

ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ

Навчально-науковий інститут заочно-дистанційного навчання

Форма навчання: заочна

Кафедра української, іноземних мов та перекладу

Допускається до захисту

Завідувач кафедри _____ проф. Бобух Н.М.

(підпис)

«_____» _____ 2024 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА

**на тему: «Використання англіцизмів у соціальних мережах в
інформаційному просторі сучасної України»**

*спеціальності 035 Філологія, освітня програма 035.041 Германські мови та
літератури (переклад включно), перша - англійська*

Виконавець роботи: Бондаренко Ірина Олексіївна

(підпис, дата)

Науковий керівник: доктор філософії, асистент кафедри української,
іноземних мов та перекладу Панасенко Є.О.

(підпис, дата)

Рецензент: кандидат філологічних наук, доцент, завідувач кафедри
англійської та німецької філології Полтавської національного педагогічного
університету імені В. Г. Короленка Кравченко В. Л.

(підпис, дата)

Полтава – 2025

ЗАТВЕРДЖЕНО

Наказ Вищого навчального закладу Укоопспілки
«Полтавський університет економіки і торгівлі»
18 квітня 2019 року № 88-Н

Форма № П-4.03

ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ**ЗАТВЕРДЖУЮ**

Завідувач кафедри _____ проф. Н. М. Бобух
«_____» _____ 2024 р.

**ЗАВДАННЯ ТА КАЛЕНДАРНИЙ ГРАФІК
ВИКОНАННЯ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ**

**на тему: «Використання англіцизмів у соціальних мережах в
інформаційному просторі сучасної України»**

здобувачем другого (магістерського) рівня вищої освіти за спеціальністю 035 Філологія (спеціалізація 035.041 Германські мови та літератури (переклад включно), перша - англійська), освітньо-професійна програма «Германські мови та літератури (переклад включно), перша - англійська»

Прізвище, ім'я, по батькові Бондаренко Ірина Олексіївна

Наказ про затвердження тем магістерських робіт номер 93-Н від 23 квітня 2024 року.

Зміст роботи	Термін виконання	Термін фактичного виконання
1. Вибір теми кваліфікаційної роботи.	до 2 вересня 2024 р.	до 2 вересня 2024 р.
2. Затвердження завдання та календарного графіку підготовки кваліфікаційної роботи; складання плану роботи.	до 9 вересня 2024 р.	до 9 вересня 2024 р.
3. Опрацювання літературних джерел, обробка інформації, необхідної для виконання кваліфікаційної роботи.	до 30 вересня 2024 р.	до 30 вересня 2024 р.
4. Написання першого розділу.	до 14 жовтня 2024 р.	до 14 жовтня 2024 р.
5. Написання другого розділу.	до 18 листопада 2024 р.	до 18 листопада 2024 р.
6. Написання третього розділу.	до 16 грудня 2024 р.	до 16 грудня 2024 р.
7. Попередній захист кваліфікаційної роботи на кафедрі.	до 26 грудня 2024 р.	до 26 грудня 2024 р.
8. Доопрацювання кваліфікаційної роботи з урахуванням зауважень і пропозицій.	до 10 січня 2025 р.	до 10 січня 2025 р.
9. Подання кваліфікаційної роботи на кафедру.	до 10 січня 2025 р.	до 10 січня 2025 р.
10. Подання кваліфікаційної роботи на зовнішнє рецензування.	до 16 січня 2025 р.	до 16 січня 2025 р.

Дата видачі завдання «_____» _____ 2025 р.

Студент _____

Науковий керівник _____ доктор філософії, асист. Панасенко Є. О.
(підпис)

Результати захисту кваліфікаційної роботи

Кваліфікаційна робота оцінена на _____
(балів, оцінка за національною шкалою, оцінка за ЄКТС)

Протокол засідання ЕК № _____ від «_____» _____ 2024 р.

Секретар ЕК _____ М. Д. Малтабар

План
кваліфікаційної роботи магістра
*спеціальності 035 «Філологія», освітня програма 035.041 «Германські мови
та літератури (переклад включно)», перша - англійська»*
Бондаренко Ірини Олексіївни
на тему **«Використання англіцизмів у соціальних мережах в
інформаційному просторі сучасної України»**

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ АНГЛІЦИЗМІВ ТА ЇХ РОЛЬ У СУЧАСНІЙ УКРАЇНСЬКІЙ
МОВІ

1.1 Визначення англіцизмів та їх класифікація

1.2 Історія запозичень англіцизмів у світовій та українській мовах

1.3 Причини популярності англіцизмів

Висновки до першого розділу

РОЗДІЛ 2: АНГЛІЦИЗМИ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ: АНАЛІЗ СУЧАСНИХ ТЕНДЕНЦІЙ

2.1 Передумови створення соціальних мереж

2.2 Аналіз вживання англіцизмів у популярних українських соціальних мережах (Facebook, Instagram, TikTok тощо)

2.3 Сленг у соціальних мережах

2.4 Комунікативні функції англіцизмів у мережевому середовищі

Висновки до другого розділу

РОЗДІЛ 3: СОЦІОКУЛЬТУРНІ НАСЛІДКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ
АНГЛІЦИЗМІВ В УКРАЇНСЬКОМУ ІНФОРМАЦІЙНОМУ ПРОСТОРІ

3.1 Соціокультурні аспекти впливу англіцизмів на українське суспільство

3.2 Наслідки активного використання англіцизмів для розвитку української мови

3.3 Перспективи розвитку мовної ситуації в Україні з огляду на інтеграцію англіцизмів

Висновки до третього розділу

ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

Додаток А

Додаток Б

Додаток В

Бланк оцінювання дипломної роботи
Вищий навчальний заклад Укоопспілки
«ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ»
Оцінювання
кваліфікаційної роботи магістра, виконаної студентом(-кою)
Бондаренко Іриною Олексіївною

зі спеціальності 035 Філологія, освітня програма 035.041 Германські мови та літератури (переклад включно), перша - англійська

ступеня Магістр

на тему «Використання англіцизмів у соціальних мережах в інформаційному просторі сучасної України»

Критерії оцінювання	Бали
Зміст (до 60 балів)	
Оформлення та організація виконання (до 10 балів)	
Захист (до 30 балів)	
Усього балів	
Оцінка за національною шкалою	
Оцінка за шкалою ЄКТС	

Підпис членів екзаменаційної комісії:

_____	_____
(підпис)	(ініціали, прізвище)
_____	_____
(підпис)	(ініціали, прізвище)
_____	_____
(підпис)	(ініціали, прізвище)
_____	_____
(підпис)	(ініціали, прізвище)

Протокол засідання ЕК №_____ від «__» _____ 20__р.

Секретар ЕК

_____	_____
(підпис)	(ініціали, прізвище)

**Відгук наукового керівника
на кваліфікаційну магістерську роботу на тему
«Використання англіцизмів у соціальних мережах в інформаційному
просторі сучасної України», представлену до захисту студенткою спеціальності
035 Філологія 035.041 Германські мови та літератури (переклад включно),
перша - англійська
Бондаренко Іриною Олексіївною**

Кваліфікаційну роботу присвячено актуальній темі впливу англіцизмів на мовний простір України, зокрема в контексті комунікації у соціальних мережах. Ця тема є надзвичайно важливою з огляду на стрімке поширення інформаційних технологій, глобалізацію та формування нових мовних норм серед молодіжних і професійних спільнот.

У роботі авторка виявила високий рівень зацікавленості, глибокі знання і компетентність у вибраній тематиці. Дослідження вирізняється науковою новизною, оскільки аналізує не лише причини появи та активного вживання англіцизмів, але й їхній вплив на мовленнєву культуру українців. Студентка продемонструвала вміння поєднувати теоретичний матеріал із практичними спостереженнями, що знайшло відображення у вивченні реальних прикладів використання англіцизмів у соціальних мережах (Facebook, Instagram, TikTok тощо).

Студентка застосувала різноманітні методи, зокрема контент-аналіз, статистичний аналіз та порівняльний аналіз. У роботі чітко визначені мета, завдання, методологія дослідження, а також представлені обґрунтовані висновки.

Разом із тим, у роботі можна було б детальніше проаналізувати динаміку впливу англіцизмів на українську мову з огляду на різні вікові категорії користувачів соціальних мереж. Також було б доцільно порівняти тенденції в Україні з іншими країнами, де англіцизми активно входять у вжиток.

Загалом, кваліфікаційна робота студентки Ірини Бондаренко відповідає встановленим вимогам і демонструє високий рівень теоретичної підготовки та науково-дослідницьких навичок. Виконане дослідження свідчить про здатність

авторки самостійно вирішувати поставлені завдання, аналізувати й систематизувати великий обсяг інформації, робити обґрунтовані висновки.

Вважаю, що робота заслуговує на високу оцінку, а Ірина Бондаренко заслуговує на присвоєння кваліфікації магістра за спеціальністю «Філологія. Германські мови та літератури (переклад включно), перша – англійська».

Науковий керівник:

доктор філософії, асистент кафедри
української, іноземних мов та перекладу
Полтавського університету економіки і торгівлі

Є. О. Панасенко

ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ

ПОГОДЖЕНО

Директор навчально-наукового центру
забезпечення якості вищої освіти_____
(підпис) О. В. Гасій«____» _____ 20__ р.
МП

Довідка

**про рекомендацію до впровадження та використання результатів
по кваліфікаційній роботі магістра в освітньому процесі
Полтавського університету економіки і торгівлі**

здобувача вищої освіти зі спеціальності 035 Філологія
спеціалізація 035.041 Германські мови та літератури (переклад включно), перша -
англійська за другим (магістерським) рівнем вищої освіти заочної форми навчання
Бондаренко І.О. на тему «Використання англіцизмів у соціальних мережах в
інформаційному просторі сучасної України»

Впровадити такі рекомендації:

- при викладанні дисципліни «Порівняльна лексикологія англійської та української мов» використовувати мультимедійну презентацію на тему «Використання англіцизмів у соціальних мережах: мовні та культурні аспекти»;
- у перелік тем рефератів додати теми «Вплив соціальних мереж на розвиток сучасної української мови», «Соціокультурні наслідки використання англіцизмів в українському інформаційному просторі».

Результати дослідження Бондаренко І.О. використані в навчальному процесі кафедри української, іноземних мов та перекладу.

Студентка

(підпис)

І. О. Бондаренко

Науковий керівник

(підпис)

Є. О. Панасенко

АНОТАЦІЯ

**кваліфікаційної роботи студентки спеціальності 035 Філологія
спеціалізація 035.041 Германські мови та літератури (переклад включно),
перша - англійська за другим (магістерським) рівнем вищої освіти**

Бондаренко Ірини Олексіївни

**на тему: «Використання англіцизмів у соціальних мережах в
інформаційному просторі сучасної України»**

Мета кваліфікаційної роботи. Дослідження передбачає вивчення використання англіцизмів у соціальних мережах в інформаційному просторі сучасної України, визначення їхніх причин, особливостей і впливу на українське суспільство та культуру.

Основні завдання роботи:

1. Проаналізувати історію та причини запозичення англіцизмів.
2. Дослідити класифікацію англіцизмів за різними критеріями.
3. Розглянути специфіку використання англіцизмів у соціальних мережах.
4. Оцінити соціокультурні наслідки поширення англіцизмів.

Об'єктом дослідження є сучасна українська мова в умовах глобалізаційних процесів, а також соціальні мережі, які є актуальними та популярними в Україні станом на 2024 рік.

Предметом дослідження виступають англіцизми як мовний феномен, їх розповсюдження, специфіка використання та комунікативні функції в соціальних мережах.

За результатами дослідження сформульовані висновки, що включають аналіз соціокультурних наслідків використання англіцизмів у медіапросторі,

характеристику мовної динаміки внаслідок впливу глобалізації, а також рекомендації щодо збереження мовної ідентичності за умов інтеграції іншомовних елементів.

Робота викладена на 72 сторінках друкованого тексту та складається зі вступу, трьох розділів, загальних висновків, списку використаних джерел та додатків.

Ключові слова: англіцизми, соціальні мережі, українська мова, глобалізація, мовна ідентичність, інформаційний простір, соціокультурний вплив.

Рік виконання кваліфікаційної роботи: 2024 р.

Рік захисту роботи: 2025 р.

SUMMARY

of the qualifying work of the student

majoring in 035 Philology, educational program 035.041 Germanic languages and literatures (including translation), the first - English, the second (master's degree) level of higher education written by Bondarenko I. on the topic: «The use of anglicisms in social networks in the information space of modern Ukraine»

The purpose of the qualification work. The research involves the study of the use of anglicisms in social networks in the information space of modern Ukraine, determining their causes, features and impact on Ukrainian society and culture.

Main tasks of the work:

1. To analyse the history and reasons for the borrowing of anglicisms.
2. To study the classification of anglicisms according to various criteria.
3. To consider the specifics of using anglicisms in social networks.
4. To assess the sociocultural consequences of the spread of anglicisms.

The object of the study is the modern Ukrainian language in the context of globalisation processes, as well as social networks that are relevant and popular in Ukraine as of 2024.

The subject of the study is anglicisms as a linguistic phenomenon, their distribution, specificity of use and communicative functions in social networks.

The study provides conclusions that include an analysis of the sociocultural consequences of using anglicisms in the media space, a description of language dynamics as a result of globalisation, and recommendations for preserving language identity in the context of the integration of foreign language elements.

The paper is presented on 72 pages of printed text and consists of an introduction, three chapters, general conclusions, a list of references and appendixes.

Keywords: anglicisms, social networks, Ukrainian language, globalisation, linguistic identity, information space, sociocultural influence.

Year of qualification work completion: 2024.

Year of defence: 2025.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	12
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ АНГЛІЦИЗМІВ ТА ЇХ РОЛЬ У СУЧАСНІЙ УКРАЇНСЬКІЙ МОВІ	14
1.1 Визначення англiцизмiв та їх класифікація.....	14
1.2 Історія запозичень англiцизмiв у світовій та українській мовах.....	17
1.3 Причини популярності англiцизмiв	21
Висновки до першого розділу	26
РОЗДІЛ 2: АНГЛІЦИЗМИ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ: АНАЛІЗ СУЧАСНИХ ТЕНДЕНЦІЙ	28
2.1 Передумови створення соціальних мереж	28
2.2 Аналіз вживання англiцизмiв у популярних українських соціальних мережах (Facebook, Instagram, TikTok тощо).....	31
2.3 Сленг у соціальних мережах.....	42
2.4 Комунікативні функції англiцизмiв у мережевому середовищі	47
Висновки до другого розділу	50
РОЗДІЛ 3: СОЦІОКУЛЬТУРНІ НАСЛІДКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ АНГЛІЦИЗМІВ В УКРАЇНСЬКОМУ ІНФОРМАЦІЙНОМУ ПРОСТОРІ	52
3.1 Соціокультурні аспекти впливу англiцизмiв на українське суспільство ...	52
3.2 Наслідки активного використання англiцизмiв для розвитку української мови	59
3.3 Перспективи розвитку мовної ситуації в Україні з огляду на інтеграцію англiцизмiв.....	66
Висновки до третього розділу	70
ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ.....	72
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	74
Додаток А	80
Додаток Б	81
Додаток В.....	82

ВСТУП

Актуальність теми. У сучасному інформаційному суспільстві англіцизми стають невід’ємною частиною мовної практики, особливо в соціальних мережах. Їхнє активне використання впливає не лише на мовну ситуацію, але й на культурні, соціальні й освітні аспекти життя. Дослідження цих процесів є важливим для збереження мовної ідентичності та адаптації до глобалізаційних викликів.

Мета дослідження — визначити причини, особливості та наслідки поширення англіцизмів у сучасній українській мові, зокрема через соціальні мережі, а також оцінити їхній вплив на соціокультурну динаміку українського суспільства.

Об’єкт дослідження — сучасна українська мова в контексті впливу глобалізації, соціальні мережі, поширені та популярні в Україні станом на 2024 рік.

Предмет дослідження — англіцизми як мовне явище, їх поширення, використання та функції у соціальних мережах.

Наукова новизна. Робота пропонує систематичний аналіз англіцизмів у соціальних медіа та їхнього впливу на мовну і культурну практики сучасного українського суспільства.

Теоретичне та практичне значення. Отримані результати можуть бути використані для розробки рекомендацій щодо збереження української мовної ідентичності, вдосконалення мовної політики та освітніх програм.

Апробація результатів дослідження.

