

**LEXICAL AND SEMANTIC FEATURES OF ADOLESCENT COMMUNICATION
(BASED ON ENGLISH-LANGUAGE INTERNET BLOGS)**

*Oksana Borymska*¹

Received: 2021-09-09

Accepted: 2021-10-17

DOI: <http://doi.org/10.46489/gpj.2021-1-3-8>

Abstract. The study aims to determine the phenomenon of newly created lexical and semantic units in the media space of social networks Instagram, Tik-Tok and Clubhouse, inherent in the adolescent audience; identifying the reasons for the formation of new slang words, their analysis, the impact on the modern language space. The article's core is the classification of these language units according to thematic groups, determining their emotional component. The material for the study was slang lexical items that are pretty popular among young users of social networks in the modern media space. The language of Internet communications is a broad field for linguistic and sociological research in general. The author agrees that the means of language can reflect the social status of adolescents, their views, and worldview in the media. Blogs on the Internet create an artificial virtual field for self-expression and communication. It is concluded that the research topic has a vast field for further in-depth research.

Keywords: media space, social networks, Internet communications, Instagram, Tik-Tok, Clubhouse.

¹ Oksana Borymska, Candidate of Philological Sciences, Assistant of Department of English Philology and Intercultural Communication, Taras Shevchenko National University of Kyiv, Y. Ilyenko str. 36/1, 04119 Kyiv, Ukraine <https://orcid.org/0000-0002-4025-4393>

ВСТУП

Метою дослідження є визначення явища новостворених лексичних і семантичних одиниць у медіапросторі соціальних мереж Instagram, Tik-Tok і Clubhouse, притаманних підлітковій віковій аудиторії; виявлення причин утворення нових сленгових слів, їх аналіз, вплив на сучасний мовний простір. Ядром статті є класифікація цих мовних одиниць відповідно до тематичних груп, визначення їх емоційного компоненту.

Актуальність зумовлена необхідністю вивчення лексики, що є досить популярною в англomовному середовищі, й яка, до того ж, постійно збільшується у кількості. Це потребує більш глибокого аналізу і всебічної якісної характеристики у зв'язку із стійкою сформованою зацікавленістю різних вікових аудиторій до останнього, стиль, та проникненням цих слів у розмовну лексику.

Для досягнення поставленої мети у процесі дослідження необхідно виконати наступні завдання: стисло окреслити значення соціальних мереж у сучасному комунікативному просторі, особливо для підліткової аудиторії; охарактеризувати їх основні риси; описати відмінності у спілкуванні користувачів соціальних мереж на усіх рівнях (семантичному, лексичному, граматичному); охарактеризувати значення сленгу у медіапросторі загалом і соціальних мережах зокрема

(на прикладі найбільш популярних соціальних мереж серед підлітків: Instagram, Tik-Tok, Clubhouse); вивчити механізм утворення сленгових неологізмів; проаналізувати нові лексичні одиниці, дати їм оцінку та віднести їх до відповідної групи за допомогою порівняльного аналізу.

Для досягнення поставлених перед нами завдань застосовувалися загальнонаукові та спеціальні методи наукового пізнання: метод синтетичної й аналітичної обробки інформації, метод суцільної вибірки із доступних джерел. Зокрема, інформаційно-пошуковий метод було використано для створення бази матеріалів, на основі яких було проведене дослідження; метод узагальнення послужив окресленню найважливіших теоретичних положень щодо вивчення сленгу; метод індукції та дедукції – формування даних і висновків.

РЕЗУЛЬТАТИ

Відповідно, матеріалом для дослідження стали сленгові лексичні одиниці, які є досить популярними серед юних користувачів соціальних мереж у сучасному медіапросторі.

У результаті проведеного дослідження, варто зазначити, що Clubhouse – соціальна мережа, яка була створена лише у 2020 році, в якій користувачі можуть спілкуватися лише за допомогою голосових повідомлень (рис. 1)



Рис. 1. Логотип мобільного застосунку Clubhouse

Джерело: <https://www.clubhouse.com/>

Визначальною характеристикою вищенаведеної соціальної мережі є її закритість. Найбільш уживаними сленговими словами у вказаній соціальній мережі є наступні: **Wicked** (що означає «блискуче» або

«неймовірно»), **Props** (в перекладі з англійської «виражаю вам свою повагу»), **Diss** (вираження неповаги до іншої людини, дослівно «поливати брудом»), **Blatant** («виражає значення «очевидно» або «і так зрозуміло»)

