

Отримано: 21 серпня 2019 року

Прорецензовано: 16 вересня 2019 року

Прийнято до друку: 23 вересня 2019 року

e-mail: ivankivolja@gmail.com

irynamalyshivska@ukr.net

olga.kulchytska@gmail.com

DOI: 10.25264/2519-2558-2019-7(75)-60-64

Іванків О. О., Малишівська І. В., Кульчицька О. О. Соціолінгвістичні особливості англійської мови інтернет-простору (на матеріалі дискурсу соціальної платформи Фейсбук). *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»: серія «Філологія»*. Острого: Вид-во НаУОА, 2019. Вип. 7(75), жовтень. С. 60–64.

УДК 811.111'42:004.773.6

**Іванків Ольга Орестівна,**  
викладач Школи Англійської Мови SmartWay ELC, Івано-Франківськ  
**Малишівська Ірина Василівна,**  
кандидат філологічних наук, доцент  
ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника»  
**Кульчицька Ольга Остапівна,**  
кандидат філологічних наук, доцент  
ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника»

## СОЦІОЛІНГВІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ ІНТЕРНЕТ-ПРОСТОРУ (НА МАТЕРІАЛІ ДИСКУРСУ СОЦІАЛЬНОЇ ПЛАТФОРМИ ФЕЙСБУК)

Потужний розвиток сучасних форм масової комунікації спричинив появу нових соціолінгвістичних явищ. Зокрема, відмічаємо зміни не тільки у системах правопису і пунктуації, лексики і граматики англійської мови у соціальній мережі Фейсбук, але й у способах організації та у формах дискурсу. У результаті проведеного дослідження виявлено закономірності використання лексем чоловічою та жіночою аудиторіями користувачів Фейсбуку (2014–2018 рр.), згрупованих за віковими категоріями 14–18, 19–23 та 24–35 років. Зіставлення результатів проведеного аналізу з результатами дослідження *Personality, Gender, and Age in the Language of Social Media: The Open-Vocabulary Approach*, проведеного у 2013 році Центром Позитивної Психології, Школою Програмування та інформатики університету Пенсильванії, США, та Центром Психометрії Кембриджського університету, Велика Британія, дозволило виявити закономірності прояву соціальних інтересів, що виражаються, зокрема, шляхом використання відповідної лексики у дискурсі мережі Фейсбук.

**Ключові слова:** Інтернет-простір, соціальна мережа, користувач соціальної мережі, соціальна платформа Фейсбук, дискурс, допис, лексика.

**Olha Ivankiv,**  
Teacher of SmartWay English Language Centre, Ivano-Frankivsk  
**Iryna Malyshevskaya,**  
Candidate of Philological Sciences, Associate Professor  
Vasyl Stefanyk Precarpathian National University  
**Olga Kulchytska,**  
Candidate of Philological Sciences, Associate Professor  
Vasyl Stefanyk Precarpathian National University

## SOCIOLINGUISTIC FEATURES OF ENGLISH AS IT IS USED ON THE INTERNET (THE FACEBOOK DISCOURSE)

Powerful surge in the development of mass communication has caused the emergence of new sociolinguistic phenomena. We can speak, in particular, of noticeable changes in the English of Facebook users – not only in spelling and punctuation, lexical and grammatical systems, but also in the overall organization and forms of discourse. The time frame of our study covers the period between 2014 and 2018. The analysis of the lexical units in the discourse of males and females – the two major groups of Facebook users/audience, further subdivided into three age categories of 14–18, 19–23, and 24–35 years old, – indicates current sociolinguistic trends. The results of the analysis are compared to those obtained by a group of researchers from the University of Pennsylvania, USA, and the University of Cambridge, UK, who in 2013 carried out the project *Personality, Gender, and Age in the Language of Social Media: The Open-Vocabulary Approach*. We maintain that in general the scope of interests of Facebook users remains the same. The 14–18 year olds discuss the issues of school and entertainment, their discourse abounding in acronyms, abbreviations, (computer) slang, sometimes swear words. The group of users between 19 and 23 are mainly interested in the subjects of education, sport, relationships, emotions, leisure; in the USA/UK research, also the problem of job opportunities. Our research shows a much lower rate of profanity use than it was five years ago. The third, and the most active, group (24–35 years old) displays interest in the matters of politics, sport, spiritual development, relationships, arts and culture. Their discourse is well-organized and well-managed.