Основні положення та результати роботи були апробовані у вигляді тези, поданої для участі у X Міжнародній науково-практичній інтернет-конференції «Наука і молодь у ХХІ сторіччі». У межах конференції була подана доповідь, яка висвітлювала ключові аспекти використання заголовків у форматі питань як засобу залучення аудиторії англomовних інтернет-новин.

У доповіді акцентувалася увага на:

- функціональних характеристиках заголовків, які забезпечують одночасно інформативність і експресивність;

- викликах, пов'язаних із формулюванням питальних заголовків, що уникають сприйняття як клікбейту;
- стратегічних підходах до створення ефективних заголовків з урахуванням аудиторії та її інформаційних потреб.

Отримані коментарі та пропозиції від учасників конференції сприяли уточненню висновків і вдосконаленню представлених у роботі рекомендацій щодо оптимізації заголовків для інтернет-видань.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ АНГЛІЦИЗМІВ ТА ЇХ РОЛЬ У СУЧАСНІЙ УКРАЇНСЬКІЙ МОВІ

1.1 Визначення англіцизмів та їх класифікація

Англіцизми — це слова або вирази, запозичені з англійської мови та адаптовані до вживання в іншій мові. В українській мові англіцизми активно використовуються як у розмовній мові, так і в різних галузях, таких як наука, техніка, бізнес і, звичайно ж, соціальні мережі.

Англійська мова стала глобальною, що використовується для міжкультурної комунікації. Багато культурних продуктів, таких як фільми, музика, книги та ігри, створюються англійською мовою, що сприяє їх поширенню по всьому світу.

Англомовний світ є безперечним лідером у культурному та економічному розвитку, що дозволяє йому випереджати більшість країн. Саме англійська мова відіграє ключову роль у міжнародних наукових, технічних та культурних комунікаціях. Вона є мовою, якою ведеться викладання в університетах, публікуються численні наукові дослідження, а також здійснюються важливі наукові відкриття [6]. Проте, наукові роботи, які оприлюднюються англійською мовою, становлять три чверті від усіх наукових публікацій у світі. Це явище є прямим наслідком глобалізації та інтеграції знань, де англійська мова виступає основною платформою для обміну ідеями та досвідом на міжнародному рівні [8].

Відповідно, більшість новітніх термінів виникають саме в англомовному середовищі і поширюються в різні країни, проникаючи в мови інших народів, у тому числі в українську. Це явище не є випадковим, оскільки в сучасному світі неможливо уявити розвиток мови без постійного впливу інших мов. Як зазначає Augun [7], взаємне збагачення мов є історично неминучим процесом, який сприяє розвитку кожної з мов, що вступають у контакт. Взаємодія мов, зокрема через вплив англійської мови, стимулює мовні зміни, які приводять до появи нових лексичних одиниць, виразів і конструкцій, що збагачують мовний ландшафт кожної культури.

Логічно виділяти різні категорії класифікації англіцизмів:

1. За способом адаптації

Фонетичні англіцизми [50]: слова, які адаптуються до фонетичної системи української мови, зберігаючи при цьому своє звукове звучання. Наприклад: комп'ютер (computer), маркетинг (marketing).

Графічні англіцизми: слова, які зберігають оригінальне написання або зазнають мінімальних змін у графічній формі. Наприклад: Інтернет (Internet), файл (file).

Морфологічні англіцизми: слова, які адаптуються до граматичної системи української мови, отримуючи українські закінчення або суфікси. Наприклад: хакер (hacker) — хакери (множина).

2. За ступенем інтеграції

Повністю інтегровані: англіцизми, які стали частиною лексичного фонду української мови і широко використовуються без сприйняття їх як іноземних слів. Наприклад: телефон, футбол.

Частково інтегровані: слова, що використовуються в певних контекстах або соціальних групах, але ще не повністю увійшли до загального вжитку. Наприклад: стартап (startup), кешбек (cashback).

Неінтегровані: нові запозичення, які зберігають свою іноземну форму і не адаптовані до норм української мови. Наприклад: джетлаг (jetlag), бумер (boomer).

3. За сферою використання

Технічні англіцизми: слова, що використовуються у сфері науки, технологій, інженерії та інформаційних технологій. Наприклад: сервер (server), софт (software).

Бізнесові англіцизми: терміни, які застосовуються у бізнесі, маркетингу та економіці. Наприклад: інвестиція (investment), бренд (brand).

Молодіжні англіцизми: слова, які найчастіше вживаються молоддю у повсякденному спілкуванні, часто в соціальних мережах. Наприклад: лайк (like), фоловер (follower).

4. За функціональним призначенням

Номінативні англiцизми: слова, що позначають нові предмети, явища або концепти, для яких немає відповідника в українській мові. Наприклад: подкаст (podcast), влог (vlog).

Стилістичні англiцизми: слова, що використовуються для створення певного стилістичного ефекту, підкреслення модності або інноваційності. Наприклад: колл-центр (call center), прайс-лист (price list).

Емоційно-експресивні англiцизми: слова, що додають виразності та емоційності мовленню. Наприклад: вау (wow), кул (cool).

5. За рівнем впливу на мову

Лексичні англiцизми: слова, які входять до словникового запасу мови. Наприклад: менеджер (manager), пікнік (picnic).

Семантичні англiцизми: слова, що змінюють своє значення під впливом англійської мови. Наприклад, слово файл може означати як документ, так і будь-який цифровий запис.

Синтаксичні англiцизми: конструкції, що імітують англійський синтаксис. Наприклад: бути онлайн (to be online), постити фото (to post a photo).

Незважаючи на те, що більшість запозичених слів можна підібрати під український відповідник, іноді справді доречніше та зручніше використовувати англійську [60]. Багато англійських слів доводиться запозичати для позначення нововведень, винаходів, нових предметів, назви яких ще немає рідною мовою. Людям легше використати точний і стислий термін, який вже є в іншій мові, ніж шукати відповідний еквівалент чи винаходити нове слово [65].

Існують різні шляхи проникнення англiцизмів у структуру Інтернет-комунікації, а саме:

1. пряме запозичення — заміна українського слова англійським відповідником, наприклад: millennium замість тисячоліття, service замість послуга, beauty замість краса;

2. калькування — заміна структурних елементів іншомовного походження українськими словами, наприклад: supermarket замість магазин, helicopter замість гвинтокрил;

3. неповні, або змішані запозичення — часткова заміна українського слова, наприклад: бізнес-центр, б'юті-кімната [40].

Виділяють три способи введення писемної форми запозиченого слова: пересадка, транслітерація та практична транскрипція.

Пересадка полягає у безпосередньому перенесенні слова з однієї мови до іншої без змін у його написанні та вимові. Такий спосіб особливо характерний для слів з міжнародним статусом.

- Приклади: «кафе» (з французької *café*), «таксі» (з англійської *taxi*), «піцерія» (з італійської *pizzeria*).

Транслітерація означає перетворення слова з використанням алфавіту мови, до якої слово запозичується. При цьому зберігається максимально можливий збіг з оригінальним написанням.

- Приклади: «мобіл» (з англійського *mobile*), «комп'ютер» (з англійського *computer*), «програміст» (з англійського *programmer*).

Практична транскрипція передбачає передачу звукового складу слова за допомогою літер алфавіту мови, до якої слово запозичується. Основна мета — відтворення вимови запозиченого слова максимально точно.

- Приклади: «футбол» (з англійського *football*), «хокей» (з англійського *hockey*), «кластер» (з англійського *cluster*).

1.2 Історія запозичень англіцизмів у світовій та українській мовах

Запозичення слів з англійської мови має довгу історію, яка пов'язана з культурними, політичними та економічними процесами. Цей процес вплинув на різні мови світу, включаючи українську, формуючи нові лексичні пласти та змінюючи мовну динаміку.

Англійська мова почала набувати статусу міжнародної з кінця XVII століття, коли Велика Британія стала світовою колоніальною імперією. Зростання її економічної, військової та культурної потужності сприяло поширенню англійської

мови на територіях колоній і торговельних партнерів. У ХХ столітті, зі зростанням впливу Сполучених Штатів Америки, англійська мова остаточно закріпилася як мова науки, техніки, бізнесу та міжнародного спілкування.

Колоніальна епоха: у цей період англійська мова поширювалася серед колоній, де місцеві мови збагачувалися англіцизмами, особливо у сферах адміністрації, торгівлі та освіти.

Індустріальна революція: з поширенням технологічних інновацій англійська мова запозичувалася для опису нових технічних явищ і процесів. Такі слова як *engine*, *railway*, *factory* поширювалися у європейських мовах.

Друга світова війна і післявоєнний період: після Другої світової війни англійська мова стала основною мовою міжнародних організацій [67], науки та техніки, що сприяло зростанню кількості запозичень (Табл. 1).

Таблиця 1

Приклади міжнародних документів з англіцизмами

Документ	Опис	Приклади англіцизмів	Країна укладення
Статут ООН (Charter of the United Nations)	Основний установчий документ Організації Об'єднаних Націй, підписаний 26 червня 1945 року.	Charter, Security Council, General Assembly	США (Сан-Франциско)
Всесвітня декларація прав людини (Universal Declaration of Human Rights)	Прийнята Генеральною Асамблеєю ООН 10 грудня 1948 року, визначає основні права та свободи людини.	Human Rights, Universal, Declaration	Франція (Париж)
Міжнародний пакт про громадянські і політичні права (International Covenant on Civil and Political Rights)	Прийнятий ООН у 1966 році, цей документ захищає громадянські та політичні права.	Covenant, Civil, Political Rights	США (Нью-Йорк)
Бреттон-Вудські угоди (Bretton Woods Agreements)	Підписані у 1944 році, ці угоди заснували Міжнародний валютний фонд (IMF) і Світовий банк (World Bank).	Agreement, Fund, Bank, Monetary	США (Бреттон-Вудс)
Північноатлантичний договір (North Atlantic Treaty)	Підписаний у 1949 році, засновує НАТО (North Atlantic Treaty Organization).	Treaty, Organization, Alliance	США (Вашингтон)
Генеральна угода з тарифів і торгівлі (General Agreement on Tariffs and Trade - GATT)	Угода, підписана у 1947 році для регулювання міжнародної торгівлі.	Agreement, Tariffs, Trade	Швейцарія (Женева)
Конвенція про статус біженців (Convention Relating to the Status of Refugees)	Прийнята у 1951 році для визначення прав біженців і обов'язків держав щодо них.	Convention, Status, Refugees	Швейцарія (Женева)

Продовження Таблиці 1

Документ	Опис	Приклади англіцизмів	Країна укладення
Київський протокол (Kyoto Protocol)	Міжнародна угода з регулювання викидів парникових газів, підписана в 1997 році.	Protocol, Emissions, Climate Change	Японія (Киото)
Угода про партнерство та співробітництво між Україною та ЄС (Partnership and Cooperation Agreement between Ukraine and the EU)	Підписана у 1994 році угода, що регулює відносини між Україною та Європейським Союзом.	Partnership, Cooperation, Agreement	Люксембург

Джерело: власна розробка автора

Переформатування світового порядку після Першої, а потім Другої світових воєн призвело до створення нових міжнародних організацій та альянсів [50]. Це призвело до безпрецедентної потреби в глобальній lingua franca. Lingua franca — це назва тієї мови, що використовується як засіб ділового та культурного спілкування між людьми, які розмовляють різними мовами. Багато епох в історії людства характеризуються наявністю власної lingua franca [52]. Це стосується грецької та латинської мов у Римській імперії та Середньовіччі, іспанської мови в Іспанській імперії тощо. У 20 столітті англійська мова поступово витіснила французьку як мову міжнародної дипломатії. Вперше офіційний статус англійській мові було надано Лігою Націй. Її значення ще більше зросло після створення Організації Об'єднаних Націй у 1945 році. Інші події та глобальні тенденції були не менш сприятливими для появи світової мови у XX столітті. По-перше, розпад колоніальної системи наприкінці 1960-х років, коли англійська стала офіційною або напівофіційною мовою багатьох звільнених країн. По-друге, нові можливості для англійської мови з'являються завдяки глобалізації. Національні економіки стали більш інтегрованими у світову економіку, а гроші та робоча сила стали набагато мобільнішими. Процес зближення між народами, що розпочався в XIX столітті, в епоху глобалізації прискорився в тисячі разів завдяки вибуховому зростанню комунікаційних та інформаційних мереж, що призвело до віртуального «знищення простору» [3]. Ніколи раніше так багато країн і народів не відчували потреби у спілкуванні один з одним і не були готові подорожувати світом у таких масових масштабах. Зростання технологічних можливостей було прямо

пропорційне потребі в глобальній мові міжнародного спілкування. Якщо глобальна англійська почалася з домінування двох успішних імперій — Британської та Американської, то зараз це мова ще однієї імперії, чие беззаперечне панування поширюється на всю земну кулю — Інтернету (Табл. 2).

Таблиця 2

Мови Інтернету

Мова	Відсоток доменів, що використовують мову	Відсоток носіїв мови від загальної кількості населення
Англійська	55.6 %	4.7 %
Російська	5 %	1.9 %
Іспанська	5.9 %	4.9 %
Німецька	4.3 %	1 %
Французька	4.2 %	1 %
Японська	1.6 %	3.6 %
Турецька	1 %	2.4 %
Португальська	2.9 %	2.3 %
Італійська	0.81 %	1.9 %
Перська	1.8 %	0.7 %

Джерело: Rest Of The World [13]

Історія запозичень англіцизмів в українську мову тісно пов'язана з історичними та соціокультурними змінами, що відбувалися на території України.

До початку XX століття: у цей період запозичення з англійської мови були поодинокими і переважно стосувалися технічних або наукових термінів, таких як телефон і телеграф.

Радянська епоха: під час перебування України у складі СРСР англійські запозичення були обмежені через ідеологічний вплив, однак деякі терміни, пов'язані з технікою та культурою (наприклад, трактор, футбол), проникали в українську мову.

Після здобуття незалежності (1991 р.): з відкриттям кордонів і зростанням впливу західної культури, кількість англіцизмів значно збільшилася [29]. Цей процес став особливо інтенсивним з розвитком інформаційних технологій, появою Інтернету та соціальних мереж, що сприяло популяризації таких термінів як Інтернет, сайт, чат.

1.3 Причини популярності англіцизмів

В сучасній Україні знання англійської мови стає дедалі важливішим у багатьох професійних сферах. Глобалізація, активна інтеграція в міжнародні економічні процеси, розширення співпраці з іноземними партнерами та розвиток технологій зумовлюють попит на англомовних фахівців. У багатьох галузях знання англійської є не просто перевагою, а обов'язковою вимогою (Табл. 3).

1. Інформаційні технології (ІТ)

Україна є одним із провідних постачальників ІТ-послуг у світі, і більшість компаній працюють на міжнародних ринках, співпрацюючи з клієнтами з США, Європи та Азії. Для ІТ-спеціалістів знання англійської є критично важливим, оскільки більшість проєктів передбачає безпосереднє спілкування з англомовними замовниками. Практично вся технічна література, документація, і навіть програмний код пишеться англійською мовою. Найактуальніші знання та тренди в ІТ часто представлені англійською мовою на міжнародних конференціях і у спеціалізованих курсах.

2. Фінансовий сектор

Банки, інвестиційні компанії та страхові компанії активно взаємодіють з міжнародними партнерами, де англійська мова є універсальною мовою бізнесу. Знання англійської потрібне для аналізу ринку: фінансові звіти, прогнози, та аналітичні матеріали міжнародних агентств переважно публікуються англійською. Також, ведення переговорів дає можливість брати участь у міжнародних фінансових транзакціях та переговорах вимагає від працівників банків і фінансових установ володіння англійською на високому рівні. Фінансові договори з міжнародними компаніями часто складаються англійською мовою.

3. Медицина

Українські медичні працівники все частіше залучаються до міжнародних досліджень, обмінів та конференцій. Англійська мова є ключовою для доступу до наукових досліджень, адже більшість нових робіт і статей у медичній сфері публікуються англійською.

Підвищення кваліфікації відбувається завдяки міжнародним курсам, вебінарам та програм сертифікації англійською мовою, а спілкування з пацієнтами необхідне, так як у великих містах зростає кількість іноземних пацієнтів.

