

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
УНІВЕРСИТЕТ МИТНОЇ СПРАВИ ТА ФІНАНСІВ**

**ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІКИ, БІЗНЕСУ ТА МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН  
КАФЕДРА ІНОЗЕМНОЇ ФІЛОЛОГІЇ, ПЕРЕКЛАДУ  
ТА ПРОФЕСІЙНОЇ МОВНОЇ ПІДГОТОВКИ**

**Кваліфікаційна робота магістра**

на тему:

**«МОВНОСТИЛИСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ТЕКСТОВОЇ  
КОМУНІКАЦІЇ У АНГЛОМОВНОМУ ВІРТУАЛЬНОМУ ДИСКУРСІ»**

Виконала: студентка II курсу

групи ФЛ-22-1зм

спеціальності 035 Філологія

спеціалізації 035.041

Германські мови та літератури

(переклад включно), перша – англійська

**Почта Аліна Геннадіївна**

Керівник к.ф.н., доц. Бірюкова Д.В.

Рецензент \_\_\_\_\_

«Допущено до захисту»

Завідувач кафедри

\_\_\_\_\_  
(підпис)

Дніпро – 2024

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
УНІВЕРСИТЕТ МИТНОЇ СПРАВИ ТА ФІНАНСІВ

Факультет економіки, бізнесу та міжнародних відносин

Кафедра іноземної філології, перекладу та професійної мовної підготовки

Освітній рівень магістр

Спеціальність 035 Філологія

Спеціалізація 035.041 Германські мови та літератури

(переклад включно), перша – англійська

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри \_\_\_\_\_

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ року

**З А В Д А Н Н Я**  
**НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ МАГІСТРА**

Почті Аліні Геннадіївні \_\_\_\_\_

1. Тема кваліфікаційної роботи магістра (проєкту)

«Мовностилістичні особливості текстової комунікації у англійськомовному віртуальному дискурсі»

Керівник кваліфікаційної роботи (проєкту) к.ф.н., доцент Бірюкова Діана Валеріївна,

затверджено наказом УМСФ від « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ року № \_\_\_\_\_

2. Строк подання студентом кваліфікаційної роботи (проєкту) \_\_ 20\_\_ р.

3. Вихідні дані до кваліфікаційної роботи (проєкту): інтернет дискурс, англійськомовна текстова комунікація, мовно-стилістичні аспекти інтернет спілкування, використання аббревіацій та сленгу.

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити) 1) здійснити огляд теоретичних джерел; 2) розглянути текстову комунікацію як невід'ємну складову віртуального дискурсу; 3) ознайомитись із прикладами онлайн-спілкування.

## 5. Консультант розділів кваліфікаційної роботи (проєкту)

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
Вступ	Бірюкова Д.В., к.ф.н., доц.	06.09.2023	06.09.2023
Розділ 1	Бірюкова Д.В., к.ф.н., доц.	02.10.2023	02.10.2023
Розділ 2	Бірюкова Д.В., к.ф.н., доц.	01.11.2023	01.11.2023
Висновки	Бірюкова Д.В., к.ф.н., доц.	01.12.2023	01.12.2023

6. Дата видачі завдання 08.09.2023 р.

### КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи магістра	Строк виконання етапів роботи (проєкту)	Примітка
1.	Пошук наукових джерел з теми дослідження, їх аналіз	травень 2023	виконано
0.	Добір фактичного матеріалу	червень 2023	виконано
0.	Написання вступу	вересень 2023	виконано
0.	Написання теоретичного розділу	жовтень 2023	виконано
0.	Написання практичного розділу	листопад 2023	виконано
0.	Формулювання висновків	грудень 2023	виконано
0.	Одержання відгуку та рецензії	січень 2024	виконано
0.	Захист	лютий 2024	виконано

Магістрант \_\_\_\_\_  
( підпис )

А. Г. Почта  
(ініціали та прізвище)

Керівник роботи \_\_\_\_\_  
( підпис )

Д. В. Бірюкова  
(ініціали та прізвище)

## РЕФЕРАТ

Магістерська кваліфікаційна робота – 72 стор., 55 джерел, 2 додатки

**Об'єкт дослідження:** текстова комунікація у віртуальному дискурсі.

**Мета роботи:** розкриття особливостей та аналізі лінгвістичних та мовностилістичних аспектів англомовного інтернет спілкування.

**Теоретико-методологічні засади:** ключові положення віртуального дискурсу, розроблені в лінгвістиці (Д. Крістал, М. Халідей, З. Харіс, Е. Партрідж, Я. Бломмарт, С. Таггерт та ін.) та використання онлайн-ресурсів (“Longman Dictionary of Contemporary English Online”, “Oxford Dictionary of English Slang” та ін.).

**Отримані результати:** з'ясовано, що мова онлайн спілкування існує, як особлива форма природної мови, що реалізується в певних умовах і відображає процес взаємодії усної та письмової форм сучасної англійської мови. Зростання віддалених та онлайн-форматів навчання підкреслює важливість письмового обміну інформацією в освітній сфері, а різноманіття мовленнєвих стилів та форм комунікації в інтернеті створює нові форми культурного впливу та взаєморозуміння. У світі глобальних бізнесів текстова комунікація є ключовою для спілкування з партнерами та клієнтами з різних країн, тож опрацьовано матеріал, що слугує появі нових слів у віртуальному середовищі, а також визначено який вплив мають засоби спілкування та як сприймаються індивідом.

***Ключові слова:** віртуальний дискурс, текстова комунікація, спілкування, лінгвістика, онлайн-ресурси*

## SUMMARY

The presented paper is dedicated to the analysis of such a topical problem as language and stylistic features of text communication in English virtual discussion.

The object of the study is textual communication in virtual discourse.

The main aim of the paper is to reveal the features and analyze the linguistic and stylistic aspects of English-language Internet communication. It determined the accomplishment of such objectives as:

- to give a specific definition of textual communication;
- to characterize the differences between Internet communication and other types of communication;
- to analyze textual communication in the modern Internet space;
- to get acquainted with the specifics of communication on the Internet;
- to focus on the linguistic and stylistic aspects of the use of abbreviations, slang, acronyms and the emergence of new words.

The paper proposes a definition of the concept of "virtual discourse". It provides many examples of the use of "abbreviations" and "slang" in online text communication. The master's thesis proves that online communication is an integral part of people's lives in the twenty-first century, and therefore requires research and discussion.

The scientific novelty lies in the author's own attempt to study the features of the structure and analyze modern Internet communication using examples from the online sources.

***Key-words:*** *virtual discourse, textual communication, communication, linguistics, online resources*

## ЗМІСТ

<b>ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ.....</b>	<b>3</b>
<b>ВСТУП.....</b>	<b>4</b>
<b>РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ОСОБЛИВОСТЕЙ ТЕКСТОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ У ВІРТУАЛЬНОМУ ДИСКУРСІ .....</b>	<b>8</b>
1.1 Аналіз сучасного англomовного віртуального дискурсу.....	8
1.2 Поняття текстової комунікації в лінгвістичній науці .....	13
1.3 Вплив вибору мовних засобів на сприйняття індивіда в онлайн- спілкуванні.....	17
1.4 Формування та поширення нових слів у віртуальному середовищі.....	21
<b>РОЗДІЛ 2. МЕТОДОЛОГІЯ ДОСЛІДЖЕННЯ АСПЕКТІВ АНГЛОМОВНОГО ІНТЕРНЕТ СПІЛКУВАННЯ.....</b>	<b>34</b>
2.1 Мовна специфіка спілкування в інтернеті.....	34
2.2 Нелітературна мова як засіб віртуального самовираження .....	46
2.3 Мовно-стилістичні та комунікативні аспекти використання аббревіцій та скорочень.....	53
<b>ВИСНОВКИ.....</b>	<b>60</b>
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....</b>	<b>62</b>
<b>ДОДАТОК А .....</b>	<b>67</b>
<b>ДОДАТОК Б.....</b>	<b>68</b>

**ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ**

LDCE — Longman Dictionary of Contemporary English

ODMS — The Oxford Dictionary of Modern Slang

OED — The Oxford English Dictionary

UGE — University Grammar of English

## ВСТУП

Віртуальний дискурс є основним предметом вивчення багатьох дисциплін: соціології та психології, менеджменту, риторики, журналістики тощо. Однак, слід вказати, що лінгвістичний аспект інтернет-дискурсу вивчений на даний момент недостатньо добре. Одним із найбільших плюсів інтернет дискурсу є його універсальність, тобто він є засобом масової та індивідуальної комунікації на сьогодні, за допомогою інтернет-комунікації люди можуть миттєво передавати потрібну інформацію незважаючи на відстань чи локацію. Інтернет допомагає користувачеві знайти широкий спектр послуг, користуючись різними платформами: соціальні мережі, блоги, чати, інформаційні сайти, проекти, рекламні, платіжні та пошукові системи, електронну пошту, форуми, месенджери тощо.

Питанням вивчення різноманітних типів дискурсу займалася значна когорта українських та зарубіжних вчених, науковий доробок яких насправді важко переоцінити. Відтак вагомим внеском у розвиток сучасної лінгвістичної науки є праці Д. Крістал, М. Халідей, З. Харіс, Е. Партрідж, Я. Бломмарт, С. Таггерт, Г. Менкен, В. Балабін, Т. А Єщенко, Р. Спіерс, К. Л. Бондаренка, А. П. Загнітко, Дж. Річардсон, О. Селіванової, Л. Г. Верба, І. Голубовська, О. Л. Гармаш, А. Савченко та багатьох інших. Англомовні абрєвітаури, скорочення та сленги опрацьовані і лексикографічно, насамперед у таких словниках як *“Longman Dictionary of Contemporary English Online”*, *“Oxford Dictionary of English Slang”*, *“Cambridge Idioms and Phrasal Verb Dictionary”*, *“Dictionary of Idioms and their Origins”*, а також на онлайн ресурсах *“Acronymfinder”*, *“Smart Words & Meanings”* та багато інших.

Дослідження дискурсу здійснюються у різних парадигмах лінгвістики, доповнюючи та увиразнюючи сутність самого поняття, надаючи йому нових обрисів та функціональності. Відтак наразі дискурс є ключовим поняттям в аналізі особливостей існування й функціонування мови та людського фактора в мові.



**Актуальність** роботи полягає в тому, що інтернет-дискурс прийшов на зміну більшості інших форм спілкування, тож сьогодні він є найрозповсюдженішою формою, яка потребує дослідження, що й зумовлює актуальність даної магістерської роботи.

**Наукова новизна** полягає у спробі власного дослідження особливостей структури та проведення аналізу сучасного інтернет спілкування з використанням прикладів із онлайн простору.

**Об'єктом** дослідження є текстова комунікація у віртуальному дискурсі.

**Предметом** дослідження виступають теоретичні та практичні аспекти текстової комунікації у англomовному інтернет спілкуванні.

**Мета** магістерської роботи полягає у розкритті особливостей та аналізі лінгвістичних та мовно-стилістичних аспектів англomовного інтернет спілкування.

Для досягнення визначеної мети необхідно виконати наступні завдання:

- 1) дати конкретне визначення текстовій комунікації;
- 2) охарактеризувати відмінності інтернет спілкування від інших видів комунікації;
- 3) проаналізувати текстову комунікацію у сучасному інтернет просторі;
- 4) ознайомитись із специфікою спілкування в інтернеті;
- 5) акцентувати увагу на мовно-стилістичних аспектах використання абрєвіацій, сленгу, скорочень та появи нових слів.

**Матеріалом** дослідження стали матеріали із вільного доступу в мережі Інтернет, публікації та коментарі під постами у соціальних мережах, приклади з посібників англійської мови, а також онлайн ресурси сучасної англійської мови “*Longman Dictionary of Contemporary English*”, “*The Oxford Dictionary of English Slangs*”, “*Dictionary of Idioms and Their Origin*”, “*Cambridge Dictionary*” а також сайти “*Acronymfinder*”, “*Smart Words & Meanings*” та інші.

**Методи дослідження.** Дослідження здійснювалось на основі використання таких методів та прийомів: аналітичний, тобто проаналізовано

науково-методичну літературу за темою дослідження, наукові концепції в сучасних вітчизняних та зарубіжних дослідженнях; метод лінгвістичного опису; порівняльний метод використано для виявлення найбільш ефективних перекладацьких стратегій; кількісний, тобто здійснено підрахунок проаналізованих прийомів.

**Практична значущість** дослідження полягає у можливості використання його результатів під час проведення семінарських занять з лексикології та практичних занять з англійської мови.

Робота пройшла **апробацію** на науково-практичній студентській конференції. Результати дослідження представлено у збірнику тез і доповідей V Міжнародної науково-теоретичної конференції “Science of XXI century: development, main theories and achievements” (січень 2024, м. Гельсінкі, Фінляндська Республіка):

Почта А. Мовностилістичні особливості текстової комунікації у англomовному віртуальному дискурсі / збірник наукових праць “SCIENTIA” V Міжнародної науково-теоретичної конференції “*Science of XXI century: development, main theories and achievements*”. Гельсінкі, 2024.

**Структура роботи:** дослідження складається зі вступу, двох розділів, висновків, додатку та списку використаної літератури.

У вступі подано загальні відомості про дану наукову працю, починаючи від умотивування теми, мети, завдань, актуальності дослідження, визначення об’єкту, предмету та структурування роботи.

У першому розділі подаються загальні відомості про текстову комунікацію на просторах інтернету, як основну складову сучасного віртуально дискурсу, особлива увага приділяється визначенню певних лінгвістичних понять і розглянуто питання функціонування мовностилістичних сполучень. Визначено вплив мовних засобів на індивіда, а також проаналізовано, як формуються нові слова у віртуальному середовищі.

Другий розділ містить аналіз понять “сленг”, “абрєвіація”, “скорочення” тощо та їх приклади у реченнях, розглядається різниця між літературною та

нелітературною мовами, а також визначаються комунікативні аспекти використання аббревіцій та скорочень.

У висновках подано узагальнені результати проведеної роботи. Додатки містять добірку із 15 англомовних сленгових виразів, 18 найбільш вживаних аббревіатур та скорочень на просторах інтернету, саме це і стало фактичним матеріалом дослідження. Загальна кількість сторінок 72, кількість використаних джерел 55.

## РОЗДІЛ 1

### ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ОСОБЛИВОСТЕЙ ТЕКСТОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ У ВІРТУАЛЬНОМУ ДИСКУРСІ

#### 1.1 Аналіз сучасного англомовного віртуального дискурсу

Сучасне англомовне віртуальне спілкування стало предметом інтенсивного дослідження в лінгвістиці та комунікаційних науках. Віртуальний дискурс визначається унікальними мовними засобами та структурами, що виникають в онлайн-середовищі та впливають на міжособисті взаємодії. Робота Д. Крістала *"Internet Linguistics: A Student Guide"* [Crystal 2009] надає цінний огляд еволюції інтернет-мови та виявляє основні риси віртуального дискурсу. Автор розглядає вплив інтернет-спілкування на мовну практику, зокрема, вказуючи на поширення аббревіацій, сленгу та інших лінгвістичних інновацій.

Дослідження Д. Крісталла у праці *"Internet Linguistics: A New Grammar?"* [Crystal 2006] спрямоване на вивчення нових граматичних структур, що виникають у віртуальному просторі. Він акцентує увагу на тому, як Інтернет впливає на структуру мови та розвиток нових лінгвістичних форм. Крім того, у дослідженні С. Таггерт *"Discourse of Text Messaging: Analysis of SMS Communication"* [Taggert 2016], дослідник глибоко вивчає особливості текстового спілкування через короткі повідомлення. Автор аналізує мовні засоби, такі як аббревіації та скорочення, а також їхній вплив на комунікативний акт у віртуальному дискурсі. Загальний аналіз цих робіт вказує на те, що сучасний англомовний віртуальний дискурс є живою та постійно змінюваною областю, вивчення якої важливо для розуміння еволюції мовленнєвих практик у цифровій епохі.

Проблематика сленгу є предметом постійного наукового пошуку. Все

частіше сучасна філологія приділяє уваги поняттю сленгу. Проблемами сленгу займалися такі вчені як Е. Партрідж, Г. Менкен, В. Балабін та багато інших. На початку 20 століття сленг розглядався як запозичення зі скандинавських мов. Починаючи з етимологічного словника Скіта, походження терміну потрапило в деякі словники англійської мови. Скандинавське походження терміну вподобали такі дослідники як Бредні, Уіклі та Уайльд. Автор словника сленгу Р. Спірс відмічає, що термін "сленг" спочатку використовувався для позначення британського кримінального жаргону як синонім до слова "кент". У сьогоденні слово "сленг" отримує ширше значення та включає в себе різноманітні види не літературної лексики, такі як: жаргон, просторіччя, діалекти і навіть вульгарні слова [Spears 1982, p. 10-11].

