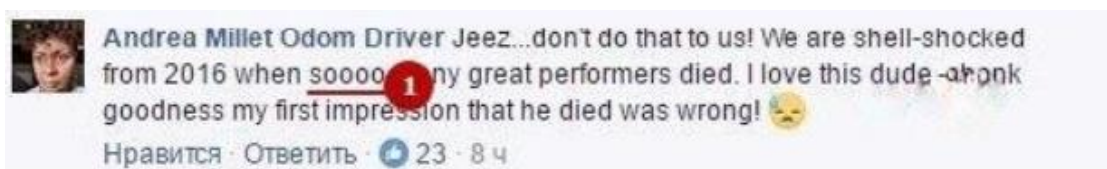


Рис. 2.2 Подовження слова за допомогою повторення літери

Найпопулярніший спосіб спілкування в соціальних мережах – це скорочення.

На малюнку 2.3 наведено приклад такого скорочення: «*Diamond Heart or Dancing In Circles next single pls.*» (Diamond Heart or Dancing In Circles як наступний сингл, будь ласка).

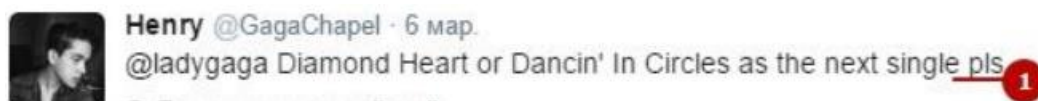


Рис. 2.3 Скорочення слова

На думку користувачів соціальних мереж, скорочення допомагає зберегти час і передати більше інформації у меншому за розміром повідомленні. Хоча, зараз, такий прийом використовується вже за звичкою, як типовий спосіб спілкування «на бігу».

Під скорочення потрапляють як слова, так і цілі фрази.

Наприклад, *laughing out loud*, що перекладається як «вмираю від сміху», скорочують до аббревіатури трьох перших букв і виглядає як *lol*.

Приклад такого скорочення представлений на малюнку 2.4: «*Becky S. Edwards here's your mint lol*».



Рис. 2.4 Скорочення фрази *laughing out loud*

Найпоширеніші скорочення у соціальних мережах представлені в таблиці 2.1.

Таблиця 2.1

Скорочення, які використовуються в соцмережах

№	Скорочення	Оригінал	Переклад
1	Tht`s	That is	Тобто це
2	U, Y	You	Ти
3	B	Be	Бути
4	Asap	As soon as possible	Якомога швидше
5	B4	Before	До
6	C	See	Бачити
7	Dey	They	Вони
8	Bout	About	Про

9	L8er	Later	Пізніше
10	Gr8	Great	Чудово
11	Wht	What	Що
12	Ttyl	Talk to you later	Поговоримо пізніше
13	Cnt	Can`t	Не можу
14	Gd	Good	Гарний
15	Luv	Love	Любов
16	N	And	І
17	R	Are	Допоміжне дієслово
18	lt	Want	Хотіти
19	2	Too, to	Занадто/до
20	4	For	Для
21	IMHO	In My Hummble Opinion	На мою скромну думку
22	TNX или THX	Thanks	Дякую
23	NP	No problem	Без проблем
24	YW	You're welcome	Будь ласка
25	ROFL	Rolling On the Floor Laughing	Кататися по підлозі від сміху
26	OMG	Oh, my God!	О, боже!
27	BRB	Be right back	Нема часу пояснювати, скоро
28	RLY	Really	Дійсно
29	SY	See You	Побачимося!
30	Pls	Please	Будь ласка
31	Ur	Your	Твій
32	Smh/smb/smth	Somehere/somebody/something	Десть/ хтось/щось
33	Tho	Though	Хоча

У цій таблиці перебуває 30 найбільш використовуваних скорочень. Це не остаточний список, щодня з'являються нові аббревіації. Розглянемо вживання даних скорочень у коментарях, опублікованих користувачами соціальних мереж.

На малюнку 2.5 представлена речення, що повністю складається з аббревіатур: «*omg gig*» (Боже мій! Спробуй!)



Рис. 2.5 Створення фрази omg і gig

На малюнку 2.6 представлено скорочення займенника: «*Where is ur next song off kp4*» (Де твоя наступна пісня off kp4?).



Рис. 2.6 Скорочення займенника your

У прикладі на малюнку 2.7 показано скорочення прислівника *somewhere*: «*I don't see the «growing» part of all this smh*».



Рис. 2.7 Скорочення слова somewhere

Малюнок 2.8 так само ілюструє приклад використання скорочення прислівника: «*True statement tho*» (Хоча це правильне твердження).



Рис. 2.8 Скорочення прислівника though

На малюнку 2.9 наведено приклад скорочення займенника *you*: «*U are them cold?*» (У них холодно?). Потрібно сказати, що скорочення займенника *your* один з найбільш використовуваних скорочень в коментарях.

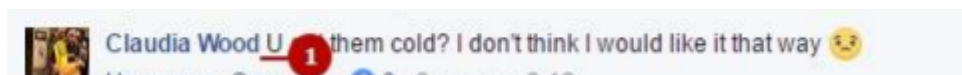


Рис. 2.9 Скорочення займенника your

Скорочення прислівника *that* представлено на малюнку 2.10: «*Tht's we everyday*» (Це ми щодня).

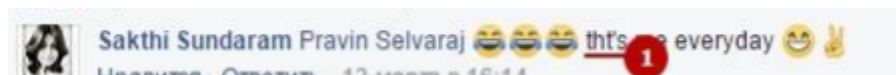


Рис. 2.10 Скорочення прислівника that

Так само варто сказати про вживання вигуків при спілкуванні в соціальних мережах. Вони мають таке ж велике значення, як і при використанні у повсякденній буденній розмові. За допомогою них, користувачі соціальних мереж можуть без зайвих слів та пропозицій висловити своє ставлення до теми розмови чи емоції.

Наприклад, на малюнку 2.11 показано використання вигуку *aw*: «*Aw. Come on, Connie. Sure you do*» (Ой. Давай, Конні. Впевнений, ти впорася!).

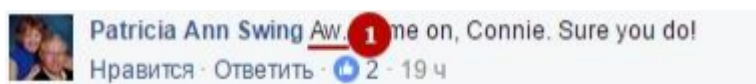


Рис. 2.11 Використання вигуку *aw*

Малюнок 2.12 теж ілюструє використання вигуків при спілкуванні в соціальних мережах, а також скорочене використання слова *nevermind*: «*Oh whoops nvm*» (Ох, забудь!).

