

УКРАЇНСЬКА МОВА В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ

У статті проаналізовано основні проблеми використання української мови в соціальних мережах. Висвітлено особливості спілкування в Інтернеті та його вплив на повсякденне спілкування. Проаналізовано способи виникнення нової лексики в соціальних мережах.

Ключові слова: соціальні мережі, лексика, інтернет-комунікація, суржик, сленг.

Завдяки Інтернету з'явилися нові канали комунікації, виникли нові форми спілкування. Зрозуміло, що трансформація комунікативного простору змінила найголовніший засіб людського спілкування – мову, адже "кожна комунікативна ситуація вимагає певної мовної поведінки, реалізації засобів, визначальних для такої ситуації" [5, с.21].

Лінгвістам Інтернет дає невичерпний простір для досліджень, оскільки в ньому, як в особливому середовищі комунікації, тісно співіснують усний та писемний варіанти мови. Незважаючи на те, що дослідження мови Інтернету – порівняно новий напрям лінгвістичних розвідок, у сучасному мовознавстві уже є низка праць, в яких увагу зосереджено на проблемах теорії комунікації та медіа-лінгвістики. Специфіку інтернет-дискурсу досліджують С.Г. Чемеркін, А.В. Соколов, А.Є. Войсунський, Г.Г. Почепцов, Ф.С. Бацевич, А.Д. Белова, Б.М. Гаспаров, В.І. Карасик; структурно-змістові та функціонально-технічні характеристики веб-сайтів, комп'ютерних конференцій, інтернет-новин у гіпертекстовому форматі проаналізовано у роботах О.В. Винарієвої, Є.Н. Галичкіної, С.С. Данилюк, М.В. Коломієць. До аналізу українського інтернет-дискурсу зверталися у своїх дослідженнях Р.А. Трифонов, С.Г. Чемеркін та ін.

Соціальні мережі об'єднують мільйони людей, які використовують їх як інструмент спілкування між собою. Тому актуальність роботи полягає у дослідженні мови соціальних мереж як особливого засобу комунікації. Це зумовлено тим, що сучасна

людина не уявляє себе без Інтернету, дедалі більша частина її життя є віртуальною. У зв'язку з цим важливими стають способи та засоби передачі думок. Потреба у повноцінному Інтернет-спілкуванні зумовлює виникнення нових лексичних одиниць, переосмислення стилів мови, знакових систем та ін.

Мова сучасного Інтернету досі малодосліджена: одні науковці вважають її "псевдогендерною" [5], інші – такою, що перебуває під креативним впливом молодіжної субкультури [1]. Спостерігаючи за вибухом народної мовотворчості, яка уповні реалізується в лексиці кіберпростору та підпорядковує дедалі більше рівнів, ставимо собі за мету проаналізувати мову соціальних мереж та схарактеризувати певні її особливості.

Мова в Інтернеті реалізується за допомогою різних каналів і може бути репрезентована через письмовий текст, зображення, аудіо- та відеофайли. Для комунікації у соціальних мережах характерними є письмовий текст і зображення. Письмовий текст зустрічається значно частіше, оскільки саме таку форму користувачі використовують для подачі 95% інформації.

Дослідження соціальних мереж та мови спілкування всередині них, проведене різними соціологічними групами, показало, що на українськомовних версіях відомих соціальних мереж (Twitter, Facebook та ВКонтакте) лише 7% користувачів залишають повідомлення (новини, статуси) українською мовою. Фахівці Київського міжнародного інституту соціології стверджують, що суржилом спілкуються і пишуть від 11% до 18% українців, або ж від п'яти до восьми мільйонів осіб. Таким чином, більшість інформації (85%), що подається у соціальних мережах, російськомовна. Частка україномовної інформації становить всього 14% [5, с.10]. Україномовними найчастіше є спільноти українських компаній, ЗМІ, політичних чи громадських організацій, блоги та сайти міст (що мають свою сторінку у соцмережах) та ін. Більшість інформації в них подана українською літературною мовою.

Іншим вагомим сектором використання української мови є приватні повідомлення, оголошення, написи на малюнках, вислови (статуси) і под. Однак у цьому середовищі літературна мова зустрічається рідко, що зумовлено індивідуальними мовними уподобаннями автора. У приватному мовленні вживаються різноманітні форми суржику зі значною кількістю русизмів, а також російськомовних вставок, транслітерованих українською, нецензурної лексики та інших елементів ігор з мовою та орфографією.