**Key words:** Internet space, social network, social media user, social media platform, Facebook, discourse, post, lexical unit.

**Постановка проблеми.** Англійська мова є одним із важливих факторів розвитку сучасних технологій, особливо в тому, що стосується сфери соціальних мереж. Н. Б. Еллісон і Д. М. Бойд визначають соціальну Інтернет-мережу як веб-сервіс, що дозволяє користувачам створювати відкриті, публічні чи частково відкриті профілі; складати перелік тих, з ким вони перебувають у соціальному зв'язку; переглядати та редагувати список своїх контактів та аналогічні списки інших користувачів в рамках однієї системи [4]. Інтернет-дискурс (зокрема, на платформі Фейсбук) виразно відображає соціальні і лінгвістичні процеси початку XXI століття.

**Огляд джерел і публікацій з проблеми.** Існують різноманітні принципи класифікації соціальних мереж в Інтернет-просторі. Зокрема американська дослідниця та спеціаліст з соціальних мереж М. Вайт [9] пропонує розподіл, який ґрунтується на тематичному наповненні ресурсу: **соціальні мережі для міжособистісних зв'язків** (MySpace, Facebook, Twitter та

інші), *мережі для обміну фото та відеоконтентом* (YouTube, Instagram, Flickr тощо), *професійні мережі для розвитку та побудови кар'єри* (LinkedIn, Classroom 2.0 тощо), *вузьконаправлені інформаційні мережі*, що об'єднують людей, зацікавлених у специфічній темі (наприклад, The Nature Conservancy створена для тих, хто прагне впроваджувати екологію у повсякденне життя), *навчальні соціальні мережі* для учнів та студентів (The Student Room, The Math Forum, ePALS School Blog та ін.), *соціальні мережі для людей зі спільними вродобаннями* (Grow It, My place at Scrapbook.com тощо), *соціальні мережі для науковців* (Academia.edu, ResearchGate та ін.). Схожу класифікацію пропонують Г. О. Нестеренко та О. В. Тишкова [3], виокремлюючи *соціальні мережі спільної тематики* (MySpace, Facebook та інші), які забезпечують доступ до інформації, що задовольняє особисті інтереси користувачів; *соціальні спеціалізовані мережі Інтернет*, наприклад: Last.Fm (музична соціальна мережа), Geni (сімейна соціальна мережа); *вузькоспеціальні професійні мережі*, що поєднують спеціалістів та вчених: Ukrainian Scientists Worldwide, Українська наукова Інтернет-спільнота, e-LearningPRO та ін.; *ділові соціальні мережі* на кшталт Plaxo.

Інтернет-дописи у різноманітних соціальних мережах свідчать про зміни в англійській мові. Зокрема, помітною ознакою є поява так званих локальних або національних варіантів англійської: *Spanglish, Chinglish, Hinglish* та ін.; наприклад, *googlear* or *gugulear* – “to google” – іспан. *buscaren Google* – шукати в Гуглі; *mandar un mail* – “to send an email” – іспан. *mandar un correo, mandar un correo electronic* – надіслати електронного листа [7].

