

УДК 81'42:316.77

DOI <https://doi.org/10.32782/bsps-2024.5.18>

МОВНИЙ ДИСКУРС У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ: АНАЛІЗ МОВНИХ ЗАСОБІВ І КОМУНІКАТИВНИХ СТРАТЕГІЙ В ОНЛАЙН-СЕРЕДОВИЩІ

Вікторія Сікорська

кандидат філологічних наук, доцент,
завідувач кафедри журналістики та мовної комунікації
Одеського національного морського університету
вул. Мечникова, 34, м. Одеса, Україна
orcid.org/0000-0001-7278-8464
e-mail: sikorskavika1003@gmail.com

Іван Ненов

заслужений журналіст України,
кандидат політичних наук,
доцент кафедри журналістики та мовної комунікації
Одеського національного морського університету
вул. Мечникова, 34, м. Одеса, Україна
orcid.org/0000-0002-4312-7082
e-mail: kafedrafris@gmail.com

Вікторія Ногай

старший викладач кафедри журналістики та мовної комунікації
Одеського національного морського університету
вул. Мечникова, 34, м. Одеса, Україна
orcid.org/0009-0001-4935-5158
e-mail: viktoriya_n@ukr.net

Людмила Дідур

старший викладач кафедри довузівської підготовки
Одеського національного морського університету
вул. Мечникова, 34, м. Одеса, Україна
orcid.org/10.30525/978-9934-26-248-7-22
e-mail: L_didur@ukr.net

Анотація. Оглядова наукова стаття присвячена аналізу мовного дискурсу в соціальних мережах. Розглянуто основні мовні засоби, які використовуються в онлайн-середовищі, такі як емоційно-експресивна лексика, короткі речення, займенники й дієслова з префіксами.

Проаналізовано мовленнєві жанри (пости, сторіс, коментарі та приватні повідомлення). Крім того, розглянуто комунікативні стратегії, такі як вибіркова самопрезентація й псевдоблизькість, які допомагають користувачам досягати своїх цілей у спілкуванні.

Висвітлено роль кооперації в спілкуванні й особливості комунікативного конфлікту в соціальних мережах.

Стаття допоможе краще розуміти мовний дискурс у віртуальних спільнотах і виявити нові тенденції в спілкуванні.

Ключові слова: мовний дискурс, соціальні мережі, мовні засоби, комунікативні стратегії, емоційно-експресивна лексика, мовленнєві жанри, комунікативний конфлікт, кооперація.

LANGUAGE DISCOURSE IN SOCIAL NETWORKS: ANALYSIS OF LINGUISTIC MEANS AND COMMUNICATION STRATEGIES IN THE ONLINE ENVIRONMENT

Viktoriiia Sikorska

*Candidate of Philological Sciences, Associate Professor,
Head of the Department of Journalism and Communication
Odessa National Maritime University
Mechnikova Str., 34, Odesa, Ukraine
orcid.org/0000-0001-7278-8464
e-mail: sikorskavika1003@gmail.com*

Ivan Nenov

*Candidate of Political Sciences,
Honored Journalist of Ukraine,
Associate Professor at the Department of Pre-university Training
Odessa National Maritime University
Mechnikova Str., 34, Odesa, Ukraine
orcid.org/0000-0002-4312-7082
e-mail: kafedrafris@gmail.com*

Victoriia Nogai

*Senior Lecturer at the Department of Pre-university Training
Odessa National Maritime University
Mechnikova Str., 34, Odesa, Ukraine
orcid.org/0009-0001-4935-5158
e-mail: viktoriya_n@ukr.net*

Liudmyla Didur

*Senior Lecturer at the Department of Pre-university Training
Odessa National Maritime University
Mechnikova Str., 34, Odesa, Ukraine
orcid.org/10.30525/978-9934-26-248-7-22
e-mail: L_didur@ukr.net*

Abstract. *The review article is devoted to the analysis of linguistic discourse in social networks. The main linguistic means used in the online environment, such as emotionally expressive vocabulary, short sentences, pronouns and verbs with prefixes, are considered.*

Speech genres such as posts, stories, comments and private messages are analyzed. In addition, communication strategies, such as selective self-presentation and pseudo-intimacy, are considered to help users achieve their communication goals.