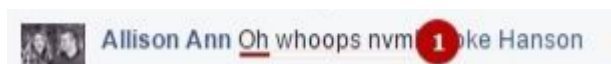


Рис. 2.12 Використання вигуку *oh* та дієслова *nevermind*

На малюнку 2.13 приклад використання вигуку *blah*: «*All I hear is blah blah blah*» (Все, що я чую це бла бла бла).



Рис. 2.13 Використання вигуку *blah*

Іноді, для більшого вираження своїх емоцій та постановки акценту на будь-якій думці, користувачі використовують функцію кнопки Caps Lock, тобто друкують слово великими літерами.

В якості прикладу представлений малюнок 2.14 з використанням вигуку *phew*: «*Oh dear lord, I saw the photo of Carl Reiner and thought he had died. PHEW!*» (О, любий пане, я побачив фотографію Карла Райнера і подумав, що він помер. ФУ!).



Рис. 2.14 Використання вигуків і функції Caps Lock

У деяких випадках, коли користувачі хочуть максимально показати свої емоції, функцію Caps Lock можна використовувати кілька разів в одному повідомленні.

На малюнку 2.15 наведено приклад такого використання: «I have problems and need help! *LMAO! OMG! NOOOOOO!!!!*!» (У мене проблеми, мені потрібна допомога! Сміюся до сліз! О мій бог! Нііііі!).

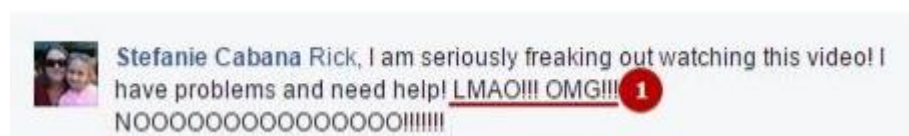


Рис. 2.15 Використання скорочення та функції Caps Lock

Функція Caps Lock використовується користувачами не тільки при скороченнях або вживанні вигуків. Дуже часто великими літерами пишуть слова та навіть цілі фрази.

Приклад представлений малюнку 2.16: «*Today really is the BEST DAY EVER!*!» (Сьогодні дійсно НАЙКРАЩИЙ ДЕНЬ!).

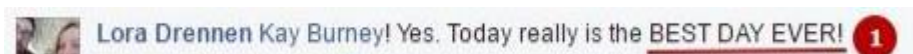


Рис. 2.16 Використання функції Caps Lock

Ще однією зміною в англійській мові під впливом інтернету стала заміна займенника «I» на поєднання «Ya», що, навпаки, не скорочує слово, а подовжує його, але виглядає молодіжніше і відмінно вписується в стиль соціальних мереж.

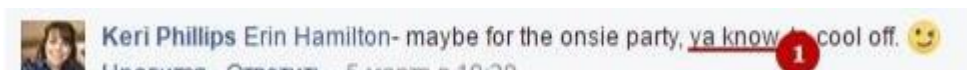


Рис. 2.17 Заміна займенника «I» на «YA»



Рис. 2.18 Заміна займенника «I» на «YA» та вигук Yummy

На малюнку 2.17 та 2.18 представлено використання займенника *Ya* у коментарях соціальної мережі: «*Ya know it cool off*» (Я знаю, що це здорово).

Отже, морфологічні особливості комунікації в соцмережах передбачають використання подовження та скорочення слова, використання вигуків і функції Caps Lock.

2.2 Лексичні характеристики матеріалів соціальних мереж у порівнюваних мовах

Лексикологія (від грец. *lexikós* «що відноситься до слова» (*lexis* – «слово») і *logos* «слово, вчення») – розділ мовознавства, що вивчає лексику (словниковий склад) мови та слово як одиницю лексики [53].

Одне з основних завдань лексикології полягає у дослідженні значення слів та фразеологізмів, багатозначності, синонімії/антонімії та омонімії, а також різні відносини між значеннями слів.

Лексикологія також вивчає зміни у словниковому складі мови, а також причини, з яких вони сталися. Зазвичай це залежить від соціальних, територіальних та професійних аспектів.

Шляхи розвитку та розширення словникового складу мови представляють чотири способи творення. Три з них ґрунтуються на використанні внутрішніх ресурсів мови – створення нових слів, формування нових значень (полісемія та перенесення значень), утворення словосполучень, а четверта – на залученні ресурсів інших мов – запозичення (лексичні запозичення та кальки).

Зазвичай дослідження відбувається за поділом слів на категорії, заснованих на певних ознаках: за походженням (споконвічна та запозичена лексика), за історичною перспективою (застарілі слова та неологізми), за сферою вживання (загальнонародна, спеціальна, просторічна), за стилістичним забарвленням (міжстильова та стилістично забарвлена лексика).

Лексика рухлива, тому склад мови дуже змінюється під впливом зовнішніх чинників. Так слова, що зараз мають статус неологізмів, через кілька років увійдуть в основний лексикон людини і вважатимуться буденними, типовими для вживання. Зміни в лексичному складі мови постійні і неконтрольовані, тому очевидно, що підрахувати кількість слів тієї чи іншої мови просто неможливо.

Розглянемо лексику англійської мови та її зміни під впливом необхідності спілкуватися у соціальних мережах.

Однією із причин необхідності коротко висловлювати свої думки стала соціальна мережа Twitter. У ній люди діляться своїми емоціями, новинами або подіями, що відбуваються, але особливість цієї мережі в тому, що на твіт ставиться обмеження в 140 знаків.

Назва Twitter походить від дієслова *tweet*, що перекладається як щебетати, цвірінкати. Дієслово *tweet* при вживанні в соціальних мережах вже давно не перекладається за своїм одвічним значенням. Зараз *tweet* перекладається як *твіт*, *запостити твіт*. Твіт, у свою чергу, має значення повідомлення в 140 знаків.

На малюнку 2.19 наведено приклад використання слова *tweet* в семантиці дієслова: «*You haven't tweeted 2 days and you posted an instagram link*» («Ти не твітила 2 дні і відправила посилання на інстаграм»).



Рис. 2.19 Використання дієслова *tweeted*

У вищезазначеному випадку слово спочатку мало своє єдине правильне значення, що змінилося за його використання у соціальних мережах.

Так само лексика англійської мови при спілкуванні у соціальних мережах досить вільна: користувачі використовують ненормативну лексику та жаргонізми, спілкуючись у коментарях.

На малюнку 2.20 під номером 1 ми можемо побачити вживання слова *dude*, що перекладається як *чувак* і під номером 2 слово *hell* – *некло*.



Рис. 2.20 Використання жаргонізмів *dude* та *hell*

На малюнку 2.21 так само наведено приклад поширеної ненормативної лексики, якою не гидують користувачі соціальних мереж: «*Now he`s delusional leftist idiot to makes decent movies*» (Тепер він маячний лівий дурник, щоб робити пристойні фільми).