Інтернет-спілкування є важливим аспектом сучасних лінгвістичних та комунікативних досліджень, оскільки Інтернет став важливим майданчиком для мовленнєвого обміну. В англomовному середовищі інтернет-спілкування приймає різноманітні форми, що включають в себе використання соціальних мереж, форумів, електронної пошти, чатів та інших комунікаційних платформ. Спілкування у віртуальному середовищі характеризується своєрідними особливостями, які відрізняють його від традиційних форм комунікації. Однією з основних рис є швидкість передачі повідомлень та можливість взаємодії в режимі реального часу. Крім того, анонімність та глобальне охоплення інтернет-спілкування впливають на специфіку мовленнєвого акту. У Інтернеті формуються та розвиваються унікальні мовні засоби, що відображають специфіку цього середовища. Аббревіації, емотікони, хештеги та інші мовні елементи стають важливими складовими інтернет-мови. Робота Д. Крістала "*Language and the Internet*" [Crystal 2001] присвячена дослідженню мовних аспектів інтернет-спілкування та їхнього впливу на мовленнєві практики. У цій роботі поданий загальний огляд мовних явищ, що виникають в інтернет-спілкуванні, а також розглядається їхній вплив на мовленнєві практики.

Сучасний англomовний світ зазнає певних змін, що зумовлюють

виникнення нових слів та більш вільне спілкування. Повернувшись на десять років назад, можна бачити нескінченні статті про те, як використання інтернету, месенджера та текстових повідомлень руйнує наш словниковий запас і незабаром ми не зможемо розмовляти нічим іншим, окрім бурчання та смайликів. Хоча ці похмурі прогнози мали під собою певне, хоча й не надто вагоме підґрунтя здебільшого вони не справдилися. Якщо поглянути на загальну картину, то глобальний рівень грамотності продовжує зростати. Важко зрозуміти, чи може рівень грамотності корелювати з використанням інтернету; використання інтернету зазвичай вище в багатших країнах, а в багатших країнах зазвичай вищий рівень грамотності. Так, в Інтернеті ми зустрічаємо набагато більше статей з помилками, ніж у друкованих ЗМІ. Але, з іншого боку, в Інтернеті зустрічається більше статей, написаних набагато більш різноманітними людьми, які в багатьох випадках, якби вони жили сто років тому, ніколи б не навчилися писати, публікувати з розставленими комами та правильно доносити сенс написаного.

Проте інтернет спричинив значні зміни у використанні англійської мови - більшість з них не є ані добрими, ані поганими, а просто іншими, як і кожна нова технологія, що має свій вплив. Однією зі значних змін, що застало наше покоління є те, що люди додали тисячі слів нової лексики. Погляд на ранню інтернет-лексику дає захоплююче уявлення про те, як швидко можна підхопити нові слова, а потім відмовитися від них. Багато з цих термінів, які з'явилися, а потім зникли менш ніж через десять років, просто застаріли. Зрозуміло, що людині далекій від інтернету важко здогадатись значення подібних інтернет-фраз: *4COL*, *AYSOS*, *GHM*, *N2MJCHBU*, *RAEBNC*, *SWIS* або *WACI* [*The Oxford English Dictionary* (тут і далі – *OED*)]. Зіткнувшись зі списком незрозумілих аббревіатур, подібних до наведеного вище, легко зрозуміти, чому деякі люди боялися, що людська грамотність приречена і ми повертаємося у світ невиразних піктограм. Однак, важливо пам'ятати, що багато інтернет-лексики належить до категорії сленгу або жаргону; вона слугує певній меті всередині групи, як і професійний сленг.

Другим аспектом, що виник з появою інтернету, є те, що людство починає вивчати діалекти, з якими інакше не зіткнулося б. Англійська мова швидко змінюється, і одним із ключових чинників цих змін є кількість людей, які говорять англійською як другою, третьою чи навіть четвертою мовою. Англійська мова налічує близько 400 мільйонів носіїв, але значно більше тих, хто не є її носієм. Вивчаючи іноземну мову на певних етапах постають питання: наскільки вільно людина повинна володіти англійською мовою, щоб вважатися її носієм? Чи потрібно вміти зв'язати кілька речень або вести пристойну розмову? Чи враховуються діалекти та говірки? Що робити, якщо вони говорять чимось, що по суті є англійською, але що дуже мало носіїв англійської мови можуть зрозуміти? Ці питання, зрештою, виходять за межі мови і починають піднімати політичні питання; використання мови одним мовцем може вважатися помилкою, натомість використання діалекту може бути доречним у певній ситуації. Факт, що на просторах інтернету, англомовні люди, незалежно від їхнього походження, стикаються з більшою кількістю різновидів англійської мови, ніж будь-коли раніше. До прикладу взявши когось із Ліверпуля, хто сто років тому міг чути лише ліверпульські діалекти та стандартну англійську, і нічого більше. Але сьогодні в Інтернеті ця людина може зіткнутися з різновидами англійської мови з усього світу. Ще один діалект, який можна зустріти в Інтернеті — це афро-американська народна англійська. Слід навести короткий список найбільш вживаних фраз: "*lit*" — "чудово", "*bae*" — "хлопець/дівчина", "*woke*" — "обізнаний з політичними реаліями", "*on fleek*" — "бездоганно вдягнений", "*shade*" — "робити зауваження, зазвичай тому, хто на це заслуговує", "*squad*" — "друзі", "*realness*" — "справжність", "*slay*" — "досягти успіху в чомусь справді складному" і "*basic*" — "насолоджуватися простими речами" [ODMS]. Деякі з цих слів увійшли якщо не в стандартну англійську, то в сленг носіїв стандартної англійської мови через інші форми популярної культури. Але багато з цих слів з'явилися завдяки використанню їх в інтернеті, де вони були запозичені людьми, які, можливо, не мали досвіду спілкування з афро-американською

народною англійською. Стандартна англійська завжди була схильна до запозичень з інших мов і діалектів, а їх використання в інтернеті робить цей процес швидшим і простішим.

Наступною зміною є, те що ми створюємо нові діалекти для онлайн-спільнот. Для людей, які не є постійними користувачами *Tumblr*, швидкий перегляд його сторінок може бути дуже заплутаним. З усіх онлайн-спільнот *Tumblr*, напевно, найдалі просунувся у створенні власного діалекту, незрозумілого для сторонніх. Існують навіть онлайн-посібники про те, як розмовляти в *Tumblr*, *Twitter* та *Facebook*. Діалект *Tumblr* є одним з найбільш характерних, але це не єдиний діалект в Інтернеті. Існує уривчасте, влучне використання мови у *Twitter*, де користувачі відточили мистецтво вкладатися у 140 символів. *Reddit* також має свій власний словник, хоча значна його частина запозичена з попередніх форумів, і це свідчить про те, що використання аббревіатур [OED] все ще процвітає на *Reddit*, незважаючи на те, що вони зникли з решти інтернету, оскільки його користувачі говорять один одному "TL; DR" — "занадто довго; не читав", "TIL" — "сьогодні дізнався", "FTFY" — "виправив для вас" та всі інші специфічні для форуму терміни перехресних постів, голосувань "за", "проти" і т.д.

Ще одним цікавим фактом є те, що потрібно освоювати нову лексику, яка притаманна певному століттю, тобто бути в курсі подій і не витратити час на вивчення старих конструкції чи застарілої лексики. Сьогодні часто використовуються олдскульні інтернет-скорочення [Taggart 2016, р. 9-12] та помилки, такі як "ur" замість "your", замінюють "s" на "z" і плутають третю особу однини з першою (тому "I has" замість правильного "I have"). Або прикметники та прислівники ставляться у протилежні відмінки. "Much" — "багато" — це міра незліченної кількості, наприклад: "too much milk" — "занадто багато молока", яка на письмі часто використовується як міра зліченної кількості "much words" — "багато слів", що в правильному перекладі має бути "many words" — "багато слів". Варто зазначити, що різниця між злічувальними та незлічувальними іменниками є дуже складним аспектом



англійської мови. Часто плутається "*few*", "*little*" та "*a few*", "*a little*"; "*much*" та "*many*", "*a lot*", "*a lot of*" та "*lots*" і т.д.

Коли люди двомовні, особливо коли вони розмовляють стандартним варіантом мови, а потім діалектом, вже давно існують побоювання, що другу мову або діалект потрібно придушити, інакше вони ніколи не вивчать першу мову належним чином [Голубовська 2011, с. 83 ]. Той самий інстинкт можна побачити і в занепокоєнні тим, що інтернет робить з англійською мовою. Але кілька десятиліть широкого розповсюдження інтернету продемонстрували, що інтернет-діалекти функціонують так само, як і будь-які інші діалекти: мовці вчаться впевнено і точно переходити з одного діалекту на інший, запозичуючи слова з одного в інший, коли це видається доречним, і збагачуючи лексику обох діалектів [Голубовська 2011, с. 11]. Тож, як наслідок, інтернет значно змінився за останні десятиліття, бо час не стоїть на місці.

## 1.2 Поняття текстової комунікації в лінгвістичній науці

Поняття текстової комунікації в лінгвістичній науці займає центральне місце, оскільки в останні роки активно розвивається в контексті віртуального дискурсу. Текстова комунікація визначається не лише мовним змістом, але й використанням специфічних мовних засобів, які є ключовими для розуміння та аналізу віртуальних текстів. Лінгвісти вивчають текстову комунікацію з різних поглядів. Робота Л. Глуценка "Лінгвістичний метод і його структура" визначає основні поняття та принципи побудови тексту, розкриваючи його роль у мовленнєвому акті [Глуценко 2010, с. 35-37]. Текстова комунікація аналізується як система специфічних знаків та їхніх взаємодій для передачі конкретного значення. Українські філологи-лінгвісти внесли значний вклад у дослідження текстової комунікації. Робота О. Савченко "Теорія тексту та аспекти дискурс-аналізу" [Савченко 2016, с. 145] розглядає текст як

мовленнєвий феномен та вивчає його роль у формуванні смислового контексту. Дискурс є процесом застосування мовної системи, а текст — це кінцевий результат даного процесу, послідовність речень. В.І. Мозговий — український мовознавець, який є одним із провідних фахівців у галузі мовознавства. Мозговий розглядає текстову комунікацію як процес, у якому учасники обмінюються інформацією та думками [Мозговий 2006, с. 437]. Визначення терміну "текст" вже дало багато вчених, існує понад 250 визначень даного терміну. Однак, нами розглянуто лише найбільш влучні. Українська дослідниця Н. Г. Іщенко, працюючи у галузі лінгвістики, у своїй праці "Текст – цілісна мовна й мовленнєва структура" підкреслює, що "текст – це також комунікативна система, цілісна в структурному та функціональному відношенні утворення та призначена для передачі закодованої інформації" [Іщенко 2016, с. 129]. Лінгвісти зазначають, що текст — це одиниця живої мови, але не граматична одиниця як підрядне чи сурядне речення. Найкраще розглядати текст як семантичну одиницю, тобто одиницю значення, а не форми [Рогач 2008, с. 2].

Також визначенням поняття текст займалось багато іноземних літературознавців. Відомий французький філософ і критик, Ролан Барт, зробив значний внесок у розвиток семіотики, літературної теорії та аналізу культури. Однією з його ключових ідей є поняття "тексту" та розуміння комунікації, де він розглядав текст як відкрите, багатозначне поле, що містить безліч можливих інтерпретацій [Косіков 2017, с. 60; Косенко 2011, с. 35]. Він використовував семіотичний підхід для аналізу текстів та культурних явищ. Також, Ролан Барт підкреслював важливість ролі читача в акті читання та взаємодії з текстом, тобто читач вносить свій власний досвід, контекст і інші чинники у розуміння тексту. Ще один вчений-лінгвіст, Майкл Холлідей, є засновником системно-функціональної лінгвістики та системно-функціональної граматики, розробив теорію тексту, де текст розглядається як мовленнєвий вислів, спрямований на задоволення певних комунікативних потреб [Halliday, p. 5; Harris, p. 2-7]. Також, неабиякий вклад у розвиток

лінгвістики зробив Роман Якобсон, він писав, що структурний аналіз мови включає в себе розгляд тексту як комунікативної одиниці.

Також важливо дати визначення поняттям комунікація та комунікатор, тож, комунікація — це місце зустрічі, найважливіший людський зв'язок, натомість як комунікатори — це люди, які вступають у стосунки з іншими людьми [Косенко 2011, с. 45]. Без комунікації люди не змогли б функціонувати. Протягом одного дня ми взаємодіємо з іншими, щоб ділитися інформацією та переконаннями, обмінюватися ідеями і почуттями, будуємо плани і вирішуємо проблеми. Іноді це відбувається міжособистісно, іноді в малій групі, а іноді на публічному форумі. Однак спілкування відбувається, воно є важливим, оскільки допомагає нам ініціювати, розвиватися, контролювати і підтримувати наші контакти з іншими. Спілкування є дуже важливою частиною нашого життя. Повертаючись до тексту, слід зазначити, що текстова комунікація у віртуальному дискурсі може набувати різних форм [Загнітко 2008, с. 41-44], зокрема:

1. Соціальні мережі: до цього пункту відносяться всі публікації у соціальних мережах, таких як Facebook, Twitter, Instagram, де користувачі розміщують власні матеріали, фотографії, та висловлюють свої думки. Особливостями соціальних мереж є: 1) широке охоплення: під цією фразою розуміємо здатність людей комунікувати з великою аудиторією; 2) взаємодія через коментарі та лайки: плюсом цього є те, що користувачі можуть висловлювати свою думку і взаємодіяти через коментарі, лайки та стікери. 3) візуальний контент: люди переважно використовують фотографії та відео для виразності або ж привертання уваги, що допомагає мати більше охоплень та переглядів.

2. Форуми та борди: використання тематичних платформ, де учасники обговорюють різні теми, діляться думками та інформацією. Особливостями форумів та бордів є: 1) структурованість тем: наявні певні розділи та теми для обговорення конкретних питань; 2) анонімність: наявна можливість обговорювати теми без викриття особистості; 3) глибокі дискусії: здатність

розгортати довгі та обгрунтовані обговорення на просторах форуму.

3. Електронна пошта: передбачає офіційні та неофіційні листування, які використовуються для комунікації між користувачами. Особливостями є: 1) приватність: тобто є можливість особистого обміну інформацією без загального доступу; 2) формальність: здатність до офіційної комунікації, в тому числі в бізнес-середовищі; 3) зручність для тривалих обговорень: можливість обміну довгими та структурованими листами між користувачами.

4. Чати та месенджери: включають короткі повідомлення у реальному часі, де використовуються аббревіації та емотікони. Особливостями є: 1) миттєвість: тобто можливість обміну повідомленнями в режимі реального часу; 2) інтерактивність: включаючи можливість негайного відгуку та взаємодії один із одним; 3) інформальність: дозвіл на використання неформальної мови, аббревіацій та емотіконів.

Нами розглянуто що, віртуальний дискурс із своєю текстовою комунікацією є результатом стрімкого розвитку інформаційних та комунікаційних технологій. Саме це дозволяє людям спілкуватися, співпрацювати та виражати свої ідеї в онлайн середовищі. Також, аналізуючи віртуальний дискурс важливо розглядати різноманітні види текстової комунікації, такі як електронні листи, соціальні мережі, форуми, чати тощо. Кожен з цих видів може мати свої особливості та вплив на спосіб взаємодії між учасниками.

Щодо текстової комунікації, то у віртуальному дискурсі вона підкреслює активну участь учасників та їхню взаємодію, тож учасники не лише сприймають інформацію, але й активно співпрацюють, обмінюються думками, коментують та взаємодіють через письмовий текст. Не менш важливо враховувати мовні особливості віртуальної текстової комунікації, такі як скорочення, емотікони, вживання капсул, що можуть мати власний семіотичний зміст та впливати на інтерпретацію повідомлень [Селіванова 2010, с. 675]. Також, віртуальний дискурс не лише надає нові можливості для комунікації, але і породжує виклики, такі як проблеми невербального

сприйняття, ризик міжкультурних непорозумінь та інші аспекти, пов'язані з віддаленим письмовим спілкуванням.