The role of cooperation in communication and the peculiarities of communicative conflict in social networks are highlighted.

The article will help to better understand language discourse in virtual communities and identify new trends in communication.

Key words: *linguistic discourse, social networks, linguistic means, communication strategies, emotionally expressive vocabulary, speech genres, communicative conflict, cooperation.*

У сучасному інформаційному суспільстві соціальні мережі відіграють значну роль у формуванні віртуальних спільнот і побудові онлайн-ідентичності. Вони впливають на наше мовлення, комунікативні стратегії та спосіб сприйняття інформації. Соціальні мережі стали не лише платформою для

спілкування, а й важливим об'єктом дослідження для мовознавців та експертів у сфері комунікацій.

Мовний дискурс є ключовим інструментом для спілкування, але його особливості й вплив на взаємодію користувачів ще потребують поглибленого аналізу.

Ця проблема вимагає детального дослідження, щоб краще розуміти мовний дискурс у віртуальних спільнотах і виявити нові тенденції в спілкуванні.

Метою статті є аналіз мовного дискурсу в соціальних мережах, що сприятиме кращому розумінню віртуальних спільнот і спілкування в інтернеті.

Автори ставлять перед собою завдання дослідити, які мовні засоби найчастіше використовуються в соціальних мережах, і визначити їхню роль у спілкуванні й сприйнятті повідомлень; вивчити мовленнєві жанри, що стали візуальними та мультимедійними в соціальних мережах; проаналізувати комунікативні стратегії, які використовують користувачі для прояву своєї індивідуальної та колективної ідентичності; зосередитися на вибірковій самопрезентації та псевдоблизькості; дослідити роль мовного дискурсу у виникненні й подоланні комунікативного конфлікту в соціальних мережах.

Предметом дослідження є мова, яка використовується користувачами в онлайн-середовищах, зокрема в соціальних мережах. Автори досліджують мовні засоби, жанри й комунікативні стратегії, які впливають на спілкування в цих середовищах.

Об'єктом дослідження є соціальні мережі як платформи, де відбувається взаємодія користувачів.

Це дослідження допоможе краще розуміти, як мова стає інструментом формування й підтримки соціальних відносин у віртуальному середовищі.

Дискурс – це процес отримання й обміну інформації, що виражає себе в актуалізованих мовних стратегіях, тобто це способи використання мови, які враховують конкретну ситуацію спілкування, контекст та аудиторію. Мовні стратегії дають змогу мовцю ефективно спілкуватися, ураховуючи всі відтінки й нюанси комунікації. Наприклад, використання формального, неформального чи жаргонного мовлення, адаптація мови до рівня розуміння співрозмовника, використання або уникання певних лінгвістичних засобів залежно від ситуації – усе це є складниками актуалізованих мовних стратегій. Вони допомагають забезпечити ефективність спілкування й уникнути непорозумінь між учасниками комунікації.

В.О. Ковчак зазначає, що в дискурсі втілено сферу суспільної взаємодії (інтеракції), опосередкованої засобами мови, тому дискурс виступає як соціально організована мережа комунікативних зв'язків [3, с. 206].

Розглянемо, які мовні засоби використовуються у віртуальних спільнотах, які комунікативні стратегії вибирають користувачі та які особливості комунікативного конфлікту виникають в онлайн-середовищі.

Розуміння мовного дискурсу в соціальних мережах допоможе краще адаптуватися до нового комунікативного простору й розкрити його можливості.