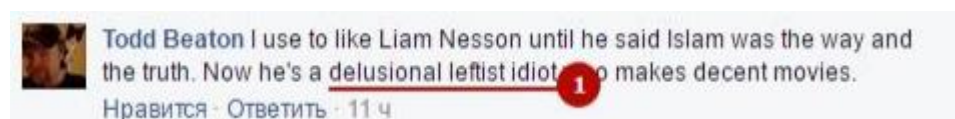


Рис. 2.21 Використання ненормативної лексики

Також багато фраз і словосполучень змінили свій семантичний зміст при з'єднанні в одне слово.

Словосполучення *apple pick* перекладається українською мовою як «підняти яблуко», але соціальні мережі та зростання популярності фірми Apple стали основою для створення нового слова, а саме зміни сенсу цілого словосполучення.

На малюнку 2.22 наведено приклад використання даної зміни: «*People can't applepick from me cause I dun have one*» (Люди не можуть вкрасти у мене айфон, тому що у мене його немає). Тобто тепер слово *applepick*, залежно від контексту, може перекладатись як крадіжка пристроїв фірми Apple.



Рис. 2.22 Використання слова *applepick*

Це не єдині зміни у лексиці англійської мови. Користувачі соціальних мереж щодня вигадують нові слова або змінюють зміст усталених слів та словосполучень.

Наприклад, на малюнку 2.23 представлено вживання слова *gloatgram*. *Gloat* у перекладі українською мовою означає грабіж, *gram* – закінчення від назви соціальної мережі *instagram*, що в поєднанні дає абсолютно новий сенс. При використанні цього слова в соціальних мережах мається на увазі «хвастограм», пост чи твіт, у якому люди вихваляються покупкою, досягненням, подією.

У прикладі: «*I normally find it unbecoming but I just may have to send you a gloatgram on election night*» (Я зазвичай вважаю це неприйнятним, але я просто можу послати вам хвалькуватий пост в ніч виборів).



Рис. 2.23 Використання слова *gloatgram*

Ще одне нове слово, яке часто використовується в соціальних мережах *floordrobe*, яке утворилося від двох несполучених слів *floor*, що перекладається як підлога та *wardrobe* – гардероб.

У кімнатах у багатьох можна знайти такий предмет меблів, який тепер називається *floordrobe* – стопка одягу на підлозі.

Приклад використання такого слова представлений на малюнку 2.24: «*I'm super super messy. Like my room is always a total mess. The floordrobe is real.*» (Я супер брудний. Як і моя кімната, завжди в повному безладді. Правда, це стопка одягу на підлозі.).

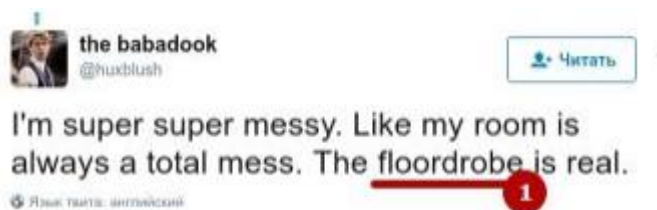


Рис. 2.24 Використання слова *floordrobe*

Слово *nit-picker* так само не обійшли користувачі соціальних мереж, замінивши його звичайний зміст (причіпа), на той, який здається їм більш правильним і прийнятним для коментування у Facebook і Twitter.

В даний момент, це слово використовують для того, щоб охарактеризувати людину, яка не має якихось знань, але в момент розмови шукає потрібну інформацію в мережі Інтернет, щоб здатися розумною та обізнаною з цього питання.

На малюнку 2.25 проілюстровано приклад використання слова *nit-picker*: «*I sometimes worry people think I'm a nitpicker and wonder why*» (Мене іноді хвилює те, що люди думають, що я нітпікер. Я дивуюсь: чому?).

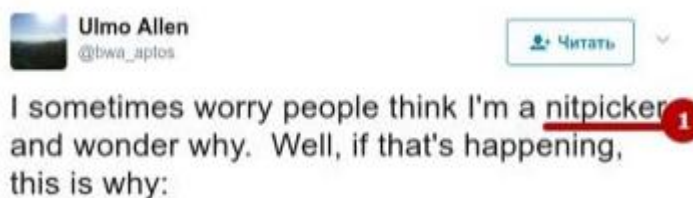


Рис. 2.25 Використання слова *nitpicker*

Отже, лексичні зміни в англійській мові при його використанні в соціальних мережах виражені, в основному, у переході слова в інші частини мови або в поєднанні словосполучення в одне слово з наступною зміною семантики, а також вживання ненормативної лексики та зневажання нормами та культурою мови.

2.3 Передача синтаксичної специфіки мови соціальних мереж у перекладі

Синтаксис (від грец. *syntaxis* - побудова, порядок) - 1) характерні для конкретних мов засоби та правила створення мовних одиниць; 2) розділ граматики, вивчає процеси породження висловлювання: сполучуваність і порядок розташування слів усередині речення і навіть загальні властивості речення як автономної одиниці мови та висловлювання як частини тексту [54].

Типи словосполучень та речень, які в сукупності дають синтаксичний склад мови, є об'єктом вивчення синтаксису.

В англійській мові, як і в українській, речення поділяються на два типи: прості та складні.

Прості (simple) речення в основному мають у своєму складі одну граматичну основу «підмет-присудок». У свою чергу, прості речення поділяються на:

- 1) розповідні (declarative);
- 2) питальні (interrogative);
- 3) заперечні (negative);
- 4) спонукальні/наказові (imperative);
- 5) окличні (exclamatory).

Складні (composite) речення складаються з кількох граматичних основ «підмет-присудок» і мають такі види:

1) складносурядні (compound) речення. Відрізняються тим, що частини не пов'язані одна з одною і можуть існувати окремо.

2) складнопідрядні (subordinate) речення. Включають головну і підрядну частини, пов'язану одна з одною за змістом.

Варто зазначити, що порядок слів в англійській мові закріплений і має певну схему, за якою будуються усі речення.

Звичайний (прямий) порядок слів (коли підмет перед присудком) представляє їх собою наступну послідовність: підмет (1) + присудок (2) + доповнення (3) + обставина (4).

Наприклад, *He (1) watches (2) TV-set (3) in the evening (4)*. Вечорами він дивиться телевізор.

Обставини місця і часу можуть стояти і перед підметом, тоді послідовність слів буде виглядати наступним чином: обставина місця/часу (1) + підмет (2) + присудок (3) + доповнення (4) + обставина (5). Визначення в реченні може бути перед будь-яким іменником: визначення (1) + підмет (2) + присудок (3) + визначення (4) + доповнення (5) + обставина (6). *A good (1) cook*

(2) *stewed* (3) *a tasty* (4) *mutton* (5) *for dinner* (6). Гарний кухар засмажив смачну баранину на вечерю.