### **1.3 Вплив вибору мовних засобів на сприйняття індивіда в онлайн-спілкуванні**

Онлайн-спілкування визначається не лише змістом повідомлень, але і вибором конкретних мовних засобів, які істотно впливають на сприйняття індивіда в віртуальному просторі [Косенко 2011, с. 43-51]. В цьому підпункті досліджується, як вибір аббревіцій, сленгу, скорочень та неологізмів формує сприйняття особистості в онлайн-спілкуванні. Вибір мовних засобів в онлайн-спілкуванні має значний вплив на сприйняття індивіда та формує його віртуальний образ. Такий вплив може бути розглянутий з різних позицій, включаючи лексичний аспект, тон та емоційну виразність, врахування культурних різниць та соціальну роль мовлення. До лексичного аспекту відноситься вибір конкретних слів та фраз. Саме це і може визначати стиль спілкування та відношення чи готовність до взаємодії. До прикладу, вживання офіційних та формальних висловлювань може створювати враження професіоналізму, тоді як неформальні вирази можуть сприйматися як більш дружелюбні. Згадуючи про тон та емоційну виразність, слід сказати, що тон мовлення визначає загальний настрій спілкування, тобто залежно від цього настрою може бути як піднесений, так і сумний. Вживання позитивного чи негативного тону, а також емоційно насичених висловлень, фраз, виразів, може впливати на емоційний стан оточуючих, а найголовніше на сприйняття особи, що говорить, пише чи дає інтерв'ю [Косенко 2011, с. 82-95]. Не менш важливим аспектом є варіативність мовлення, тобто, різноманітність мовлення у різних контекстах (наприклад, на форумах, в соціальних мережах чи приватних повідомленнях) визначає специфіку спілкування та може впливати

на сприйняття особи теж. Наприклад, активність участі в дискусіях на форумах може створити враження експерта у певній галузі або навпаки, покаже, що людина повний нуль у певній галузі. Культурні аспекти теж є важливим фактором спілкування, такі як вибір мови чи особливості виразності, можуть мати значення в онлайн-спілкуванні. Наприклад, ввічливість у виразі думок або врахування культурних норм може позитивно впливати на сприйняття [Косенко 2011, с. 43-51]. Також, мовлення визначає соціальний статус та роль учасника в онлайн-спільнот, наприклад, активна участь у групових обговореннях чи лідерство в інтернет-спільноті може визначати соціальний вплив та ставлення інших до мовця.

В цілому, зміни у мовленні з часом можуть відображати еволюцію особистості або зміни в житті, даний фактор теж може впливати на сприйняття, оскільки інші учасники можуть відзначити або сприйняти ці зміни. Взагалі, вибір мовленнєвих засобів в онлайн-спілкуванні визначає враження, яке особа залишає в інтернет-просторі. Тож, слід пам'ятати, що правильний підбір мовних засобів може сприяти позитивному сприйняттю, сприяти конструктивній комунікації та формувати віртуальну ідентичність особи. З іншого боку, невдалий вибір може викликати непорозуміння, конфлікти та впливати на соціальні взаємини в онлайн-середовищах. Говорячи більш конкретно, слід наголосити, що використання аббревіцій може вказувати на знання та відчуття спільноти [Карабан 2002, с. 448-450]. Наприклад, у коротких повідомленнях на чатах або соціальних мережах, аббревіації типу "*BRB*" — "*Be Right Back*", "*LOL*" — "*Laugh Out Loud*" — "гучно сміятися", "*OMG*" — викрик "о Боже мій" [OED] дозволяють ефективно та економічно виражати емоції та наміри. Найбільш вживані аббревіатури (ДОДАТОК А).

Приклад 1: "*BRB, going to the toilet. OK, I'm waiting!*"

Переклад: "Скоро буду, лиш в туалет забіжу. Добре, чекатиму!"

Приклад 2: "*OMG, that movie last night was amazing! LOL, couldn't stop laughing!*"

Переклад: "О Боже, цей фільм, що ми дивились минулої ночі, був приголомшливим! Не міг зупинити сміх!"

Наступний, вартий уваги момент, вживання сленгу він може визначати особистий стиль та належність до певної групи чи підкультури. Наприклад, у молодіжному середовищі використання сленгових виразів може вказувати на модерність та активність у віртуальній спільноті [Гармаш 2011, с. 216]. Наприклад слово "*lit*" перекладаємо як "запальний", а слово "*chillin/chill*" як "розслабляючий" [ODMS].

Приклад 1: "*That concert was lit! Can't wait for the next one.*"

Переклад: "Цей концерт був запальним! Не можу дочекатися наступного."

Приклад 2: "*Chillin' with my squad, the vibes are so chill. Love these moments!*"

Переклад: "Розслабляюся зі своєю командою, атмосфера така розслаблююча. Люблю такі моменти!"

Скорочення в англійській можуть впливати на ефективність спілкування, особливо в областях з обмеженим обсягом тексту, таких як Twitter або SMS-повідомлення. Вони дозволяють передати повідомлення швидше та з економією місця. Наприклад таке скорочення як "*u*" означає "*you*" в англійській, а ось аббревіатура "*BTW*" (*by the way*) — "до речі" надає дружньої манери реченню.

Приклад 1: "*BTW, I'll be there at 3 PM. Can u join?*"

Переклад: "До речі, я буду там о 3 годині дня. Можна приєднатись?"

Приклад 2: "*CU soon! TTYL!*"

Переклад: "До зустрічі! Поговоримо пізніше!"

Утворення та використання нових слів у віртуальному спілкуванні може вказувати на творчість та індивідуальність. Це може бути особливо ефективним у тематичних групах або спільнотах, де нові терміни відображають специфіку інтересів. Наприклад, слово "*gamazing*" — "ігровий", дуже схоже на "*amazing*" — "дивовижний", однак утворилось, коли люди з

однаковими інтересами грали разом і випадково викрикнули слово "gamazing" [Cambridge Dictionary]. Слово "fab" утворилось від слова "fabulous" — "чудовий", а слово "delish", від слова "delicious" — "смачний" [Cambridge Dictionary], що надає реченню нового звучання.

Приклад 1: "*Check out this amazing app, it's totally gamazing!*"

Переклад: "Зацініть цей дивовижний додаток, він повністю ігровий!"

Приклад 2: "*Just discovered a fab coffee shop. Their coffee is delish!*"

Переклад: "Щойно відкрив для себе чудову кав'ярню. Кава просто чудова!"

Вибір мовно-стилістичних елементів також формує загальний імідж користувача в інтернеті. Ввічливість, гумор, та культурні аспекти можуть бути виражені через обрані мовні засоби. "*Thanks a bunch*" та "*grateful for*" — фрази подяки, перекладаються як "купа вдячності/дуже вдячний". А слова "*life*" та "*safe*" поєднались утворивши нове гарне слово "*lifesaver*" [ODMS].

Приклад 1: "*Thanks a bunch for your help! You're a lifesaver.*"

Переклад: "Дуже дякую за вашу допомогу! Ви врятували мені життя."

Приклад 2: "*Grateful for your support! You're a true friend.*"

Переклад: "Вдячний за твою підтримку! Ти справжній друг."

Отже, вибір конкретних мовних засобів у текстовому віртуальному спілкуванні може бути розглянутий як своєрідний інструмент самопрезентації. Тобто, індивід сам обирає, як виражати свої думки, емоції та інші аспекти особистості через обрані слова, стиль письма, використання емотіконів тощо. Також, не менш важливим фактором є рівень формальності або неформальності у мовленні [Косенко 2011, с. 29-39]. В залежності від цього, до прикладу, використання формальної мови може призвести до створення враження професіоналізму або офіційності, натомість як неформальна мова може підсилити атмосферу дружби чи неформального спілкування. Згадуючи про вибір мовних засобів, слід сказати, що вони можуть впливати на сприйняття індивіда в залежності від культурних відмінностей. Тобто, варто пам'ятати що, деякі висловлювання можуть бути прийнятними в одній



культури, однак можуть бути неправильно зрозумілими або викликати непорозуміння в інших. Існуючі віртуальні комунікаційні платформи, надають індивідам можливість індивідуалізувати свої висловлювання через вибір стилів, кольорів, шрифтів тощо. Тож, це може служити інструментом для виразності та створення унікального іміджу. У кінцевому підсумку, слід зазначити, що вибір мовних засобів в онлайн-спілкуванні свідчить про те, наскільки сильно мова може визначати сприйняття особистості в інтернеті та як це взаємодіє з різноманітністю культур та спільнот.

#### **1.4 Формування та поширення нових слів у віртуальному середовищі**

Останнім часом в англійській мові починає виникати багато неологізмів, що потребують детального вивчення. Зростання кількості нових номінацій призвела до появи нової науки — неології [Яхонтова 2009, с. 387], яка займається пошуком нових слів, їх класифікацією, аналізом факторів та засобів їх утворення. Серед проблем та завдань неології можна виділити такі: виявлення нових слів та правильне розуміння їх значення, формулювання нових тенденцій розвитку мови на основі нових мовних одиниць, визначення способів їх утворення, перекладу та лексикографічної обробки [Зацний 2007, с. 5-10]. Лексика в Інтернеті та соціальних мережах постійно розширюється під впливом технологічних та культурних трансформацій. Новоутворення відображають не тільки зміни в мовленні, але й актуальні теми та тенденції сучасного світу. Поява неологізмів зумовлена екстралінгвістичними факторами, такими як постійний розвиток суспільства, техніки та технології, поява нових реалій, які потребують відображення у мові, а також і суто мовними потребами [Зацний 2016, с. 350].

Лексичні одиниці, що виникли в англійській мові через появу нових

явищ, спочатку розглядалися як неологізми протягом певного періоду. Це впливало з їхньої морфологічної та семантичної новизни [Зацний 2016, с.330]. Коли слово з периферії мовної системи перейшло до загальноживаного вжитку і перестало вважатися новим, воно само стає центром утворення слів. Важливо відзначити, що при цьому базовий елемент залишається незмінним, і нове словотвірне значення формується за допомогою "традиційних" методів словотворення, таких як афіксація та словоскладання. З огляду на сталість словотвірного значення суфіксів в англійській мові і семантичні відносини складних слів з двома компонентами, увага акцентується на базовому елементі, що сприяє сприйняттю слова в цілому [Єщенко 2009, с. 9].

Усі основні праці з теорії семантики досі базувалися на референтних концепціях значення. Суттєвою особливістю цього підходу є те, що він розрізняє три компоненти, тісно пов'язані зі значенням: звукову форму мовного знака, концепт, що лежить в основі цієї звукової форми, і власне референт [Селіванова 2011, с. 565]. Найвідомішою моделлю значення є так званий "основний трикутник". Для більш переконливого доказу умовності та довільності зв'язку між звуковою формою і значенням достатньо вказати на омоніми. Наприклад, слово "*seal*" [si:l] — "печатка" означає "шматок воску, свинцю тощо, запечатаний з малюнком"; його омонім "*seal*" — "тюлень", що має таку саму звукову форму, але означає "морська тварина".

Крім того, якби значення було нерозривно пов'язане зі звуковою формою мовної одиниці, з цього випливало б, що зміна звукової форми спричиняла б зміну значення. Однак, ми знаємо, що навіть значні зміни звукової форми слова в процесі його історичного розвитку не обов'язково впливають на його значення [Колоїз 2002, с. 25]. Звукова форма давньоанглійського слова "*lufian*" [lufian] зазнала значних змін і перетворилася на "*love*" [lʌv], що має значення "дорожити, любити", тобто звукова форма слова змінилась, але значення залишилося незмінним. Різницю між значенням і поняттям можна також помітити, якщо порівнювати синонімічні слова та групи слів, що виражають

по суті ті самі поняття, але мають лінгвістичне значення [Поліщук 2013, с. 56], яке відчувається як різне у кожній із розглянутих одиниць, наприклад: "*big, large*" — "великий"; "*to die, to pass away, to kick the bucket, to join the majority*" — "померти"; "*child, baby, babe, infant*" — "немовля. Точне визначення змісту поняття належить до сфери логіки, але можна помітити, що значення слова не є тотожним з ним. Наприклад, зміст поняття "*six*" — "шість" можна виразити словами "*three plus three*" — "три плюс три", "*five plus one*" — "п'ять плюс один", "*ten minus four*" — "десять мінус чотири" тощо. Очевидно, що значення слова шість не можна ототожнювати зі значенням цих груп слів. Відрізнити значення від референта, тобто від того, що позначається мовним знаком, є надзвичайно важливим і на перший погляд не становить труднощів. Почнемо з того, що значення є мовним тоді як позначуваний об'єкт, або референт, знаходиться поза межами мови. Ми можемо позначати один і той самий об'єкт кількома словами з різними значеннями. Наприклад, у мовленнєвій ситуації "*apple*" — "яблуко" може позначатися словами "*apple*", "*fruit*" — "фрукт", "*something*" — "щось", "*this*" — "цей", оскільки всі ці слова можуть мати один і той самий референт. Значення не можна ототожнювати з реальними властивостями референта [Савченко 2016, с. 159], наприклад, значення слова "*water*" — "вода" не можна вважати як ідентичне з його хімічною формулою  $H_2O$ , оскільки вода означає по суті те ж саме для всіх носіїв англійської мови, включаючи тих, хто не має уявлення про її хімічний склад. І останнє, але не менш важливе: є слова, які мають чітке значення, але не відносяться до жодної існуючої речі, наприклад, "*angel*" — "ангел" або "*phoenix*" — "фенікс". Такі слова мають значення, яке розуміє мовець-слухач, але об'єктів, які вони позначають, не існує.

Значення притаманне всім мовним одиницям і разом із їхньою звуковою формою становить мовні знаки, що їх вивчає лінгвістична наука [Левицький, Сингаївська, Славова 2006, с. 50]. Критику референційних теорій значення можна коротко підсумувати наступним чином:

1. Значення, як його розуміють у референційному підході, включає

взаємозв'язок мовних знаків з категоріями та явищами поза межами мови [Савченко 2016, с. 165]. Оскільки ні референти (тобто реальні речі) ні концепти не належать до мови, аналіз значення зводиться або до вивчення взаємозв'язку мовного знака і референта, або мовного знака і концепту, що, власне кажучи, не є об'єктом лінгвістичного дослідження.

2. Великим каменем спотикання в референційних теоріях значення завжди було те, що вони оперують суб'єктивними і нематеріальними ментальними процесами [Савченко 2016, с. 167]. Тому результати семантичних досліджень певною мірою залежать від "відчуття мови" і не можуть бути перевірені іншим дослідником, який аналізує ті самі лінгвістичні дані. Звідси випливає, що семасіологія занадто покладається на лінгвістичну інтуїцію і, на відміну від інших галузей лінгвістичних досліджень (наприклад, фонетики, історії мови), не володіє об'єктивними методами дослідження [Селіванова 2010, с. 703]. Отже, стверджується, що лінгвісти повинні або відмовитися від вивчення значення і спроб визначити значення взагалі, або обмежити свої зусилля дослідженням функції мовних знаків у мовленні.

Останніми роками набув поширення новий і зовсім інший підхід до значення, відомий у лінгвістиці як функціональний підхід. Функціональний підхід стверджує, що значення мовної одиниці можна вивчати лише через її зв'язок з іншими мовними одиницями, а не через її зв'язок з поняттям чи референтом [Селіванова 2010, с. 706]. У дуже спрощеній формі цей погляд можна проілюструвати на слові *"move"* — "рухатись", тобто, нам відомо, що значення двох слів *"movement"* — "рух" і *"move"* — "пересуватись" відрізняється, оскільки вони по-різному функціонують у мовленні. Порівнюючи контексти, в яких ми знаходимо ці слова, ми не можемо не помітити, що вони займають різні позиції по відношенню до інших слів.

Наприклад, за дієсловом *"to move"* — "рухати" може стояти іменник *"move the chair"* — "рухати стілець", також перед ним може стояти займенник *"we move"* — "ми рухаємось" і т.д. Позиція, яку займає слово *"movement"* — "рух" може бути після прийменника *"movement of smth."* — "рух чогось", перед

прикметником "*slow movement*" — "повільний рух" тощо. Оскільки розподіл цих двох слів відрізняється, ми маємо право зробити висновок, що вони не тільки належать до різних класів слів, але й що їхні значення відрізняються також.

Те саме стосується різних значень одного й того самого слова. Аналізуючи функції слова в мовних контекстах і порівнюючи ці контексти, ми приходимо до висновку, що значення є різними (або однаковими), і цей факт можна довести об'єктивним дослідженням мовних даних [Савченко 2016, с. 114]. Наприклад, ми можемо спостерігати різницю значень слова "*take*" — "брати" якщо розглянути його функції в різних мовних контекстах: "*take the tram/taxi*" — "сісти в трамвай/таксі", відмінний від "*to take to somebody*" — "відвезти до когось".

Порівнюючи два описані вище підходи з точки зору методів лінгвістичного аналізу, ми бачимо, що функціональний підхід слід розглядати не як альтернативу, а як цінне доповнення до теорії референції. Цілком природно, що лінгвістичне дослідження має починатися зі збору достатньої кількості зразків контекстів. При дослідженні значення або значення або значення мовних одиниць впливають із самих контекстів. Після завершення цього етапу логічно перейти до етапу референції і спробувати сформулювати виявлене таким чином значення. Не існує потреби протиставляти ці два підходи один одному; кожен з них вирішує свою частину проблеми, і жоден з них не є повним без іншого.