Крім традиції використання суржику, у таких випадках варто враховувати і можливий вплив форм сучасного російського мережевого жаргону, де використовується навмисно спотворена орфографія і специфічна лексика. В українському тексті слова, спотворені подібно до "олбанської мови", можуть бути схожими на русизми чи елементи суржику.

Використання таких лексичних одиниць дослідники пояснюють різними факторами. По-перше, неоднорідністю соціального статусу (і, відповідно, рівнем освіти) користувачів соціальних мереж; по-друге, анонімністю спілкування, що, в свою чергу, створює умови для виникнення віртуальної особистості, яка може відрізнятись від особистості в реальному житті [2, с.135]. Разом з тим, спілкування у мережі відбувається тільки за посередництва технічних засобів, що зумовлює використання пунктуаційних знаків для передачі невербальних засобів спілкування. Через відсутність безпосереднього контакту і неможливість використання невербальних засобів спостерігаємо надмірну кількість непотрібних розділових знаків (*навіщо????777, нічого собі !!!!!, ти де????, ти знаєш я хотів попросити тебе*). Окрім того, інформація подається без розрізнення великих і малих літер (*поїду в київ, він в америці, ромки сьогодні не було*). Через неможливість використання екстралінгвальних засобів (голосу, тембру, тональності) використовують великі літери на позначення наголосів у словах (*прошУ, шкодА, тОму*) чи для посилення емоційності та експресивності (*ААААааааУУУууу! ПроШШШу! ДАААААаа!*). Крім цього, для вираження своїх почуттів, емоцій та психічного стану використовуються смайлики. До речі, за роки свого існування звичайний комп'ютерний смайл набув сотень варіацій. Енергійні жовті колобки зараз не тільки посміхаються, але й танцюють, слухають музику та показують язика. Традиційні смайлики, створені за допомогою пунктуаційних знаків, також еволюціонували: якщо на початку 2000-х років смайлик виглядав так: :-), то в 2006-2008 р.р. він уже мав вигляд – :), а в 2011-2012 –). Крім того, з'являються нові смайлики, які відповідають сучасним реаліям (:-X, :-3, :-}, =) та ін).

Таким чином, Інтернет, де здебільшого відбувається спілкування за допомогою писемних текстів, створює новий спосіб комунікації, яка за зовнішнім виглядом нагадує усний різновид розмовного стилю. Використання "знаків-символів, не властивих традиційній писемній мові, створення ефекту звукової мови, послугування

певними словесними формулами тощо наближають писемний різновид комунікації в Інтернеті до його усного варіанта" [5, с. 230].

Інтернет-спілкування також позначене короткими та лаконічними структурами, адже інформація, що передається, повинна мати максимально стислий зміст. Тому в мовленні користувачів соціальних мереж переважають прості, означено-особові речення (*Иду в магазин, Був в універсі, Сиджу за компом, Забіжу завтра*). Крім цього, дуже часто використовуються скорочення слів (*ок, норм, дяки*). Ці моделі інтернет-комунікації активно переносяться і на безпосереднє та повсякденне спілкування. Мовці віком від 15 до 25 років, які щодня спілкуються у соціальних мережах при безпосередньому спілкуванні використовують 80% лексики, яка виникла і побутує в мережі. Ця лексика відображає як реалії конкретної соціальної мережі (*твітнути, зафрендити, лайкнути*), так і всього інтернет-мовлення (*розшарити, аттач, баг, гуглити, няшка, фейк, троль*). Більшість цих слів можна віднести до сленгу, оскільки їхнє використання обмежене певною комунікативною ситуацією і характерне для окремої групи осіб та відрізняється від мовної норми. Л. Ставицька зауважує, що "сленг – це різновид розмовної мови, яка оцінюється суспільством як підкреслено неофіційна ("побутова", "фамільярна", "довірлива")" [4, с.40]. Для сленгу характерні емоційно-експресивне забарвлення (здебільшого негативне), оцінність, швидкоплинність і мовна гра. Усі ці ознаки притаманні мовленню у соціальних мережах. До найпоширеніших способів творення сленгових одиниць у соціальних мережах відносимо такі:

- 1) запозичення (*фейк, юзати, сабж, лайк, френд, ребут*);
- 2) аббревіація (*ІМХО, ХЗ, ХД, ОМГ, ЗІ, спам*);
- 3) скорочення (*бро, адмін, інет, інфа, комп, проц*).

Найбільш популярними серед сленгових висловів у соціальних мережах є іншомовні запозичення. Це пов'язано не тільки зі зростаючим впливом зарубіжної культури, а й з тим, що англійська мова є міжнародною мовою для спілкування в Інтернеті. Напр., *юзер – "користувач", он-лайн – "користувач у мережі", контент – "наповнення, зміст"* і т.п.

