

3. Погребняк І. (2020). Блогінг як форма сучасного мережевого художньо-публіцистичого жанру. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія : Філологія. Соціальні комунікації*. Том 31(70). № 3. Ч. 3. С. 229–233.

4. Прес-реліз КМІС від 25.01.2023. URL: <https://www.kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=reports&id=1184&page=4>

5. Прес-реліз КМІС «Медіаспоживання на звільнених і прифронтових територіях» від 27.10.2023 р. Режим доступу: <https://www.kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=reports&id=1308&page=1>

6. Титаренко М. (2007). Феномен публіцистики: проблема дефініції. *Вісник Львівського університету. Серія : Журналістика. Вип. 3*. С. 41–50.

7. Фісенко Т. (2006). Теорія мережевої літератури як новий літературознавчий дискурс. *Питання літературознавства. Випуск 71*. С. 268–279.

DOI <https://doi.org/10.36059/978-966-397-349-4-18>

МОВА СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА В ЯПОНІ ЯК РІЗНОВИД МОВИ МАСОВОЇ КУЛЬТУРИ

Комарницька Т. К.

*кандидат філологічних наук, доцент,
докторант*

*Навчально-науковий інститут філології
Київського національного університету імені Тараса Шевченка
м. Київ, Україна*

У часи глобалізації всі країни світу захопила масова культура, націлена на «посередню людину», яка виступає споживачем цієї культури. Феномен масової культури розвивається з поступом інформаційно-комунікаційних технологій, охоплюючи дедалі більше сфер нашого життя і впливаючи на мову, яка як ретранслятор елементів масової культури також зазнає докорінних змін, починаючи служити масовим цінностям, що їх ця культура пропагує. Розвиток Інтернет-ресурсів і поява соціальних мереж ще більше зблизили масову культуру і її споживача, адже користувачі соцмереж стали не тільки споживачами, а і продуцентами масово-культурних зразків. Подальших змін за рахунок такої активної двосторонньої комунікації зазнає і мова.

Зокрема, на матеріалі японської мови можемо простежити тенденцію до зростання масштабів процесів мовної гібридизації у мові соціальних медіа як одного з різновидів мови масової культури. Такі слова наявні у великій кількості у блогах, твітах і коментарях користувачів соцмереж. Дійсно, почитавши коментарі дописувачів японської версії Інтернет-каналу Youtube, ми виявили в них велику кількість слів мішаного типу, які складаються як із японських, так і з англійських компонентів, наприклад:

ボカロ=キモイってのをやめて欲しいって皆が言ってるコメ欄によくそんな事言えたな... – у наведеному уривкові наявне гібридне слово *コメ欄* *рядок для коментаря*, утворене шляхом словоскладання з усіченої основи запозиченого слова *コメント* *коментар* і японського *欄* *рядок*;

どこにエロい要素があんだし！w 久々に聞こうと思ったらww – фрагмент містить колоквіалізм *エロい* *еротично-дивний* – предикативний прикметник гібридного типу, утворений від усіченої основи запозиченого *エロチック* *еротичний* і японського прикметникового суфікса *-い*;

やばいやばい、最近の曲はなんか軽い、
こういう曲作ってくれるPさん、また復活しないかな...
オワコン化に、歯止めを... – в уривкові вжито гібридне слово *オワコン化* *втрата популярності продукту*, яке являє собою сполучення абревіатури *終わったコンテンツ* *продукт, який втрачає популярність*, і суфікса *-化*, за допомогою якого творяться складні слова (здебільшого термінологічного характеру) на позначення процесу;

クリエイティブな気持ちにさせてくれる大好きな曲。 – у фрагменті використано гібридний напівпредикативний прикметник *クリエイティブな* *креативний*, утворений від запозиченого слова і японського прикметникового суфікса *-な* [2, с. 10].