4. Готельно-ресторанний бізнес (HoReCa)

З розвитком туризму знання англійської стає важливим для персоналу готелів, ресторанів та інших об'єктів сфери обслуговування. Працівники повинні обслуговувати іноземних гостей: багато туристів спілкуються англійською мовою, тому персонал має бути готовий відповідати на їхні запити; брати участь у міжнародних заходах: готельно-ресторанний бізнес часто співпрацює з міжнародними партнерами і бере участь у виставках та форумах.

5. Авіація

Знання англійської мови є обов'язковим для всіх працівників авіаційної галузі, зокрема для пілотів та авіадиспетчерів, а також кабінного екіпажу - стюарди та стюардеси повинні знати англійську для спілкування з пасажирями з різних країн.

6. Маркетинг та реклама

У маркетингу знання англійської дозволяє розробляти міжнародні кампанії та вивчати тренди.

Таблиця 3

Таблиця найуживаніших англіцизмів у професіях на сучасному ринку праці в Україні

Професія	Найуживаніші англіцизми	Значення та використання
ІТ	Software, Developer, Code, Bug, Update, Framework, Server	Використовуються для опису програмного забезпечення, процесів розробки, помилок та оновлень.
Фінанси	Investment, Audit, Credit, Loan, Bond, Portfolio, Banking	Терміни, що описують фінансові операції, інструменти та послуги.
Медицина	Diagnosis, Therapy, Patient, Clinical, Procedure, Research, Symptoms	Термінологія, що використовується у лікуванні, діагностиці та наукових дослідженнях.
Готельно-ресторанний бізнес (HoReCa)	Reservation, Check-in, Check-out, Room Service, Menu, Catering, Guest	Терміни, що стосуються обслуговування клієнтів та управління готелями й ресторанами.
Авіація	Flight, Pilot, Cabin Crew, Turbulence, Runway, Airport, Departure	Використовуються для опису операцій та обслуговування в авіаційній галузі.
Маркетинг	Brand, Campaign, Target Audience, Content, SEO, Ad, Social Media	Термінологія, що стосується рекламних кампаній, просування брендів та роботи з аудиторіями.

Джерело: власна розробка автора

Україна активно взаємодіє з міжнародними партнерами, що передбачає необхідність знання англійської мови. Бізнес-угоди, наукові дослідження, міжнародні проекти, конференції та інші види співпраці часто відбуваються саме англійською мовою [59].

Усвідомлюючи важливість знання англійської мови, багато вищих навчальних закладів орієнтуються на міжнародні стандарти, і тому навчання та наукові дослідження все частіше проводяться англійською. Це впливає на адаптацію термінології, концепцій і навіть на методи викладання.

У Київському національному університеті імені Тараса Шевченка англійська мова активно використовується в різних галузях. Наприклад, на факультетах інформаційних технологій та комп'ютерних наук проводяться курси на англійській мові, такі як Software Engineering, Big Data Analysis, Machine Learning та інші. Також університет співпрацює з міжнародними освітніми програмами, що сприяє вивченню англійської мови для студентів, які бажають продовжити навчання або працювати за кордоном.

Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського» активно інтегрує англійську мову у свої навчальні програми. В університеті є магістерські програми, що викладаються англійською, зокрема в галузі інформаційних технологій, інженерії, робототехніки та телекомунікацій. Наприклад, програма Master of Computer Science передбачає навчання англійською мовою, де студенти вивчають Cloud Computing, Cybersecurity та інші технічні терміни.

У Львівському університеті імені Івана Франка англійська мова використовується в багатьох наукових та технічних дисциплінах. Відкрито ряд магістерських програм англійською мовою, таких як International Business, Data Science, Software Engineering. Студенти також мають можливість брати участь у міжнародних наукових проектах, де активно використовуються англійські терміни, такі як market research, business analytics та інші.

Одеський національний університет імені І. І. Мечникова також інтегрує англійську мову у свої навчальні курси, зокрема на факультетах міжнародних

відносин, економіки та інформаційних технологій. Наприклад, курси з Digital Marketing, Project Management, Global Economics проводяться англійською мовою, що дозволяє студентам оволодіти актуальними термінами та отримати міжнародний досвід.

Національний університет Львівська політехніка є одним з лідерів в Україні в галузі технічної освіти, де англійська мова активно використовується в навчанні. Студенти проходять курси англійською мовою в рамках магістерських програм у сферах, таких як Artificial Intelligence, Engineering Mechanics і Telecommunication Systems. Це дозволяє студентам бути конкурентоспроможними на міжнародному ринку праці.

Наслідки впливу англійської мови на українську можна побачити в кількох аспектах. По-перше, відбувається зміна лексичного складу мови. Англіцизми стають частиною повсякденного мовлення, особливо в таких сферах як бізнес, реклама, наука та технології. Крім того, можна помітити, як англіцизми впливають на структуру речень і синтаксис, іноді навіть замінюючи деякі українські слова.

Незважаючи на це, в Україні є чимало ініціатив щодо збереження мовної ідентичності та адаптації англіцизмів до української мови (Табл. 4).

Таблиця 4

Проекти й ініціати в Україні, що займаються адаптацією англіцизмів та популяризацією правильного вживання української мови

Назва проекту або ресурсу	Опис	Сайт
Інститут української мови НАН України	Створення термінів для адаптації англіцизмів у різних сферах (технології, наука, економіка)	https://iul-nasu.org.ua/
Український мовний портал «Мова»	Поради щодо правильного використання українських аналогів англійських термінів	https://mova.info
Українська мовна платформа «ЛІНГВО»	Онлайн-курси та тренінги для вдосконалення знань української мови та адаптації англіцизмів	https://lingvo.ua
Проект «Зберігай мову!»	Кампанія, спрямована на популяризацію правильної української мови в медіа та соціальних мережах	https://zberihaymovu.com

Назва проекту або ресурсу	Опис	Сайт
Проект «Рідна мова»	Кампанія проти надмірного використання англіцизмів і на підтримку українських еквівалентів термінів	http://www.ridnamova.com
Український лінгвістичний проект «Республіка мова»	Освітній проект для навчання правильному використанню української мови та адаптації англіцизмів	http://www.mova-respublika.com
Проект «Вільна мова»	Поширення інформації та курсів для правильного використання української мови та заміни англіцизмів на українські терміни	https://www.vilmova.ua

Джерело: власна розробка автора

Важливо заохочувати використання правильних термінів і створювати відповідні мовні стандарти. Відповідно, державні органи та мовні інституції повинні активно працювати над створенням офіційних термінів, що можуть замінити англіцизми у різних сферах діяльності, і це дозволить підтримати не лише мовну, а й культурну самобутність країни.

Висновки до першого розділу

Проведений аналіз у першому розділі засвідчив, що англіцизми є ключовим елементом сучасної мовної ситуації в Україні. Вони не лише відображають глибокі глобалізаційні процеси, але й активно трансформують українську мову, збагачуючи її новими поняттями, стилістичними формами та комунікативними функціями.

Англіцизми, як показало дослідження, мають багатовимірний вплив, охоплюючи лексичний, морфологічний, фонетичний і семантичний рівні мови [9]. Їхня класифікація за способами адаптації, ступенем інтеграції, сферою використання та функціональним призначенням дозволила систематизувати це явище й зрозуміти, яким чином англomовні елементи стають частиною українського мовного середовища. Зокрема, такі запозичення, як «комп'ютер», «маркетинг» чи «лайк», швидко адаптувалися до українського контексту, тоді як менш інтегровані слова зберігають свій іноземний вигляд і звучання [22].

Історичний аналіз засвідчив, що процес запозичення англіцизмів триває вже кілька століть і посилюється із розвитком глобалізаційних процесів. Англійська мова поступово витіснила інші міжнародні мови, зокрема французьку та латинську, і стала основною лінгва-франка для наукової, технічної та культурної комунікації. Це зумовило активне впровадження англіцизмів у різні мови світу, включно з українською.

Особливої уваги заслуговує роль соціальних мереж у популяризації англіцизмів. Вони стали платформою для масового поширення нових мовних елементів, де англomовні терміни часто використовуються у вигляді хештегів, сленгових виразів чи назв трендових тем. Наприклад, слова «фоловер», «сторі» та «пост» стали звичними в мовленні користувачів платформ, таких як Instagram, Facebook і TikTok.

Соціальні аспекти поширення англіцизмів також не менш важливі. Їхнє використання часто пов'язане із прагненням до соціального статусу, приналежності до міжнародної спільноти чи демонстрації освіченості. Молодь активно використовує

англіцизми для самовираження, що підтверджує їхню символічну роль у формуванні нових культурних ідентичностей.

Разом із тим, слід враховувати і ризики, пов'язані з надмірним використанням англіцизмів. Надмірне запозичення може призводити до втрати мовної ідентичності, зниження рівня обізнаності про українські відповідники та спрощення мовних конструкцій. У цьому контексті важливим є баланс між інтеграцією англіцизмів і збереженням унікальності української мови.

Теоретичні аспекти, викладені у розділі, створили основу для подальшого практичного дослідження англіцизмів у соціальних мережах. Важливо не лише розуміти механізми їх запозичення, але й дослідити їхню роль у соціокультурній динаміці. Це дозволить сформулювати обґрунтовані рекомендації щодо збереження мовної ідентичності та ефективного використання англіцизмів в умовах глобалізації.

Таким чином, перший розділ роботи є важливим теоретичним підґрунтям для всебічного вивчення впливу англіцизмів на сучасну українську мову. У подальших частинах дослідження передбачається більш детально розглянути особливості використання англіцизмів у соціальних мережах та їхнє значення для сучасного інформаційного простору України.

РОЗДІЛ 2: АНГЛІЦИЗМИ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ: АНАЛІЗ СУЧАСНИХ ТЕНДЕНЦІЙ

2.1 Передумови створення соціальних мереж

Ідея спілкування через технології почалася ще в 1970-х роках із появою електронної пошти (e-mail) та перших комп'ютерних мереж, таких як ARPANET. Вони дозволяли обмін повідомленнями між комп'ютерами. У 1980-х з'явилися перші електронні дошки оголошень (Bulletin Board Systems, BBS), де користувачі могли залишати повідомлення, ділитися файлами й обговорювати теми.

У 1990-х роках із розвитком Інтернету почали з'являтися платформи, які можна вважати попередниками соціальних мереж. Одним із таких проєктів був Six Degrees (1997 р.), який дозволяв створювати профілі користувачів і додавати друзів. Назва походить від концепції «шести рукостискань», згідно з якою кожна людина у світі пов'язана з іншою через шість знайомств.

- Friendster (2002): один із перших успішних проєктів, що дозволяв людям спілкуватися, створювати кола друзів і ділитися інформацією. Він швидко здобув популярність, але через технічні проблеми та конкуренцію втратив аудиторію.

- MySpace (2003): ця платформа стала революційною, оскільки дозволяла користувачам не лише створювати профілі, а й персоналізувати їх за допомогою музики, фото та відео. На піку популярності MySpace був найвідвідуванішим сайтом у США.

- Facebook (2004): заснований Марком Цукербергом як студентська платформа для Гарвардського університету, Facebook швидко перетворився на глобальну соціальну мережу. Її ключові особливості — стрічка новин, лайки та можливість створення груп. Facebook став еталоном для інших соціальних платформ.

- YouTube (2005): створений як платформа для обміну відео, YouTube зробив відеоконтент доступним для мільйонів користувачів. З часом він став важливим елементом соціальних медіа.

- Twitter (2006): ця мережа популяризувала короткі повідомлення (твіти) до 280 символів. Twitter став важливим інструментом для новин, політики та обговорення глобальних подій у реальному часі.

- Instagram (2010): орієнтований на фото й відео, Instagram привернув увагу молодій аудиторії завдяки простому дизайну та можливості застосовувати фільтри до зображень. У 2012 році Facebook купив Instagram за 1 мільярд доларів.

- Snapchat (2011): запропонував ідею зникаючого контенту (історій) і зробив спілкування через фото швидким і тимчасовим.

- WhatsApp (2009): хоча спершу це був месенджер, його функціонал і поширення зробили WhatsApp однією з найвпливовіших платформ для спілкування. Facebook купив WhatsApp у 2014 році.

- Pinterest (2010): соціальна мережа, орієнтована на пошук ідей, натхнення та організацію збережених матеріалів у вигляді віртуальних дощок.

- TikTok (2016): створений китайською компанією ByteDance, TikTok швидко завоював молодь завдяки коротким відео, орієнтованим на розваги, тренди та виклики.

- Clubhouse (2020): соціальна мережа для голосового спілкування, яка здобула популярність під час пандемії COVID-19, але згодом втратила аудиторію через конкуренцію.

- Threads (2023): відгалуження Instagram, орієнтоване на текстові публікації.

У соціальних мережах люди використовують пости, фотографії, відео та статуси, щоб продемонструвати свій рівень життя, досягнення та особисті цінності. Наприклад:

1. Демонстрація успіху за допомогою фотографій подорожей, предметів розкоші або кар'єрних досягнень (Instagram, LinkedIn).

2. Посты про соціальну активність або благодійність для відображення високих моральних цінностей.

Соціальні мережі стрімко набирають популярності, і щодня все більше користувачів Інтернету реєструються та починають активну діяльність на нових платформах, залишаючи позаду сайти, блоги, портали та інші вебресурси. Інтернет

ініціював глобальні зміни у мисленні людей, тому організації та бренди повинні адаптувати свої підходи, використовуючи маркетингові інструменти, одним із яких є соціальні мережі. Користувачі масово переходять у віртуальний простір, де інформація поширюється швидше та ефективніше.

У сучасному інформаційному просторі України соціальні мережі стали ключовим засобом реклами діяльності та послуг. Вони є найменш витратним і найбільш зручним способом піару, адже важливі інструменти – комп'ютер і доступ до Інтернету – сьогодні є майже у кожному домі.

Як зазначив Білл Гейтс: «Якщо вас немає в Інтернеті, вважайте, що ви не існуєте». Цей вислів відображає сучасну реальність: якщо подію проведено, але про неї ніде не написано – можна вважати, що вона не відбулася. І навпаки, якщо подію не було проведено, але про неї написано – вона існує в інформаційному просторі. Місцеві засоби масової інформації не завжди можуть надати необхідну інформаційну підтримку, тоді як соціальні мережі дозволяють оперативно донести інформацію до широкої аудиторії.

Значну роль у цьому процесі відіграють англіцизми, які дедалі частіше використовуються у соціальних мережах України. Вони стають важливим елементом сучасної комунікації, відображаючи глобалізацію та інтеграцію українського суспільства у світовий інформаційний простір. Англіцизми не лише збагачують мову новими термінами, а й підкреслюють прагнення до міжнародних стандартів і нових тенденцій.

У сучасному цифровому середовищі соціальні мережі стали важливим інструментом для митців та творчих професіоналів, надаючи можливість демонструвати свої роботи, знаходити нових клієнтів та підтримувати зв'язок з аудиторією. Однак, надмірне використання соціальних платформ може негативно впливати на психічне здоров'я та креативність. Соціальні мережі спроектовані таким чином, щоб утримувати увагу користувачів якомога довше, що може призводити до порівняння себе з іншими та виникнення почуття неповноцінності.

Варто зазначити, що хоча соціальні мережі можуть бути корисними, їх використання не є обов'язковим для досягнення успіху в творчій сфері. Багато митців

успішно будують свою кар'єру без активної присутності в соціальних мережах, зосереджуючись на альтернативних способах просування та взаємодії з аудиторією.

Тобто, важливо усвідомлено підходити до використання соціальних мереж, знаходячи баланс між онлайн-активністю та реальним життям, щоб зберегти креативність та психічне благополуччя.

Незважаючи на те, що надмірне використання соціальних медіа є дискусійною темою, ми ніколи не можемо ігнорувати важливість соціальних медіа та величезні можливості, які вони надають своїм користувачам.

2.2 Аналіз вживання англіцизмів у популярних українських соціальних мережах (Facebook, Instagram, TikTok тощо)

У книзі «Словник для дослідників» [2] в основу класифікації соціальних медіа покладені їх функціональні особливості, тобто то, те для чого вони призначені. Відповідно до цього критерію існують три групи соціальних медіа: основною функцією яких є колаборація, комунікація та мультимедіа. Відповідно кожен клас медіа включає свій набір сервісів, конкретних програм і сайтів.