Виникнення неологізмів у віртуальному дискурсі, може бути зумовлене різними факторами, що відображають сучасні технологічні, соціокультурні та комунікаційні тенденції [Глінка 2020, с. 422]. Наводячи фактори, що можуть призводити до виникнення нових слів та виразів, слід зазначити:

1. Технологічний прогрес: Впровадження нових технологій, програм, та інтернет-платформ може потребувати створення нових слів для опису їх функцій та характеристик. Наприклад, терміни "*app*" — "застосунок" чи "*livestream*" — "онлайн-трансляція" виникли у зв'язку із розвитком

мобільних телефонів та Інтернету.

2. Культурні явища: Популярні культурні тенденції, такі як відеоблогінг (*vlogging*), меми та інші форми інтернет-гумору, можуть породжувати нові слова, які точно виражають ці явища.
3. Соціальні зміни: Зміни в суспільстві та способі, якими люди взаємодіють, можуть викликати потребу в нових термінах. Наприклад, термін "*FOMO*" — "страх пропустити", відображає нові соціальні аспекти, пов'язані із соціальними мережами та подіями.
4. Зміни у мовленні: Зміни у способі спілкування, такі як використання аббревіацій, сленгу та емотіконів, можуть породжувати нові слова, які відображають специфіку віртуального спілкування.
5. Глобалізація: Зростання міжнародного спілкування через Інтернет призводить до запозичення слів та виразів із різних мов та культур, що сприяє формуванню нової лексики.
6. Креативність користувачів: Активна участь користувачів у виробленні контенту в Інтернеті та соціальних мережах може призводити до виникнення нових слів, щоб точніше виражати їхні ідеї чи створювати гумористичний контент.

Розглянемо прояв нових тенденцій у словотворенні, взявши за приклад слово "*blog*", яке фактично є афезезою слова "*weblog*". Це слово успішно впроваджується в мову як в незмінній формі, так і зі зміненою формою, що свідчить про повну асиміляцію лексичної одиниці.

Таблиця 1 (ДОДАТОК Б).

Основна частина не змінена	Основна частина змінена
<ul style="list-style-type: none"> <li>● <i>blogger n.</i> – a person who visits blogs;</li> <li>● <i>blogebrity n.</i> – a famous or popular blogger;</li> <li>● <i>microblogging pp.</i> – posting</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <i>splog (blend of spam and blog) n.</i> – spam links added to the comments section of a blog;</li> <li>● <i>splogger n.</i>;</li> <li>● <i>vlog n.</i> – a blog that contains mostly</li> </ul>

<p><i>short thoughts and ideas to a personal blog, particularly by using instant messaging software or a cell phone;</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● <i>microblog v., n.;</i></li> <li>● <i>microblogger n.;</i></li> <li>● <i>blogosphere n. – the collection of all bloggers, blog sites, blog readers, and blog text;</i></li> <li>● <i>blog-book n. – a book consisting of events based on real life;</i></li> <li>● <i>blog audioblog n. – a blog that contains music etc.;</i></li> <li>● <i>audioblogger n.;</i></li> <li>● <i>audioblogging pp.;</i></li> </ul>	<p><i>video content;</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● <i>vlogging pp.;</i></li> <li>● <i>vlogger n.;</i></li> <li>● <i>flog (blend of fake and blog) n. – a blog that appears to be written by an individual, but is actually maintained by a corporate marketing department or a public relations firm.</i></li> </ul>
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Тобто, відповідно до (табл. 1), слово "*blog*" приймає активну участь у створенні нових слів, при цьому, не зазнає змін.

Достатньо загально визнано, що значення слова не є однорідним, а складається з різних компонентів, поєднання і взаємозв'язок яких значною мірою визначають внутрішню сторону слова. Ці компоненти зазвичай описують як типи значення. Виділяють два основні типи значення: це граматичне і лексичне значення, які можна знайти в словах і словоформах. Поняття множинності може бути виражене у формах різних слів незалежно від їхнього лексичного значення [Гармаш 2011, с. 229]. Ми помічаємо, наприклад, що такі словоформи, як "*girls*" — "дівчата", "*winters*" — "зими", "*joys*" — "радощі", "*tables*" — "столи", хоч і позначають дуже різні об'єкти дійсності, мають дещо спільне. Цим спільним елементом є граматичне значення множини, яке можна можна знайти у всіх цих словах. Таким чином, граматичне значення можна визначити як компонент значення повторюваний

в однакових наборах індивідуальних форм різних слів, як значення часу у словоформах дієслів "*asked*" — "запитав", "*thought*" — "подумав", "*walked*" — "пішов" і т.д. або значення відмінка у словоформах різних іменників "*girl's*" — "дівчачий", "*boy's*" — "хлоп'ячий", "*night's*" — "нічний" тощо. У сучасній лінгвістичній науці прийнято вважати, що деякі елементи граматичного значення можна ідентифікувати за позицією мовної мовної одиниці по відношенню до інших мовних одиниць, тобто за її дистрибуцією. Словоформи "*speaks*" — "говорить", "*reads*" — "читає", "*writes*" — "пише" мають одне й те саме граматичне значення, оскільки всі вони знаходяться в однаковій дистрибуції, наприклад, тільки після займенників "*he*" — "він", "*she*" — "вона", "*it*" — "воно" та перед прислівниками "*well*" — "добре", "*badly*" — "погано".

Порівнюючи словоформи одного й того самого слова, ми бачимо, що окрім граматичного значення, в них можна виявити ще один компонент значення. На відміну від граматичного значення, цей компонент ідентичний у всіх формах слова. Так, наприклад, словоформи "*go*" — "ходжу", "*goes*" — "ходить", "*went*" — "ходив", "*gone*" — "пішов" мають різні граматичні значення часу, особи тощо, але в кожній з цих форм кожній з цих форм ми знаходимо один і той самий семантичний компонент, що позначає процес руху. Це лексичне значення слова яке можна описати як компонент значення, властивий слову як мовній одиниці, тобто повторюваний у всіх формах цього слова. Різницю між лексичним і граматичним компонентами значення слід шукати не у відмінності понять, що лежать в основі цих двох типів значення, а радше у способі їх передачі. Поняття відношення може виражатися лексичним значенням слова, а також будь-яким із прийменників, наприклад, "*in*" — "у", "*on*" — "на", "*behind*" — "за" тощо. Наприклад: "*the book is in/on*" — "книга знаходиться в/на столі", "*behind the table*" — "за столом".

Також, одним із основних способів словотворення в сучасній англійській мові є конверсія. Конверсія — це прояв фонетичної ідентичності словоформ, насамперед так званих початкових форм, двох слів, що належать до різних частин мови [Гармаш 2011, с. 289]. Це можна проілюструвати такими



прикладами: "*work – to work*"; "*love – to love*"; "*paper – to paper*"; "*brief – to brief*" тощо. Як правило, ми маємо справу з простими словами, хоча є кілька винятків, наприклад, "*wireless – to wireless*". Конверсійні пари розрізняють за структурною тотожністю кореня та фонетичною тотожністю основи кожного з двох слів [Єщенко 2009, с. 30-31; Жилко 2016, с. 20]. Синхронно ми маємо справу з парами слів, пов'язаних конверсією, які співіснують у сучасній англійській мові. Два слова, наприклад, "*to break*" і "*a break*", будучи фонетично ідентичні, виникає питання, чи мають вони однакові або тотожні основи.

Нагадаємо, що основа несе цілком визначену частину мови, наприклад, у межах словосполучення: "*to dress – dress – dresser – dresser – dressing – dressy*", основа "*dresser*" — несе не тільки лексичне значення кореневої морфеми "*dress*", але й значення предметності, основа "*dressy*" — значення якості тощо. Ці два компоненти – лексичне значення кореневої морфеми і частиномовне значення основи – формують частину значення всього слова.

Оскільки одне з двох слів у конверсійній парі є семантично похідним від іншого, визначення семантичних зв'язків між словами, пов'язаними конверсією, має велике теоретичне і практичне значення. Наступною найбільшою групою слів, пов'язаних конверсією, є іменні дієслова. Семантичні зв'язки між іменниками та дієсловами дуже різняться [Корунець 2003, с. 45]. Якщо іменник називає якийсь об'єкт дійсності (як живий, так і неживий), то конвертоване дієслово може позначати:

1) дію, характерну для об'єкта, наприклад: "*butcher n. – butcher v.*" — "м'ясник – розрізати вбиту тварину";

2) інструментальне використання об'єкта, наприклад: "*screw n. – screw v.*" — "гвинт – прикручувати гвинтом"; "*whip n. – whip v.*" — "батіг – бити батоном";

3) набуття або додавання об'єкта, напр.: "*fish n. – fish v.*" — "риба – ловити рибу"; "*coat n. – coat v.*" — "покриття фарбою – наносити шар фарби";

4) позбавлення об'єкта, наприклад: "*dust n. – dust v.*" — "пил – видаляти пил

з чогось"; "*skin n. – skin v.*" — "шкіра – знімати шкіру з чогось".

Дієслово, що зазвичай означає дію, може позначати перетворений іменник:

1) екземпляр дії, наприклад: "*jump v. – jump n.*" — "стрибати – раптовий стрибок з землі"; "*move v. – move n.*" — "рухатись – "крок, рух";

2) виконавця дії, наприклад: "*help v. – help n.*" — "допомагати – людина, яка допомагає". Цікаво зазначити, що девербативні особові іменники на позначення виконавця дії здебільшого є зневажливими, наприклад, "*bore v. – bore n.*" — "нудитись – зануда"; "*cheat v. – cheat n.*" — "обманювати – шахрай";

3) місце дії, наприклад: "*drive v. – drive n.*" — "водити авто – проїзд"; "*walk v. – walk n.*" — "прогулюватись – алея";

4) об'єкт або результат дії, наприклад: "*peel v. – peel n.*" — "очищати – зовнішня шкірка фруктів/овочів"; "*find v. – find n.*" — "знаходити – знахідка, особливо щось цінне або приємне".

Джерелами новоутворень можуть являтися [Горелікова 2002, с. 5]:

1. Літературні твори: тобто, беруться терміни та вирази, що часто з'являються в літературних творах, де автори намагаються висловити нові ідеї та концепції.
2. Академічні статті: мається на увазі дослідження з різних галузей, таких як технології, медіа, культурологія тощо, також можуть слугувати джерелом нових термінів та слів.
3. Онлайн-ресурси: сюди відносяться блоги, форуми та соціальні мережі, що вважаються міцним підґрунтям для створення і поширення нових слів завдячуючи активній участі користувачів.
4. Технологічні інновації: із впровадженням нових технологій часто з'являються нові цікаві терміни, що відображають технологічні функції та характеристики.

Прикладами неологізмів, що відносяться до XXI століття є:

1. *Zoom-bombing*: фраза, яку слід розуміти, як неавторизоване втручання у віртуальні зустрічі через платформу Zoom, що виконується зазвичай з метою розповсюдження неприємного чи нецензурного контенту.

2. *Infodemic*: неологізм, що розуміється як спалах масового розповсюдження неперевіреної або маніпулятивної інформації в інтернеті, особливо актуальний в часи пандемії та криз.
3. *Doomscrolling*: розуміємо як безкінечне прокручування негативного контенту в соціальних мережах чи новинах, що може призводити до погіршення емоційного стану.
4. *Virtue signaling*: фраза для вираження своїх позицій або поглядів в інтернеті, частіш за все для отримання підтримки та визнання власної моральної правомірності.
5. *Finsta*: молодіжне скорочення від фрази "*fake Instagram*", означає обліковий запис в соціальній мережі, призначений для публікації менш офіційного, тобто більш приватного контенту.

Так як у суспільстві постійно виникають нові слова та вирази, які відображають технологічні та соціокультурні зміни. Ось кілька прикладів неологізмів, які активно використовуються в онлайн-середовищі.

1. *FOMO (Fear of Missing Out)*: перекладається, як страх пропустити щось цікаве або важливе, що виникає в контексті соціальних мереж та подій.
2. *Selfie*: добревідоме слово, що розуміємо як фото, зазвичай зроблене мобільним телефоном, яке особа робить сама собі, однак зараз селфі вважається навіть групове фото, за умови, що сфотографоване на передню камеру смартфона.
3. *Meme*: перекладається як гумористичний образ, відео або текст, який поширюється шляхом копіювання та редагування в Інтернеті.
4. *Troll*: неологізм, під яким розуміємо користувача, що свідомо робить провокаційні або образливі коментарі в Інтернеті, намагаючись викликати реакції.
5. *Sexting*: перекладається як відправлення текстових повідомлень сексуального змісту за допомогою мобільного телефону чи інших електронних засобів.
6. *App*: слово, що є скороченням від "*application*" — "застосунок", тобто

вказує на програмне забезпечення для смартфонів чи комп'ютерів.

7. *Emoji*: під цим словом розуміються маленькі зображення або іконки, що використовуються для вираження емоцій чи ідей.
8. *Podcast*: розповсюджене слово, що означає серію аудіо- чи відеофайлів, які можна прослуховувати або переглядати в Інтернеті.
9. *Vlog*: відеоблог, в якому автор ділиться своїм життям, думками чи подіями через відеозаписи.
10. *Phubbing (Phone + Snubbing)*: цікавий неологізм, що характеризується ігноруванням чи нехтуванням людей на користь використання мобільного телефону.

Наведені вище фрази відображають сучасні реалії та тренди у віртуальному дискурсі, і вони постійно еволюціонують відповідно до змін у технологіях та суспільстві. Також, слід вказати, що фактори, котрі призводять до виникнення нових слів та виразів, спільно взаємодіють, сприяючи появі нових слів та виразів у віртуальному дискурсі.

Як висновок, варто зазначити, що формування та поширення нових слів у віртуальному середовищі представляють захопливий і динамічний процес, який демонструє значний вплив інтернет-спілкування на мовне середовище. З цього підрозділу стає очевидним, що мережевий простір не лише віддзеркалює вже існуючу лексику, але і виступає унікальним каталізатором для створення нових слів та виразів [Кононова 2013, с. 76-77]. При розгляданні процесу формування слів у віртуальному середовищі, можна виявити його величезну динаміку, тобто, нові слова з'являються під впливом широкого спектру факторів, включаючи технологічний прогрес, суспільні тренди та потреби спільнот. За допомогою об'єднаних зусиль інтернет-користувачів, вони формують та поширюють нові слова, надаючи їм значення та визначаючи їхню придатність до вживання. Феномен формування нових слів у віртуальному просторі є відмінним прикладом того, як інтернет сприяє творчості та індивідуальній експресії. Говорячи про технології, особливо соціальні мережі та месенджери, слід сказати, що вони відіграють вирішальну роль у поширенні

нових слів.

У підсумку, формування та поширення нових слів у віртуальному середовищі — це не тільки різновид лінгвістичної еволюції, але й відображення живої та динамічної природи інтернет-спілкування [Зацний 2007, с. 260]. Даний процес збагачує нашу мову, надаючи їй нові відтінки та віддзеркалюючи сучасні суспільні реалії.

У теоретичному розділі магістерської роботи були розглянуто та проаналізовано основні аспекти англомовного віртуального дискурсу. Аналізуючи сучасні тенденції в онлайн-спілкуванні, було виявлено, яким чином мовні одиниці визначають структуру та характер онлайн дискурсу, сприяючи його трансформації та розвитку. Додатково, у теоретичному розділі розглянуто поняття текстової комунікації в лінгвістичній науці, а також досліджено важливі аспекти взаємодії та обміну інформацією в англомовному онлайн середовищі. Висвітлено, як використання певних мовних засобів впливає на сприйняття індивіда в онлайн-спілкуванні, беручи до уваги психологічні та соціокультурні аспекти. Окремий акцент був зроблений на вивченні процесів формування та поширення нових слів у віртуальному середовищі. Проаналізовано, як технологічний прогрес та зміни у способах спілкування впливають на створення нових лексичних одиниць, а також визначено відношення індивіда на певні зміни у спілкуванні.

Висновок теоретичного розділу підкреслює необхідність глибокого розуміння мовних та комунікативних аспектів віртуального дискурсу, а також робить важливий внесок у вивчення сучасних тенденцій мовного спілкування та відкриває шляхи для подальших досліджень у цій області.