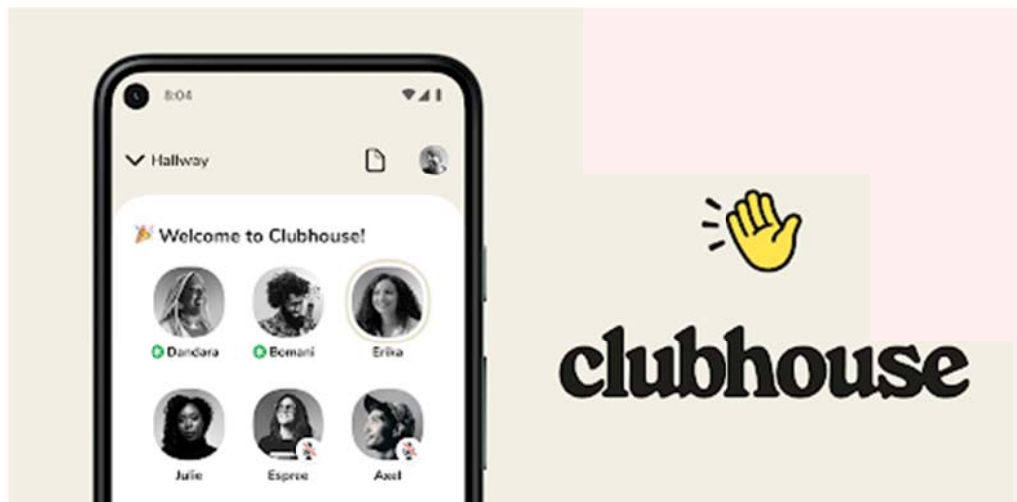


Рис. 2. Мобільний застосунок Clubhouse

Джерело: <https://www.clubhouse.com/>

Варто зазначити, слова, що тут вживаються, є вираженими запозиченнями та новими неологізмами, що пояснюється впливом англомовної аудиторії і можливостями необмеженої комунікації сьогодні. Оскільки ця мережа щойно розпочала

свій розвиток та формування, цікавим є вивчення її змін.

Tik-Tok – китайський соціально-медійний застосунок для створення та поширення відеофайлів та онлайн-трансляцій, що був запущений у вересні 2016 року китайською компанією ByteDance (рис. 3).



Рис. 3. Логотип китайського соціально-медійного застосунку для створення та поширення відеофайлів

Джерело: <https://www.tiktok.com/uk-UA/>

Серед кількості найбільш популярних сленгових слів у вказаній соціальній мережі є: **Piece of cake** (у перекладі означає «шматок пирога» та означає ставлення людини до ситуації – «вирішити це питання – не проблема»), **Yep!** (використовується для спілкування з найближчими людьми), **Chilling або Chill** (дослівно означає «відпочивати», або робити щось без стресу).

Ця мережа характеризується більш розвиненим словником сленгу, однак потребує більш детального вивчення, особливо на предмет вживання і поєднання української лексики із

такими новими неологізмами (Vorobeva, 2017; Kaptiurova, 2011)).

Instagram – соціальна мережа, що базується на обміні фотографіями і дозволяє користувачам робити фотографії, застосовуючи до них фільтри; поширювати їх через свій сервіс та низку інших соціальних мереж. Тут, серед числа інших, найбільш поширеними є: абрєвіатури **OMG** (означає «Oh my God! і відповідає за емоційну складову діалогу), вигуки **Meh!** (слово виражає ставлення людини до ситуації – і означає що щось є огидним людині) та багато інших.



Рис. 3. Логотип соціальної мережі, що базується на обміні фотографіями
Джерело: <https://www.instagram.com/>

Відносно коротка форма більшості слів пояснюється тим фактом, що треба швидко і влучно відгукнутися на публікацію (Ivasiuk, 2019; Shchuryna, 2016).

Зважаючи на те, що згаданий прошарок лексики має значний вплив англомовного середовища, постійно збільшується у кількості, викликаючи активний інтерес нового покоління і проникаючи у розмовну, побутову мову підлітків, вбачаємо за необхідне вивчати та досліджувати зібрані мовні одиниці, а також новоутворені слова з

метою розуміння та їх вживання й функціонування у мові загалом (Brazhnyk, 2013).

Висновки

Таким чином, у медіапросторі засоби мови можуть відображати соціальне положення підлітків, їх погляди, світосприйняття. Блоги в Інтернеті створюють штучне віртуальне поле для їх самовираження і спілкування. Отже, досліджувана тема має надзвичайно широке поле для подальших ґрунтовних розвідок.

References

Brazhnyk, N. V. (2013). *Konstruktyvnyi zistavnyi analiz skladnykh rechen v anhlomovnykh i ukrainomovnykh internet-blohakh*. Naukovyi chasopys Natsionalnoho

pedahohichnoho universytetu imeni MP Drahomanova. Serii 9: Suchasni tendentsii rozvytku mov, 10, 60-65.

Ivasiuk, D. P. (2019). *Leksyko-semantychni osoblyvosti anhliskoi*

rozmovnoi movy (na materiali internet-blohiv). *Studia Philologica*, 3, 22-29.

Kaptiurova, V.V. (2011). Strukturna orhanizatsiia povidomlen u anhlomovnykh mikroblohakh. *Linhvistyka XXI stolittia: novi doslidzhennia i perspektyvy*, 164–171.

Shchuryna, Yu. V. (2016). Zhanrovoe svoeobrazye sotsyalnoi sety Instagram. *Zhanry rechy*, 1(13), 156–168.

Vorobeva, Y. V., Kruzhkova, O. V. (2017). Sotsyalno-psykhologicheskiye aspekty vospryymchivosty molodezhy k vozdeistviam sredy Internet. *Obrazovanye y nauka*, 19, 9, 86-102.