Іншого принципу класифікації дотримуються М. Антонсон та К. Венделс, які виділили вісім найбільш популярних серед користувачів груп соціальних медіа: блоги (BlogSpot, Blogger тощо); сайти соціальних мереж (Facebook, LinkedIn тощо); мікромедіа як онлайн-сервіси коротких текстових повідомлень (наприклад, Twitter); сайти спільного користування фотографіями (Flickr, Picasa, Zoomr, SmugMug); сайти спільного використання відео (наприклад, YouTube); соціальні закладки, як сервіс мікрообміну, де користувачі можуть обмінюватися контентом безпосередньо через нього, не покидаючи сайт (StumbleUpon та інші); краудсорсінговий контент, як новинні соціальні мережі, де контент створюється й оцінюється самими користувачами (Digg та інші); лайфстріми та агрегатори, де збирається інформація з різних соціальних мереж, блогів, мікроблогів та інших сервісів, які працюють в реальному часі (Friendfeed та інші).

Соціальні медіа дозволяють користувачам підкреслити свою приналежність до певної групи, будь то професійні спільноти, культурні асоціації чи фан-групи. Такі платформи, як Facebook або Reddit, надають простір для тематичних груп, де люди можуть реалізовувати свої інтереси.

Reddit — одна з найбільших платформ для соціальної взаємодії, побудована навколо спільнот за інтересами, відомих як сабреддіти (subreddits). Учасники створюють і підтримують свій статус через активність, корисний контент, обговорення і участь у групах за певними темами. Незалежно від теми, користувачі здобувають повагу через унікальний контент, корисні поради або активну участь в обговореннях. Завдяки структурі сабреддітів кожен може знайти свою нішу і стати впливовим у ній (Табл. 5).

Таблиця 5

Соціальні групи на Reddit, їхні сабреддіти та способи вираження статусу

Категорія	Сабреддіти	Як реалізуються	Як виражають статус
Геймери	-r/gaming -r/LeagueofLegends - r/Minecraft	Обмін мемами, скріншотами та новинами. Публікація гайдів та обговорення змагань.	Upvotes за відео чи досягнення. Демонстрація унікального ігрового спорядження. Участь у кіберспортивних дискусіях.
Екоактивісти	-r/environment -r/ZeroWaste - r/ClimateActionPlan	Обговорення екологічних проблем. Публікація власних проєктів, як-от висаджування дерев.	Отримання високих upvotes за корисний контент. Організація ініціатив чи поширення важливої інформації.
Фанати поп-культури	-r/movies -r/anime -r/StarWars -r/MarvelStudios	Обговорення фільмів, серіалів, аніме. Публікація фан-арту чи теорій.	Підтримка мемів чи фан-контенту. Створення популярних обговорень або новин.
Професійні спільноти	-r/AskEngineers -r/Entrepreneur - r/Programming	Обговорення професійних тем. Поширення досвіду чи рішень у сфері технологій, бізнесу чи науки.	Високі upvotes за відповіді чи корисні поради. Визнання серед професіоналів за експертні знання.

Категорія	Сабредіти	Як реалізуються	Як виражають статус
Групи за інтересами	-r/Cooking -r/Fitness - r/Photography	Обмін рецептами, тренувальними програмами чи фотографіями. Організація тематичних викликів.	Публікація якісного контенту. Отримання позитивних відгуків і підтримки в обговореннях.

Джерело: власна розробка автора

Пости в соціальних мережах часто слугують інструментом для самопрезентації. Контент створюється таким чином, щоб відповідати бажаному іміджу:

1. Естетичний контент: фотографії та відео, що демонструють стиль життя, культурний капітал або професійний успіх.

2. Професійний імідж: публікація сертифікатів, досягнень і думок на професійні теми для підвищення свого статусу в професійних колах.

У сучасному цифровому просторі, де соціальні мережі відіграють ключову роль у формуванні особистого бренду та самовираження, естетика стає важливим елементом комунікації. Особливо це стосується платформ, таких як TikTok, Instagram та YouTube, де користувачі активно створюють контент, що не лише розважає, але й відображає певні цінності та спосіб життя. Одним із популярних форматів є відео «Get Ready With Me» (GRWM), які дозволяють аудиторії долучитися до процесу створення образу, показуючи етапи підготовки до певної події або дня.

«Get Ready With Me» (GRWM) — це формат відео, що набув значної популярності у TikTok, Instagram та YouTube. У цих відео користувачі діляться своїм процесом підготовки до різних подій, демонструючи макіяж, зачіску та вибір одягу. Такий контент не лише надає глядачам можливість стежити за трендами, але й активно впливає на поширення англіцизмів у б'юті-сфері, що особливо помітно серед молоді.

Англіцизми стали невід'ємною частиною лексикону сучасної б'юті-індустрії. Це зумовлено впливом західних медіа, що задають тренди у світі краси, а також глобалізацією, яка сприяє інтеграції англійської мови в різні сфери життя [20]. Зокрема, у GRWM-відео часто використовуються терміни, які походять з англійської

мови і позначають різні б'юті-продукти та техніки. Наприклад, такі слова, як «мейкап», «праймер», «консилер» і «хайлайтер», вже стали звичними для багатьох користувачів, які цікавляться косметикою (Табл. 6).

Таблиця 6

Англiцизми, що використовуються в б'юті-сфері

Англiцизм	Опис дії
Лоссьйон	Нанесення зволожувального засобу на обличчя
Праймер	Використання бази для вирівнювання текстури шкіри
Скін тінт	Нанесення тонального крему для створення рівного кольору обличчя
Консилер	Застосування засобу для приховування недоліків шкіри
Контуринг	Створення тіней і підкреслення форми обличчя
Бронзер	Використання бронзера для додання теплих відтінків шкірі
Блаш	Нанесення рум'ян для здорового вигляду
Лайнер для стрілок	Нанесення підводки для виділення контуру очей
Лайнер для губ	Окреслення губ ліп-лайнром і нанесення помади
Хайлайтер, шиммер	Використання засобів для додання блиску шкірі
Фіксатор	Використання фіксуєчого спрею для закріплення макіяжу
Б'юті блендер	Використання спеціальної губки для нанесення тональних засобів
Браш	Використання кисті для нанесення макіяжу (зазвичай для рум'ян, пудри чи тіней)

Джерело: власна розробка автора

Одним із ключових чинників популярності англiцизмів є їх поширення через засоби масової інформації [21]. Провідні б'юті-бренди та блогери, що використовують англійську мову, сприяють проникненню цих термінів у повсякденний вжиток. Крім того, англійські слова часто є коротшими та більш зручними для використання, що робить їх привабливими для широкої аудиторії. Наприклад, «скраб» — це слово, що легко вимовляється і запам'ятовується, на відміну від його можливого довшого українського аналога.

Важливу роль у поширенні англiцизмів відіграє також їхня універсальність. Вони дозволяють користувачам говорити про б'юті-продукти та техніки у зрозумілих термінах, незалежно від мови, яку вони використовують у повсякденному житті. Це особливо важливо для блогерів та інфлюенсерів, які прагнуть охопити міжнародну аудиторію. Англiцизми, такі як «шугаринг», «ліфтинг» [54] або «ремувер», забезпечують легкість комунікації та впізнаваність термінів у будь-якій точці світу.

У багатьох випадках кількість підписників і взаємодій є маркером статусу. Чим більше підписників, тим вищий соціальний капітал користувача, особливо у сфері інфлюенсерів. Використання трендових хештегів та участь у популярних трендах допомагає людям асоціювати себе з відповідними темами та збільшує їхнє охоплення.

Соціальні мережі підтримують процес формування групової ідентичності через цифрові спільноти — учасники груп у Facebook, форумів Discord або Reddit можуть обговорювати спільні інтереси та формувати спільноту однодумців; культурні рухи — платформи часто стають осередками культурних і соціальних рухів, таких як фемінізм, екологія чи захист прав меншин. Вони дозволяють учасникам виражати себе і відчувати себе частиною більшого цілого.

Соціальні мережі дозволяють людям не лише демонструвати свої статуси, але й активно їх реалізовувати:

1. Інфлюенсери: люди, які використовують свій статус для комерційної діяльності, отримуючи дохід від реклами та співпраці з брендами; особи, які мають певний вплив на аудиторію своїх підписників, які цікавляться їх діяльністю та дослухаються до їх думки [66].

2. Активісти: соціальні медіа стали платформою для активістів, які використовують їх для організації кампаній та збору коштів, що збільшує їхній соціальний капітал.

3. Підприємці: багато підприємців, особливо малих, використовують соціальні медіа для просування своїх продуктів і послуг, поєднуючи особистий і професійний статус.

Варто також зосередити увагу на основних аспектах спілкування у сучасних масмедіях, які роблять Інтернет настільки привабливим для користування. Ці аспекти виділив та систематизував британський вчений Крістіан Фучс у своїй праці «Internet and society: social theory in the information» (Табл.7).

Особливості комунікації за посередництвом комп'ютера

Особливість	Опис
Анонімність	Онлайн-комунікація може бути анонімною, залежно від середовища і бажання користувача.
Створення нового іміджу	У режимі онлайн імідж не залежить від реальності: користувач може створювати будь-який образ.
Гнучкість	Можливість завершити або продовжити спілкування за бажанням користувача.
Загальні інтереси	Об'єднання користувачів за спільними темами чи зацікавленнями.
Безперервність	Комунікація необмежена в часі: повідомлення зберігаються і доступні навіть після відсутності в мережі.
Правила	Існують специфічні правила для онлайн-спілкування.
Часопростір	Синхронність спілкування в реальному часі або асинхронність у різних часових поясах.
Значення	Поділ інформацією та можливість обміну думками в онлайн-спільнотах.
Добровільність	Участь у спілкуванні є виключно добровільною.
Глобальність	Онлайн-комунікація охоплює весь світ.
Відсутність контексту	Комунікація базується на друкованому тексті; невербальні сигнали замінюються емотиконами.
Експресивність	Через анонімність користувачі можуть не зважати на відповідальність за свої слова, що часто призводить до ненормативності висловлювань.
Швидкість	Відносини онлайн розвиваються швидше через анонімність і відсутність візуальних бар'єрів.
Соціалізація	Незважаючи на фізичну ізоляцію, користувач соціалізується через спілкування з іншими учасниками мережі.

Джерело: власна розробка автора на основі праці Крістіана Фучса

За останні десятиліття стрімкий розвиток інформаційно-комунікаційних технологій кардинально змінив спосіб життя людей. Соціальні медіа відіграли ключову роль у цьому процесі, ставши невід'ємною частиною повсякденного життя сучасної людини. Вони створили багатоканальну комунікаційну платформу, де кожен може взаємодіяти як з окремими людьми, так і з широкою аудиторією одночасно. Як результат, мільярди людей по всьому світу щодня використовують соціальні медіа для спілкування, обміну інформацією та формування громадської думки.

Сьогодні ці платформи стали середовищем, в якому виросло ціле покоління, народжене наприкінці 1990-х років, яке ніколи не знало світу без Інтернету. Це покоління тісно пов'язане з цифровими технологіями, і його соціалізація значною мірою відбувалася через онлайн-спілкування. Вплив соціальних медіа на їхнє повсякденне життя проявляється у формуванні звичок, моделей поведінки, цінностей та мотивацій.

Чим раніше людина починає взаємодіяти з соціальними мережами, тим глибший і всебічніший вплив ці платформи мають на її особистість і світогляд. З огляду на це, все більшого значення набуває вивчення інформаційно-комунікаційного простору, який формують соціальні медіа. Це включає вивчення різних типів соціальних медіа, їхньої специфіки та аналіз впливу на суспільство в цілому.

На сьогоднішній день у науковій літературі відсутнє чітко усталене визначення поняття «соціальні медіа». Багато дослідників використовують цей термін для позначення онлайн-сервісів, де онлайн-контент створюється самими користувачами. У традиційних медіа існує чітке розмежування між творцями контенту та аудиторією, тоді як у соціальних медіа ці межі розмиті, оскільки основна увага приділяється співпраці користувачів та спільному поширенню контенту. Відповідальність за розміщення інформації в соціальних медіа лежить на самих користувачах, а платформи слугують платформою для доступу до інформації, обмежуючи лише контент, заборонений законом.

Соціальні медіа в широкому сенсі охоплюють усі канали онлайн-комунікації, які сприяють залученню людей до спільної діяльності. Практично кожен, хто підключений до Інтернету, є учасником соціальних медіа в тій чи іншій формі. У вузькому розумінні цей термін стосується соціальних мереж і додатків, таких як Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, Pinterest, Viber, Telegram, TikTok, SnapChat тощо. У цьому контексті соціальні медіа розглядаються як один з каналів онлайн-комунікації поряд з блогами, електронною поштою, дискусійними форумами та сайтами підтримки клієнтів.

Соціальні мережі створюються за допомогою соціальних медіа, а сайти соціальних мереж є одним із сервісів соціальних медіа. Терміни «соціальні медіа»,

«соціальні мережі» та «сайти соціальних мереж» часто використовують як взаємозамінні. Однак існує й інша точка зору, яка підкреслює різницю між цими поняттями. Прихильники цієї теорії вважають, що соціальні медіа - це сукупність мережевих і мобільних технологій, які перетворюють спілкування на інтерактивний діалог, тоді як соціальні мережі - це соціальна структура, яка об'єднує людей на основі спільних інтересів. Соціальні мережі дозволяють користувачам створювати публічні або приватні профілі, формувати списки контактів і взаємодіяти з іншими користувачами системи.

Ці відмінності важливі для розуміння сучасного інформаційно-комунікаційного простору та ролі, яку соціальні медіа та соціальні мережі відіграють у суспільстві.

Соціальні мережі, як глобальні платформи для спілкування та обміну інформацією, стають основними каналами для передачі культурних цінностей і мовних зразків. Наприклад, меми, відео та пости часто створюються та поширюються англійською мовою, що сприяє їх розумінню та використанню користувачами з різних країн.

Facebook є всесвітньою платформою, яка об'єднує користувачів з усього світу, сприяючи міжкультурному обміну. Багато сторінок та груп на Facebook ведуться англійською мовою, що стимулює використання англіцизмів серед користувачів.

Instagram відомий своїм візуальним контентом, таким як фото та відео, де часто використовуються англійські хештеги та підписи. Багато популярних інфлюенсерів на платформі ведуть свої сторінки англійською мовою, що впливає на мовну практику їхніх підписників.

Платформа X (колишній Twitter) дозволяє швидко обмінюватися короткими повідомленнями, які часто пишуть англійською мовою, що сприяє поширенню англіцизмів. Багато світових новин та трендів обговорюються англійською мовою, що залучає користувачів з різних країн.

YouTube є місцем для відеоконтенту, де багато популярних відеоблогерів та творців контенту використовують англійську мову, що впливає на їхню аудиторію. Крім того, освітні матеріали, відеоуроки та інші ресурси часто доступні англійською мовою, що сприяє її вивченню та використанню.

TikTok популярний серед молоді завдяки коротким відео, які часто супроводжуються англomовними піснями та хештегами. Платформа дозволяє швидко поширювати міжнародні тренди, що включають англійські терміни та вирази, сприяючи таким чином поширенню англiцизмiв.

Останніми роками соціальні медіа значно зросли в популярності, задовольняючи інформаційні потреби користувачів. Особливо це стосується платформ, які зосереджені на візуальному контенті. Серед них виділяється Pinterest — соціальне медіа, яке займає шосте місце серед найпопулярніших соціальних мереж. Відмінністю Pinterest є акцент на візуальному колекціонуванні, а не на автопортретах, що є характерним для інших платформ, таких як Instagram чи Facebook.

Pinterest дозволяє користувачам створювати віртуальні дошки, де вони можуть зберігати («пінити») зображення або інший контент. Цей контент може містити посилання, коментарі або описи. Користувачі можуть не лише додавати контент, що є на Pinterest, але й закріплювати матеріали з зовнішніх джерел. З моменту запуску у 2010 році Pinterest привернув значну увагу, що проявляється у збільшенні кількості користувачів і досліджень, присвячених платформі [10].

Pinterest також є важливим інструментом у поширенні англiцизмiв, оскільки платформа сама по собі інтегрує англійські терміни «pin» та «interest». Вона сприяє глобальному поширенню англійської мови, оскільки більшість контенту на платформі представлена англійською. В Україні, як і в інших країнах, Pinterest відіграє роль у формуванні інформаційного простору, де англiцизми стають частиною щоденної комунікації користувачів (Табл. 8).