Також існують речення з оборотом *there + to be*. Він не скасовує прямий порядок слів та схеми, розглянуті вище. Його використовують для того, щоб показати існування чогось (ще невідомого співрозмовнику) у певному місці чи часі.

Єдина відмінність речень з цим оборотом полягає в тому, що українською мовою такі речення перекладаються з кінця. Наприклад: *There are several glasses on the table*. На столі є кілька склянок. Зворотний порядок слів (присудок (1) перед підметом (2)) припустимий і використовується тільки в:

1) питальних реченнях. *Do (1) you (2) like juggling?* Тобі подобається жонгливання?;

2) у словах, які вводять пряму мову, у разі, коли вони розташовуються після прямої мови та не мають при собі визначень. «*I studied three year at the Oxford University*», *said(1) she(2)*. «Я навчалася в Оксфордському університеті три роки» – сказала вона;

3) у реченнях, які починаються з таких часток і прислівників як *never* (ніколи), *hardly* (навряд чи), *nor* (також не), *seldom* (рідко), *often* (часто), можливий зворотний порядок, але в основному вживається прямий. *Seldom did (1) he (2) ride a race*. Він рідко брав участь у скачках;

4) у реченнях, що починаються зі сполучників *either*, *neither*, *so*, які вказують, на те дію робиться як другим об'єктом так і першим. - *I don't smoke*. Я не курю. - *Neither do (1) I (2)*. Я теж.

5) в обороті *there+to be*. *There are (1) many people (2) outside the house*. Зовні нашого будинку багато людей.

Всі ці правила втрачають своє значення під час розгляду в розрізі спілкування користувачів у соціальних мережах. Сенс і значення набуває нового правила – жодних правил.

Спілкування у соціальних мережах прагне донесення інформації до іншого користувача найбільш коротким способом, який не займе багато часу.

Зміни відбулися й у синтаксисі. Основна зміна в синтаксисі – це зневага користувачів до строгих рамок схем при написанні речення. Розглянемо це на прикладі коментарів користувачів, взятих у соціальних мережах.

На малюнку 2.26 представлений один із безлічі прикладів вільного написання без дотримання строгих рамок синтаксичної побудови: «*Gotta love that wad of spit that comes out after*».



Рис. 2.26 Написання речень у вільному стилі

Малюнок 2.27 так само ілюструє вільний стиль написання речень при спілкуванні в соціальних мережах: «*lol twitter promo and it still can't break 400k views xd*». (Смішно. Промо у твіттері і він все ще не може набрати 400 тисяч переглядів).



Рис. 2.27 Написання речень у вільному стилі

Наступний приклад (малюнок 2.28) також підтверджує те, що користувачі соціальних мереж не дотримуються синтаксичних правил, керуються при написанні лише своїми бажаннями та зручністю: «*Quit eating them when they moved the plant to Mexico*».

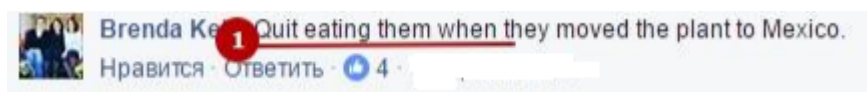


Рис. 2.28 Побудова речення у соціальних мережах

Варто зазначити, що подібні зміни торкнулися і пунктуації. У деяких випадках, користувачі принципово не ставлять розділові знаки, вважаючи це зайвою тратою свого часу.

На малюнку 2.29 наведено приклад написання речень коментарів соціальної мережі Facebook без використання пунктуаційних знаків. Отже,

сміслова складова речення може змінюватися в залежності від того, як користувач, що читає, розставить для себе смислові точки.

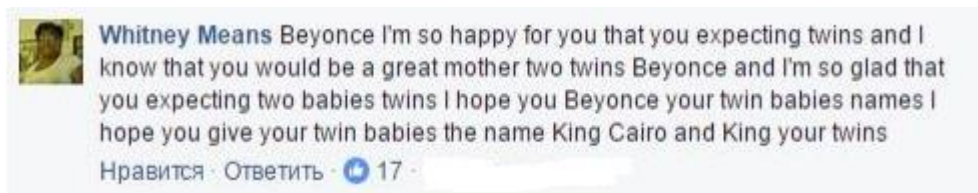


Рис. 2.29 Пунктуація у реченнях у соціальних мережах

Таким чином, для більш повного та глибокого вивчення характеристик англійської мови у соціальних мережах були розглянуті зміни на основних рівнях мови: лексичному, морфологічному та синтаксичному.

Морфологія англійської мови полягає у вивченні структури англійських слів, складових елементів та виконуваних ними функцій, а також порядку та правила побудови слів.

Соціальні мережі дозволили користувачам «грати» з морфемами та морфологічним словотвором, вигадуючи та винаходячи нові способи комбінації для простоти написання та вираження своїх думок та почуттів. Одним із найпоширеніших способів зміни є подовження слова, за допомогою повторення літери в корені або афіксах. Найпопулярніший спосіб спілкування в соціальних мережах – це скорочення. Під скорочення потрапляють як слова, так і цілі фрази.

Вигуки мають таке ж велике значення, як і при використанні у повсякденній буденній розмові. За допомогою них, користувачі соціальних мереж можуть без зайвих слів та речень висловити своє ставлення до теми розмови чи емоції.

Ще однією зміною в англійській мові під впливом інтернету стала заміна займенника «I» на поєднання «Ya», що, навпаки, не скорочує слово, а подовжує його, але виглядає молодіжніше і відмінно вписується в стиль соціальних мереж.

Лексика рухлива, тому склад мови дуже змінюється під впливом зовнішніх чинників. Так слова, що зараз мають статус неологізмів, через кілька

років увійдуть в основний лексикон людини і вважатимуть буденними, типовими для вживання. Багато слів спочатку мали значення, яке змінилося при їх використанні у соціальних мережах.

Лексика англійської мови у соціальних мережах неоднорідна: крім нормативної лексики, користувачі використовують ненормативну лексику та жаргонізми, спілкуючись у коментарях.

Отже, порядок слів у англійській закріплений і має певну схему, за якою будуються всі речення. Усі правила побудови англійського речення втрачають значення при розгляді в розрізі спілкування користувачів у соціальних мережах. Сенс та значення знаходить нове правило – жодних правил. Основна зміна в синтаксисі англійської мови соціальних мереж – це зневаження користувачів строгими рамками схем при написанні речення, те саме стосується і пунктуації.