Крім гібридних слів Інтернет-комунікація у соцмережах також послуговується різноманітними невмотивованими запозиченнями з англійської, які дублюють значення питоми японських слів, однак потрапляють до ідіостилю користувачів мережі Інтернет через свою «модну», «західну», «молодіжну» конотацію. Наприклад:

私の父の知り合いがオリンピック関係者なのですが、開会式などのアーティストをはじめ、予算がかかってくる事柄はオリンピック委員会関係者（高齢の男性ばかり）だけで決められるのでそもそも候補に「初音ミク」というワードすら出ないと思います –

запозичені слова **アーティスト** (від англ. artist) *артист*, **ワード** (англ. word) *слово*, які мають японські відповідники **芸術家** і **一言**;

ボカロってクールジャパン *дезінформація про Японію* – запозичення **クールジャパン** (англ. cool Japan) *крута Японія*;

日本人は否定的な意見が多いと思いますが、海外の人は「さすが日本人！最高にクレイジーだな！」といった意見になると思われま
すよ。海外での日本人像はオタクのようなものですからね。 –

запозичене з англійської мови слово **クレイジー** *божевільний* (в оригіналі crazy), відповідником якого у японській є **狂い** [2, с. 10].

Також спостерігаємо окремих механізмів творення гібридних дієслів: тут вони створюються здебільшого шляхом додавання до запозиченої основи (нерідко скороченої) японського дієслівного форманта **-る**, який притаманний питомо японським дієсловом (ваго): **タクる** *їхати на таксі* (скорочений варіант запозиченого **タクシー** + формант **-る**), **マクる** *їсти* у «*МакДональдс*» (скорочений варіант **マクドナルド** + формант **-る**), **オケる** *їти у караоке* (скорочення від **カラオケ**, утворене шляхом усічення першої частини слова + **る**), **コンパる** *бути компанійським* (від **コンパニオン** + **る**), **ミスる** *помилатися* (**ミス** **テイク** + **る**), **ググる** *зуглити* (**Google** + **る**), **コピる** *списувати* (**コピー** + **る**). З найновіших гібридних дієслів, що поповнюють лексику молоді у соцмережах, можна згадати **フィーバる** *божеволіти* (англійське слово fever, увійшовши до лексики японської молоді, спершу набуло дієслівних характеристик завдяки приєднанню формального дієслова **する**, від чого утворився колоквіалізм **フィーバーする**, який відтак зазнав скорочення, що набуло вигляду **フィーバる**). Ще одним дієсловом мішаного типу, популярним серед молоді, є **コスる** *грати косплей*, утворене шляхом скорочення запозиченого слова **コスチューム** *костюм* і приєднання до нього питомо японського дієслівного форманта **-る** [2, с. 11].

Такий механізм творення мішаних одиниць почав застосовуватися і щодо класу іменників: **ワイルドさ** *дикість* (запозичений прикметник wild + японський іменниковий суфікс **さ**), **クレイジーさ** *божевілья* (запозичений прикметник crazy + японський іменниковий суфікс **さ**). Популярність таких гібридних одиниць в Інтернет середовищі, як ми вважаємо, свідчить про їхній високий стилістичний потенціал і доводить, що американська культура видається для японців престижною, сучасною, такою, яку хочеться наслідувати. Вживання гібридних мовних одиниць, безперечно, допомагає японцям відчутти

себе моднішими, прогресивнішими, усвідомити свою належність до глобального «західного» світу. При цьому, розвиваючи здатність до поєднання з питомими основами національної мови й до творення слів-гібридів, запозичені слова входять до системи мови і засвоюються у словотвірній системі мови завдяки утворенню від них афіксальних похідних [1, с. 180]. Наявність же у мові гібридних слів свідчить про глибинний ступінь засвоєння запозичених елементів у мові [1, с. 184].