Таблиця 8

Найпопулярніші англiцизми на Pinterest у різних аспектах життя

Категорія	Англiцизми	Значення в українській мові
Реклама	брендінг, контент-маркетинг	створення іміджу бренду, маркетинг контенту
Подорожі	тріп, гайд	подорож, посібник
Навчання	вебінар, тьюторіал	онлайн-семінар, посібник
Мода	лук, тренд	стильний образ, модна тенденція
Мистецтво	дизайн, креатив	проектування, творчий підхід
Кулінарія	рецепт, бейкінг	спосіб приготування, випікання
Домашній декор	інтер'єр, реновація	внутрішнє оздоблення, ремонт
Фітнес	ворк-аут, рутина	тренування, режим

Категорія	Англiцизми	Значення в українській мові
Технології	гаджет, апка	електронний пристрій, додаток
Екологія	састейнабл, еко-френдлі	стійкий розвиток, екологічно дружній

Джерело: власна розробка автора

Соціальні мережі мають беззаперечний вплив на кожен аспект життя у швидкозмінному цифровому світі XXI століття. Такі соціальні мережі, як Facebook, X, Instagram та TikTok, змінили те, як ми взаємодіємо один з одним, і повпливали те, як ми говоримо і пишемо. Вплив соціальних медіа на еволюцію мовних та комунікаційних тенденцій — це ґрунтовне обговорення складної взаємодії між цифровим світом і тим, як ми спілкуємося. Окрім того, що соціальні мережі надали людям платформи для обміну ідеями, думками та досвідом з великою аудиторією, вони також спричинили народження абсолютно нової мови в нинішню цифрову епоху. Ці зміни мають довготривалий вплив на структуру самої української мови, а також на способи комунікації. Мова еволюціонувала швидше завдяки швидкому поширенню інформації в соціальних мережах. З обмеженням кількості символів та миттєвими повідомленнями, аббревіатури, акроніми та емодзі стали повсюдними, спрощуючи комунікацію. Соціальні мережі дозволяють налагоджувати зв'язки між користувачами з різними мовними досвідом, незважаючи на географічні бар'єри. Завдяки цьому з'явилися гібридні мови, в яких користувачі поєднують компоненти багатьох мов, щоб створити особливу цифрову. Те, як ми взаємодіємо один з одним, відбувається в режимі реального часу під впливом тематичних дискусій, мультимедійного контенту та трендів. Мова наразі є динамічним явищем, що розвивається, на яке впливають мільярди користувачів по всьому світу завдяки сприянню мовних інновацій та демократизації цифрової епохи. Для лінгвістів, дослідників комунікації та всіх, хто цікавиться постійно мінливою природою людської комунікації, розуміння взаємозв'язку між соціальними мережами та еволюцією мови має вирішальне значення.

Англiцизми в соціальних мережах мають широкий вплив на різні сфери життя і діяльності, включаючи бізнес, транспорт, спорт, б'юті сферу та інші [55].

Бізнес:

- Маркетинг і брендинг: терміни, як «бренд», «маркетинг», «таргетинг», «контент» широко використовуються у стратегіях бізнесу для залучення та утримання клієнтів. «Кейси», «фідбек» і «бриф» стали невід'ємною частиною корпоративної лексики.
- Інновації та стартапи: у сфері технологій та стартапів часто використовуються такі терміни, як «пітчінг», «стартап», «бізнес-інкубатор», «краудфандинг». Вони відображають глобальні тенденції та інновації.

Транспорт:

- Авіація: терміни «чек-ін», «гейт», «пасажир», «багаж» часто використовуються у повсякденній мові пасажирів та працівників авіаційної галузі.
- Автомобільна індустрія: англіцизми, як «тест-драйв», «шоурум», «сервіс», «тюнінг» стали звичними у сфері автомобільного обслуговування та продажу.

Спорт:

- Футбол: у футбольних спільнотах активно використовуються англійські терміни, такі як «голкипер», «офсайд», «фол», «фан-клуб».
- Фітнес та здоров'я: англіцизми, як «кардіо», «фітнес-трекер», «вікенд-воркаут», «джим» поширені серед любителів здорового способу життя.

Б'юті сфера:

- Косметика: слова, як «праймер», «консилер», «хайлайтер», «бронзер», є основними термінами у косметичній індустрії.
- Мода та стиль: терміни «лук», «аутфіт», «фешн», «стайлінг» використовуються для опису тенденцій у моді.

Інформаційні технології:

- Програмування: англіцизми, як «код», «дебаг», «фреймворк», «апдейт», є стандартною лексикою для розробників програмного забезпечення.
- Соціальні мережі: англійські терміни, як «лайк», «шер», «пост», «сторі» поширені серед користувачів соціальних мереж.

Освіта:

- Методологія навчання: використовуються терміни «тренінг», «воркшоп», «вебінар» для опису різних форм навчання.
- Онлайн освіта: слова «лектор», «курси», «зум-сесії» стали частиною сучасної освітньої лексики.

2.3 Сленг у соціальних мережах

Мовний процес кінця XX — початку XXI ст. характеризується посиленням ролі неформальних, нелітературних елементів у мовленні. Це виявляється не лише в масовій дестандартизації розмовної мови, а й у проникненні сленгу до інших стилістичних рівнів, наприклад, в мовлення засобів масової інформації та в художню літературу. Варто лише поглянути на сучасну прозу, послухати радіо, подивитись телевізор, пройтись вулицею, поспілкуватись у невимушеній атмосфері, аби зрозуміти, що мова пістрявіє життям, вона налаштована на вираження почуттєвих тонкощів, на емоційне різноманіття, на експресію. Очевидно, що сучасне мовлення тяжіє до нестандартної лексики, використовуючи при цьому всі можливі стилістичні засоби: інфантильні вкраплення, згрубіле, перенасичене мовлення, елементи мовної гри та адаптовані запозичення. Проте, найрізноманітнішим та найцікавішим мовним середовищем є Інтернет. Саме при комунікації он-лайн користувачі соціальних мереж, блогів та форумів повністю проявляють свою мовленнєву креативність, творячи неологізми, вдалі порівняння, використовуючи прийоми мовної гри та адаптовуючи запозичення [36].

Український дослідник сленгу та неформальної лексики Тарас Кондратюк вважає, що розмовне мовлення є найбільш продуктивним для дослідження, оскільки в ньому якнайповніше відображається вся сукупність проявів людської особистості [39]. Це визначається засадничими властивостями цієї мовної структури. Таким чином, розмовне мовлення та сленг характеризуються особливими умовами функціонування, до яких відносяться відсутність попереднього обдумування висловлювання та пов'язану з цим неможливість попереднього відбору мовного

матеріалу, безпосередність мовленнєвого спілкування між його учасниками, невимушеність мовленнєвого акту, що зумовлена відсутністю офіційності між комунікантами та в самому характері висловлювання. Усі перелічені чинники у сукупності утворюють найсприятливіший ґрунт для реалізації мовної експресії та застосування лексичних засобів її творення.

Термін «сленг» є запозиченням з англійської мови, однак етимологія слова не з'ясована і має безліч гіпотез [39]. Так, існують такі пояснення походження цього слова:

- «Циганська» гіпотеза (Ф. Гроуз) — слово зводиться до циганського slang - «мова», саме таке трактування протрималось до XIX ст.;
- Дж. Хоттен пов'язав «сленг» зі значенням «пута, кайдани», з якого пізніше розвинулось значення «мова арештантів»;
- З кінця XIX ст. з'являється «скандинавське» пояснення слова (В. Скіт). Німецький лінгвіст О. Ріттер дав цікаве пояснення slang як аглютинації сполуки слів *beggar's (thieves', gypsies')* language, але воно видається малоймовірним.
- Найприйнятнішою та найбільш популярною версією є пояснення Е. Партріджа, який виводить slang від англійського Past Participle дієслова *to sling* («Slang is language slung about»), підтверджуючи свою думку наявними у літературній мові висловами *to sling words, to sling the bat*. У процесі семантичного розвитку слово ототожнювалось із такими поняттями, як арго (*argot*), жаргон (*jargon*), мова циган (*lingo, gibberish*), злодійська мова (*cant*).

Американські лінгвісти Бетані К. Думас та Джонатан Лайтер у своєму дослідженні «*Is Slang a Word for Linguists*» розглянули визначення сленгу, які пропонували інші американські дослідники у середині XX століття [5]. Проаналізувавши зібраний матеріал, вони виокремили такі ключові характеристики сленгової мови:

- Знижена стилістика: сленг знижує пристойність або серйозність висловлювання. Його вживання під час формального спілкування часто є несподіваним або неприйнятним для інших учасників розмови. Однак, використання сленгу в таких ситуаціях може свідчити про довіру або близькість мовця до аудиторії.

- Соціальна самоідентифікація: використання сленгу свідчить про знайомство мовця з темою розмови або з групою людей, які також розуміють та вживають цей термін.
- Табуїзованість: сленгові вирази зазвичай неприпустимі при спілкуванні з людьми вищого соціального статусу.
- Евфемістична функція: сленгізми використовуються для заміни заборонених або нецензурних слів, аби уникнути дискомфорту під час їх вимови. Також вони допомагають нівелювати незручності, коли співрозмовнику потрібно самому здогадуватись про незавершену фразу.

Зігмунд Фройд пояснював ідентифікацію як захисний механізм, що допомагає зменшити почуття невпевненості, тривоги або страху, які виникають при самоусвідомленні. У ранньому дитинстві відбувається первинна ідентифікація, коли дитина формує емоційний зв'язок з матір'ю, шукаючи безпеку. Далі слідує вторинна ідентифікація, коли дитина намагається бути схожою на фігуру, яка викликає у неї тривогу або є авторитетною. За Фройдом, це стає передумовою для розвитку Едіпового комплексу, коли хлопчик хоче зайняти місце батька, копіюючи його поведінку.

Третя форма ідентифікації настає з входженням людини у соціальне життя (дитячий садок, школа, робота). У цей період людина прагне бути схожою на групу, до якої належить, але одночасно відчуває потребу виокремити себе як унікальну особистість. Самоідентифікація розвивається через ототожнення себе з іншою особою або групою, включаючи в образ свого «Я» певні їхні якості, і наслідування поведінки.

У контексті використання англіцизмів у соціальних мережах, цей процес самоідентифікації може проявлятися у прагненні користувачів інтегруватися в глобальну мовну та культурну спільноту. Запозичення англіцизмів у спілкуванні в соціальних мережах може слугувати засобом вираження належності до певної групи, яка активно використовує ці терміни, і одночасно демонстрацією своєї унікальності та сучасності. Таким чином, англіцизми у соціальних мережах можуть виступати

інструментом, за допомогою якого користувачі здійснюють свою самоідентифікацію, наслідуючи певні мовні та культурні практики глобальної спільноти.

У сучасному інформаційному просторі сленг та інтернет-мова стали настільки вагомими явищами, що їх вивчення заслуговує окремої уваги. Сленг, який активно використовується в соціальних мережах, не лише відображає культурні і мовні тенденції, але й формується під їхнім впливом. Для глибокого розуміння цих процесів важливо розглядати сленг як окреме лінгвістичне явище. Прикладом ресурсів, які допомагають у вивченні сленгу та інтернет-мови, є статті на кшталт «The Lowkey Guide to Gen Z Speak» [11]. Цей ресурс пропонує детальний огляд мови покоління Z, яка активно використовується в цифровому середовищі.

З появою платформ соціальних медіа, комунікація значно змінилася, і разом з нею постійно розвивається лексикон мови. Сучасний сленг є динамічним мовним явищем у цифровому світі [28]. Метою цієї статті є запропонувати раціональний теоретичний огляд сучасного сленгу, який використовується сьогодні в соціальних мережах.

У світі соціальних мереж сучасний сленг може змінюватися дуже швидко. Нові терміни з'являються і швидко поширюються, поки не стають частиною популярного дискурсу, виражаючи різноманітні почуття та ідеї з точністю та оригінальністю. Сучасний сленг демонструє, як великі ідеї можна стисло виразити одним словом або фразою.

Один зі способів, яким мова змінюється для вираження нових ідей, досвіду та почуттів, полягає у перетворенні іменників на дієслова. Наприклад, фраза «Math ain't mathing» означає, що щось здається нелогічним або неправильним, а «Brain ain't braining» жартівливо вказує на те, що людина відчувається нерозумною або неспроможною сконцентруватися. Такі вирази часто використовуються в гумористичних або легких ситуаціях, щоб підкреслити, що щось не йде за планом або що хтось стикається з труднощами у виконанні завдання.

Коли мова йде про сленг, який широко використовується в неформальних контекстах, таких як квір-спільноти або культурні групи, вирази на кшталт «slay», «serve» і «ate» вказують на високий рівень якості або успішності. «Slay» означає

блискуче виконання чогось, «serve» використовується для підкреслення стилю чи впевненості в особистій презентації, а «ate (and left no crumbs)» підкреслює вражаючу майстерність та самовпевненість.

Термін «delulu», скорочення від «delusional», описує стан, коли хтось занурюється у фантазії або має нереалістичні очікування. Попри те, що це слово може мати негативні конотації, його часто використовують у жартівливих контекстах, особливо в інтернет-мемах чи неформальних розмовах, для опису когось, хто мріє або фантазує поза межами реальності.

Фраза «it's giving» стала поширеним сленговим виразом у соціальних мережах для опису атмосфери або відчуття, що супроводжує конкретну ситуацію чи об'єкт. Цей вислів може мати різні значення залежно від контексту і використовується для передачі враження чи настрою. До прикладу, «it's giving nothing» — «це не має ніякого сенсу», «it's giving money» — «особа ймовірно дуже заможна», «it's giving nerd» — «особа ймовірно дивакувата і дуже захоплюється якоюсь наукою»

«GOAT», акронім для «the greatest of all time», часто використовується для опису видатних людей або предметів у певних сферах, будь то спорт, музика чи інші галузі. Ця аббревіатура є прикладом того, як сучасна мова стискає складні концепції до коротких, але зрозумілих виразів, зберігаючи при цьому емоційне та інформаційне навантаження.

Сучасний сленг не тільки допомагає визначити приналежність до певних віртуальних спільнот або субкультур, але й служить засобом самовираження та створення колективної ідентичності. Люди використовують сленг як спосіб об'єднання, спілкуючись з тими, хто поділяє їхні мовні уподобання. Цей процес збагачує мову і допомагає створювати нові форми вираження, що відображають динаміку сучасного суспільства.

Отже, сучасний сленг демонструє, як мова здатна пристосовуватися до нових умов, стаючи інструментом комунікації, самовираження та відображення змін у соціальному та культурному середовищі. Це є одним із найцікавіших аспектів лінгвістики, який свідчить про взаємодію між мовами, культурами та технологічними досягненнями.

2.4 Комунікативні функції англіцизмів у мережевому середовищі

Англіцизми в мережевому середовищі стали невід'ємною частиною сучасного цифрового спілкування, виконуючи різноманітні комунікативні функції. Поширення англійських слів та виразів, адаптованих до української мови, зумовлене глобалізацією, розвитком інтернет-культури, а також домінуванням англійської мови в глобальних мережах, таких як соціальні медіа, форуми, блоги та інші онлайн-платформи [17, 18].

Одна з основних комунікативних функцій англіцизмів — це інтернаціоналізація інформації. Оскільки англійська мова є мовою міжнародного спілкування, багато англіцизмів виконують роль мостів між різними культурами. Щоб відповісти на питання про те, що означає міжнародна мова, необхідно розглянути це явище з точки зору культурної цінності. Мова по праву вважається мовою, яка дає можливість людям з різних країн розуміти один одного, виконувати спільні завдання, обмінюватися знаннями. Вона дозволяє людству розвивати технології, налагоджувати комунікативні зв'язки між віддаленими частинами світу, сприяє підвищенню культурного рівня цілих країн. Міжнародна мова - це стандартна мова з мінімальними предметами для змін, варіативність якої залежить від регіону або сфери застосування, що дає можливість проявляти локальну або національну ідентичність [33]. По суті, це визначення просто замінює термін «англійська мова» на термін «міжнародна англійська», тобто мова міжнародного спілкування, підкреслюючи її всеосяжну, провідну роль у сучасних глобалізаційних процесах. Англійська мова - це мова, яка використовується майже у всіх сферах міжнародної комунікації, що виходить за межі національних кордонів.

Завдяки цьому, користувачі можуть швидше обмінюватися ідеями, зберігаючи при цьому високу ступінь точності у передачі конкретних понять, що часто не мають точних аналогів в українській мові. Так, терміни на кшталт «лайк» (від англ. «like») або «фоловити» (від англ. «follow») забезпечують універсальність і легкість у спілкуванні серед людей, що мають різні мовні фони, але користуються одними й тими ж онлайн-сервісами.