РОЗДІЛ 3

РОБОТА З МАТЕРІАЛАМИ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ НА ЗАНАТТЯХ З ІНОЗЕМНОЇ МОВИ

3.1 Розвиток іншомовних навичок та вмінь за рахунок Інтернет-комунікації

Використання спілкування в соцмережах є досить ефективним засобом формування іншомовної компетенції, оскільки дозволяє вирішити відразу кілька завдань як загально-дидактичного, так і практичного характеру.

По-перше, можливість особисто брати участь в обговоренні цікавих тем і потреба використовувати іноземну мову, що виникає при цьому, створюють стимул для підвищення рівня мовної підготовки. В даному випадку інтернет та соціальні мережі виступають у ролі факторів, що мотивують до вивчення іноземної мови. Тому можна запропонувати учням наступну вправу.

Exercise 1. Find and write out 15 user's comments to some posts on Facebook, Instagram, Twitter or other social media. Comments must contain at least 2 common sentences. Analyse its vocabulary, grammar, syntax, graphic, use of emoticons or other graphic means. How do such sentences differ from written and oral language? Fill in the following table to compare written, oral and «Internet» English:

Language level	Written	Oral	«Internet»
Vocabulary			
Grammar			
Syntax			
Graphics			

По-друге, спілкування з носіями мови (або носіями різних мов) дозволяє вирішити цілу низку практичних завдань щодо підвищення ефективності навчання іноземної мови, зокрема:

- забезпечує знайомство з культурою, мовним етикетом, соціальними нормами та прийнятими в даному професійному середовищі зразками поведінки;

- сприяє засвоєнню та активному закріпленню термінологічної лексики, найбільш значущих граматичних та синтаксичних явищ;

- розвиває вміння читати та розуміти літературу;

- сприяє, в першу чергу, формуванню продуктивних видів мовної діяльності, висуваючи на перший план формування навичок писемного мовлення, якому традиційно приділялося набагато менше уваги в процесі навчання (попри те, що на сьогоднішній день її значення постійно зростає у зв'язку з поширенням різних соціальних мереж та месенджерів);

- дозволяє навчати на практиці різних стратегій мовної поведінки, у тому числі й у професійній сфері. Оскільки блоги та соціальні мережі забезпечують наявність зворотного зв'язку, такого роду комунікація, на відміну від традиційного письмового мовлення, сприяє формуванню навичок переконання, аргументування своєї точки зору, адекватного реагування, прогнозування реакції співрозмовників у відповідь тощо. Разом з тим спілкування у певному професійному співтоваристві пред'являє вищі вимоги як до рівня володіння іноземною мовою, до змісту повідомлення, підвищуючи ступінь усвідомленості і особисту відповідальність автора.

По-третє, використання соціальних мереж та блогів у навчанні, по суті, є незамінним засобом організації самостійної роботи з цілого ряду причин.

Насамперед, в учнів виробляється вміння самостійно здійснювати пошук та відбір значущої інформації іноземною мовою. Враховуючи значну диференціацію інтересів, інтернет-технології дозволяють максимально індивідуалізувати самостійну роботу з іноземними джерелами.

Exercise 2. Write one official e-mail (to your teacher about submitting a scientific article for publication in a journal) and one unofficial e-mail to your friend, in which you tell about the important events of your life, ask about his/her life. Use

etiquette formulas, and in an informal letter – abbreviations, acronyms and other means.

При цьому блоги дозволяють учню не просто використовувати інтернет-ресурси як джерело інформації, а й брати безпосередню, найактивнішу участь в обговоренні низки питань. Реальна особиста участь у подібних дискусіях, обмінах думками чи коментарями допомагає учням розвинути критичне мислення, виробити навички формулювання та докази власної точки зору, навички подання аргументів чи контраргументів, навички ведення дискусії. Усі перелічені вище навички та вміння є особливо важливими для формування загальнонаукових, універсальних компетенцій.

І нарешті використання соціальних мереж при навчанні дозволяє навчити їх самостійно вибудовувати індивідуальну освітню траєкторію, знайомитися з останніми досягненнями зарубіжних учених у сфері своїх інтересів. Такий підхід закладає основи для реалізації надалі концепції безперервної освіти та самоосвіти.

3.2 Використання соціальних мереж у змішаному навчанні

Найбільш популярною є змішана модель використання соціальної мережі у навчанні, заснована на інтеграції аудиторних занять та позааудиторних дистанційно-інтерактивних форм навчання (вебінари, відеозаписи, відеоконференції, форуми, обговорення, дискусії, телеконференції тощо). Така модель спілкування передбачає як індивідуалізацію, так і інтерактивність, що в сучасній освіті є найбільш перспективним напрямом, оскільки збільшує можливості самостійного та групового поглиблення в матеріал, що вивчається, створює умови використання дослідницьких підходів у навчанні, самостійного та групового пошуку інформації для вирішення проблеми, вміння працювати з інформацією не лише індивідуально, а й у групі.

Використання соціальних мереж у навчанні забезпечує реалізацію індивідуальної, суб'єктної та особистісної індивідуалізації навчання іноземної мови за рахунок:

1) створення навчального іншомовного середовища, яке будується навколо учнів, дозволяє враховувати можливості, інтереси та індивідуальні особливості кожного учасника навчального процесу;

2) вдосконалення навичок самонавчання та самоконтролю;

3) розвитку умінь електронного дискурсу вивчається іноземною мовою (умінь правильно ініціювати обговорення, враховувати особливості мережевого етикету тощо) через обмін коментарями та публікацію своїх постів;

4) створення віртуального навчального співтовариства між учасниками навчального процесу; надання вибору комфортного для навчального способу комунікації з викладачем та учнями, оскільки для деяких учнів в силу індивідуальних психологічних особливостей зручніша та ефективніша дистанційна комунікація в інтерактивному режимі;

5) реалізації різних темпів навчання учнів (повільний, середній, високий), які зумовлені різними факторами: рівнем мотивації та суб'єктивними зовнішніми обставинами (хвороба);

6) різних способів подання результатів навчання (публічного, тобто демонстрація своїх досягнень усім суб'єктам навчального процесу, та приватного – лише викладачеві).

Матеріал із створеної у соціальній мережі групи може бути використаний на аудиторних заняттях одним із таких способів:

- організація роботи з матеріалами сайту для окремих груп учнів як додаткові завдання;
- використання деяких видів робіт у мережі як домашнє завдання; самостійне вивчення окремих матеріалів сайту;
- використання роботи в соціальній мережі як альтернатива традиційним видам навчально-пізнавальної діяльності на занятті як заохочення або у разі хвороби учня;

- облік активності учня у соціальній групі та його внеску у розвиток сайту при виставленні підсумкової позначки.