Іншою характерною особливістю англійської у світовій павутинні є широке використання сленгу. Визначають такі три основні способи формування нових сленгових слів у мережі: 1) використання чисел замість літер з метою скорочення слова; наприклад, *l8r* – *later*, *4u* – *for you*; основою таких новостворених є фонетична відповідність; вони використовуються задля пришвидшення процесу комунікації у коротких переписках чи повідомленнях [2]; 2) аббревіації; наприклад, *LOL* – *Laugh out loud*, *IMHO* – *In my humble opinion*, *NP* – *No problem*, *SLAP* – *Sounds like a plan* [5]; 3) збільшення довжини слова повторним натисканням клавіші з конкретною літерою; використовується для вираження емоцій; наприклад, *yaaaaaaas*.

Все більшого поширення набуває тенденція до спрощення граматичних структур. У дописах користувачів соціальних мереж майже не використовуються умовний спосіб дієслова, складні синтаксичні конструкції, форми складних граматичних часів (наприклад, Present і Past Perfect); дописувачі часто нехтують правилами правопису і пунктуації.

Результати аналізу змістових (напр., використання хештега як змістового ядра публікації), мовних, візуальних (напр., емодзі), соціокультурних характеристик Інтернет-дописів дають підстави віднести ці явища до категорії дискурсу, радше ніж тексту.

Багатоплановість понять тексту і дискурсу зумовлює наявність великої кількості їх визначень та інтерпретацій. Наприклад, текст розглядається як “результат спілкування (інтерацій і трансакцій), його структурно-мовна складова і одночасно кінцева реалізація; структура, в яку втілюється “живий” дискурс після свого завершення” [1, с. 340] або ж як завершений відрізок письмового чи усного мовлення будь якої довжини – від літери до комбінації речень/висловлювань, – який реалізує певну соціальну інтенцію [10, с. 8]. За Г. Г. Віддоусоном [10, с. 8], дискурс – це прагматичний процес інтерпретації значення, активація мовного коду в контексті соціальної реальності, а текст, який без контексту залишається інертним, є продуктом цього процесу. М. Фуко визначає дискурс як системи думок, що складаються з ідей, відношення, ліній поведінки, переконань і практик, що системно конструюють презентовані об'єкти і світи (цитовано за І. Лесса [6, с. 285]).

Інтернет-допис можна розглядати як розширену діалогічну репліку мовця, який очікує реакції адресата. Спілкування в Інтернет-просторі має свою особливість – невизначеність категорії адресата; адресант не завжди знає, хто відповість на його допис. Це свого роду запрошення до дискусії або ж реакція на вербальний (чи невербальний, як у випадку з використанням емодзі) стимул.

**Завдання і матеріал дослідження.** О. О. Іванків, одна із авторів цієї публікації, зацікавилася розробкою *Personality, Gender, and Age in the Language of Social Media: The Open-Vocabulary Approach* [8] за методикою комп'ютеризованого дослідження даних мережі Фейсбук, здійсненою науковцями Центру Позитивної Психології, Школи Програмування та Інформатики університету Пенсильванії, США, та Центру Психометрії Кембриджського університету, Велика Британія, в межах проєкту *The World Well-Being Project (WWBP)*. У 2013 році дослідники проєкту проаналізували більше 700 мільйонів слів, виразів та словосполучень, зібраних із повідомлень, коментарів та постів 75 тисяч користувачів мережі Фейсбук. Двома основними методами дослідження були *Differential Language Analysis (DLA)*, спрямований на визначення найбільш значимих мовних особливостей у мережі, та *Linguistic Inquiry and Word Count (LIWC)* – психологічний метод визначення причин і способів застосування певної лексики.

Завдання нашого дослідження полягало у виявленні найбільш вживаної лексики англійської аудиторії в мережі Фейсбук у 2014–2018 роках. Була створена зменшена версія американсько-британської системи, розроблений власний метод аналізу даних з метою виявлення можливих змін в англійській мові Фейсбуку за останні п'ять років, отримані дані зіставлялися з результатами масштабного західного проєкту.