## РОЗДІЛ 2. МЕТОДОЛОГІЯ ДОСЛІДЖЕННЯ АСПЕКТІВ АНГЛОМОВНОГО ІНТЕРНЕТ СПІЛКУВАННЯ

### 2.1 Мовна специфіка спілкування в інтернеті

У даному практичному розділі розглянуто використання абрєвіацій, сленгу, емотіконів та інших мовних засобів у текстовій комунікації в інтернеті, а також проаналізовано їхній вплив на спілкування та вираження емоцій в цифровому середовищі. На початку третього тисячоліття терміни, такі як "віртуальний світ", "інформаційна спільнота" і "населення інтернет-мережі", вже не є новими для людства. Наше суспільство наближається до моменту, коли володіння інформаційними технологіями стане умовою для існування кожної людини. Це стосується не лише фізичного, але й духовного буття, оскільки Інтернет поступово стає основним інтерактивним середовищем для активної масової комунікації [Лашук 2010, с. 111]. В цьому просторі комп'ютер не лише транспортує користувача в інші точки простору-часу, але й дозволяє увійти в інший простір, перетворити його та побудувати новий світ – віртуальний. Зараз Інтернет представляє собою глобальний полілог, що використовує мову гіпертексту, і важко уникнути його уваги та не вивчати принципи його функціонування. Однак аналіз всіх процесів, зокрема мовних, які відбуваються в цій мережі, є набагато складнішим завданням.

Говорячи про спілкування, слід сказати, що воно включає в себе безліч різних типів і видів починаючи від ділового, дружнього, формального, духовного, навчального, вербального, невербального та закінчуючи інтернет-спілкуванням [Луценко 2013, с. 64-66]. Інтернет спілкування може бути таких видів як:

1. Ділове. В наш час Інтернет розвивається швидко і якісно. Близько двадцяти років тому всі робочі питання вирішувались по телефону або за

допомогою пошти. Ділове спілкування через Інтернет обходиться організаціям набагато дешевше. За цим же принципом можна проводити навчальні семінари і конференції. Завдяки Інтернету багато людей може знайти роботу чи почати свій власний бізнес. До ділового спілкування відносять листи, повідомлення тощо. Одним із зразків є:

*Email* [Crystal 2006, с. ]:

*Subject: Proposal for Collaboration*

*Dear [Recipient's Name],*

*I hope this email finds you well. My name is [Your Name], and I represent [Your Company], a leading provider of [Your Industry] solutions. I came across your company's profile and was impressed by your commitment to innovation and excellence.*

*We are currently exploring potential collaborations with industry leaders, and I believe that a partnership between our organizations could be mutually beneficial. I have attached a detailed proposal outlining the areas where we could collaborate and the benefits it could bring to both parties.*

*I would appreciate the opportunity to discuss this proposal further and explore how we can create a strategic alliance. Please let me know a convenient time for a call or meeting.*

*Thank you for considering our proposal. I look forward to the possibility of working together.*

*Best regards,*

*[Your Full Name]*

*[Your Position]*

*[Your Contact Information]*

Що у перекладі:

Електронний лист:

Тема: Пропозиція щодо співпраці

Шановний/шановна [Ім'я Одержувача],

Сподіваюся, що цей лист застав вас у гарному стані. Мене звуть [Ваше Ім'я], і

я представляю [Вашу Компанію], провайдер з питань щодо [Ваша Галузь]. Я дізнався(лась) про вашу компанію та був вражений вашою відданістю інноваціям та високою якістю.

Зараз ми розглядаємо можливості співпраці з лідерами галузі, і я вважаю, що партнерство між нашими організаціями може бути взаємовигідним. В прикріпленому файлі ви знайдете детальний пропозиційний документ, в якому описано області співпраці та переваги, які воно може принести обом сторонам.

Буду вдячний(а) за можливість обговорити цю пропозицію більш детально та розглянути можливості створення стратегічного союзу. Будь ласка, повідомте мені зручний час для дзвінка або зустрічі.

Дякую за розгляд нашої пропозиції. Я з нетерпінням чекаю можливості спільної роботи.

З повагою,

[Ваше Повне Ім'я]

[Ваша Посада]

[Ваші Контактні дані]

2. Неформальне. Неформальне спілкування в інтернеті займає основну частину нашого життя. Інтернет в здатний повністю задовольнити потребу в спілкуванні – саме тому вважається, що маючи доступ до мережі, ти не можеш бути самотнім. Як приклад може бути:

*Chat Message* [Longman Dictionary of Contemporary English (тут і далі – *LDCE*)]:

*User 1: "Hey! What's up?"* (Користувач 1: "Привіт! Як справи? ")

*User 2: "Not much, just chilling. How about you?"* (Користувач 2: "Не багато, просто чілю. А в тебе?")

*User 1: "Same here. Netflix and snacks kind of evening. Any recommendations?"* (Користувач 1: "Те саме. Вечір з Нетфлікс та снеками. Є якісь рекомендації?")

*User 2: "Nice! I just watched this new series called "Stranger Things." It's*



*awesome!*" (Користувач 2: "Круто! Я щойно подивився новий серіал під назвою "Дивні справи." Вражаюче!")

*User 1: "Oh, I've heard about it. Will definitely check it out. Thanks for the tip!"* (Користувач 1: "О, я чув про це. Обов'язково подивлюся. Дякую за рекомендацію!")

3. Ігрове. Ігровий тип займає значне місце в людських життях. Онлайн-ігри — це сучасна культура. Характер комунікації залежить від типу гри: спілкування в рольових іграх будується за принципом театру і спілкування масок – тобто в людей є своя роль, натомість у інших іграх відрізняється своєю агресивністю. В інтелектуальних іграх люди мають одну спільну тему для розмов, що робить їх більш відкритими один одному. Варіантом ігрового спілкування може бути:

*In-Game Chat* (Чат у грі) [OED]:

*Player 1: "Hey team, let's stick together and focus on the objective!"* (Гравець 1: "Привіт, команда, тримаймося разом і фокусуймося на цілі!")

*Player 2: "Agreed! I'll cover the right flank."* (Гравець 2: "Згоден! Я прикрию правий фланг.")

*Player 3: "I'll take the left side. Watch out for enemy snipers!"* (Гравець 3: "Я прикрию лівий бік. Бережіться ворожих снайперів!")

*Player 4: "I'm going for the objective. Cover me!"* (Гравець 4: "Я йду за ціллю. Прикрийте мене!")

Стосовно типів онлайн спілкування, слід наголосити, що вони визначаються різними платформами та інструментами, які дозволяють користувачам обмінюватися інформацією, спілкуватися та взаємодіяти в онлайн-середовищі. До типів мережевого спілкування відносять [Tagga 2009, с. 10-29]:

1) Соціальні мережі:

1. До прикладів відносяться: *Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn.*
2. Основні характеристики: користуючись соціальними мережами

користувачі мають змогу створювати профілі, спілкуватися, ділитися мультимедійним вмістом, створювати групи та організовувати певні події.

Прикладом спілкування у соціальних мережах є [*University Grammar of English* (тут і далі – *UGE*)]:

"*Hey, how's it going? Just grabbed a cup of cofffe and ready to tackle the day! #MondayMotivation*" — "Привіт, як справи? Тільки що взяв кави і готовий приступити до цього дня! #ПонеділковаМотивація";

"*OMG, did you see that new movie trailer? It's lit! Can't wait for it to drop!*" — "Боже мій, чи бачив ти трейлер до нового фільму? Він просто вогонь! Не можу дочекатися виходу!";

"*Spent the day binge-watching my fave series. TBH, totally addicted! #NetflixAndChill*" — "Витратив день на перегляд своєї улюбленої серії. Правду кажучи, неможливо відірватись! #НетфліксРелакс";

"*Heading out for a lunch date with the BFF. Catch you later! #BestiesTime*" — "Вирушаю на обідню зустріч з кращим другом. До зустрічі пізніше! #ЧасЗНайкращимДругом";

"*Had a LOL moment at work today – autocorrect strikes again! #OfficeLife*" — "Сьогодні мав смішний момент на роботі – знову цей автопідбір слів! #ОфіснеЖиття";

"*Just aced my exam! Hard work pays off. #StudentLife*" — "Здав свій екзамен на відмінно! Важка праця окупається. #СтудентськеЖиття".

## 2) Форуми:

1. До прикладів відносяться: *Reddit, Quora, Stack Exchange*.
2. Основні характеристики: форумами є спеціальні платформи для обговорення різних тем та питань, де користувачі можуть створювати теми, висловлювати свої думки та обмінюватися інформацією.

Зразок спілкування на форумі [*OED*]:

*User 1: "Hey everyone! Just joined the forum. Excited to connect with fellow*

*enthusiasts. Any recommendations for must-read threads?"* — Користувач 1: "Доброго дня всім! Тільки що приєднався до форуму. З нетерпінням чекаю спілкування з іншими ентузіастами. Є поради щодо обов'язкових тем для читання?"

*User 2: "Welcome! Check out the "General Discussions" section – lots of interesting topics there. Also, feel free to share your interests, and we can point you in the right direction."* — Користувач 2: "Ласкаво просимо! Загляньте в розділ "Загальні обговорення" – там багато цікавих тем. Також, не соромтеся поділитися своїми інтересами, і ми можемо вас на куди-небудь направити."

*User 3: "Hi there! I'm into photography. Any photography buffs here? Share your favorite shots!"* — Користувач 3: "Привіт! Я фанат фотографії. Тут є шанувальники фотографії? Поділіться своїми улюбленими знімками!"

*User 4: "Absolutely! I love photography too. Here's one of my recent captures. [Inserts photo link]"* — Користувач 4: "Звісно! Я теж люблю фотографію. Ось один із моїх останніх кадрів. [Вставляє посилання на фото]"

*User 5: "Wow, stunning shot! Do you use a specific camera or editing software?"* — Користувач 5: "Ого, захоплюючий кадр! Ви використовуєте конкретну камеру чи програмне забезпечення для редагування?"

*User 4: "Thanks! I use a Canon EOS R and do most of my editing in Lightroom. What about you?"* — Користувач 4: "Дякую! Я використовую Canon EOS R і більшість редагувань роблю в Lightroom. А ви?"

*User 5: "I'm a Nikon fan myself, and Lightroom is my go-to too. Ever tried any other editing tools?"* — Користувач 5: "Я прихильник Nikon, ну і Lightroom також люблю. Ви пробували інші редактори?"

*User 4: "I've dabbled in Photoshop, but Lightroom's simplicity suits my style. How about you?"* — Користувач 4: "Я експериментував із Photoshop, але простота Lightroom підходить моєму стилю. А ви? "

*User 5: "Same here. Photoshop can be a bit overwhelming. Stick to what works, right?"* — Користувач 5: "Мені так само. Photoshop може бути трошки важкуватим. Коротше кажучи, залишайтеся при тому, що працює!"

### 3) Месенджери:

1. До прикладів відносяться: *WhatsApp, Telegram, Messenger*.
2. Основні характеристики: з допомогою чатів та месенджерів користувачі можуть обмінюватися короткими текстовими повідомленнями в реальному часі. Месенджери також можуть містити групові чати та можливості для відео- та аудіокомунікацій.

До прикладу спілкування у чатах [ODMS]:

*Diana: "Hey, how's it going? Haven't talked to you in ages!"* (Діана: "Привіт, як справи? Давно не спілкувалися!")

*Alex: "Hi! I know, it's been too long. I've been swamped with work. How about you?"* (Олексій: "Привіт! Так, насправді давно. Весь в роботі. А як у тебе справи?")

*Diana: "Same here, work's crazy. Let's catch up this weekend over coffee?"* (Діана: "Так само, роботи купа. Давай зустрінемося випити кави на цих вихідних?")

*Alex: "Sounds good! I could really use a break. Where and when?"* (Олексій: "Звучить добре! Мені справді потрібна перерва. Де і коли?")

*Diana: "How about that new café downtown? Saturday at 3?"* (Діана: "А щодо нового кафе в центрі? У суботу о 3?")

*Alex: "Perfect! See you there. Looking forward to it!"* (Олексій: "Прекрасно! До зустрічі там. Чекаю з нетерпінням!")

### 4) Мікроблогінг:

1. До прикладів відносяться: *Twitter, Threads, Facebook*.
2. Основні характеристики: мікроблогінг дозволяє користувачам публікувати короткі повідомлення або пости. В деяких застосунках, наприклад Twitter, обмежується кількість символів для кожного повідомлення.

Діалог із мікроблогу *Twitter 1* [ODMS]:

*Tweet: "Enjoying the weekend vibes at the beach. Perfect weather and good*

*company. #WeekendGetaway*" — (Твіт: "Насолоджуюсь відпочинком на пляжі у вихідні. Ідеальна погода та чудова компанія. #ВікендВідпочинок")

*Reply: "Sounds amazing! Wish I could trade my office view for the beach right now. #OfficeLife*" — (Відповідь: "Звучить неймовірно! Хотів би обміняти свій вид з офісного вікна на пляж зараз. #ОфіснеЖиття")

Діалог із мікроблогу *Twitter 2 [ODMS]*:

*Tweet: "Just finished reading the latest novel by my favorite author. Absolutely mind-blowing plot twists! Can't wait to discuss with fellow bookworms. #BookLovers #MustRead*" — (Твіт: "Тільки що закінчив читати останній роман мого улюбленого автора. Абсолютно захоплюючі повороти сюжету! Не можу дочекатися обговорення з іншими книгоманами. #ЛюбителіКниг #Обов'язковоПрочитати")

*Reply: "Nice! What's the title? I've been looking for a good book to dive into. #ReadingList*" — (Відповідь: "Класно! Яка назва? Шукаю цікаву книгу. #СписокЧитання")

#### 5) Професійні мережі:

1. До прикладів відносяться: *LinkedIn, ResearchGate*.
2. Основні характеристики: професійні мережі призначені для спілкування та обміну інформацією між фахівцями в різних галузях.

Зразок спілкування у професійній мережі *[ODMS]*:

*LinkedIn Post: "Excited to announce my new role as a Senior Software Engineer at XYZ Tech! Grateful for the opportunity and looking forward to contributing to innovative projects. #CareerMove #SoftwareEngineering*" — (Публікація на LinkedIn: "З радістю оголошую про свою нову посаду Старшого Інженера-Програміста у компанії *XYZ Tech*! Вдячний за цю можливість і з нетерпінням чекаю сприяти інноваційним проєктам. #Кар'єрнийРух #Програмування")

*Comment: "Congratulations! Your expertise will surely bring great value to the team. Wishing you success in your new position! #CareerSuccess*" —

(Коментар: "Вітаю! Твій досвід безперечно принесе велику цінність команді. Бажаю успіху на новій посаді! #Кар'єрнийУспіх")

6) Віртуальні світи та онлайн-ігри:

1. До прикладів відносимо: *Second Life*, *World of Warcraft*, *Roblox*.
2. Основні характеристики: ігрові платформи створюють віртуальні простори, де користувачі можуть взаємодіяти у вигляді віртуальних персонажів.

Спілкування у віртуальному світі [ODMS]:

*In-Game Chat* (Чат у грі):

*Player 1: "Hey team, let's stick together and head to the objective!"*

(Гравець 1: "Привіт, команда, давайте триматися разом і йти до цілі!")

*Player 2: "Agreed! I'll cover the left side."* (Гравець 2: "Згоден! Я прикрию лівий фланг.")

*Player 3: "I'm flanking from the right. Watch out for enemy snipers!"*  
(Гравець 3: "Я фланкую з правого боку. Бережіться снайперів противника!")

*Player 4: "Got it, I'll stay on the objective. Good luck, everyone!"* (Гравець 4: "Зрозуміло, я залишусь на цілі. Удачі всім!")

7) Блоги:

1. До прикладів відносяться: *WordPress*, *Blogger*.
2. Основні характеристики: блоги дозволяють користувачам публікувати статті, відгуки та інший контент на власному веб-сайті.

Приклад із блогу *WordPress*:

*WordPress Forum* (Форум *WordPress*):

*User 1: "Having trouble with my theme's customization. Any suggestions on how to change the font size?"* — (Користувач 1: "Маю проблеми з налаштуванням свого шаблону. Чи є поради, як змінити розмір шрифту?")

*User 2: "Hi there! In the Customizer, go to "Typography" and you can adjust the font size there. If you need more help, let me know!"* — (Користувач 2: "Привіт! У Кастомайзері перейдіть до "Типографія", там можна відрегулювати розмір

шрифту. Якщо потрібна додаткова допомога, дайте знати!")

*User 1: "Thanks! It worked perfectly. You're a lifesaver!"* — (Користувач 1: "Дякую! Це працює на відмінно. Ви мені рятували життя!")

8) Відео-платформи:

1. До прикладів відносяться: *YouTube, Tik-Tok*.
2. Основні характеристики: на відео-платформах користувачі можуть завантажувати, переглядати та коментувати відео-контент.