Використання віртуальних соціальних мереж у навчанні іноземної мови сприяє індивідуалізації навчального процесу, дозволяє враховувати індивідуальні, суб'єктні та особистісні властивості тих, хто навчається при виборі змісту, форм, методів та прийомів навчання. Існує можливість ефективно поєднувати класні заняття з іноземної мови з дистанційним навчанням, що робить процес навчання безперервним.

ВИСНОВКИ

Інтернет сьогодні – це джерело інформації. Але швидкість і доступність зв'язку між користувачами дозволили використовувати Інтернет не лише як інструмент пізнання, а й як засіб для спілкування та розваги.

Віртуальна комунікація, що виникла завдяки швидкому розвитку мережі, породила особливу мову – мову віртуального спілкування.

Соціальні мережі зараз – основний спосіб спілкування людей. З кожним днем мова інтернет-спілкування розвивається, змінюється і, безумовно, активно проникає у наше повсякденне життя.

Процес взаємодії людей у соціальних мережах це цілий ритуал, який відбувається у межах своїх правил та законів. Вони гласні і швидше покликані для спрощення налагодження контакту і скорочення часу написання, ніж для зневаги встановленими мовними нормами.

Для глибшого розуміння змін англійської під впливом соціальних мереж було вивчено теоретичні фундаментальні знання у сфері комунікацій.

По-перше, було досліджено характеристики основних засобів комунікації, саме розглянуто визначення спілкування, його соціальний сенс, сторони цього процесу, головні компоненти та засоби передачі. Також була вивчена структура спілкування та компоненти мовної діяльності.

По-друге, було проведено ретельний аналіз специфіки мови соціальних мереж. Основними його особливостями є масовість, опосередкованість, збільшення кількості вимушених контактів, протиріччя між формою, засобами спілкування та його змістом, а також активне зростання квазіспілкування.

Для більш повного та глибокого вивчення характеристик англійської мови в соціальних мережах були розглянуті зміни в основних розділах лінгвістики: морфології, лексики та синтаксису.

Грунтуючись на наведених прикладах у тексті роботи, можна зробити висновок, що зміни торкнулися всіх розділів, що розглядаються.

З боку морфології зміни торкнулися складу слова: користувачі соціальних мереж подовжують слова за допомогою повтору однієї і тієї ж літери в корені і суфіксах або, навпаки, приборкують їх за допомогою аббревіатур, а так само віддають велику перевагу вигукам і повній зміні складу слова без зміни його змісту.

Якщо розглядати зміни англійської мови з боку лексики, можна сказати, що багато слів залишаються незмінними в плані написання, але повністю змінюють свій зміст. Так прізвище може стати дієсловом, а дієслово – іменником. Лексика англійської мови при спілкуванні у соціальних мережах досить вільна: користувачі використовують ненормативну лексику та жаргонізми, спілкуючись у коментарях.

Синтаксис англійської мови також зазнав змін, які виражаються у спрощенні правил написання речень. Чітко встановлений порядок слів йде на другий план, спрощується пунктуація.

Таким чином, використання соціальних мереж при вивченні іноземної мови є дуже ефективним засобом підвищення компетентності учнів. При правильній організації самостійної роботи забезпечується одночасний та паралельний розвиток комунікативної, соціокультурної, інформаційної та професійної компетенцій. Грамотне та продумане використання соціальних мереж, інтегрованих у процес навчання іноземній мові, дозволяє викладачеві створити природне полікультурне мовне та інформаційне освітнє середовище.

Я, Авдієвська Катерина Олександрівна, своїм підписом засвідчую, що моя кваліфікаційна робота «Комунікація в соцмережах: мовний та перекладацький аспект» виконана з дотриманням усіх вимог до наукової етики та поваги до інтелектуальних надбань, самостійно та індивідуально. Під час написання роботи я дотримувалася принципів академічної доброчесності та несу відповідальність за порушення загальноприйнятих правил цитування.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Баранова С. В., Юркова А. М. Лінгвістичні особливості скорочень. Мова. Література. Фольклор. 2021. № 2. С. 79-83.
2. Бацевич Ф. С. Нариси з комунікативної лінгвістики. Львів : Вид. центр Львівського національного університету, 2003. 247 с
3. Белінська О. Н. Сучасні дослідження віртуальної комунікації: проблеми, гіпотези, результати. Сучасні дослідження віртуальної комунікації: проблеми, гіпотези, результати. Режим доступу: www.psychology.ru/internet.
4. Богдан М. С. Психологічні особливості спілкування залежних від соціальних мереж. Психологія і соціологія: проблеми практичного застосування. 2014. С. 25-29.
5. Варіативність соціалізації особистості в умовах сучасного інформаційного суспільства : монографія. Київ : ТОВ НВП «Інтерсервіс», 2017. 220 с.
6. Вахула Б. Я. Соціальні інтернет-мережі їхні функції та роль у формуванні громадянського суспільства. Вісник Львівського університету. Львів, 2012. Вип. 6. С. 311-319.
7. Городенко Л. М. Мережеві комунікації у структурі соціальних комунікацій. Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації. 2011. № 2. С. 15-19.
8. Грабар Н. Г. Соціально-психологічні проблеми спілкування у віртуальній реальності. Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія. 2012. № 3-4. С. 82-85
9. Град Н. Я. Відеовербальний текст як об'єкт вербальної і невербальної комунікації у сучасних мультимодальних студіях. Молодий вчений. Херсон : Гельветика. 2015. № 5 (2). С. 153-157.
10. Гудзь Н. О. Інтернет-дискурс – невід'ємна складова сучасної комунікації. Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка. Житомир. 2013. № 4. С. 228-232.
11. Гудзь Н. О. Інтернет-дискурс як новий тип комунікації: структура, мовне оформлення, жанрові формати. Сучасні лінгвістичні студії : Навчальний посібник. Житомир, 2015. С. 61-87.