У лінгвістиці є декілька принципів класифікації інтернаціональних елементів: за способом запозичення та за вибором джерела запозичення. Наприклад, В. В. Акуленко пропонує такий принцип класифікації інтернаціоналізмів за способом запозичення, розрізняючи сім типів міжнародних лексичних знаків [16]:

- 1) слова, об'єднані схожістю значення, вимови, написання й умотивованості, тобто інтернаціоналізми з однаковою словотворчою або змістовою структурою;
- 2) слова, основи, морфеми, об'єднані схожістю значення, вимови й написання;
- 3) слова, об'єднані схожістю значення, вимови й умотивованості, але не написання;
- 4) слова, морфеми та словосполучення, об'єднані спільністю значення, написання й умотивованості за різної вимови;
- 5) слова, основи, морфеми, що об'єднуються схожістю лише значення й вимови за різниці в написанні й мотивації;
- 6) слова, об'єднані спільністю значення й схожістю написання за різної вимови й умотивованості;
- 7) слова й форми, що об'єднані схожістю значення й умотивованості.

Іншою важливою функцією англіцизмів є стилістична функція, пов'язана з формуванням певного стилю спілкування. Використання англіцизмів часто сприймається як показник сучасності та інформованості. Молоді люди найчастіше використовують англіцизми, демонструючи таким чином свою приналежність до глобальної культури та тенденцій. Деякі англійські слова коротші або простіші у використанні порівняно з українськими відповідниками. Це робить спілкування швидшим і легшим, особливо в текстовому форматі. У багатьох випадках, англіцизми використовуються через відсутність точних українських відповідників. Це особливо актуально у сферах технологій, бізнесу, моди, де нові терміни часто з'являються саме на англійській мові. Окрім цього, вживання англіцизмів дозволяє людям виразити індивідуальність, показати знання іноземної мови та залученість до міжнародної спільноти. Це особливо помітно у блогах, соціальних мережах та інших платформах, де люди прагнуть створити власний стиль. Часто англіцизми стають частиною

молодіжного або професійного жаргону. Це може бути способом створення групової ідентичності або ж просто модним трендом.

Англіцизми надають мовленню певної динаміки і гнучкості, дозволяючи говорити про нові явища та речі, яких раніше не було. Їхнє використання може значною мірою залежати від контексту, аудиторії та індивідуальних вподобань мовця. В умовах глобалізації англійська мова стала маркером сучасності та прогресивності, тому використання англіцизмів дозволяє користувачам підкреслити свою причетність до глобальних трендів, технологій або модних напрямків. Наприклад, слова на кшталт «тренд», «хештег», «влог» активно використовуються серед молоді, особливо в контексті популярних соціальних мереж, що дає змогу створювати стильне, актуальне та своєрідне повідомлення.

Ще однією важливою функцією англіцизмів є комунікаційна економія. В мережевому середовищі, де час і простір для спілкування обмежені, використання коротких, але водночас зрозумілих термінів дозволяє швидко передавати повідомлення, уникати зайвих пояснень і деталей. Так, терміни «апдейт», «шарити», «чекати» здатні в точності передавати потрібне значення без додаткових слів або фраз. Комунікаційна економія — це одна з важливих функцій англіцизмів у соціальних мережах.

Уявімо ситуацію, коли обговорюється новий гаджет. Англійські терміни, такі як «смартфон», «апдейт», «фітнес-трекер», використовуються значно легше і водночас точно передають сенс. Це економить час на пояснення та уточнення, дозволяючи швидко перейти до суті розмови. Окрім того, комунікаційна економія проявляється і в тому, що деякі англіцизми вже стали інтернаціоналізмами, зрозумілими широкому колу користувачів незалежно від рідної мови. Вони створюють спільну мовну платформу, зручну для обміну інформацією у глобалізованому світі.

Висновки до другого розділу

Другий розділ роботи присвячений аналізу використання англіцизмів у соціальних мережах, визначенню їхніх комунікативних функцій та впливу на сучасний інформаційний простір України. Результати дослідження підтвердили, що соціальні мережі є ключовим середовищем для поширення англіцизмів, які стали невід'ємною частиною цифрового спілкування.

Соціальні медіа, такі як Facebook, Instagram, TikTok та інші, сприяють швидкому поширенню мовних новацій. Англіцизми активно використовуються в постах, коментарях, хештегах, а також у візуальному контенті. Вони виконують не лише номінативну функцію, позначаючи нові явища та поняття, але й стилістичну, підкреслюючи індивідуальність, модність чи приналежність до певної культурної групи.

Особливу увагу приділено сленговим англіцизмам, які є характерною рисою комунікації у соціальних мережах. Такі слова, як «лайк», «шер», «сторі» чи «фоловер», стали основою лексики цифрового середовища, полегшуючи взаємодію користувачів і створюючи нові можливості для самовираження. Ці запозичення не лише адаптуються до української мови, але й зазнають трансформацій, які роблять їх зручними для використання у конкретному мовному контексті.

Розділ також охопив аналіз причин популярності англіцизмів у соціальних мережах. Однією з ключових є вплив глобалізації, яка зумовлює інтеграцію англійських термінів у повсякденну комунікацію. Крім того, важливим чинником є популярність англійської мови як основної мови цифрового контенту. Це пояснює активне використання англіцизмів у комунікації користувачів з різних країн, що спрощує взаєморозуміння.

Соціальні мережі формують унікальне мовне середовище, в якому англіцизми виконують ряд важливих функцій. Зокрема:

1. Естетична функція: використання англіцизмів додає текстам динаміки, сучасності та стилістичного забарвлення.

2. Інтеграційна функція: вони сприяють формуванню міжнародної ідентичності користувачів та відчуття приналежності до глобальної цифрової спільноти.

3. Комунікативна функція: англіцизми допомагають створювати короткі й зрозумілі повідомлення, що відповідає темпу життя в цифрову епоху.

Окремо було розглянуто вплив англіцизмів на мовну ситуацію в Україні. З одного боку, їхнє використання збагачує мову, вводячи нові терміни для позначення технологій, трендів і культурних явищ. З іншого боку, спостерігається ризик витіснення українських еквівалентів, що може призводити до звуження мовного розмаїття [62].

Аналіз соціальних мереж також продемонстрував, що молодіжна аудиторія є найбільш активним носієм англіцизмів. Для молоді такі слова часто є не лише засобом комунікації, а й способом вираження своєї ідентичності. При цьому важливо зазначити, що англіцизми не завжди замінюють українські слова, а функціонують паралельно, створюючи своєрідний мовний симбіоз.

Отже, другий розділ підкреслив значущість соціальних мереж як платформи для поширення англіцизмів і їхнього впливу на сучасну українську мову. Отримані результати стали основою для глибшого розуміння соціокультурних процесів, пов'язаних із використанням англіцизмів, і визначення перспектив їхньої адаптації в українському мовному середовищі.

РОЗДІЛ 3: СОЦІОКУЛЬТУРНІ НАСЛІДКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ АНГЛІЦИЗМІВ В УКРАЇНСЬКОМУ ІНФОРМАЦІЙНОМУ ПРОСТОРІ

3.1 Соціокультурні аспекти впливу англіцизмів на українське суспільство

Суттєвими є соціокультурні аспекти впливу англіцизмів на українське суспільство, які відображають не лише мовні зміни, а й глибші трансформації, що стосуються культурних, соціальних і навіть політичних процесів. Англіцизми, які активно проникають в українську мову, виступають своєрідним індикатором глобалізації, яка впливає на всі сфери життя суспільства, від бізнесу та економіки до культури та повсякденного спілкування.

Глобалізація, зокрема, вплив медіа та Інтернету, значно сприяє поширенню англійської мови [12]. Соціальні мережі, стрімінгові платформи та онлайн-новини часто стають джерелом нових англіцизмів, які швидко входять у вжиток. Вплив англійської мови через медіа особливо помітний у молодіжному середовищі, де міжнародні тренди поширюються та асимілюються швидше.

Глобалізація в соціальних мережах відкриває нові можливості для українців також у плані заробітку. З розширенням Інтернету і зростанням популярності таких платформ, як Instagram, Facebook, TikTok, і YouTube, багато людей можуть отримувати дохід, використовуючи свої навички, таланти та креативність. Давайте розглянемо докладніше, як це працює.

Одна з прямих можливостей заробітку в соціальних мережах — це монетизація створеного контенту. Платформи, такі як YouTube та TikTok, пропонують можливість отримувати дохід від реклами, яка відображається на відео. Користувачі, які створюють популярний контент, можуть заробляти значні суми через перегляди та підписи.

Багато брендів шукають співпраці з популярними користувачами соцмереж для просування своїх продуктів або послуг [1]. Англіцизми та глобальна доступність роблять українських інфлюенсерів більш привабливими для міжнародних компаній, які хочуть вийти на нові ринки. Вони можуть отримувати значні суми грошей за спонсоровані пости чи реклами.

Англіцизми в контексті UGC (User-Generated Content) блогінгу є важливим фактором, що сприяє глобалізації та розширенню можливостей заробітку для українських користувачів онлайн-платформ. UGC блогінг, де користувачі створюють і публікують власний контент, стає все більш популярним серед українських інфлюенсерів, які використовують англіцизми для підвищення своєї конкурентоспроможності та привабливості для міжнародних брендів (Додаток А).

UGC блогінг охоплює створення різноманітного контенту, включаючи відео, фотографії, огляди та пости, які користувачі публікують на платформах, таких як Instagram, TikTok, YouTube та інші. Цей контент часто відображає інтереси та стиль життя блогерів, залучаючи аудиторію, яка довіряє їхньому досвіду і рекомендаціям. Бренди все частіше співпрацюють з такими користувачами для просування своїх продуктів або послуг через більш автентичний і персоналізований підхід, який забезпечує більшу довіру і залученість аудиторії.

Англіцизми, тобто слова або вирази англійського походження, інтегровані в українську мову, виконують кілька важливих функцій у цьому процесі.

Насамперед, використання англіцизмів робить контент більш зрозумілим і доступним для глобальної аудиторії [2]. Це дозволяє українським інфлюенсерам залучати підписників з різних країн і культур, розширюючи свої можливості для міжнародного співробітництва.

Англіцизми часто асоціюються з модерністю, високим рівнем освіти і знань. Вони надають контенту певний статус, роблячи його більш привабливим для аудиторії, яка цінує інтернаціональні стандарти [42].

Багато міжнародних компаній шукають партнерів для просування своїх товарів у нових регіонах. Українські інфлюенсери, які використовують англіцизми, стають

більш помітними і зрозумілими для цих компаній, що відкриває їм доступ до нових ринків і значних фінансових можливостей.

Окрім цього, багато українських інфлюенсерів використовують свої платформи для підвищення обізнаності про війну в Україні. Завдяки використанню англіцизмів і англійської мови загалом, вони можуть донести свої повідомлення до ширшої міжнародної аудиторії. Це дозволяє їм не лише підтримувати своїх співвітчизників, а й привертати увагу світової спільноти до важливих питань, пов'язаних із війною. Міжнародні компанії, які співпрацюють з українськими блогерами, часто включають соціально значущі ініціативи у свої кампанії, надаючи фінансову допомогу або ресурси для підтримки України. Участь таких брендів у колабораціях з українськими контент-крейторами сприяє не лише їхньому економічному розвитку, а й допомагає в боротьбі з дезінформацією, підвищуючи обізнаність про реальний стан справ в Україні.

Українські інфлюенсери часто створюють контент, який акцентує увагу на поточних подіях, використовуючи популярні формати, такі як відеоблоги, пости з закликами до дій або участі в благодійних акціях. Наприклад, пости з хештегами #StandWithUkraine та подібними англійськими виразами, які забезпечують розповсюдження інформації про ситуацію в країні чи кампанії зі збору коштів на допомогу постраждалим чи військовим, які стають більш успішними завдяки міжнародній аудиторії, що долучається до них через соціальні мережі.

Платформи, такі як Patreon або Buy Me A Coffee дозволяють користувачам отримувати дохід від своїх фоловерів, пропонуючи їм ексклюзивний контент за плату. Це може бути ексклюзивний доступ до відео, чатів, курсів або навіть прямих трансляцій.

Соцмережі також сприяють пошуку клієнтів для дистанційної роботи та фрілансингу. Люди можуть використовувати LinkedIn для розвитку професійних контактів або платформи, як Upwork чи Fiverr, для знаходження замовлень та проектів з усього світу. Це розширює можливості для заробітку та дозволяє українцям працювати на міжнародному рівні.

Соцмережі стали важливим інструментом для розвитку кар'єри та фрілансингу, надаючи можливості для багатьох професій — від вчителів і художників до музичних продюсерів, програмістів, графічних дизайнерів та інших спеціалістів. Завдяки глобалізації та цифровим платформам, українці можуть знайти клієнтів і проекти з усього світу, що значно розширює їхні професійні горизонти.

Вчителі можуть пропонувати онлайн-курси, приватні уроки або проводити вебінари, використовуючи соцмережі для просування своїх послуг.

Художники і графічні дизайнери мають змогу продавати свої роботи або виконувати замовлення для клієнтів з інших країн, використовуючи такі платформи як Behance або Dribbble для демонстрації портфоліо.

Музичні продюсери можуть співпрацювати з міжнародними артистами, використовуючи соцмережі для пошуку талантів і просування своєї музики.

Програмісти знаходять роботу через платформи для фрілансу, працюючи над проектами для компаній з різних куточків світу.

Англіцизми, такі як фріланс (freelance), нетворкінг (networking), стартап (startup), пітчинг (pitching), стають невід'ємною частиною лексики у професійних сферах, пов'язаних із соцмережами та онлайн-платформами. Вони допомагають українським спеціалістам легше інтегруватися в міжнародне середовище, спрощуючи комунікацію з іноземними клієнтами і колегами.

Одним із найбільших впливів англіцизмів є їхнє проникнення в повсякденне життя молоді. Мова, якою користуються підлітки та молодь, насичена англіцизмами, які часто замінюють традиційні українські слова або стають їхніми синонімами. Особливо це помітно в таких сферах, як соціальні мережі, музика, мода та інтернет-культура, де англійська є основною мовою спілкування та самоідентифікації. Такі англіцизми, як «лайк», «хештег», «фоловери», «контент», «стрім», «селфі» стали нормою, відображаючи не лише мовні зміни, а й стиль життя, цінності та пріоритети цього суспільства.

У бізнес-середовищі також спостерігається активне використання англіцизмів, особливо в маркетингу, рекламі та фінансових операціях. Англійська мова стала своєрідним маркером сучасності, інноваційності та відкритості світовим ринкам.

Термінологія, яка прийшла з англійської мови, активно використовується в таких галузях, як ІТ, стартапи, електронна комерція, фінанси, що дозволяє компаніям залишатися конкурентоспроможними на світовому ринку.

Важливим аспектом є також вплив англіцизмів на політичне життя та суспільну комунікацію. Оскільки англійська мова є мовою міжнародних організацій, важливих глобальних угод і дипломатії, українські політики часто вживають англіцизми, які можуть відображати готовність країни до інтеграції у світове співтовариство. Це також стосується медіа та журналістики, де англійські терміни часто використовуються в політичних дебатах, новинах та інтерв'ю.

Не можна ігнорувати культурний аспект, адже англіцизми стали важливими елементами української поп-культури. Вони не лише змінюють мовний ландшафт, а й формують нові культурні стандарти та ідентичності. Так, багато сучасних українських музичних виконавців, фешн-брендів, блогерів та інфлюенсерів активно використовують у своїй творчості англійську мову, поєднуючи тим самим національні культури зі світовими трендами.

Наприклад, українська співачка Dorofeeva використовує англіцизми «Вотсап» та «Хатрбіт» як назви своїх пісень. Це сприяє популяризації англіцизмів у соціальних мережах, оскільки користувачі часто знімають (ліспінки - імітації співу під фонограму або музичний запис, коли людина рухає губами, створюючи враження, що він співає) під ці композиції. В результаті англіцизми стають дедалі більш розповсюдженими та легітимізованими у повсякденній мові користувачів соцмереж. Це також посилює відчуття належності до глобальної спільноти, адже такі терміни та назви легко зрозумілі незалежно від національності чи мови спілкування. Одночасно, це відкриває нові можливості для самовираження та комунікації, роблячи мову багатшою та динамічнішою.