Спілкування на відео-платформі *Tik-Tok*:

*TikTok Video Caption: "Dance challenge accepted! Who else is up for it? Tag me in your videos! #DanceChallenge #TikTokFun"* — (Підпис до відео на TikTok: "Прийнято виклик на танцювальний конкурс! Хто ще приєднується? Позначте мене у ваших відео! #ТанцювальнийВиклик #TikTokFun")

*User Comment: "OMG, love your moves! Definitely giving this challenge a try! #DanceQueen"* — (Коментар користувача: "Боже мій! Обожаю твої рухи! Обов'язково спробую це зробити! #ТанцювальнаКоролева")

*Reply: "Thanks! Can't wait to see your dance! Don't forget to tag me. Let's spread the dance vibes! #TikTokCommunity"* — (Відповідь: "Дякую! Не можу дочекатися побачити твій танець! Не забудь відмітити мене. Давайте розривати танцпол! #TikTokСпільнота")

Підсумовуючи вищезазначену інформацію, слід зауважити, що типи мережевого спілкування мають свої унікальні особливості та призначення, а їх різноманітність відображається певними способами, за допомогою яких люди взаємодіють в онлайн-середовищі [Рогач 2008, с. 276]. Існують певні правила, яких важливо дотримуватись під час спілкування онлайн, задля забезпечення позитивного та ефективного взаємодії. Ось кілька основних правил, що слід дотримуватись при спілкуванні онлайн [Яхонтова 2009, с. 79]:

1. Повага один до одного: йдеться про те, що слід спілкуватися з іншими користувачами з повагою і терпінням, намагатись уникати образ і неприязні.

2. Приватність: рекомендовано зберігати особисту інформацію в приватності, в жодному разі не розголошувати свої конфіденційні дані, а також дані інших користувачів без їхнього дозволу.
3. Акуратність у висловлюваннях: фільтруючи свої висловлювання та емоції, складається краще враження про людей, тому варто оминати образливих, нецензурних слів або загроз, спілкуватися конструктивно і з певною мірою дипломатії.
4. Авторські права: порушення авторських прав призводить до штрафів та ув'язнень, заборонено публікувати чужі матеріали без дозволу інших користувачів чи авторів.
5. Дотримання тематики: перебуваючи у групах, форумах чи слідкуючи за коментарями слід дотримуватись тематики обговорення, не відхиляючись від неї без потреби та не писати нецензурних слів.
6. Унікальність та точність: рекомендовано перевіряти інформацію перед тим, як її публікувати, в жодному разі не переходити на не достовірні посиланням та уникати поширення міфів, пліток тощо.
7. Толерантність: необхідно пам'ятати про толерантність, тому що на просторах інтернету ми можемо мати справу з людьми з різних культур, тож важливо бути відкритими до різних поглядів.
8. Контроль емоцій: при виникненні конфліктних ситуацій треба уникати загострення суперечок, натомість рекомендовано розвивати конструктивний діалог, ввічливо ставитись один до одного та поводитись спокійно і врівноважено.
9. Безпека: дотримуватися основних правил кібербезпеки є одним із наважливіших пунктів, тож, слід пам'ятати, про важливість захищати свій обліковий запис від несанкціонованого доступу.
10. Відповідальність: не варто забувати, що люди несуть відповідальність за свої вчинки в онлайн середовищі, виходячи з цього, потрібно намагатись створювати позитивне та дружелюбне середовище для всіх користувачів.



Дотримуючись елементарних норм поведінки та заповідей моралі, властивих повсякденному життю людини, в процесі електронних комунікацій, ми не лише дбаємо про їх безпеку, підвищення рівня загальної та інформаційної культури, а й робимо крок до гармонійного спілкування.

У цьому підрозділі ми розглянули мовну специфіку спілкування в інтернеті, охопивши різноманітні сфери. У сучасному цифровому світі, де інтернет стає все більше неодмінною частиною нашого повсякденного життя, мова в інтернеті призначена для висловлення індивідуальності, вираження емоцій, а також взаємодії з різноманітними аудиторіями. Ведення блогу в інтернеті дозволяє авторам висловлювати свої думки, ділитися інформацією та взаємодіяти з читачами. Важливо враховувати специфіку аудиторії та використовувати мовні засоби, що найкраще сприймаються цією групою. На різних веб-сайтах використовується різна мовна палітра в залежності від їхньої тематики та цільової аудиторії. Наприклад, технічні форуми можуть використовувати специфічну лексику, тоді як новинні сайти стежать за класичними журналістськими стандартами. У соціальних мережах, де спілкування є невід'ємною частиною віртуального життя, важливо дотримуватися правил ввічливості та етикету, оскільки слова та вирази можуть матися різні конотації.

Використання сленгу, скорочень та емодзі допомагає надати повідомленням особистісний характер. Загалом, мовне спілкування в інтернеті розвивається із загальним розвитком онлайн-середовища, виражаючи індивідуальність, культурні відмінності та потреби користувачів. Правильне використання мовних засобів дозволяє досягати більш ефективного спілкування та підтримувати позитивний інтернет-досвід для всіх учасників.

## 2.2 Нелітературна мова як засіб віртуального самовираження

Людині потрібні засоби комунікації, щоб задовольняти свої соціальні потреби. Для того, щоб полегшити комунікації використовуються електронні засоби, такі як телебачення, радіо, телефон і мобільний телефон. Електронні засоби масової інформації надають інформацію, яку можна зрозуміти легше і миттєво. Розвиток епохи вплинув на комунікацію та шляхи до взаємодії [Лашук 2010, с. 80]. В даному випадку, мова, якою ми користуємося, також вплинула.

Метою дослідження є більш детальне вивчення нелітературної мови, зокрема, сленгу, усунення деяких прогалин у дослідженні, проведення порівняльного аналізу сленгу у відповідній сфері. У наш час багато сленгових слів використовуються у спілкуванні. Сленг – це різновид мови, який має неформальний характер і використовується для більш легкого та миттєвого спілкування в соціальній групі [Бондаренко 2007, с. 51]. Термін сленг — це експресивна та емоційна лексика розмовної мови, яка далека від норм літературної мови. Сленг становить 1/3 слів, що використовуються в розмовній мові, також існує ряд гіпотез щодо походження терміну сленг. Існує гіпотеза, що слово "сленг" — це скорочення від "мова жебраків" або "мова пройдисвітів". У цих виразах суфікс першого слова поєднується з другим словом, а останній склад другого слова випадає [Parker 2015, с. 205]. Двадцять і початок двадцять першого століття були дуже цікавими не лише для істориків, а й для лінгвістів. Соціальні причини змін у мові та наслідки цих змін зацікавили сучасних лінгвістів. Вивчення терміну сленг стало однією з тем, що цікавлять лінгвістів. Термін сленг почав широко використовуватися в англійській лексикографії на початку 19 століття. Етимологія цього терміну дуже суперечлива, і лінгвісти, які вивчали його, не дали точного визначення терміну. Лексика мови поділяється на дві групи: літературна мова і нелітературна мова [Щенко 2016, с. ].

До нелітературної мови належать сленги, жаргонізми, професійні слова та вульгаризми. Одним із найбільш розповсюджених видів нелітературної мови у XXI столітті є сленги.

Сленги — це слова, які порушують мовні норми або сленги — це дуже експресивні, саркастичні, слова, що вживаються в повсякденному житті [Гармаш 2011, с. 292]. Також слід зазначити, що існує класифікація основних типів сленгу, і, звісно, їх підтипів. До основних належать: сленги про людські якості, професії, кулінарію, танці, музику, побут та молодіжний [Бондаренко 2007, с. 85-91; Thorn 2014, с. 137]. Сленги, що входять до цих груп, у свою чергу поділяються на підгрупи. Тобто, наприклад сленг на позначення характеристик людини поділяється на сленг на позначення частин тіла, вираження стану божевілля, опис шахрайських дій, вираження почуттів таких як: щирості, жадібності, багатства, дружби, кохання чи труднощів. Сленг, що вживається до професій поділяється на сленг про поліцію чи детективів, ув'язнених чи крадіїв, торгівлю та злочинність. Сленг стосовно їжі, напоїв, пияцтва відноситься до кулінарного сленгу. Сленг смерті — це сленг похоронних церемоній. Побутовий сленг включає: сленг, що вживається до жінок чи дівчат, шлюбу або розлучення, заробітку грошей чи покупки житла.

У ході дослідження було ознайомлено та знайдено певні приклади сленгу відповідно до наведених вище груп (ДОДАТОК В):

1. Сленги про людські характеристики, наприклад: "*pain in the neck/ass*" — "надоїдлива людина", "*bright spark*" — "розумна людина", "*party animal*" — "любитель вечірок", "*chatterbox*" — "балабол", "*creep*" — "протівна людина", "*nerd*" — "ботанік, задрот" [*Smart Words & Meanings*].

2. Сленг про професії та діяльність людей, наприклад у ІТ-сфері: "*bug*" — "помилка в програмному забезпеченні", "*debug*" — "виправлення програмної помилки", "*code monkey*" — "програміст, який виконує монотонну або рутинну роботу". У медичній сфері: "*code blue*" — "термін для надзвичайної медичної ситуації", "*crash cart*" — "мобільний медичний засіб для надання невідкладної допомоги", "*cabbage*" — "популярна серед хірургів

аббревіатура CABG (коронарно-артеріальне шунтування)" [Smart Words & Meanings]. У сфері маркетингу та реклами: "*buzzword*" — "слово чи вираз, який став популярним у маркетинговому середовищі", "*viral marketing*" — "стратегія маркетингу, спрямована на розповсюдження інформації шляхом вірусних механізмів (соціальних мереж, відео тощо)" [Smart Words & Meanings]. У галузі фінансів: "*bull market*" — "ринок, де ціни акцій зростають", "*bear market*" — "ринок, де ціни акцій падають". В науковій галузі: "*peer review*" — "система відгуків та оцінок наукових робіт іншими експертами у відповідній галузі", "*hypothesis*" — "гіпотеза, тобто припущення, яке потребує перевірки науковим методом" [Smart Words & Meanings].

3. Кулінарний сленг, наприклад: "*al dente*" — "термін для приготування макаронів чи рису так, щоб вони залишались жорсткими на смак", "*sous chef*" — "другий шеф-кухар, що допомагає головному шефу". У ресторанній галузі: "*86'd*" — "закінчено або відсутнє у меню" (наприклад: "*We're 86'd on lobster today*"), "*front of house*" — "частина ресторану, видима для гостей (зона обслуговування)" [Smart Words & Meanings].

4. Сленг музики, танців, вечірок та церемоній, наприклад, музичний сленг: "*hook*" — "захопливий та легко запам'ятовуваний елемент в музичній композиції", "*bridge*" — "частина пісні, що відрізняється від версії куплету та хору", танцювальний: "*groove*" — "ритмічний та емоційно насичений стиль танцювального руху", "*freestyle*" — "танцювання без чіткого плану чи хореографії", вечірковий: "*lit*" — "веселий, енергійний, наповнений позитивом" (наприклад: "*The party was lit!*" — "вечірка була запальна!"), "*turn up*" — "роздмухувати атмосферу вечірки, зробити її більш енергійною"; церемоніальний: "*red carpet*" — "червона доріжка, символ елегантності та важливості на церемоніях", "*VIP*" — "важлива особа, особливий гість чи учасник події"; діджейський: "*drop*" — "момент в пісні, коли відбувається вражаючий перехід або зміна", "*mixtape*" — "збірка музичних треків, зазвичай створена діджеєм, щоб висловити свій стиль"; студійний: "*mastering*" —

"процес фінальної обробки та оптимізації аудіозапису", "*beat*" — "основний ритмічний патерн у музичній композиції" [*Smart Words & Meanings*].

5. Побутовий сленг, наприклад: "*couch potato*" — "ледача чи бездіяльна людина, яка проводить багато часу перед телевізором", "*hangry*" — "сполучення слів "голодний" та "злий", вказує на роздратованість через голод"; до домашнього сленгу відносять: "*chillax*" — "сполучення слів "розслабитися" та "відпочинок", вказує на спокійний та розслаблений стан", "*nestling*" — "займати комфортне місце, особливо в ліжку або на дивані" [*Smart Words & Meanings*]. До сімейного сленгу належать: "*momager*" — слово, що поєднує "мама" та "менеджер", вказує на "матір, яка управляє кар'єрою своєї дитини" та "*dad joke*" — "гумористичний жарт, який часто висловлюється татом та може бути несподівано несмішним".

6. Сленг пов'язаний із технологіями: "*appu*" — "щасливий чи отримує задоволення від використання мобільного додатка", а також "*textspeak*" — "використання аббревіацій та скорочень у текстових повідомленнях" [*Smart Words & Meanings*].

7. Молодіжний сленг, наприклад: "*bae*" – скорочення від "*before anyone else*", використовується для "обранця чи коханої особи", "*FOMO*" — скорочення від "*fear of missing out*", вказує на "страх пропустити якусь подію", "*squad*" — "група друзів або колег", "*flex*" — "показувати свою успішність або багатство", "*savage*" — "дикий, люта людина", "*GOAT*" — "найкращий з усіх часів" (скорочення від "*greatest of all time*"), "*throw shade*" — "висміювати або критикувати хтось, часто приховано", "*glow up*" — "динамічне поліпшення в зовнішності чи житті", "*sip tea*" — "пліткувати" [*Smart Words & Meanings*].

Наступним доволі таки розповсюдженим видом нелітературної мови у англomовному середовищі є жаргонні слова. Жаргонізм — незрозумілі таємні слова [Бацевич, с. 54], що використовуються соціальними групами, об'єднаними спільними інтересами, це, як правило, старі слова, що отримали абсолютно нове значення. Традиційне значення слів несуттєве, важливим є лише нове, імпровізоване значення. Більшість жаргонізмів будь-якої мови, і

англійської також, абсолютно незрозумілі для тих, хто не належить до соціальної групи, яка їх винайшла. Їх можна визначити як код у коді, тобто особливі значення слів, які накладаються на загальноновизнаний код, тобто словникові значення слів. Так, слово "grease" означає "гроші", "loaf" — "голова", "a tiger hunter" — "азартний гравець", "a lexic" — "студент, який готується до юридичного курсу" [Smart Words & Meanings; Procter 2001, p. 100]. Жаргонізми мають соціальний характер, вони не є регіональними, наприклад, у Великій Британії та США практично будь-яка соціальна група людей має свій власний жаргон. В англійській мові добре відомі такі жаргони: жаргон злодіїв і бродяг, загальновідомий як "cant", також жаргон джазменів і армійський жаргон, відомий як військовий сленг, також жаргон спортсменів та багато інших.

До прикладу слід навести найбільш розповсюджені жаргонізми та їх вживання у реченнях: жаргонне слово "bucks" слід розуміти як "долари": "I dropped a hundred bucks on those new sneakers" [Smart Words & Meanings], перекладаємо як: "Я витратив сто доларів на ті нові кросівки". Слово "gig" варто трактувати як "виступ, вечірка": "I have a gig at the local club tonight, playing the drums" [Smart Words & Meanings], що в перекладі: "У мене є виступ у місцевому клубі сьогодні ввечері, граю на барабанах". Жаргонне слово "chow" розуміємо як "їжа, перкус": "Let's grab some chow before the movie", перекладаємо: "Давайте щось поїмо перед фільмом". Наткнувшись на слово "kicks" слід перекладати як "кросівки": "Check out my new kicks; they're so comfortable" [Smart Words & Meanings], переклад: "Подивіться на мої нові кросівки; вони такі зручні". Наступна фраза, що вживається у жаргонному контексті "Hit the hay" перекладається як "лягати спати". Наприклад: "I'm tired; I think I'm going to hit the hay early tonight", дослівно: "Я втомився; думаю, сьогодні піду спати раніше". Наступне слово "ace" є також жаргонним і перекладається як "відмінно справитись". Наприклад, його вживання у реченні: "You did an ace job on that project!" [Smart Words & Meanings], що перекладається як: "Ти відмінно справився з тим проектом!" В дослідженні

наведено лише декілька прикладів англійського жаргону, який можна зустріти в різних ситуаціях та групах спілкування, однак існує і безліч інших.

Наступним не менш вживаним серед видів нелітературної мови є слова на позначення професії (професіоналізми) — це слова, які використовують невеликі групи людей, об'єднані навколо однієї професії [Бацевич, с. 54]. Вони зазвичай позначають певний робочий процес або знаряддя праці. Професіоналізми співвідносні з термінами, однак, слід розуміти, що терміни, створюються для номінації нових понять, котрі з'являються в процесі і внаслідок технічного прогресу та розвитку науки. Професійні слова по-новому називають вже існуючі поняття, засоби або знаряддя праці і мають типові властивості особливого коду. В цілому, професіоналізми — це особливі слова нелітературного шару англійської лексики, тоді як терміни — це спеціалізована група, що належить до літературного прошарку [Корунець 2003, с. 56]. Терміни, якщо вони пов'язані зі сферою або галуззю науки чи техніки, добре відомі пересічним громадянам, легко декодуються і входять до нейтрального шару лексики. Професіоналізми, як правило, залишаються в обігу в межах певної спільноти, оскільки вони пов'язані зі спільною професією та спільними соціальними інтересами.