12. Данько Ю. А. Соціальні мережі як форма сучасної комунікації: плюси і мінуси. Сучасне суспільство. 2012. Вип. 2. С. 179-184.
13. Данько Ю. А. Феномен соціальних мереж у контексті становлення і розвитку мережевого суспільства. Вісник Міжнародного слов'янського університету. Сер. : Соціологічні науки. 2012. Т. 15, № 12. С. 53-59.
14. Єнікєєва С. М. Скорочення слова як механізм формотворення та словотворення у сучасній англійській мові. Вісник Запорізького державного університету. Серія «Філологічні науки». Запоріжжя. 2006. № 2. С. 11-14
15. Зайцева С. В. Інтернет спілкування як нова форма міжособистісної комунікації. Дослідження з лексикології і граматики української мови: зб. наук. пр. Дніпропетровськ: ДНУ. 2012. №11. С. 45-53.
16. Засєкін А. А. Віртуальне спілкування як чинник особистісних змін студентської молоді. Київ. ун-т ім. Б. Грінченка. К., 2012. 20 с
17. Зацний Ю. А., Янков А. В. Інновації у словниковому складі англійської мови початку ХХІ століття: англо-український словник : словник. Вінниця : Нова книга, 2008. 360 с.
18. Зінченко О. В. Психологічний аналіз проблеми Інтернет-спілкування. Науковий вісник Херсонського державного університету. Херсон. 2014. № 2. С. 26-31.
19. Каратаєва М. В. Семіотика віртуальної комунікації (на матеріалі сучасної англійської мови) : дис. ... канд. філол. наук: [спец.] 10.02.04 «Германські мови» / КНУ ім. Тараса Шевченка. К., 2014. 244 с.
20. Компанцева Л. Ф. Інтернет-лінгвістика : навч. Посібник. Київ : Наук.-вид. відділ НА СБ України, 2009. 275 с.
21. Корольов І. Р. Комунікативна ситуація «виправдання» : прагматичний та лінгвокультурний виміри : монографія. К. : Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2009. 223 с.
22. Костенко Г. М., Лось Б.Ю. Комп'ютерно-опосередкована комунікація як особливий вид дискурсу. Матеріали XVII Всеукраїнської наукової

- конференції «Когнітивно-прагматичні дослідження професійних дискурсів». Харків : ХНУ, 2020. С. 63-65.
23. Кузнецова М. О. Віртуальна реальність як універсальна платформа аранжування вторинного мультимодального дискурсу сучасної англомовної маскультури. SCIENCE and EDUCATION a NEW DIMENSION. Philology. Budapest, 2017. V(40). Issue 144. P. 36-39.
24. Немеш О. М. Соціальні мережі як провідний вид віртуального спілкування: проблематизація феномену. Fundamental and applied reseaches in practice of leading scientific schools – Publishing office: Accent Graphics Communications – Hamilton, ON, 2014. Issue 5. С. 248-264.
25. Кононова О. Л. Використання блог-ресурсів на заняттях з іноземної мови «Сучасні підходи до навчання іноземної мови: шляхи інтеграції школи та ВНЗ». Матеріали III міжнародної конференції. Харків, 2013. С. 76-77.
26. Кремень В. Г. Інформаційне середовище – криза культури чи нове буття?. Вища освіта України. 2010. №1 (36). С. 20-33.
27. Кузнецова М. О. Вторинний дискурс сучасної англомовної маскультури: мультимодальний вектор дослідження. Актуальні проблеми романо-германської філології та прикладної лінгвістики. Чернівці : Чернівецький нац. університет ім. Юрія Федьковича. 2017. №. 2 (15). С. 31-35.
28. Кузнецова М. О., Шибєко А. П. Навмисне нехтування правилами орфографії у соціальних мережах : спунеризми та еративи. Тиждень науки: щоріч. наук.-практ. конф., 16-20 квітня 2018 р. : тези доп., Редкол. : В.В. Наумик (відпов. ред.) електрон. дані. Запоріжжя : ЗНТУ, 2018. С. 1607-1608.
29. Кузнецова М. О., Шибєко А. П. Прагматичний потенціал засобів текстової комунікації у соціальній мережі TWITTER. Наукові записки. Серія : Філологічні науки. Кропивницький : КОД. 2018. № 164. С. 351-355.
30. Лащук Ю. Особливості віртуального наукового спілкування: культурологічний контекст. Наукові праці Національної бібліотеки України ім. В. І. Вернадського. 2010. Вип. 27. С. 87-93.

31. Левицький А. Е. Перспективні напрями зіставних досліджень у межах когнітивно-дискурсивної парадигми. Мовні і концептуальні картини світу. К. 2007. № 23. Ч. 2. С. 119-127.
32. Луценко О. І. Лінгвістичні аспекти Інтернет-комунікації. Наукові записки Нац. ун-ту «Острозька академія». Острог. 2013. № 40. С. 64-66.
33. Нестеренко Г. О., Тишкова О. В. Сучасні соціальні мережі як інструмент неформальної освіти. Гілея: науковий вісник. 2011. Вип. 49. С. 35-38
34. Ноздріна Л. В. Аналіз соціальної мережі як продукта Веб-проекту. Управління проектами: стан та перспективи. Миколаїв, 2011. С. 233-236.
35. Остапенко Г. І. Особливості віртуального спілкування молоді в комунікаційному середовищі мережі інтернет. СВІТ соціальних комунікацій. 2013. Т.10. С. 113-117.
36. Посохова В. В. Стили онлайн спілкування інтернет-користувачів в повсякденній мережній діяльності. Теоретичні і прикладні проблеми психології. 2013. № 3. С. 211-215.
37. Резнікова О. О. Соціальні мережі Internet як об'єкт психологічного дослідження. Інформаційні технології в наукових дослідженнях і навчальному процесі : матеріали IV Міжнар. наук.-практ. конф. (18–19 листоп. 2009 р.). Луганськ. С. 123-131
38. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика : напрями та проблеми : підручник. Полтава : Довкілля-К, 2008. 712 с
39. Терешкун О. Соціальні мережі у сучасному суспільстві: психологічний аналіз. Соціальна психологія. Український науковий журнал. 2011. № 5. С. 86-95
40. Фісенко Т. В. Засоби впливу в соціальних інтернет-мережах. Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації. 2012. № 1. С. 152-157.
41. Фісенко Т. В. Соціальні інтернет-мережі як феномен сучасного медіасередовища : автореф. дис. ... канд. соц. Ком. М-во освіти і науки, молоді та спорту України. Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка, Ін-т журналістики. Київ, 2012. 16 с.

- 42.Циховська Е. Д. Самопрезентація у соціальних мережах : акаунт у Facebook як інструмент створення іміджу. Вісник Дніпропетровського університету. Серія: Соціальні комунікації. 2017. № 12. С 137-147.
- 43.Черній М. М. Особливості використання соціальних мереж у процесі навчання шляхом активізації навчальних і комунікативних навичок студентів й учнів. Інформаційні технології і засоби навчання. 2012. №4 (30).
- 44.Crystal D. Internet linguistics. London: Routledge, 2011. 179 p.
- 45.Evans M. A., Hare A. L., Mikami A.Y. Adolescent Peer Relationships and Behavior Problems Predict Young Adults' Communication on Social Networking Websites. *Developmental Psychology*. 2010.Vol. 46 (1). P. 46-56.
- 46.Guo F. A. Review of Discourse Markers from the Functional Perspective. *Journal of Arts and Humanities*. Beaverton : LAR Center Press, 2015. P. 69-75.
- 47.Lin K.-Y., Lu H.-P. Why people use social networking sites: An empirical study integrating network externalities and motivation theory. *Computers in Human Behavior*. 2011. Vol. 27. P. 1152-1161.
- 48.Marshall L. B. Smart Talk. The Public Speaker's Guide to Success in Every Situation. New York : St. Martin's Press, 2013. 288 p.
- 49.McClain Cr. Practices and promises of Facebook for science outreach : Becoming a «Nerd of Trust». *PLoS Biology*. San Francisco. 2017. Vol. 15 (6).
- 50.Subramanian K. R. Influence of Social Media in Interpersonal Communication. *International journal of scientific progress and research IJSPR*. – 2017. – V. 38. Iss. 109. – P. 70-75.