Соціальні мережі, такі як Інстаграм, Твітер, Фейсбук, стали не лише платформами для спілкування, а й важливим об'єктом дослідження для мовознавців і комунікативних експертів. Вивчаючи мовні засоби, які використовуються в цих мережах, а також специфіку комунікації в них, важливо розуміти, які мовні засоби і стилі використовуються користувачами в контексті, оскільки це впливає на сприйняття інформації, формування думок і взаємодію в мережі.

Розглянемо основні мовні засоби, які використовуються в цих онлайн-середовищах:

- У соціальних мережах користувачі активно використовують метафори, порівняння, синоніми й інші засоби для вираження своїх почуттів та емоцій. *Наприклад: «Його слова вразили мене, наче грім», «Дістав мене».*

- Зменшено-пестливі форми слів також додають виразності й емоційності. *Наприклад: «Ти моє любе сонечко», «Дякую тобі, моя маленька зіронько!».*

- У соціальних мережах переважають прості, короткі речення. Неповні, обірвані, односкладові речення допомагають зберегти увагу читачів. *Наприклад: «Дякую!», «Я вже йду», «Чекаю на тебе», «Завтра побачимось», «Як ти?», «Все гаразд?».*

- Часте використання різноманітних займенників дає змогу зберегти конфіденційність та інтимність спілкування. *Наприклад: замість формального «Ви» використовують «ти», що може підсилити інтимність і дружній характер спілкування. «Моє» (замість «наше») – указує на особисту власність.*

- Часте використання різноманітних дієслів із двома префіксами. *Наприклад: понаїхати, позасмічувати, понавибирати.*

- Заміна термінів розмовними словами (*мобільний телефон – мобіла, комп'ютер – комп, клавіатура – клава, залікова книжка – заліковка*).

- Використання слів або фраз із протилежним значенням для гумору або критики. *Наприклад: «О, чудово, це один день без інтернету!».*

Мовленнєві жанри в соціальних мережах відіграють важливу роль у комунікації. Вони мають свої особливості й функції, використання яких залежить від мети користувача та контексту.

Пости – це короткі текстові або візуальні повідомлення, що користувачі публікують на своїх сторінках у соціальних мережах, аби поділитися думками, враженнями, новинами, висловити свою позицію щодо певної теми чи залучити увагу аудиторії до якихось подій.

Сторіс – це короткочасні публікації, відео або фотографії, які з'являються у верхній частині сторінки користувача на обмежений час (зазвичай 24 години) і дають змогу висловити миттєві емоції, враження, висвітлити події.

Коментарі та відгуки в соціальних мережах мають суттєві відмінності.

У коментарях користувачі реагують на пости і сторіс інших людей, дають коротку відповідь, показуючи свою реакцію. Зазвичай відображають власну думку щодо якогось питання або висловлюють враження від контенту. Спілкування в коментарях може розгалужуватися на кілька рівнів, створюючи полілогічний характер.

Відгуки – це об'ємні висловлення, які можуть містити більше деталей, докладний опис досвіду користувача з продуктом чи послугою. Вони можуть бути позитивними, негативними або нейтральними. Їх подають публічно (на сторінці компанії) або приватно (наприклад, відправлені електронною поштою). Правильно оброблені відгуки можуть покращити якість продукту, залучити нових клієнтів і підвищити лояльність аудиторії.

Приватні чати дають змогу особисто спілкуватися з іншими користувачами. Вони можуть містити інформацію, яка не призначена для загального доступу.

Аналіз мовленнєвих жанрів допомагає розуміти, як користувачі взаємодіють.

Хештеги – ключові слова або фрази, які використовуються в соціальних мере-

жах і мікроблогах. Вони починаються із символу решітки (#) і допомагають систематизувати контент за певною темою або інтересом. Хештеги дають змогу швидко знаходити повідомлення, пов'язані з певною темою, і полегшують пошук інформації. Наприклад, *#техніка, #мода, #фотографія*.