До прикладу, слід навести певні професіоналізми, що використовуються в різних професіях: "*tin-fish*" — "підводний човен"; "*block-buster*" — "бомба, спеціально призначена для руйнування"; "*piper*" — "фахівець, який прикрашає кондитерські вироби за допомогою кремової трубочки"; "*an obstetric case*" — "акушерський випадок"; "*knockout*" — "нокаутуючий удар" [*Smart words & Meanings; Economist*]. Також варто акцентувати увагу на професіоналізмах, що вживаються у галузі бізнесу та професійному оточенні для точного вираження концепцій та стратегій: перше з них "*benchmarking*", наприклад: "*We are benchmarking our performance against industry leaders to identify areas for improvement*", що у перекладі: "Ми порівнюємо нашу ефективність з лідерами галузі, щоб визначити області для поліпшення". Друге популярне слово "*networking*", у реченні: "*Attending conferences is a great way to expand your*

*professional network*", а у перекладі: "Участь в конференціях — це відмінний спосіб розширити свою професійну мережу". Третє по вживаності "*SWOT Analysis*", що звучить в оригіналі: "*Before launching the new product, we conducted a SWOT analysis to assess its strengths and weaknesses*", в перекладі: "Перед запуском нового продукту ми провели аналіз SWOT для оцінки його сильних і слабких сторін." Наступне розповсюджене слово "*milestone*", в оригіналі: "*Completing the project on time was a significant milestone for our team*", а в перекладі: "Завершення проекту вчасно було важливим кроком для нашої команди". "*Collaboration*" — ще одне популярне слово професіоналізм, у реченні звучить: "*Effective collaboration among team members is crucial for project success*", натомість у перекладі: "Ефективне співпрацювання між членами команди є ключовим для успіху проекту" [*Smart Words & Meanings*]. Однак деякі професіоналізми, як і певні терміни, стають загальноживаними, тому ми активно використовуємо їх у повсякденному спілкуванні.

Останнім значущим видом нелітературної мови є вульгаризми. Вульгаризми — це грубі слова, які використовують люди з нижчих верств населення (ув'язнені, наркоторговці, бездомні тощо). Нецензурною лексикою вважаються ті слова та вирази, що не мають цензури, тобто одиниці, що не можуть бути надруковані, хоча і мають місце в певній неформальній ситуації. Варто зазначити, що нецензурні вирази засуджуються з морально - етичної точки зору і розглядається як грубе порушення суспільно прийнятих норм. Таким чином ці одиниці вважаються непристойними, так як використання нецензурної лексики вважається табу, то на письмі часто використовують графічні евфемізми, наприклад: *f\*\*k*, *c\*nt*, *motherf\*\*\*\*r* та інші. В англійській мові існує 7 найбільш розповсюджених нецензурних слів: *shit*, *piss*, *fuck*, *cunt*, *sucker*, *motherfucker*, *tits* [*Smart Words & Meanings*].

Аналізуючи все вище зазначене, слід наголосити, що використання нелітературної мови має значний вплив на суспільство в різних аспектах. З одного боку, це є засобом самовираження та творчого виразу, що дозволяє виражати емоції та ідентифікацію в специфічних групах. З іншого боку,



нелітературна мова може призводити до втрати якості мовлення та порушення комунікації, особливо в професійному та навчальному середовищі. Важливо зберігати баланс між самовираженням та збереженням якості мовної комунікації, адаптуючи способи виразу до контексту та аудиторії.

### **2.3 Мовно-стилістичні та комунікативні аспекти використання абревіацій та скорочень**

Історія виникнення абревіатур є достатньо цікавою темою, яка пов'язана з розвитком мови та потребами суспільства. Абревіатури — це скорочення слів або фраз до кількох літер або символів [Шаповалова 2001, с. 81-85]. Вони виникають з різних причин, таких як полегшення спілкування, економія місця при письмі, швидший обмін інформацією та інші. Наведемо деякі загальні фактори, що впливали на виникнення абревіатур.

По-перше, вживання абревіатур — це економія часу та простору: можна сказати, що однією з основних причин виникнення абревіатур є бажання економії часу та простору при письмі чи розмові. Використання скорочень дозволяє швидше та зручніше передавати інформацію, тому сьогодні люди часто використовують їх, незалежно від мови, віку чи типу спілкування. По-друге, під впливом технологічного прогресу почався розвиток технологій, зокрема телекомунікацій та комп'ютерів, що призводить до потреби швидкого та ефективного обміну інформацією. Тож, абревіатури стають зручним інструментом для коротших повідомлень. По-третє, з розвитком професійної термінології, слід зазначити, що починає з'являтися багато абревіатур, що відносяться до науки, техніки та різних професій. Вони можуть виникати для позначення складних термінів чи процесів. По-четверте, фактором появи абревіатур може бути потреба у військових та урядових термінах, тому що саме в армії та урядових структурах часто використовуються абревіатури для

швидкого та чіткого передавання команд та інструкцій. Це також може застосовуватися до інших сфер, де важлива точність та чіткість комунікації. По-п'яте, модні та мовні тенденції вносять свої корективи у розвиток лінгвістики, у певних періодах часу або серед певних груп людей можуть з'являтися певні тенденції, які впливають на використання аббревіатур [Шаповалова 2001, с. 56].

Абревіатури — це іменники, що складаються з усічених відрізків слів, що входять в синонімічне словосполучення, опорний компонент з яких може бути цілим, неусіченим словом [Верба 2003, с. 111]. Абревіатури діляться на певні види:

1. Ініціалізми — абревіатури, складені з початкових літер компонентів словосполучення. Це абревіатури:

а) звукового типу, тобто такі, що читаються як прості слова, де наголос падає на перший склад, наприклад:

"*a.s.a.p. – as soon as possible*" — "якнайшвидше", "*radar – radio detection and ranging*" — "радар (система радіолокації)", "*UFO – unidentified flying object*" — "НЛО (незрозумілий літаючий об'єкт)", "*laser – light amplification by stimulated emission of radiation*" — "лазер (система світлового випромінювання)", "*NASA – National Aeronautics and Space Administration*" — "НАСА (Національне Управління Аеронавтики і Космічної Адміністрації)", "*JPEG – Joint Photographic Experts Group*" — "Джейпег (група зі спеціалістів у сфері фотографії)" [*Smart Words & Meanings; The Oxford Dictionary of Modern Slang* (тут і далі – *ODMS*)].

б) буквеного типу, тобто таких, що читаються як назви літер, наприклад: "*NATO – North Atlantic Treaty Organization*" — "НАТО (Організація Північноатлантичного договору)", "*UNICEF – United Nations International Children's Emergency Fund*" — "ЮНІСЕФ (Міжнародний надзвичайний фонд допомоги дітям при Організації Об'єднаних Націй)", "*FBI – Federal Bureau of Investigation*" — "ФБР (Федеральне бюро розслідувань)", "*PIN – Personal Identification Number*" — "ПІН-код (особистий ідентифікаційний номер)"

[*Smart Words & Meanings; ODMS*].

2. Аббревіатури складеного типу, тобто складені з початкових складів слів, що утворюють словосполучення, наприклад: "*WiFi – Wireless Fidelity*" — "бездротова мережа (стандарт бездротового з'єднання)", "*ATM – Automated Teller Machine*" — "банкомат (автоматизований банківський термінал)", "*POTUS – President of the United States*" — "Президент Сполучених Штатів (президент США)", "*VIP – Very Important Person*" — "важлива особистість (людина високого статусу чи важливості)", "*CEO – Chief Executive Officer*" — "генеральний директор" [*Smart Words & Meanings; ODMS*].

3. Аббревіатури змішаного типу, що поєднують елементи з різних мовних категорій, використовуються для ефективної комунікації та дозволяють ефективно та коротко виражати складні поняття чи використовувати терміни з різних мовних груп, наприклад: "*etc. – et cetera*" — "і так далі" (використовується для позначення продовження списку), "*per se*" — "сам по собі", "*e.g. – exempli gratia*" — "наприклад", "*vice versa*" — "навпаки", "*B.A. – Bachelor of Arts*" — "бакалавр в галузі мистецтва" (використовується для позначення академічного ступеня), "*A.M. – Ante Meridiem*" — "до полудня" [*Smart Words & Meanings; ODMS*].

4. Аббревіатури з поєднання початкової літери слова з цілісним словом, яке не піддалося скорочення, використовуються для створення коротших та запам'ятовуваних термінів, наприклад: "*V-neck*" — "виріз у вигляді літери "V" на одязі", "*H-bag – hand bag*" — "дамська сумочка", "*Xcard – Christmas card*" — "різдвяна листівка", "*U-turn*" — "різкий поворот назад", "*X-ray*" — "рентген", "*K-pop – Korean pop*" — "поп-музика з Кореї" [*Smart Words & Meanings; ODMS*].

5. Аббревіатури з поєднанням початку першого слова з початком і кінцем другого або тільки з кінцем другого слова, наприклад: "*webinar – web + seminar*" — "вебінар" (онлайн семінар або тренінг), "*chillax – chill + relax*" — "відпочинок" (змішання слів "*chill*" — "розслабитися" і "*relax*" — "відпочивати"), "*smog – smoke + fog*" — "дим + туман" (погода з великою

кількістю забрудненого повітря), "*brunch – breakfast + lunch*" — "сніданок + обід" (пізній сніданок) [*Smart Words & Meanings; ODMS*].

Основною відмінністю між "аббревіацією" та "скороченням" є те, що аббревіація виконує процес скорочення фразових термінів до їхніх початкових літер. Слід зауважити, що словник синонімів сучасної англійської мови подає термін "скорочення" (*shortening, reduction*) як синонім до терміна "аббревіація" [Бондаренко 2001, с.10; Гармаш 2011, с. 148]. Скорочення в англійській мові є поширеним явищем, яке виникає з бажання економії часу, простору та зусиль при комунікації, також, скорочення — це ефективний спосіб вираження інформації, особливо в сучасному світі, де швидкість та лаконічність є ключовими аспектами комунікації. Соціальні мережі стали невід'ємною частиною спілкування, особливо для тих, хто прагне знайти кохання через мережу або ж ділових партнерів чи друзів. Скорочення, переважно, є основою листування, тому що вони допомагають швидко висловлювати свої думки і не писати довгих слів, адже суть спілкування онлайн – швидкість обміну інформацією. Більша частина скорочень для листування включають цифри. Вони замінюють склади, що збігаються з вимовою назв чисел. Наприклад: "*2MOR*" — "завтра", "*2NTE*" — "увечері", "*10X*" — "дякую", "*4SALE*" — "на продаж", "*AIRGHT*" — "все в порядку". При онлайн спілкуванні часто зустрічаються і такі скорочення: "*DUR – do you remember?*" — "ти не забув?", "*IMO – in my opinion*" — "я думаю, що...", "*IMHO – in my humble opinion*" — "не хочу нав'язувати свою думку, але я думаю, що...", "*RN – right now*" — "негайно", "*TIA – thanks in advance*" — "наперед дякую", "*WDYT – what do you think*" — "цікава твоя думка", "*IDK – I don't know*" — "я не знаю", "*TBH – to be honest*" — "якщо відверто, то...", "*OMG – oh my God*" — "о, Боже" [Гармаш 2011, с. 149].

Вживання скорочень в англійських реченнях допомагає зробити мовлення більш лаконічним і ефективним. Тому, слід навести декілька прикладів вживання скорочень у різних контекстах:

1. Скорочення як технічний термін: "*The new smartphone features a high-res*

- camera and a USB-C port*" [*Smart Words & Meanings; Acronymfinder*], переклад: "Новий смартфон має високоякісну камеру та порт USB-C".
2. Офіційні та організаційні аббревіатури: "*The CEO will attend the UNESCO conference next week*" [*Smart Words & Meanings; Acronymfinder*], переклад: "Генеральний директор візьме участь у конференції ЮНЕСКО наступного тижня".
  3. Акроніми та аббревіатури в розмовному мовленні: "*I love watching TV shows, especially those with great CGI*" [*Smart Words & Meanings; Acronymfinder*], переклад: "Мені подобається дивитися телешоу, особливо ті, де є чудова комп'ютерна графіка".
  4. Слова-скорочення в повсякденному мовленні: "*Let's grab some pizza and then head to the movies*" [*Smart Words & Meanings; Acronymfinder*], переклад: "Давайте купимо піцу і потім підемо в кіно".
  5. Інтернет-мова та текстові повідомлення: "*OMG, did you see that hilarious meme on social media?*" [*Smart Words & Meanings; Acronymfinder*], переклад: "О, Боже, ти бачив той смішний мем у соцмережах?".
  6. Акроніми для вираження концепцій: "*During the meeting, they discussed the SWOT analysis for the new project*" [*Smart Words & Meanings; Acronymfinder*], переклад: "Під час зустрічі вони обговорювали аналіз SWOT для нового проекту".
  7. Аббревіатури в рекламних та інформаційних матеріалах: "*Join us for the weekly webinar on digital marketing strategies*" [*Smart Words & Meanings; Acronymfinder*], переклад: "Приєднуйтеся до нас на щотижневому вебінарі з стратегій цифрового маркетингу".

В загальному значення, слід розуміти, що аббревіатури (ініціалізми, скорочення, аббревіатури та акроніми) — це складні слова утворені першими літерами або іншими частинами слів, які широко використовуються в усному та писемному мовленні [Шаповалова 2001, с. 35]. Аббревіатура розуміється як аббревіатура, що складається з перших літер кожного слова в назві чогось, що вимовляється як слово. У цьому полягає ключова відмінність між цими типами

скорочень. Іншими словами, акронім — це підкатегорія аббревіатури, також існують різні думки щодо використання терміну акронім. З одного боку, акроніми це будь-які слова, що складаються з перших літер або частин слів у скороченому словосполученні, з іншого боку — це тільки ті скорочення, які вимовляються як цілі слова, а не як послідовність назв літер [Шаповалова 2001, с. 37].

Найчастіше акронім втілює в собі звукове скорочення. Існують основні типи акронімів: бекроніми, звукові, буквено-звукові та рекурсивні. Вони широко використовуються в політичних, суспільно-політичних та ділових текстах. Це можуть бути назви посад, організацій, угод тощо. Принцип їх утворення здебільшого відповідає загальним принципам утворення скорочень. Аббревіації та скорочення в мовленні є потужним інструментом для ефективної та лаконічної комунікації. Вони допомагають економити час, простір і зусилля при вираженні інформації в різних контекстах, таких як технічні терміни, офіційна мова, повсякденні розмови, а також в інтернет-комунікації. Застосування аббревіацій уможлиблює швидке сприйняття інформації та сприяє динаміці мовлення, роблячи їх важливим елементом сучасної мовної практики. Однак важливо використовувати їх у відповідному контексті та аудиторії, щоб уникнути непорозумінь та зберегти чіткість комунікації.

У практичній частині нашої магістерської роботи було ретельно досліджено та проаналізовано низку аспектів, пов'язаних з мовною комунікацією в Інтернеті. Зокрема, за допомогою лінгвостилістичного підходу було вивчено лінгвістичні особливості та характеристики інтернет-комунікації. Зосереджуючи увагу на нелітературній мові як засобі віртуального самовираження, у роботі висвітлено, як Інтернет дає змогу людям висловлювати свої почуття та думки за допомогою нестандартних мовних засобів. Також, досліджено мовно-стилістичні та комунікативні аспекти використання аббревіацій та скорочень у віртуальному спілкуванні. З'ясовано, що наведені в розділі приклади мовних засобів, не лише сприяють ефективності комунікації в інтернет-середовищі, але й мають важливий

стилістичний вплив на спосіб взаємодії учасників спілкування.

Висновок практичного розділу свідчить про важливість вивчення мовних особливостей інтернет-комунікації, враховуючи їхній вплив на віртуальне самовираження та сприяння швидкій та ефективній взаємодії. Дослідження висвітлює значущі аспекти, які можуть бути корисні для мовознавчих досліджень та розвитку ефективних стратегій віртуального спілкування.

## ВИСНОВКИ

Проаналізувавши наукові точки зору стосовно питання текстової комунікації в англomовному віртуальному дискурсі, визначаємо, що текстова комунікація — це передача інформації за допомогою письмового тексту в різних формах, з розвитком технологій та зростанням використання онлайн-платформ дана тема є надзвичайно актуальною в сучасному світі.

Ось кілька аспектів, які підтримують актуальність цієї теми: по-перше, соціальні мережі та месенджери, тобто інструменти текстової комунікації, такі як *Facebook*, *WhatsApp*, *Twitter* тощо, стали важливими для спілкування між людьми з усього світу; по-друге, велика частина корпоративного та робочого спілкування відбувається через електронну пошту, чати та інші інструменти текстової комунікації; по-третє, зростання віддалених та онлайн-форматів навчання підкреслює важливість письмового обміну інформацією в освітній сфері; по-четверте, різноманіття мовленнєвих стилів та форм комунікації в інтернеті створює нові форми культурного впливу та взаєморозуміння; по-п'яте, у світі глобальних бізнесів текстова комунікація є ключовою для спілкування з партнерами та клієнтами з різних країн.