СПИСОК ДОВІДКОВИХ ДЖЕРЕЛ

- 51.Голянич М. І. Словник лінгвістичних термінів: лексикологія, фразеологія, лексикографія. М. І. Голянич, Р. І. Стефурак, І. О. Бабій. Івано-Франківськ : Сімик, 2011. 272 с.
- 52.Городенська К. Граматичний словник української мови: сполучники. Відп. ред. І. Вихованець. Херсон : ХДУ, 2007. 337 с.
- 53.Загнітко А. П. Словник українських прийменників. Сучасна Українська мова. Донецьк: БАО, 2007. 416 с.
- 54.Селіванова О. Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія. Полтава: Довкілля. К., 2006

SUMMARY

Today, the Internet network has firmly established itself as a universal means of communication between people, which has its own laws and norms, including linguistic ones. When we send letters by e-mail, communicate in chats, visit various sites, we notice that words are often used not according to the rules in the virtual space. This mainly applies to social networks. Communication in social networks can be characterized as communication "on the run" – without punctuation marks, often without capital letters, with numerous abbreviations, substitutions and neologisms. With the advent of the Internet, a new sphere in the process of communication, an intermediate type of communication was formed, which can be both written and oral. A new form of language appeared – the Internet language, or the language of electronic media.

The Internet is increasingly entering our lives not only as a tool for work or study, but also as a means of communication. Modern linguistic studies highlight the influence of Internet discourse on the formation of attitudes and stereotypes, and most often the subject of these studies is Internet communication, which affects the young generation and directly on their language. Expressive by its nature, the Internet vocabulary of the English language is rapidly developing, expanding the vocabulary of participants of communication in social networks. The need to pay attention to the specifics of Internet communication is largely due to the novelty and rapid development of information technologies and the Internet, which have led to changes in the language environment, on the one hand, and, on the other, the popularity of social networks, the features of which have not yet been described in detail.

The master thesis considers the characteristics of the main communication means and the specifics of the language of social networks.

The objective of this paper is the theoretical justification and experimental study of the linguistic and translation aspect of communication in social networks.

The following research methods were used in the analysis process: theoretical analysis - to determine the specifics of the research subject; method of stylistic

analysis - for studying the peculiarities of Internet communication at the linguistic and translation level.

The study analyzed the specificity of the language of social networks. Its main features are massiveness, indirectness, an increase in the number of forced contacts, contradictions between the form, means of communication and its content, as well as the active growth of quasi-communication.

Due to the constant acceleration of the pace of development of modern technologies and science, the communicative processes studied by linguistics are also becoming more complicated. The concept of communication is now considered from a very wide angle of different media materials available to potential readers who connect through mass media.

The linguistic approach to the study of communication emphasizes the problem of language and is based on the fact that the main communicator is speech: oral and written. According to this approach, philology, sociolinguistics, psychology, social psychology, communication studies, and philosophy agree that verbal interaction not only plays a decisive role in life, but also constitutes social events and social actions.

Recently, more and more communicative practices are moving to the Internet: the intensity of language use in the network is increasing, where a special communicative environment, a specific communicative space, is emerging. There is also a special direction of research devoted to the study of the language of the Internet.

Communication in social networks is very specific and qualitatively different from the "real" communication that every individual encounters every day.

Social networks have allowed users to "play" with morphemes and morphological word formation, inventing new ways of combination for ease of writing and expressing their thoughts and feelings.

One of the most common ways of changing is a word lengthening, by repeating a letter in the root or affixes. This technique is used, for example, to emphasize time or convey emotions.

Abbreviations are very common forms of communication in social networks, which can be used to easily and concisely convey a large amount of information.

It is also worth mentioning the use of exclamation points when communicating in social networks. With their help, users of social networks can express their attitude to the topic of conversation or emotions without unnecessary words and sentences.

Another change in the English language under the influence of the Internet was the replacement of the pronoun "I" with the combination "Ya", which, on the contrary, does not shorten the word, but lengthens it, but it looks more youthful and fits perfectly into the style of social networks.

It should be noted that the vocabulary is mobile, so the composition of the language changes a lot under the influence of external factors. Thus, words that currently have the status of neologisms will enter the basic lexicon of a person in a few years and be considered commonplace, typical for use. Changes in the lexical composition of a language are constant and uncontrolled, so it is obvious that it is simply impossible to count the number of words of a particular language.

Social network users invent new words or change the meaning of established words and phrases every day.

Communication in social networks seeks to convey information to another user in the shortest way, which will not take much time. In this direction, changes occurred not only in morphology and vocabulary, but also in syntax.

The main change in syntax is users' disdain for the strict framework of schemes when writing sentences. Users of social networks do not follow syntactic rules, they are guided when writing only by their wishes and convenience.

Similar changes also affected punctuation. In some cases, users do not put punctuation marks at all, considering it a waste of their time.

To sum up, social networks are one of the main ways people communicate. Every day, the language of Internet communication changes and actively penetrates into everyday life. The process of interaction between people in social networks is a whole ritual that takes place within its own rules and laws. For a more complete and in-depth study of the characteristics of the English language in social networks,

changes at the main levels of language: morphology, vocabulary and syntax were considered.

The results of the study show from the morphological point view, the changes affected the composition of the word: users of social networks lengthen words by repeating the same letter in the root and suffixes, or, on the contrary, shorten them with the help of abbreviations. They also give a significant preference to exclamations. From the lexical aspect, many words remain unchanged when written, but they completely change their meaning. Syntactic changes are expressed in the simplification of the rules for writing sentences, the punctuation is simplified.

The obtained research results can be used in foreign language classes. Competent and thoughtful use of social networks integrated into the process of learning a foreign language allows the teacher to create a natural multicultural linguistic and informational educational environment.

Key words: Internet communication, social networks, morphology, lexical, syntax, the English language, the Ukrainian language.