Матеріал для нашого дослідження відбирався за такими критеріями: часові рамки дослідження – 2014–2018 роки; у мережі Фейсбук дописувачі користуються виключно англійською мовою; вони вказують свою стать і вік (до сорока років), регулярно розміщують дописи, є активними, мають достатньо широко аудиторію читачів; дописи рекламного характеру не розглядаються. Загалом було проаналізовано понад п'ятисот дописів у Інтернет-мережі.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Дослідження проводилося у три етапи: 1) відбір матеріалу (вивчення контенту дописів та пошук користувачів, які відповідають перерахованим вище вимогам); 2) аналіз та класифікація дописів за відповідним критерієм, обробка отриманих даних, визначення частотності використання окремих мовних одиниць та їх релевантності за допомогою он-лайн сервісу, який здійснює автоматизований семантичний аналіз тексту; 3) завантаження отриманих даних на окремий Інтернет-додаток для їх статистичної обробки та візуалізації у формі зображення лексичних одиниць, де розміром позначається частота використання слова, а насиченістю кольору – його релевантність.

Користувачі були розділені на три вікові групи: 14–18 років, 19–23 роки, 24–35 років. Іншим критерієм аналізу була визначена стать: чоловіча та жіноча аудиторія. На рисунках 1–6 представлені результати дослідження лексики, якою послуговуються представники різних вікових груп у мережі Фейсбук.



Рис 1. Найбільш вживана лексика чоловічої аудиторії віком 14–18 років у мережі Фейсбук



Рис 2. Найбільш вживана лексика чоловічої аудиторії віком 19–23 років у мережі Фейсбук



Рис 3. Найбільш вживана лексика чоловічої аудиторії віком 24–35 років у мережі Фейсбук



Рис 4. Найбільш вживана лексика жіночої аудиторії віком 14–18 років у мережі Фейсбук



Рис 5. Найбільш вживана лексика жіночої аудиторії віком 19–23 років у мережі Фейсбук



Рис 6. Найбільш вживана лексика жіночої аудиторії віком 24–35 років у мережі Фейсбук

Порівняльний аналіз наших розробок із результатами проєкту *Personality, Gender, and Age in the Language of Social Media: The Open Vocabulary Approach* свідчить про таке:

Вікові групи користувачів зберігають тематику дописів у мережі Фейсбук; як і п'ять років тому, їх можна поділити на групи 14–18 років (тематика школи; вирізняються широким використанням акронімів, скорочень, аббревіацій, сленгу, комп'ютерної лексики, подекуди лайки), 19–23 роки (переважає тематика освіти, спорту, стосунків, емоцій, відпочинку; в американсько-британському дослідженні – тематика роботи; наше дослідження показало значно менший рівень використання ненормативної лексики у дописах молоді, що свідчить про тенденцію до оздоровлення дискурсу за останнє п'ятиріччя); третя група, 24–35 років, виявилась найактивнішою серед користувачів мережі; об'єми її дописів значно перевищують розміри повідомлень осіб попередніх груп. Це люди, які звикли ділитись практично щоденно інформацією про себе. Їх активна лексика демонструє зацікавленість політикою, спортом, духовним розвитком, стосунками, мистецтвом та культурою. У дописах цієї групи спостерігається дотримання правил орфографії та пунктуації.

Найскладнішою групою для вивчення виявились підлітки 14–18 років, адже для них Фейсбук не є популярною платформою обміну особистою інформацією. За останні 5 років у мережі з'явилися інші канали, які не користуються такою популярністю серед їх батьків, як Фейсбук, а отже, не використовуються ними для контролю над молодим поколінням. Тому більш популярними серед молоді соціальними платформами сьогодні є Снепчат, Кік, Вічат, Інстаграм та Тамблер.

Також ускладнив дослідження масовий перехід користувачів мережі на публікацію медіа контенту (коротких відео-вайнів), що спричинило значне скорочення обсягу текстового контенту. За даними Фейсбуку інтерес до довгих дописів втрачається.

