

СЕКЦІЯ 4. СОЦІАЛЬНІ МЕДІА ЯК УНІВЕРСАЛЬНІ КОМУНІКАТИВНІ ІНСТРУМЕНТИ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

DOI <https://doi.org/10.36059/978-966-397-443-9-11>

ВПЛИВ СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА НА ФОРМУВАННЯ НЕОЛОГІЗМІВ ТА ТРАНСФОРМАЦІЮ СУЧАСНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

Іщук А. А.

*кандидат філософських наук, доцент,
доцент кафедри германських мов*

*Українського державного університету імені Михайла Драгоманова
м. Київ, Україна*

Соціальні медіа відіграють ключову роль як універсальні комунікативні інструменти, активно впливаючи на всі аспекти взаємодії між людьми та трансформуючи мовний простір. Однією з найпомітніших мовних змін є поширення неологізмів – нових слів і виразів, які виникають та функціонують переважно в цифрових середовищах. Цей процес оновлення лексики демонструє, як соціальні медіа формують нові мовленнєві практики та впливають на суспільні настрої й культурні процеси.

Актуальність теми зумовлена потребою зрозуміти механізми створення та поширення нових мовних одиниць, а також роль соціальних медіа в цьому процесі. Англійська мова, яка щороку збагачується близько 800 новими словами, є особливо цікавим прикладом швидкої адаптації до нових умов завдяки впливу соціальних платформ.

Мета дослідження – проаналізувати процеси створення та поширення неологізмів в англійськомовних соціальних мережах, а також дослідити, як ці платформи впливають на розвиток сучасної комунікації.

Соціальні медіа створюють умови для швидкої соціалізації нових мовних одиниць. Такі платформи, як TikTok, Instagram та X (Twitter), сприяють формуванню коротких і лаконічних текстів, багатих на експресивні засоби: сленг, жаргонізми та аббревіатури. Наприклад, англійські скорочення типу *LOL (laugh out loud)* чи *IDK (I don't know)* набули широкого вжитку не тільки у віртуальних середовищах, а й у повсякденному спілкуванні.

Платформи соціальних медіа стимулюють утворення нових слів шляхом поєднання наявних мовних ресурсів для позначення нових явищ, професій чи предметів. Наприклад, слово *influencer* (впливова особа) виникло для позначення людини, яка завдяки своїй популярності в соціальних мережах впливає на поведінку аудиторії та просуває товари чи ідеї. Неологізми часто виникають як реакція на соціальні зміни, але їхня популярність може бути короткочасною. У випадку, коли новий термін закріплюється у загальному вжитку, як-от *selfie* (селфі) – фотографія, зроблена самим собою, він входить до словникового складу мови і перестає вважатися неологізмом.

Англійська мова зберігає лідерство в інтернет-комунікації, що стимулює поширення англіцизмів у мовах інших країн. Наприклад, в українській мові активно використовуються слова лайкати (від *like*) для позначення позитивної оцінки публікації чи фото та репостити (від *repost*) для позначення повторного поширення контенту. Це впливає на лексико-граматичні структури, стилістичні особливості та мовні норми в різних культурних контекстах.

Одним із важливих інструментів, що виникли завдяки соціальним медіа, є меми – одиниці культурної інформації, які швидко поширюються серед користувачів та стають частиною лексикону. Поєднуючи текст і зображення, меми не лише відображають суспільні настрої, а й слугують засобами створення нових висловів чи значень. Це підкреслює роль соціальних медіа у формуванні нових мовних практик і сприяє демократизації комунікації, оскільки меми дозволяють широкому колу людей брати участь у політичних та соціальних дискусіях, а не лише представникам медіа [1; 3].

Соціальні мережі не лише сприяють виникненню нових мовних одиниць. Вони також здатні змінювати мовні практики [2]. Короткі повідомлення в соціальних мережах сприяють спрощенню комунікації, зменшуючи час, потрібний для взаємодії. Це змінює структуру мовлення, роблячи його більш лаконічним та динамічним. Усе це формує сучасну мовну комунікацію, стимулюючи появу неологізмів. Нові мовні одиниці, що виникають на таких платформах, як TikTok, Instagram та X, відображають соціальні та культурні зміни, демонструючи еволюцію мовних норм. Наприклад, слово *cheugu* на TikTok стало популярним для опису застарілих або немодних речей, відбиваючи зміну сприйняття трендів серед молоді. Аналогічно, термін *simp* отримав поширення на цих платформах як характеристика надмірної уваги чи прихильності до когось, що підкреслює зміни в соціальній динаміці та формах самовираження. Водночас, як і багато інших нових термінів, ці слова можуть мати короткий життєвий цикл,

залишаючись популярними лише на період певних соціальних настроїв або трендів.

Результати дослідження мають значення для лінгвістики та соціальних студій, відкриваючи нові напрями для вивчення взаємодії мови та технологій. У майбутніх дослідженнях доцільно приділити увагу аналізу довготривалих змін у мовних практиках та їхньому впливу на культурні процеси.

Література

1. Bulatovic M. The imitation game: The memefication of political discourse. *European View*. 2019. Vol. 18. Issue 2. P. 250–253. <https://doi.org/10.1177/1781685819887691>

2. Ishchuk A.A., Ishchuk O. M. Communicative features of the information society. Філологія початку XXI сторіччя: традиції та новаторство: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, 30 вересня – 1 жовтня 2022 р., м. Київ. Львів – Торунь, 2022. P. 120–124. <https://doi.org/10.36059/978-966-397-263-3/30>

3. Ішук А. А., Пугач І. О. Структурно-семантичні особливості англomовних мемів. *Світ мови – світ у мові* : матеріали VII Міжнародної наукової конференції (м. Київ, 27 жовтня 2023 р.; Український державний університет імені Михайла Драгоманова). Київ, 2023. С. 109–111. https://enpuir.npu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/43495/Ishchuk_Puhach.pdf?sequence=1