Аналізуючи мову японських соцмереж, не можемо не помітити частотність у ній явища гібридної аббревіації, що відбувається на основі усічених основ японського й англійського слів. Наприклад, користувачі японського сегменту соцмереж активно використовують такі складноскорочені одиниці: えもい *неприємний тип, який вважає себе сексі* (від запозиченого エロチック *еротичний* (англ. erotic) і японського просторічного きもい *стрьомний*); パーペキ *ідеально* (від запозиченого パーフェクト *ідеально* (англ. perfect) і японського 完璧 *ідеально*); バイナラ *бувай* (від усіченого バイバイ *бай-бай* (англ. bye-bye) і скороченого японського さよなら *до побачення*); ヒャクパ 100% (від 百パーセント *сто відсотків*, де перша частина представлена японським числівником 百 *сто*, а друга – запозиченням パーセント *відсоток* (англ. percent)); アク禁 *доступ заборонено* (усічені основи запозиченого アクセス *доступ* (англ. access) і японського 禁止 *заборона*); エロ可愛い *еротично-милий* (від エロチック可愛い, де перша частина エロチック *еротичний* є запозиченням (англ. erotic), а друга – питомо японським словом 可愛い *милий* [2, с. 12].

Описані процеси творення гібридних слів свідчать про глибoku інтеграцію іншомовного елемента до системи мови масової культури, що є доказом масштабності впливу американської масової культури на Японію. Виходить, у мові японської масової культури морфологічний спосіб словотвору набуває нового вигляду через залучення запозичених англійських елементів, у результаті чого творяться гібридні мовні одиниці, які в уявленні мовців є «модними» і «сучасними», що особливо важливо у спілкуванні за посередництва електронних пристроїв зв'язку, за якого немає змоги безпосередньо бачити співрозмовника. Наведені приклади гібридизації, притаманні мові японських соціальних мереж, демонструють, що вона відрізняється як від літературного стандарту, так і від розмовного колоквіального варіанту, що дозволяє нам говорити про мову масової культури як особливий різновид мови і, можливо, як альтернативну систему зі своїми особливими словотвірними правилами.

Література

1. Клименко Н. Ф. Гібридизація слів як прояв аналогії у словотворенні. *Мовні і концептуальні картини світу* : зб. наук. пр. 2005. Вип. 16. Книга 1. С. 179–184.

2. Комарницька Т. К. Етапи «американізації» японської мови в соціокультурному контексті. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Східні мови та літератури*. 2020. Вип. 1. С. 6–13.

DOI <https://doi.org/10.36059/978-966-397-349-4-19>

ВПЛИВ СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА НА ФОРМУВАННЯ ОСОБИСТОСТІ: ФІЛОСОФСЬКИЙ АСПЕКТ

Маринець Н. В.

*кандидат філософських наук, доцент,
доцент кафедри історії та суспільних дисциплін
Закарпатський угорський інститут імені Ференца Ракоці II
м. Берегово, Україна*

Однією з головних ознак розвитку сучасного суспільства є стрімкий розвиток цифрових технологій, що дозволяє сучасній людині навчатися, обговорювати хвилюючі її питання, зустрічатися і спілкуватися з друзями. У всьому світі люди використовують безмежні можливості соціальних мереж, і тому вони стають невіддільною частиною життя кожного індивіда. Проте слід зазначити, що соціальні мережі не лише дають можливість розвивати навички, вдосконалювати знання та розширювати коло інтересів, а й створюють реальні загрози. Наприклад, окрім позитивних сторін, соціальні мережі мають і негативні наслідки. Це інтернет-залежність, брак часу для збереження чи спілкування в реальному часі. Соціальні мережі, які відсувають на другий план класичні інститути соціалізації (сім'я, школа, друзі), набувають все більш домінуючої ролі в процесі соціалізації особистості та безпосередньо впливають на її ціннісні орієнтації.

Доцільно відзначити, що соціальні мережі сприяють створенню комунікаційних просторів і множенню соціальної реальності. Вони поглинають соціальну реальність з частин, які можуть існувати незалежно від реальності, і перетворюють її на віртуальну реальність, якій бракує просторово-часових властивостей. Під впливом соціальних