Із зростанням популярності англіцизмів в Україні постають і певні соціокультурні виклики. З одного боку, вони сприяють інтеграції української культури у світовий контекст та покращують комунікацію на міжнародному рівні. З іншого боку, існує загроза, що надмірне проникнення англіцизмів може призвести до витіснення рідної лексики, що в майбутньому може спричинити проблеми зі

збереженням мовної ідентичності [51]. Це питання є особливо важливим у контексті розвитку української культури та національної мови, адже не можна ігнорувати процеси мовної асиміляції, які відбуваються внаслідок глобалізації та впливу інших мов.

Таким чином, соціокультурний вплив англіцизмів на українське суспільство є багатограним і складним процесом, що включає як позитивні аспекти інтеграції у глобальний простір, так і виклики, пов'язані зі збереженням мовної ідентичності та культурної самобутності.

Ірина Фаріон детально аналізує вплив англіцизмів на українську мову. Вона наполягає на використанні терміна «англізм» замість «англіцизм», підкреслюючи важливість збереження мовної ідентичності [64]. Англізм є запозиченням з англійської мови і входить до українського мовного простору, але його використання повинно бути виваженим. На думку Фаріон, бездумне застосування англіцизмів загрожує витісненню української лексики, що ослаблює культурну самобутність і національну ідентичність. Вона зазначає, що не всі англізми потрібні або корисні для української мови. Частина з них можна замінити українськими відповідниками, які краще передають семантичні та стилістичні нюанси.

Блема запозиченої лексики в системі мови і функціонування чужої мови в національній державі, зокрема англіцизмів та англійської мови, — це синтез етнопсихологічної, суспільно-політичної і мовної проблематики. Кульмінаційні історичні процеси неминуче виявляють себе через чужі мовні засоби та чужі мови, що показово сигналізують про ідеологічний напрям розвитку суспільства та його спроможність чи неспроможність вистояти в часи глобалізму, наві'язаної мультикультурності та національновизвольної московсько-української війни. «Попри мовно-глобалізаційні тенденції, ще нікому не вдавалося впродовж усієї людської цивілізації знищити природне прагнення кожного народу розвивати свою етномовну самобутність і не лише протистояти соціополітичній експансії чужих мов, але й плекати культуру своєї мови в супротиві до барбаризації та політичного тиску», — пише Ірина.

Фаріон наводить приклади невинуватених запозичень, зокрема слово «фрілансер». Це слово є прямим запозиченням з англійської мови і його структура має історичний контекст, однак дослідниця вважає, що його можна замінити більш природними термінами, такими як «вільнопрацівник» або «незалежний працівник».

Гаспелмат М. у своїй праці «Loanwords in the World's Languages» [25] розглядає складнощі, пов'язані з поясненням запозичень, які дублюють або замінюють наявні слова в мові-реципієнті. Він зазначає, що такі запозичення зазвичай обумовлені престижем мови-донора, який впливає на мовні зміни та формує соціальну ідентичність [57]. Гаспелмат також аналізує «терапевтичні запозичення», спричинені заборонами на певні слова або необхідністю уникнення омонімії.

Запозичення нових термінів поряд із новими концепціями, відомими як культурне запозичення, а також запозичення, обумовлені престижем вживання англійської, яке називається основним запозиченням, є одними з найвагоміших причин лексичного запозичення [26]. Окрім того, існують випадки, коли запозичення відбуваються з терапевтичних причин, особливо коли оригінальний термін стає недоступним.

У контексті активного використання англіцизмів в українській мові важливу роль відіграє діалогічність — здатність вступати в контакт і здійснювати взаємний вплив через різні канали комунікації, зокрема через засоби масової інформації, глобальну мережу, а також ділові та наукові зв'язки. Це впливає на вдосконалення різних рівнів мови, таких як термінологія та функціональні стилі, що є важливими для розвитку мови в умовах глобалізації.

Засоби масової інформації виконують основну роль у трансляції цінностей, образів та елементів етнічної культури, закладених у мові. Вони є основним каналом для просування інформації та формування комунікативного простору етносу. Водночас саме ЗМІ можуть збагачувати понятійний апарат, завдяки «транспортуванню» елементів чужих культур і мови. Вони надають національно-регіональний колорит інформації, що повідомляється, формуючи нові культурні взаємодії, зокрема через англіцизми, які стають невід'ємною частиною національної мови.

Так, діалог культур передбачає взаємодію різних картин світу, які передаються через мову. Цей процес включає логіку, мислення, ціннісні орієнтири учасників комунікації, що може сприяти взаєморозумінню або ж призводити до нерозуміння, якщо картини світу не перетинаються. У випадку міжкультурного спілкування, запозичення лексичних одиниць, таких як англіцизми, є важливим елементом, який допомагає збагачувати культуру та мову, роблячи їх частиною більш широкого міжнародного контексту.

Таким чином, вплив англіцизмів на українську мову можна розглядати не тільки через призму лексичних змін, але й у контексті ширших культурних і соціальних процесів, що відбуваються на глобальному рівні. Взаємний вплив мов через запозичення є складовою частиною культурного діалогу, який веде до постійного розвитку мови та культури в умовах глобалізації [4].

3.2 Наслідки активного використання англіцизмів для розвитку української мови

Активне використання англіцизмів у сучасному мовному просторі України має суттєвий вплив на розвиток української мови. З одного боку, англіцизми збагачують українську лексику, надаючи їй нові слова для позначення понять і явищ, які з'являються разом із технічним прогресом, глобалізацією та культурним обміном [30]. Впровадження нових термінів дозволяє мовцям виражати складні концепції більш точно і стисло [49], що особливо актуально у сферах інформаційних технологій, бізнесу та науки.

З іншого боку, надмірне використання англіцизмів може призводити до певних ризиків, зокрема до витіснення автентичної української лексики та змін у граматичних структурах. Це може ускладнювати збереження мовної ідентичності та створювати труднощі для розуміння текстів серед різних поколінь.

Літературознавча енциклопедія, укладена Ю. І. Ковалівим визначає запозичені слова, або іншомовні слова, як терміни та словосполучення, перейняті з інших мов

унаслідок комунікативного контакту чи під тиском нав'язування чужомовних стандартів, зокрема при асиміляції автентичної мови поневоленого етносу [44]. Використання англіцизмів можна розглядати як сучасний приклад такого мовного запозичення, яке відбувається у контексті глобалізації та інтенсивних міжнародних контактів.

З одного боку, англіцизми проникають у мову природно, разом з новими технологіями, культурними явищами та економічними реаліями, що дозволяє українській мові збагачуватися та адаптуватися до нових умов. Це сприяє її еволюції та підвищенню функціональної спроможності у сучасному світі.

З іншого боку, відповідно до визначення, поданого в енциклопедії, існує ризик нав'язування чужомовних стандартів, що може призводити до часткового витіснення власної мовної ідентичності [38]. У цьому контексті важливо усвідомлювати межу між природним запозиченням для розширення словникового запасу та небезпекою асиміляції, яка може порушити автентичність української мови. Основним виявом національної ідентичності є мова. Цей складник національної ідентичності лінгвісти визначають іще як мовну ідентичність. Природно, що мовний та історичний складники національної ідентичності тісно пов'язані. Історичний складник національної ідентичності ґрунтується не лише на спільній історії, а й на пам'яті про неї, яка в широкому розумінні включає і пам'ять про історію своєї культури та історію рідної мови.

Так як мова є важливою основою для соціальної категоризації, вона виступає як перший та головний маркер соціальної ідентичності. Якщо соціальна ідентичність — це структура знання, а мова — маркер соціальної ідентичності, варіації мови можуть зробити певну соціальну ідентичність помітною, таким чином активуючи когнітивні елементи, асоційовані з ними [6].

За Т. Воропаєвою, ідентичність як результат ідентифікації — це динамічна структура, яка розвивається протягом усього життя людини, її розвиток є нелінійним і нерівномірним, може відбуватися як у прогресивному, так і у регресивному напрямі, долати кризи ідентичності тощо [24].

Формування і розвиток уявлень про соціальну ідентичність пов'язані з кардинальними змінами в суспільному устрої та свідомості, що відбулися наприкінці XIX століття. Перехід від традиційного до індустріального суспільства спричинив трансформацію наукової картини світу, зміни в ключових соціальних інститутах і переосмислення ролі особистості в суспільстві. У нових умовах індустріального, а згодом і постіндустріального суспільства, особистість отримала ширші можливості вибору, свободи та мобільності. Водночас виникнення нових шляхів вертикальної та горизонтальної мобільності змусило індивіда шукати «свої» спільноти й швидко ідентифікувати їхні характеристики.

До початку третього тисячоліття людина опинилася на «межі» безлічі соціальних і культурних світів, контури яких все більше розмиваються в зв'язку з глобалізацією культурного простору, високою комунікативністю, плюралізацією мов і способу життя. Все частіше обговорюється проблема кризи або втрати ідентичності. Різні аспекти цієї проблеми отримали розробку в теоретичних і емпіричних дослідженнях, в яких наголошується, що формування якоїсь «наднаціональної ідентичності» носить хворобливий і суперечливий характер.

У контексті впливу англіцизмів на українське суспільство, можна звернути увагу на трансформації, що сталися в сучасній Україні після зміни соціально-політичної ситуації, зокрема, перетворення радянського простору в пострадянський та зникнення радянської ідеології. Ці зміни призвели до різних соціально-культурних деформацій, які вплинули як на стосунки між соціальними акторами, так і на концептуальне визначення цих відносин.

Соціальна і теоретична деконструкція радянської етнокультурної конфігурації створила умови для руйнування старих форм соціально-психологічної самоідентифікації та відкрила можливості для актуалізації нових форм ідентичності. В цьому процесі англіцизми стали не лише інструментом комунікації, а й символом оновленої ідентичності, що прагне до інтеграції у глобальний світ [41].

Англіцизми відображають прагнення українського суспільства до модернізації та участі в глобальному інформаційному просторі. Вони слугують засобом для вираження нових соціально-культурних реалій, які виникли після деконструкції

радянського минулого. Завдяки англіцизмам, українська мова не лише збагачується новими термінами, а й стає частиною глобального культурного дискурсу, що сприяє зміцненню міжнародних зв'язків та економічному розвитку.

Старше покоління може відчувати відчуження від сучасного мовного середовища через часте використання англіцизмів. Це призводить до мовного розриву між поколіннями, де молодше активно використовує запозичення в повсякденному спілкуванні, водночас старші люди можуть не розуміти або не приймати ці нововведення. Такий розрив може негативно позначитися на соціальній комунікації та взаємодії між поколіннями, обмежуючи можливості для взаємопорозуміння.

Відчуження може також мати негативний вплив на самооцінку та впевненість старшого покоління у своїй здатності інтегруватися у сучасне життя. Це дає відчуття, що їхні знання та досвід стають менш цінними або навіть застарілими, що посилює почуття ізоляції. Це створює певну напругу та негативні емоції всередині родин та спільнот, погіршуючи загальну атмосферу і довіру між поколіннями. У таких умовах важливо знайти баланс між інтеграцією нових мовних елементів і збереженням автентичності української мови.

Також використання англіцизмів має помітний вплив на граматичні норми української мови. Синтаксичні та морфологічні особливості англійських слів часто адаптуються до української мови не зовсім коректно, що може призвести до порушення граматичних правил і створення певного хаосу у мовній структурі [48]. Наприклад, деякі англійські терміни можуть вживатися в оригінальній формі, не проходячи повної адаптації до української граматики [56]. Це стосується як слів, так і конструкцій. Англійські фрази можуть використовуватися без необхідних змін, що порушує синтаксичну логіку української мови, наприклад, при неправильному використанні відмінків чи займенників.

Наприклад, англійський вираз «to post something» може перетворитися на тавтологічне «запостити пост», хоча правильніше було б сказати «опублікувати допис». Таким чином, мова стає менш коректною і інколи важчою для розуміння. В такому випадку використання англіцизмів можливо й сприяє збагаченню лексики, але

спричиняє більше порушень граматичних норм, що ставить під загрозу збереження чистоти мовної системи.

Ці процеси призводять до зменшення мовної грамотності серед користувачів мови, оскільки без достатньої адаптації англіцизмів до українських граматичних норм з'являються численні мовні помилки [19]. У результаті часте та необґрунтоване використання англійських виразів створює мовний хаос, ускладнюючи комунікацію та погіршуючи якість мовлення.

Незважаючи на ці виклики, англіцизми сприяють розвитку мовної креативності та адаптивності української мови. Молодь активно інтегрує англіцизми в розмовну мову, що сприяє створенню нового мовного стилю, який відображає сучасні реалії та культурні впливи. Це свідчить про здатність української мови адаптуватися до змін і зберігати свою актуальність в умовах глобалізації.

Англіцизми дозволяють українцям відчувати себе частиною глобального соціуму та активно взаємодіяти з міжнародною спільнотою. Вони відкривають доступ до глобальних трендів, технологій, бізнес-можливостей і культурних явищ, що виникають у світі. Використання таких термінів, як «стартап», «тіммейт», «контент», або «вайб», створює відчуття єдності з іншими культурами та народами, бо ці слова стали загальноприйнятими у багатьох мовах.

Завдяки цьому мовному елементу українці можуть легко спілкуватися з людьми з інших країн, брати участь у міжнародних проектах і бути в курсі останніх новин. Це допомагає відчувати себе частиною великої, взаємопов'язаної світової арени, де кожен має можливість бути почутим, ділитися ідеями та бути залученим до глобальних процесів.

Як приклад, запозичення, що виникають у гейм-індустрії, часто перекочують до інших сфер, зокрема в соціальні мережі та відеоплатформи. Завдяки стрімам, відео та іншим формам онлайн-контенту, терміни з ігор, таких як Minecraft та Dota 2, набувають популярності і стають частиною повсякденного спілкування серед широкої аудиторії (Табл. 9).

Перехід ігрових термінів з Minecraft та Dota 2 у соціальні мережі

Гра	Термін	Опис
Minecraft	«гріфити» від англ. griefing	Процес псування чогось у грі для отримання задоволення чи через злість, часто застосовуються до руйнування будівель інших гравців
Minecraft	“(с)крафтити» від англ. craft	Створення предметів за допомогою ресурсів, які можна знайти в грі
Minecraft	«хепе» від англ. XP (Experience Points)	Очки досвіду, що накопичуються під час гри і використовуються для розвитку персонажа
Minecraft	«редстоун» від англ. redstone	Механізм, що дозволяє створювати складні механізми й електричні схеми в грі
Dota 2	«ганк» від англ. gank	Несподівана атака або напад на противника, часто з метою швидкої перемоги
Dota 2	«ласт хіт» від англ. last hit	Завершення вбивства монстра чи героя для отримання золота, часто визначає результат боротьби
Dota 2	«пушити» від англ. push	Напад на базу противника з метою її знищення, стратегічна частина гри, що визначає хід гри
Dota 2	«кулдаун» від англ. cooldown	Час, який необхідно почекати перед тим, як використовувати певну здатність або предмет знову

Джерело: власна розробка автора

До того ж, англіцизми дозволяють українським професіоналам ефективно працювати в міжнародному середовищі, зберігаючи точність і ясність термінів, не втрачаючи їхнього сенсу. У багатьох сферах, таких як бізнес, технології, маркетинг, наука чи культура, англійська мова є міжнародним стандартом, і саме англіцизми часто служать як універсальні терміни для опису складних явищ або інновацій.

Наприклад, в ІТ-сфері терміни як «агайл», «клієнт-сервер», «бриф» є міжнародними, і їхнє використання дозволяє фахівцям з України працювати в будь-якому куточку світу, не відчуваючи мовного бар'єру. Інженери, програмісти, розробники програмного забезпечення та інші професіонали активно використовують ці терміни, що дозволяє їм брати участь у глобальних проектах та конференціях. У бізнес-середовищі, наприклад, терміни як «стартап», «брендинг», «кейс», «пітч» стали невід'ємною частиною щоденної комунікації між підприємцями по всьому світу. Для українських бізнесменів та маркетологів це означає, що вони можуть бути конкурентоспроможними на міжнародному рівні, співпрацюючи з іноземними

партнерами, обговорюючи стратегії та обміну досвідом, використовуючи одні й ті ж терміни.