У сленгу соціальних мереж найчастіше використовуються запозичення, які виникли саме у цьому середовищі спілкування: *лайк – "позначка 'мені подобається'", комент – "коментар"*.

Сьогодні сленгові слова і вислови в соціальних мережах виявляють тенденцію до створення і використання різноманітних

абревіатур. Абревіатури можуть вживатися як у запозиченому вигляді (*OMG* – "oh my God", *LOL* – "laugh out loud", *ІМНО* – "in my humble opinion"), так і калькованому варіанті (пор. *OMГ*, *ЛОЛ*, *ІМХО*). Абревіація як спосіб утворення сленгізмів у соціальних мережах стає дедалі популярнішою, оскільки не тільки "економить" час, але й у зашифрованому вигляді містить інформацію, що може належати до табуйованих понять.

Скорочення в соціальних мережах з'явилися порівняно недавно. В Інтернеті довгі слова незручні, оскільки швидкість набору повідомлень дуже важлива. Саме тому люди почали вводити скорочення, намагаючись зберегти зміст. Здебільшого, це запозичені слова: *адмін* – "адміністратор", *інет* – "інтернет", *бро* – "брат" (від англ. *brother*), але є і українські, на зразок: *інфа* – "інформація", *дяки* – "дякую", *норм* – "нормально". Найчастіше їх використовують у приватному спілкуванні та коментарях.

Одним із головних чинників виникнення нових лексичних одиниць у мережі є креативність учасників спілкування. Ані віртуальність, ані дистантність, і ще меншою мірою анонімність, не позбавляють комп'ютерне спілкування креативності. Навпаки, вони створюють сприятливі умови для особистого залучення учасників до комунікативної взаємодії. Вони надають людині максимум можливостей не просто для створення свого образу, але й для створення, в певному сенсі, свого власного, нового світу, який можна описати тільки за допомогою мови. Отже, сленг в соціальних мережах є живою системою, що розвивається та є засобом самовираження, привертання уваги оточуючих до себе та спосіб евфемізації значення слів.

Як бачимо, мовна практика соціальних мереж дещо нагадує спілкування: не має ознаки лінійності в часі, певний рівень грамотності як нерелевантної ознаки, використовує форми, характерних для усного різновиду мови, пропонує особливі знаки для відтворення інтонації, міміки тощо.

Соціальні мережі – це особливий дискурс, і кожен користувач у свій спосіб поєднує мовну репрезентацію власної індивідуальності із вербальними параметрами, заданими цим дискурсом.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Зайцева С.В. Інтернет-спілкування як нова форма міжособистісної комунікації // [Електронний ресурс] Режим доступу:

<http://ukrmova.com.ua/zmist-zhurnalu/vipusk-11/internet-spilkuvannya-yak-nova-forma-mizhosobistisnoi-komunikacii/>

2. Каптюрова В.В. Сленг соціальних мереж та мікроблогів // [Електронний ресурс] Режим доступу: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/lingv/2012/Kapurova%20VV%20134-140.pdf

3. Сленг в сети Вконтакте // [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://www.offvkontakte.ru/sekrety-vkontakte/220-sleng-v-seti-vkontakte.html>.

4. Ставицька Л.О. Арго, жаргон, сленг: соціальна диференція української мови. / Л.О. Ставицька. – К.: Критика, 2005. – 464 с.

5. Чемеркін С.Г. Українська мова в Інтернеті: позамовні та внутрішньоструктурні процеси. – К., 2009. – 240 с.

Стаття надійшла до редакції 21.10.13.

Маковецкая-Гудзь Ю., канд. филол. наук, ст. преп.,
НТУУ "Киевский политехнический институт", Киев

УКРАИНСКИЙ ЯЗЫК В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

В статье проанализированы основные проблемы использования украинского языка в социальных сетях. Освещены особенности общения в Интернете и их влияние на повседневное общение. Проанализированы способы возникновения новой лексики в социальных сетях.

Ключевые слова: социальные сети, лексика, интернет-коммуникация, суржик, сленг.

Makovetska-Gudz Yu., PhD, Senior Lecturer
NTUU "Kiev Polytechnic Institute"

UKRAINIAN IN SOCIAL NETWORKS

The article analyzes the main problems of the Ukrainian language in social networks. The specific features of online communication and their impact on everyday communication are explained. The ways of new vocabulary appearance in social networks are analyzed.

Keywords: social network, vocabulary, online communication, slang.