

уваги. Такий текст відрізняється асинхронністю, особистісною орієнтованістю, усно-письмовою формою контактування, полілоговим характером, креолізованістю, доступністю, наявністю зворотного зв'язку, високою експресивністю й обмеженим набором мовних і графічних засобів.

Таким чином, текстове наповнення віртуальної комунікації – не звична письмова фіксація думок, переживань і оцінок автора, а специфічне перенесення у відеоформат життєвого досвіду: спостережень, яскравих епізодів або вигаданих історій, оглядів переглянутих фільмів, прочитаних книг або анекдотів. У віртуальному комунікативному просторі зазвичай перед нами постає не конкретна людина, а віртуальна особистість, яка надягає «маску» й виставляє свідомо своє життя напоказ.

Численні різновиди віртуальної комунікації об'єднує принцип «медійності», тобто особливість тексту бути стислим повідомленням про актуальні й значущі події й факти з життя реальних людей. Щоб впливати на свідомість своєї аудиторії, формувати цінності й звички, авторам віртуальних текстів необхідно швидко реагувати на все нове й прогресивне, миттєво надавати зворотний зв'язок і «завойовувати» довіру якомога більшої кількості людей.

Висновок. Віртуальний комунікативний простір – це не лише соціокультурний, а й лінгвістичний феномен, основною метою якого є самовираження, самоствердження, соціалізація й набуття популярності серед великої аудиторії. Унікальне право – створювати власний текст, впливати на смаки й пріоритети інших людей та формувати світогляд співрозмовника – змушує інтернет-користувачів постійно шукати й опановувати нові способи вираження думок.

Список бібліографічних посилань

1. Гудзь Н. О. Інтернет-дискурс: структурна специфіка та конститутивні ознаки. *Наукові записки. Серія: Філологічна*. Острог : Видавництво Національний університет «Острозька Академія», 2013. Вип. 35. С. 79–81.
2. Шишкін В. І. Мова як складник державотворення. *Мовознавство*. 2013. № 2-3. С. 221
3. Штанько, В.І. Віртуальний комунікативний простір і проблеми самоідентифікації особистості. *Вісник Харківського національного університету імені В.Н.Каразіна. Серія: Теорія культури і філософія науки*. 2012. № 1029 (1). Вип.47. С. 5–12.

Одержано 26.10.2023

УДК 81'272

Вікторія Анатоліївна ПЕРЦЕВА,

кандидат філологічних наук, доцент,

доцент кафедри українознавства факультету № 2

Харківського національного університету внутрішніх справ;

Ксенія Володимирівна КОНОВАЛОВА,

курсантка 2 курсу факультету № 2

Харківського національного університету внутрішніх справ

ЛІНГВОКРЕАТИВНІ ПРОЦЕСИ В СОЦМЕРЕЖАХ

Сучасні соціальні мережі є джерелом численних мовних нововведень, креативних процесів, що виконують експресивну, оціночну й мовотворчу функцію. Особливої уваги, на нашу думку, потребують тексти, у яких відбувається порівняння й протиставлення панівних соціальних цінностей із цінностями різних контркультур. Так, матеріалізація протиставлення «свій – чужий» в суспільстві сприяє формуванню «мови ворожнечі», який в контексті сучасних соцмереж часто має ігровий характер, пом'якшує мовну агресію.

Поряд із молодіжним, професійними, комп'ютерним та іншими сленгами в сучасній мові відбувається формування соціальних жаргонів різних неформальних груп людей, яких об'єднує єдина позиція щодо певних цінностей або соціальних інститутів. Розмежування сленгів, їх конкуренція, запозичення, витіснення дозволяють робити висновки про розвиток і мови і культури в суспільстві. Наприклад, останнім часом стала продуктивною нова словотвірна модель іменників із префіксом не- і його варіантом недо-, частотність якої відображає сучасні процеси ідеологічного поділу й розмежування в соціумі: *небрати, недокраїна, недодержава, недопрезидент, недослов'янка, недогромадянин, недоЗМІ тощо*.

Актуальність і висока значущість окремих соціальних явищ проявляється також у формуванні словотвірного ядра, що виникає навколо лексем, які відображають найбільш назрілі поняття й реалії нашого часу. Прикладом можна вважати активність неологізмів із запозиченим кореневим словом «френд»: *«Олександр, я теж так вважаю. Але розфрендитися не вмію! Старість, напевно ...»*; *«Доведеться піти зафрендитися, щоб згодом розфрендитися. Не полінуюся...»*.

Ще одним типовим на сьогодні семантичним процесом при функціонуванні маркерів ідентичності є перекодування, коли ознака, яка приписується одному об'єктові, переноситься на інший. Лексичні маркери ідентичності часто розширюють полісемію або енантіосемію, оскільки вони можуть залежно від контексту виявляти протилежну оцінку. Сигналами перекодування можуть бути: цитування, вживання словесного ярлика у висловлюванні із займенником першої особи (*«Це ми, совки, жили в прогнилому соціалізмі»*), плюралізація топонімів (*«Не подобається – валіть із нашої країни в вашу «благоденну» державу»*), навмисні орфографічні помилки (*«темний тирран»*), графічне виділення, лапки як сигнали іронії, гіперболізація. Так, слово-маркер опозиційних настроїв *«режим»* стало використовуватися з фонетико-графічним спотворенням (*«рижим»*). Популярним явищем є використання навмисного паронімічного поєднання слів. Його насамперед використовують для дискредитації опонентів і делегітимізації поведінкових стереотипів: *«путріоти»*, *«АЛЛігархи»* тощо.

Висновок. Лінгвокреативні процеси в соціальних мережах не тільки допомагають деяким авторам уникати табу на вживання ненормативної й грубої лексики, але й є незмінним джерелом утворення й структурування нових світоглядних концепцій та ціннісних смислів, формують колективну ідентичність і відображають світогляд сучасного суспільства.

Одержано 26.10.2023