Емоджі – це особлива мова ідеограм і смайлів, які широко використовуються в електронних повідомленнях і на сторінках сайтів [5]. Вони допомагають висловити емоції, настрої, ідеї, додають емоційного відтінку до тексту за допомогою зображень, стали невід'ємною частиною сучасного онлайн-спілкування.

У соціальних мережах поширені мовні образи, які використовуються для вираження певних ідей або ситуацій.

Меми – це візуальні образи, відеоролики або текстові висловлювання, які стають віртуальними відгуками на певні події або явища. Вони можуть бути гумористичними, саркастичними, політичними, відображати певні культурні аспекти. Меми часто використовуються для вираження емоцій, створення спільності й взаєморозуміння між користувачами.

У соціальних мережах часто зустрічаються аббревіатури, скорочення й неточності в мовленні. Наприклад, «LOL» (сміюся вголос), «BRB» (повернусь зараз), «OMG» (О, мій Боже) тощо.

Соціальні мережі – це не лише майданчик для спілкування, а й простір, де користувачі вибирають певні комунікативні стратегії для досягнення своїх цілей.

Користувачі в соціальних мережах активно формують свій образ, вибираючи, яку інформацію про себе вони публікують. Вибіркова самопрезентація може бути спрямована на підвищення соціального статусу, залучення уваги або вираження певних цінностей.

У соціальних мережах користувачі можуть вибирати, наскільки близьким може бути спілкування з іншими. Псевдоблизькість – це явище, коли користувачі в соціальних мережах відтворюють віртуальні взаємини, ураховуючи обмеженість контексту й відсутність фізичної присутності. Це дає можливість користувачам підтримувати стосунки на відстані, але не завжди вони відображають реальність.

За такого спілкування використовують неформальну мову, скорочення слів, аббревіатури, сленг. Короткі повідомлення супроводжують емоджі (смайли й ідеограми для передачі емоцій), хештеги (для класифікації контенту, наприклад: #друзі, #вечірка, #подорожі).

Для створення відчуття близькості вибірково використовують займенники, емоційні вирази. Щоб підсилити співчуття й розуміння, активно використовують образні вислови. Ці мовні засоби допомагають підтримувати взаємини на відстані та створювати враження псевдоблизькості.

Соціальні мережі – це простір, де користувачі можуть випробовувати нові мовні форми, створювати нові слова, вирази й жаргон.

Сміливе експериментування допомагає розширити межі мовлення та виразності.

Аналіз комунікативних стратегій у соціальних мережах допомагає зрозуміти, як мова впливає на спілкування та як користувачі вибирають певні підходи для досягнення своїх цілей.

Комунікативний конфлікт – це зіткнення комунікативних стратегій між адресантом та адресатом, яке може ускладнювати спілкування.

У соціальних мережах люди можуть висловлювати свої думки анонімно, що призводить до більш відвертого висловлювання. Віддаленість від співрозмовника знижує емоційний контроль, а відсутність невербальних сигналів може призвести до неправильного розуміння й конфліктів. Велика кількість можливих співрозмовників призводить до більш різноманітних поглядів і конфліктів.

При цьому комунікативний конфлікт не завжди буває неуспішним і передбачає розвиток комунікативної події, що може завершитися як конфронтаційним вибухом, так і комунікативним успіхом для одного з комунікантів і навіть комунікативним компромісом [1].

Мовний дискурс відіграє ключову роль у комунікативних конфліктах. Вибір мовних засобів і структури впливає на сприйняття, оскільки саме мова відображає емоції. Негативний дискурс може поглибити конфлікт, а позитивний – сприяти розв'язанню.

Неправильна інтерпретація також може призвести до конфлікту.

Для подолання конфлікту треба уникати агресивного дискурсу й намагатися зрозуміти позицію інших. Це сприятиме подоланню конфлікту.