Як і п'ять років тому, спостерігаємо чітку різницю у використанні лексики між жіночою та чоловічою аудиторією мережі Фейсбук (рисунки 7 і 8).



Рис 7. Найбільш вживана лексика чоловічої аудиторії мережі Фейсбук



Рис 8. Найбільш вживана лексика жіночої аудиторії мережі Фейсбук

Також констатуємо деякі зміни в англійській мові користувачів мережі Фейсбук за останнє п'ятиріччя. Зокрема, друга група продемонструвала спад у використанні лайки, кількісний показник грубих слів у їх дописах нижчий, ніж у американсько-британському проєкті. Іншою особливістю є поява у дописах представників першої групи низки нових, незрозумілих сленгових одиниць, Інтернет-слів, значення яких доводиться шукати у різноманітних Інтернет-словниках і на форумах.

Щодо третьої групи, то тут змін практично не виявлено, адже це покоління користується соціальними мережами з дитинства, і їх тип комунікації суттєво не змінився.

**Висновки та перспективи подальших досліджень.** Отже, з одного боку, мова Інтернет-спілкування є віддзеркаленням реальної мовленнєвої поведінки, яку варто досліджувати; з іншого боку, подібні студії виявляють нагальну проблему – існування значних розбіжностей між нормою і власне мовленням користувачів, – яку слід розв'язувати, зокрема, філологам через вироблення сучасних правописних коректив і педагогам у контексті мовної освіти.

Перспективи роботи ми вбачаємо у глибшому вивченні та систематизації змін англійської мови у віртуальному просторі в рамках інших мережових платформ, що дасть змогу прослідкувати еволюцію мови у новому соціальному контексті.

#### Література:

1. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики : Підручник. Київ : Видавничий центр "Академія", 2004. 344 с.
2. Карпушина М., Чистякова О. Сучасна комунікація: особливості мовлення в мережі Інтернет. *Філологічний дискурс*. 2016. № 4. С. 212–221. URL: <http://fildyskurs.kgpa.km.ua/Files/4/24.pdf> (дата звернення: 14.08.2019)
3. Нестеренко Г. О., Тишкова О. В. Сучасні соціальні мережі як інструмент неформальної освіти. *Гілея: науковий вісник*. 2011. Вип. 49 (№7). С. 89–93.
4. Boyd, D. M., Ellison, N. B. Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*. Chicago, IL: Encyclopedia Britannica, 2007. Vol. 13(1), article 11. Pp. 34–36.
5. Kuhn, V. Internet slang: Popular texting abbreviations & acronyms. *Dirigo Design & Development* : website. URL: <http://www.dirigodev.com> (Last accessed: 14.08.2019).
6. Lessa, I. Discursive struggles within social welfare: Restaging teen motherhood. *The British Journal of Social Work*. Volume 36, Issue 2, February 2006. Pp. 283-298. URL: <https://doi.org/10.1093/bjsw/bch256> (Last accessed: 14.08.2019).
7. 28 Spanglish words: The best of the worst. *SpeakingLatino.com* : website. URL: <https://www.speakinglatino.com> (Last accessed: 12.03.18).
8. Schwartz, H. A., Eichstaedt, J. C., Kern, M. L., Dziurzynski, L., Ramones, S. M., Agrawal, M., Shah, A., Kosinski, M., Stillwell, D., Seligman, M. E. P., Ungar, L. H. Personality, gender, and age in the language of social media: The open-vocabulary approach. *PLoS ONE* 8(9):e73791. September 2013. 16 p. URL: <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0073791> (Last accessed: 15.08.19)
9. White, M. What types of social networks exist? *LoveToKnow* : website. URL: <http://www.socialnetworking.lovetoknow.com> (Last accessed: 15.08.2019).
10. Widdowson, H. G. Text, context, pretext: critical issues in discourse analysis. Malden, MA, USA; Oxford, UK; Carlton, Victoria, Australia: Blackwell Publishing. 2004. 185 p.