У теоретичному розділі нашої магістерської роботи ми провели аналіз ключових аспектів текстової комунікації в англomовному віртуальному дискурсі, фокусуючись на мовно-стилістичних особливостях. Наша мета полягала в розкритті сутності та вивченні динаміки цього унікального засобу спілкування, що виникає в онлайн-середовищі. У ході дослідження з'ясовано, що мова онлайн спілкування існує, як особлива форма природної мови, що реалізується в певних умовах і відображає процес взаємодії усної та письмової форм сучасної англійської мови. Розглянуто інформацію стосовно сучасного англomовного спілкування, визначено його особливості, складнощі та актуальність. Опрацьовано матеріал стосовно того, що слугує появі нових слів у віртуальному середовищі, а також визначено який вплив мають засоби спілкування та як сприймаються індивідом.



У практичному розділі, зокрема, ми розглянули методологію дослідження аспектів англomовного інтернет спілкування, включаючи аббревіації, сленг, скорочення, формальна та неформальна мова, а також, інтернет-спілкування як ключові елементи текстової комунікації в цифровому просторі. Проаналізовано мовну специфіку та наведено достатньо прикладів для розуміння даної теми магістерської роботи. З'ясовано, які відмінності між формальною та неформальною мовою та як часто люди використовують неформальну мову для передачі своїх почуттів, емоцій тощо. Виявилось, що всі наведені вище мовні засоби не лише полегшують та прискорюють обмін інформацією, але також слугують індикаторами соціокультурної приналежності та індивідуальності. У ході розділу ми звернули увагу на неологізми, новоутворення, які активно виникають у віртуальному дискурсі під впливом технологічних, культурних та соціальних змін. Ці нові слова відображають сучасні реалії та тенденції, розширюючи лексичний запас англійської мови. Дослідження поняття інтернет-спілкування та його впливу на формування комунікативних стратегій користувачів показало, що віртуальний дискурс є багатогранним явищем, де техніка та творчий вибір виражають індивідуальність спілкуюча.

В цілому, теоретичний та практичний аналіз дозволив нам глибше розуміти особливості мовленнєвого процесу в онлайн-середовищі та створити фундамент для подальшого емпіричного дослідження. Вивчення текстової комунікації у віртуальному дискурсі є важливим кроком у розкритті динаміки сучасної мовної практики та її впливу на суспільство.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бацевич Ф.С. Словник термінів міжкультурної комунікації. М-во освіти і науки України, Львів. нац. ун-т ім. І. Франка. Київ: Довіра, 2007. 205 с. веб сайт URL: <http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/ua/elib.exe?Z21ID=> (дата звернення: 24.11.2023)
2. Бондаренко К. Л. лінгвокультурні особливості укр. та англ. сленгу: автореф. дис. к. ф. н. Д.: 2007. 22 с.
3. Верба Л. Г. Порівняльна лексикологія англійської та українських мов. Посібник для перекладацьких відділень вузів. Вінниця: 2003. 160с.
4. Гармаш О. Л. Лінгвосинергетичний аспект розвитку словникового фонду англійської мови. Монографія. Запоріжжя, 2011. 323с.
5. Голубовська І. Актуальні проблеми сучасної лінгвістики: ВПЦ “Київський університет”, 2011. 223 с.
6. Горелікова С. Н. Природа терміна і деякі особливості термінотворення в англійській мові. Київ: Вісник ОДУ. 2002. № 6. с.10.
7. Глінка Н. В. Відтворення засобів виразності в українському перекладі політичних текстів різних жанрів, 2020: веб-сайт URL: <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2020/11/90.pdf> (дата звернення: 08.10.2023)
8. Глущенко В. А. Лінгвістичний метод і його структура. Мовознавство, 2010, 32-44 с.
9. Іщенко Н. Г. Текст – цілісна мовна й мовленнєва структура: науковий вісник ДДПУ імені І. Франка. Філологічні науки. Мовознавство: збірник наукових праць. 2016. Вип. 5. 128 - 130 с.
10. Єщенко Т. А. Лінгвістичний аналіз тексту. Київ: Академія, 2009. 264 с.
11. Жилко Ф. Т. Ареальні системи української мови. Мовознавство. 2016.
12. Загнітко А. П. Основи дискурсології. Донецьк: ДонНУ, 2008. 194с. URL: [https://moodle.znu.edu.ua/pluginfile.php/697205/mod\\_resource/content/1/%D0%9E%.pdf](https://moodle.znu.edu.ua/pluginfile.php/697205/mod_resource/content/1/%D0%9E%.pdf) (дата звернення: 08.01.2024)

13. Зацний Ю.А. Неологізми англ. мови ХХІ століття. Запоріжжя: РА “Тандем-У”; 2016. 396 с.
14. Зацний Ю. А. Сучасний англomовний світ і збагачення словникового складу. Львів: ПАІС, 2007. 228 с.
15. Зацний Ю.А. Інновації у словниковому складі англійської мови початку ХХІ століття: Англо-український словник. Зацний Ю.А., Янков А.В. Вінниця: Нова Книга, 2008. 360 с.
16. Карабан В.І. Переклад англійської наукової і технічної літератури. Граматичні труднощі, лексичні, термінологічні та жанрово-стилістичні проблеми. Вінниця: Нова книга, 2004. 564с.
17. Колоїз Ж. В. До питання про диференціацію основних понять неології. Вісник Запорізького ун-ту: Філологічні науки. Запоріжжя, 2002.78–83 с.
18. Кононова О. Л. Використання блог-ресурсів на заняттях з іноземної мови «Сучасні підходи до навчання іноземної мови: шляхи інтеграції школи та ВНЗ». Матеріали ІІІ міжнародної конференції. Харків, 2013.
19. Корунець І.В. Порівняльна типологія англійської та українських мов. Вінниця.: Нова Книга, 2003. 464 с. (Інформація та документація)
20. Косіков Г.К. Ролан Барт – семіолог, літературознавець: веб-сайт URL: <http://www.humanities.edu.ru/db/msg/31901> (дата звернення: 25.11.2023)
21. Косенко Ю. В. Основи теорії мовної комунікації: навч. посіб. Суми: Сумський державний університет, 2011. 187 с., веб-сайт URL: <https://kpdі.edu.ua/biblioteka/%D0%9E/92..pdf> (дата звернення: 03.01.2024)
22. Лащук Ю. Особливості віртуального наукового спілкування: культурологічний контекст. Наукові праці Національної бібліотеки України ім. В. І. Вернадського. 2010. Вип. 27. С. 87–93.
23. Левицький А.Е., Сингаївська А.В., Славова Л. Вступ до мовознавства: Навчальний посібник. К.: Центр навчальної літератури, 2006. 104 с.
24. Луценко О. І. Лінгвістичні аспекти Інтернет-комунікації. Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія:

- Філологічна. 2013. Вип. 40. С. 64-66.
25. Мозговий В.І. Українська мова у професійному спілкуванні. І. В. Мозговий, В.І. Мацько. Вид.офіц.: Освіта, 2006. 592 с.
26. Поліщук Н. П. Лінгвістична теорія тексту та комунікації. 2013.
27. Рогач Л.В. Термінологічна поліфункціональність лінгвістичних термінів англійської та української мов: *Сучасне дослідження з іноземної мови*. Збірник наукових праць. Випуск В. Вид. офіц. Ужгород. 2008. 367 с.
28. Савченко А. "Теорія тексту та аспекти дискурс-аналізу", 2016. 167 с.
29. Селіванова О. О. Лінгвістична енциклопедія. Вид. офіц. Полтава: Довкілля-К, 2010. 844 с.
30. Шаповалова Г.А. Аббревіація у мові засобів масової інформації. *Актуальні проблеми журналістики*. 2001. с. 81-85.
31. Яхонтова Т. В. Лінгвістична генологія наукової комунікації: Львів: Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка, 2009. 420 с.
32. Acronymfinder, веб-сайт URL: <https://www.acronymfinder.com/> (accessed: 07.01.2024)
33. Economist, веб-сайт URL: <https://www.economist.com/> (accessed: 07.01.2024)
34. Cambridge Dictionary. Online dictionary from Cambridge University Press. – Regime Online: URL: <https://dictionary.cambridge.org/> (accessed: 27.11.2023)
35. Crystal D. Internet Linguistics: A Student Guide, 2011. URL: <https://books.google.com.ua/books?id=mvqrAgAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=ru#v=onepage&q&f=false> (accessed: 03.12.2023)
36. Crystal D. Internet Linguistics: A New Grammar?, 2022. URL: <https://pdfkeys.com/download/2537297Internet%20Linguistics%20David%20Crystal.pdf> (accessed: 03.12.2023)
37. Crystal D. Language and the Internet, 2006. URL: <https://catdir.loc.gov/catdir/samples/cam031/2001025792.pdf> (accessed: 03.12.2023)

38. Crystal D. The Stories of English / David Crystal. Ldn. : Penguin Books, 2005. URL: <https://www.penguin.co.uk/books/38406/the-stories-of-english-by-crystal-david/9780141015934> (accessed: 03.12.2023)
39. Dictionary of Idioms and Their Origins. URL: <http://www.e4thai.com/e4e/images/pdf/Dictionary%20of%20Idioms%20and%20Their%20Origins.pdf> (accessed: 23.11.2013)
40. Harris Z. "Discourse Analysis. URL: [https://www.troyspier.com/assets/files/bibliographies/discourse/harris\\_discourse.pdf](https://www.troyspier.com/assets/files/bibliographies/discourse/harris_discourse.pdf) (accessed: 10.12.2023)
41. Halliday M., Language as social semiotic. 1978. URL: <https://web.mei.edu/display?idshelves=Y96g583&FilesData=Halliday+Language+As+Social+Semiotics.pdf> (accessed: 10.12.2023)
42. (LDCE) Longman Dictionary of Contemporary English Online. URL: <https://www.ldoceonline.com/> (accessed: 08.01.2024)
43. Herring S. S. Computer Mediated Discourse. URL: <http://www.let.rug.nl/redeker/herring.pdf> (accessed: 10.12.2023)
44. (ODMS) The Oxford Dictionary of Modern Slang. URL: [https://books.google.com.ua/books?id=KTcAQAAQBAJ&printsec=frontcover&redir\\_esc=y#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.ua/books?id=KTcAQAAQBAJ&printsec=frontcover&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false) (accessed: 10.12.2023)
45. (OED) The Oxford English Dictionary. URL: <https://www.oed.com/> (accessed: 10.12.2023)
46. Parker C. R. Under Wrapped: A Novel. Strebor Books, 2015. 289 p. URL: [https://www.philol.vernadskyjournals.in.ua/journals/2021/4\\_2021/part\\_1/23.pdf](https://www.philol.vernadskyjournals.in.ua/journals/2021/4_2021/part_1/23.pdf) (accessed: 08.01.2024)
47. Procter P. Longman Dictionary of Contemporary English. New Words / P. Procter. – Harlow Essex: Pearson Education Limited, 2001. 1229 p.
48. (RC) Reverso Context. URL: <https://context.reverso.net/%D0%BF%D0%B5%D1%80%D0%B5%D0%B2%D0%BE%D0%B4/> (accessed: 10.01.2023)
49. Thorn T. Dictionary of Contemporary Slang: dictionary. London, 2014.
50. Smart Words & Meanings. URL: <https://www.smart-words.org/> (accessed: 08.01.2023)

51. Spears R. Slang and Euphemism. N.Y.: New American Library, 1982.
52. Tagga C. "Corpus linguistics study of SMS text messaging", 2009. 412p.  
URL: <https://etheses.bham.ac.uk/id/eprint/253/1/Tagg09PhD.pdf> (accessed: 10.12.2023)
53. Taggert S. "Discourse of Text Messaging: Analysis of SMS Communication". 2016. URL: [https://www.academia.edu/5988828/Discourse\\_of\\_text\\_messaging](https://www.academia.edu/5988828/Discourse_of_text_messaging) (accessed: 20.11.2023)
54. Yaghubyan M. Approximation as a Semantic Process of Occasional Modification of the Meaning. London: Longman. 12 c. URL: <http://www.old.ysu.am/files/1-1545117481-.pdf> (accessed: 20.11.2023)
55. (UGE) University Grammar of English. R. A. Quirk, S. Greenbaum, G. Leech, J. Svartvik., 2018. 247 c. URL: [https://www.academia.edu/34808715/Docslide\\_us\\_university\\_grammar\\_of\\_english\\_workbook\\_r\\_a\\_close](https://www.academia.edu/34808715/Docslide_us_university_grammar_of_english_workbook_r_a_close) (accessed: 20.11.2023)

## НАЙБІЛЬШ ВЖИВАНІ АБРЕВІАТУРИ

АБРЕВІАЦІЯ	ПЕРЕКЛАД
<i>LOL (Laugh Out Loud)</i>	Сміятися голосно
<i>BRB (Be Right Back)</i>	Повернусь незабаром
<i>BTW (By The Way)</i>	До речі
<i>FYI (For Your Information)</i>	Для вашої інформації
<i>OMG (Oh My God)</i>	О боже
<i>IDK (I Don't Know)</i>	Не знаю
<i>IMO/IMHO (In My Opinion/In My Humble Opinion)</i>	На мою думку/скромну думку
<i>ICYMI (In Case You Missed It)</i>	У разі, якщо ви пропустили це
<i>IRL (In Real Life)</i>	В реальному житті
<i>TGIF (Thank God It's Friday)</i>	Дякую Богу, сьогодні п'ятниця
<i>DM (Direct Message)</i>	Приватне повідомлення
<i>OOTD (Outfit Of The Day)</i>	Вибір дня (щоденний наряд)
<i>BFF (Best Friends Forever)</i>	Найкращі друзі назавжди
<i>NSFW (Not Safe For Work)</i>	Не безпечно для роботи
<i>YOLO (You Only Live Once)</i>	Ти живеш лише раз
<i>ROFL (Rolling On the Floor Laughing)</i>	Кататися від сміху по підлозі
<i>AFAIK (As Far As I Know)</i>	Наскільки я знаю
<i>ETA (Estimated Time of Arrival)</i>	Приблизний час прибуття

## НАЙБІЛЬШ ВЖИВАНІ СЛЕНГОВІ ВИРАЗИ

СЛЕНГ	ПЕРЕКЛАД
<i>Lit</i>	Веселий або захоплюючий; в стані екстазу
<i>Savage</i>	Хтось, хто веде себе безжально або невідворотно
<i>Clout</i>	Вплив або слава в соціальних мережах
<i>FOMO - Fear Of Missing Out</i>	Страх пропустити щось цікаве
<i>Ghost</i>	Плутати людину, припиняючи відповідати на повідомлення або зникаючи без сліду
<i>Flex</i>	Показати свої успіхи або виразити гордість за щось
<i>GOAT (Greatest of All Time)</i>	Найкращий усіх часів
<i>Tea</i>	Секретна або цікава інформація; події, що відбуваються
<i>Flexin'</i>	Показувати свою статус чи успіх
<i>Vibe</i>	Загальний настрій або енергія певного місця, ситуації чи людини
<i>Simp</i>	Людина, яка робить надмірні зусилля або демонструє слабкість перед кимось, на кого вони зацікавлені
<i>Cap</i>	Жарт або обман
<i>Woke</i>	Збуджений або освічений стосовно соціокультурних питань
<i>Bae</i>	Улюблена людина чи хлопець/дівчина
<i>LITerally</i>	Це поєднання "літерально" і "веселий", використовується для підкреслення чогось вражаючого або захоплюючого



**Декларація  
академічної доброчесності  
здобувача ступеня вищої освіти УМСФ**

Я, Почта Аліна Геннадіївна, студент(ка) 2 курсу магістратури, форми навчання заочна, факультету економіки, бізнесу та міжнародних відносин, освітньо-професійна програма 035 Філологія, спеціалізації 035.041 Германські мови та літератури (переклад включно), перша – англійська, адреса електронної пошти alyasinyavskaaya@gmail.com ,

- підтверджую, що написана мною кваліфікаційна робота на тему «Мовностилістичні особливості текстової комунікації у англomовному віртуальному дискурсі» відповідає вимогам академічної доброчесності та не містить порушень, що визначені у ст. 42 Закону України «Про освіту», зі змістом яких ознайомлений/ознайомлена;

- заявляю, що надана мною для перевірки електронна версія роботи є ідентичною її друкованій версії;
- згоден/згодна на перевірку моєї роботи на відповідність критеріям академічної доброчесності у будь-який спосіб, у тому числі за допомогою Інтернет-системи, а також на архівування моєї роботи в базі даних цієї системи.

Дата \_\_\_\_\_ Підпис \_\_\_\_\_

ПІБ (студент) \_\_\_\_\_