Неабияку роль у спілкуванні виконує кооперація. Це спільна діяльність, спрямована на досягнення спільних цілей. Кооперація допомагає забезпечити взаєморозуміння між співрозмовниками, знаходити компроміси, розв'язувати конфлікти, дає змогу досягати спільних цілей, будуючи ефективне спілкування. Кооперація є важливим елементом спілкування, сприяючи позитивним взаєминам і спільному розвитку.

Отже, соціальні мережі – це не лише платформа для спілкування, а й важливий об'єкт дослідження для мовознавців і комунікаційних експертів. В оглядовій статті ми розглянули основні мовні засоби, які використовуються в соцмережах, а також проаналізували мовні жанри та їх роль у комунікації.

Виявилось, що в соціальних мережах користувачі активно формують свій образ, вибираючи, яку інформацію про себе публікувати, також використовують різноманітні мовні засоби – від емоційно-експресивної лексики до коротких речень і хештегів.

Крім того, розглянули комунікативні стратегії, такі як вибіркова самопрезентація та псевдоблизькість. Ці стратегії допомагають користувачам досягати своїх цілей у спілкуванні.

Дискурс у соціальних мережах може впливати на сприйняття повідомлень, розвиток конфлікту та його подолання.

Не менш важливою є роль кооперації. Спільна діяльність і спільні цілі сприяють побудові позитивних взаємин і розв'язанню конфліктів.

Отже, мовний дискурс у соціальних мережах – це складний і динамічний процес, який варто досліджувати. Вивчення мовних засобів і комунікаційних стратегій допомагає краще розуміти цей світ і виявляти нові тенденції в спілкуванні.

Стаття допоможе краще розуміти мовний дискурс у віртуальних спільнотах і виявити нові тенденції в спілкуванні. Результати дослідження можуть сприяти подальшим дослідженням у цій сфері й покращенню спілкування в інтернеті.

ЛІТЕРАТУРА

1. Гавриш М.М. Основи комунікативної лінгвістики. 2015. URL: http://dn.khnu.km.ua/dn/k_default.aspx?M=k0910&T=06&lng=1&st=0.
2. Добровольська М.Б. Підходи до трактування дискурсу в сучасних мовознавчих дискурсах. *Науковий вісник ДДПУ імені І. Франка. Серія «Філологічні науки. Мовознавство»*. 2018. № 10.
3. Ковчак В.О. Дискурс як чинник суспільного здійснення людини. *Гілея: науковий вісник*. 2015. № 97. С. 203–207.
4. Колісник Ю. Текст і дискурс: проблеми дефініцій. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. Серія «Проблеми української термінології». 2010. № 675. С. 111–114.
5. Емоджі. Вікіпедія: вільна енциклопедія. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%95%D0%BC%D0%BE%D0%B4%D0%B7%D1%96>

REFERENCES

1. Gavrysh, M.M. (2015). *Osnovy komunikatyvnoi linhvistyky* [Fundamentals of communicative linguistics]. http://dn.khnu.km.ua/dn/k_default.aspx?M=k0910&T=06&lng=1&st=0.
2. Dobrovolska, M.B. (2018). *Pidkhody do traktuvannia dyskursu v suchasnykh movoznavchykh dyskursakh* [Approaches to the interpretation of discourse in modern linguistic discourses]. *Scientific Bulletin of the Ivan Franko State Pedagogical University. Series «Philological Sciences». Linguistics*, No. 10.
3. Kovchak, V.O. (2015). *Dyskurs yak chynnyk suspilnoho zdiisnennia liudyny* [«Discourse as a factor of social realization of a person»]. *Gilea: scientific bulletin*. № 97. С. 203–207.
4. Kolisnyk, Y. (2010). *Text and Discourse: Problems of Definitions* / *Bulletin of the National University «Lviv Polytechnic»*. *Series «Problems of Ukrainian terminology»*. № 675. С. 111–114.
5. Emodzhi [Emoji]. *Vikipediia: vilna entsyklopediia*. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%95%D0%BC%D0%BE%D0%B4%D0%B7%D1%96>