Молодь, яка активно користується соцмережами і новітніми технологіями, приймає англіцизми як частину свого стилю спілкування. Це створює нові можливості для розвитку мовної інновації, популяризуючи українську мову серед молоді через інтеграцію її з сучасними світовими трендами. Активне використання англіцизмів привертає увагу молоді до такого явища, як іншомовні запозичення. Це може стимулювати їх інтерес до вивчення автентичної української мови та її розвитку. Особа, захоплена новими лексичними елементами, має більший шанс зацікавитися в дослідженні та аналізі процесу адаптації іноземних слів і їхнього впливу на українську мовну культуру. Такий підхід не лише сприяє збагаченню мовного лексикону, але й підвищує свідомість щодо важливості збереження національної ідентичності та мовних традицій, сприяючи збереженню культурного спадку [37]. Цей процес також має значення для формування мовної свідомості, що зміцнює національну єдність.

З початком повномасштабного російського вторгнення в Україну мовне питання набуло нового значення, особливо в контексті використання англіцизмів. Війна викликала підвищений інтерес до української мови як важливого елементу національної ідентичності та культурної стабільності. В умовах конфлікту, коли національна самоідентифікація стала важливим чинником боротьби, українці дедалі частіше зверталися до рідної мови, щоб підкреслити свою приналежність до незалежної нації та зміцнити тилу.

Зміна мовних тенденцій також відобразилася на рівні медіа, соціальних мереж і спілкування в повсякденному житті. Використання англіцизмів стало більш важливим у дискурсі, пов'язаному з інформаційними технологіями, бізнесом і міжнародною комунікацією. Водночас зростав інтерес до української мови, яка стала виявом культурного відродження та сили нації, що бореться за свою незалежність. У ситуації, коли Україна перебуває під сильним тиском агресора, прийняття та популяризація української мови стало важливим актом опору.

3.3 Перспективи розвитку мовної ситуації в Україні з огляду на інтеграцію англіцизмів

Мовна особистість в Україні розкривається через різноманітні ідентичності, такі як етнічна, гендерна, професійна та територіальна. У контексті інтеграції англіцизмів ці аспекти зазнають трансформації, що формує нові перспективи розвитку мовної ситуації. Етнічна ідентичність, яка традиційно базується на спільній спадщині, історії, цінностях і мові, збагачується впливом англійської мови, що проникає в лексику, граматику та навіть фонетику. Англіцизми, інтегровані в українську мову, створюють новий пласт вираження, який поєднує локальні та глобальні мовні реалії, посилюючи культурний обмін і міжетнічну комунікацію.

Мова також відіграє ключову роль у вираженні гендерної ідентичності. Англійська мова, з її зростаючим впливом, привносить нові гендерно-нейтральні поняття та форми, що дозволяють більш інклюзивно відображати соціальну різноманітність. У професійній ідентичності вплив англіцизмів найбільш помітний: професійні діалекти активно збагачуються термінами з англійської мови, особливо у сферах ІТ, маркетингу, бізнесу та науки. Це не лише сприяє об'єднанню українських фахівців із глобальними професійними спільнотами, а й створює виклики щодо адаптації нових слів до мовних норм.

Територіальні діалекти та локальні особливості мовлення також зазнають впливу англіцизмів. Поширення англійських запозичень через масову культуру, соціальні медіа та технології призводить до стандартизації мовного простору. Однак це водночас ставить завдання збереження регіональних мовних рис, які є важливим компонентом локальної ідентичності.

Інтеграція англіцизмів створює перспективи для посилення групової ідентичності через використання спільної міжнародної мови, яка об'єднує людей різних регіонів і професій. Однак особливості використання англіцизмів в українській мові також можуть виступати маркером соціального статусу, рівня освіти чи належності до певного професійного середовища. У майбутньому зростання впливу

англійської мови може ще більше зміцнити глобальний зв'язок України, зберігаючи при цьому її унікальні мовні риси.

Інтеграція англіцизмів в українську мову є одним із визначальних факторів сучасного мовного розвитку. Цей процес пов'язаний із глобалізацією, технічним прогресом та активним культурним обміном, що створює численні перспективи для збагачення мовної системи України, але водночас ставить перед нею важливі виклики.

Одним із головних наслідків інтеграції англіцизмів є розширення лексики. Запозичення дозволяють українській мові адаптувати нові концепти, що виникають у результаті технологічних інновацій та суспільних змін. Наприклад, слова блокбастер, римейк, екшн спочатку використовувалися лише для опису зарубіжної кінопродукції, але з часом вони стали звичними і для позначення вітчизняних фільмів. Аналогічно термін віртуальна реальність заповнив лакуну для опису нового явища у сфері комп'ютерних технологій.

Англіцизми швидко стають частиною активного словника завдяки популярним медіа, соціальним мережам та технологічним новинкам. Наприклад, такі слова, як ток-шоу, ріаліті-шоу, прайм-тайм, були адаптовані разом із новими форматами телевізійних програм, які вперше з'явилися у західних країнах. На відміну від минулих епох, коли запозичення засвоювалися повільно, у сучасному мовному середовищі цей процес відбувається значно швидше через постійний доступ до англомовного контенту.

Запозичення з англійської мови дозволяють українській мові відповідати актуальним потребам комунікації. Особливо це стосується термінології, пов'язаної з новітніми технологіями, економікою, модою та культурою. Наприклад, слово продюсер, яке спочатку використовувалося для позначення професії в кінематографії капіталістичних країн, нині означає особу, яка займається організацією і фінансовим контролем кіно- чи телевиробництва, і широко застосовується в українському контексті.

Інтеграція англіцизмів не лише додає нові слова, а й впливає на структурно-семантичні характеристики мови [31]. Так, деякі запозичення проходять повну адаптацію і стають невід'ємною частиною мовної системи, наприклад, менеджер,

маркетинг, стартап. Водночас інші слова залишаються маркерами іноземного походження, підкреслюючи їхню екзотичність або зв'язок із міжнародним контекстом. Наприклад, слово гламур використовувалося для позначення естетики, властивої західним країнам, але з часом його значення стало поширеним в українській мові.

Часто англіцизми інтегруються не стільки через необхідність, скільки через їхню престижність. Використання запозичених слів, таких як брейн-ринг, прайм-тайм, тренд, є наслідком моди на все англomовне. Це допомагає створювати позитивний імідж, привертає увагу аудиторії та підкреслює зв'язок з інноваціями. Однак у таких випадках існує ризик витіснення автентичних українських слів, які можуть виконувати ту ж саму функцію.

Подальший розвиток української мови вимагатиме глибокого дослідження впливу англіцизмів, їх адаптації та впливу на різні мовні рівні. Особливу увагу слід приділити збереженню балансу між запозиченнями та розвитком національної термінології. Крім того, інтеграція англіцизмів може стати основою для створення нових мовних стандартів, які враховуватимуть як глобальні тенденції, так і потреби українського суспільства.

Інтеграція англіцизмів є важливим етапом у розвитку української мови, що сприяє її модернізації, водночас вимагаючи відповідального підходу до збереження мовної ідентичності та культурної спадщини [61].

Таблиця 10

Аспекти та перспективи інтеграції англіцизмів в українську мову

Категорія	Позитивні аспекти	Негативні аспекти	Перспективи
Збагачення словника	Розширення лексичного запасу новими термінами у сферах культури, науки, ІТ тощо	Витіснення українських відповідників, дублетність (наприклад, підліток — тінейджер)	Створення балансу між запозиченнями та українськими відповідниками
Прискорення комунікації	Уніфікація термінів для глобального розуміння (менеджер, маркетинг)	Ускладнення сприйняття для поколінь, які не володіють англійською	Упровадження мовної освіти для більшої адаптації суспільства до нових слів
Культурна інтеграція	Полегшення міжкультурного діалогу через запозичені терміни (блокбастер, ток-шоу)	Занепад локальних мовних особливостей, стандартизація мовного простору	Розвиток локальних діалектів та їх інтеграція з глобальними тенденціями

Продовження Таблиці 10

Категорія	Позитивні аспекти	Негативні аспекти	Перспективи
Престижність	Створення образу інноваційності та сучасності (брейн-ринг, тренд, гламур)	Надмірне використання модних слів заради престижу, а не потреби	Вивчення соціального впливу англіцизмів для створення збалансованого мовного середовища
Технологічний прогрес	Створення термінів для сучасних технологій (віртуальна реальність, стартап)	Залежність української мови від англійської у сфері інновацій	Адаптація нових понять із врахуванням українських мовних традицій
Науковий розвиток	Полегшення доступу до глобальних наукових здобутків через спільну термінологію	Відсутність українських відповідників для багатьох нових термінів	Розвиток української термінології на основі сучасних запозичень

Джерело: власна розробка автора

Висновки до третього розділу

Третій розділ роботи був присвячений аналізу соціокультурних наслідків та перспектив використання англіцизмів в українському інформаційному просторі. У ході дослідження було встановлено, що англіцизми не лише впливають на мовну ситуацію, але й формують нові соціокультурні та економічні тенденції, зумовлені глобалізацією та інтеграцією України в міжнародний простір.

Англіцизми стали важливим інструментом міжкультурного спілкування, який сприяє адаптації українського суспільства до сучасних викликів. Їхнє активне використання у сфері бізнесу, освіти, технологій та медіа демонструє прагнення українців бути частиною глобального світу. Водночас це явище має двоякий вплив на українську культуру та ідентичність.

Позитивні соціокультурні наслідки використання англіцизмів включають:

1. Збагачення мовного ландшафту: англіцизми додають нові терміни та поняття, що дозволяє українській мові адекватно описувати нові реалії.
2. Модернізацію мови: використання сучасних термінів із англійської сприяє динамічному розвитку української мови, роблячи її більш актуальною та конкурентоспроможною на міжнародному рівні.
3. Культурну інтеграцію: англіцизми полегшують доступ до міжнародних знань, науки, культури й технічного прогресу.

Водночас виявлено і ряд викликів, які постають перед мовною і культурною сферою:

- Ризик мовної уніфікації: надмірне використання англіцизмів може призводити до витіснення українських еквівалентів, що ставить під загрозу мовну автентичність.
- Зниження мовної компетенції: у деяких випадках некритичне запозичення англіцизмів створює труднощі для носіїв мови, які не завжди розуміють значення запозичених слів.

- Культурна асиміляція: іноді англіцизми сприймаються як символи престижу, що може послаблювати увагу до власної культури та мовних традицій.

Особливе місце у дослідженні займав аналіз перспектив використання англіцизмів в українському інформаційному просторі. Прогнозується, що їхня роль продовжить зростати, особливо в таких сферах, як ІТ, цифровий маркетинг, медіа і технології. Це пов'язано зі швидкими темпами глобалізації та цифровізації, що диктують необхідність спрощення й уніфікації комунікацій.

Разом із тим, наголошено на важливості формування збалансованої мовної політики, яка сприятиме гармонійному співіснуванню англіцизмів і національних мовних традицій. У цьому контексті доцільно:

- розробляти українські аналоги для популярних англіцизмів;
- підвищувати обізнаність населення щодо правильного використання запозичених слів;
- інтегрувати тематику мовної культури та англіцизмів у освітні програми.

Третій розділ підтвердив, що англіцизми є важливим чинником мовної й культурної динаміки, який, за умови раціонального підходу, може стати джерелом розвитку, а не загрози для української мови. Майбутні дослідження у цьому напрямі можуть сприяти розробці стратегій, які дозволять Україні адаптуватися до викликів глобалізації, зберігаючи свою культурну і мовну унікальність.

ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

У дослідженні використання англіцизмів у соціальних мережах в інформаційному просторі сучасної України розглянуто ключові аспекти, що визначають їхню роль у мовній та культурній динаміці. Проведений аналіз дозволив виокремити основні фактори популяризації англіцизмів, їх функції у комунікативному просторі та вплив на українську мову.

По-перше, було встановлено, що англіцизми стали невід'ємною частиною сучасної української мови, особливо в середовищі соціальних мереж. Їхнє активне використання пояснюється глобалізацією, швидким розвитком інформаційних технологій і впливом англomовної культури. Соціальні мережі, як платформа для масової комунікації, стали основним середовищем, де англіцизми використовуються для передачі нових понять, термінів і стилістичних ефектів. Особливо це проявляється у використанні молодіжного сленгу, хештегів, рекламних текстів і назв трендів.

По-друге, дослідження показало, що англіцизми виконують важливі комунікативні функції. Вони допомагають ефективно передавати інформацію, роблять мову сучасною, а також сприяють формуванню певного соціального статусу користувачів. Англіцизми активно застосовуються для демонстрації обізнаності у світових тенденціях, створення привабливих і конкурентоспроможних текстів. Наприклад, такі терміни, як «сторі», «пост», «лайк», «блог», набули широкого вжитку серед користувачів українських соціальних мереж.

По-третє, використання англіцизмів у соціальних мережах має також стилістичну складову. Вони часто використовуються для створення яскравих образів, привертання уваги до контенту або підкреслення креативності. Однак дослідження виявило, що надмірне використання англіцизмів у текстах може викликати складнощі у розумінні у значної частини аудиторії, яка не володіє англійською мовою, а також призводить до спрощення мовної структури і витіснення українських відповідників.

По-четверте, було виявлено, що соціальні мережі є потужним інструментом у поширенні англіцизмів, формуючи нові мовні тренди. Молодь, як найактивніша

аудиторія соціальних платформ, є основним генератором та користувачем англіцизмів у мовленні. Зокрема, це проявляється у створенні нових слів та висловів на основі англійських термінів, які швидко адаптуються до українського мовного середовища. Такий процес сприяє збагаченню мови, але водночас створює ризик втрати мовної ідентичності.

По-п'яте, дослідження акцентувало увагу на необхідності балансування між використанням англіцизмів та збереженням української мовної ідентичності. Для мінімізації негативного впливу було запропоновано низку рекомендацій, зокрема: розробку українських відповідників для нових термінів, активізацію мовних кампаній щодо популяризації української мови та підтримку її унікальності у публічному просторі.

Окрім цього, важливим аспектом стало виявлення соціокультурних наслідків використання англіцизмів. Їхнє поширення у текстах соціальних мереж формує нові культурні орієнтири, які впливають на цінності, поведінку та сприйняття інформації. Англіцизми стали маркером сучасного стилю життя, що відображає прагнення до інтеграції у глобальне суспільство. Водночас, це може сприяти відчуженню від національної культури, якщо не підтримувати мовну ідентичність та культурну унікальність.

На завершення, дослідження підкреслює важливість подальших наукових розвідок у цій сфері. Зокрема, доцільним є вивчення впливу новітніх технологій, таких як штучний інтелект і машинний переклад, на динаміку використання англіцизмів у соціальних мережах. Інноваційні підходи можуть сприяти кращому розумінню процесів запозичення іншомовних елементів та розробці ефективних мовних стратегій.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Antonson M., Wendels C. Corporate Social Media Facilitating Better and Faster Change. 2008. P. 14-16
2. Cann A., Dimitriou K., Hooley T. Social Media: A Guide for Researchers, 2011.
3. Delhumeau H. Language and Globalization. URL: <https://hdelhumeau.wordpress.com/2011/07/22/language-and-globalization/>
4. Digital 2020: global digital overview URL: <https://datareportal.com/reports/digital-2020-global-digital-overview>
5. Dumas, B. K., & Lighter, J. (1978). Is Slang a Word for Linguists? *American Speech*, 53(1), 5–17, pp. 5-17. URL: <https://doi.org/10.2307/455336>
6. House J. English as a Global Lingua Franca: a Threat to Multilingual Communication and Translation? *Journal of Sociolinguistics*. 2003. Vol. 4 (3). P. 556–578.
7. International Journal of English Linguistics / Archives / Vol. 5, No. 6 (2015) / Magami Aygun - Concepts of Borrowings in Modern Science of Linguistics, Reasons of Borrowed Words and Some of Their Theoretical Problems in General Linguistics. URL: <https://www.ccsenet.org/journal/index.php/ijel/article/view/55315>
8. Kachru, B.B. Standards, codification and sociolinguistic realism: the English language in the outer circle. *English in the World: Teaching and Learning the Language and Literatures*: Ed. Randolph Quirk and Henry G. Widdowson. Cambridge: Cambridge University Press, 1985. C. 11-30
9. Kowner R., Rosenhouse J. The Hegemony of English and Determinants of Borrowing from Its Vocabulary / R. Kowner, // *Globally Speaking: Motives for Adopting English Vocabulary in Other Languages*. *Multilingual Matters* 140, 2008. C. 4-18.
10. The biggest consumer trends for 2024. URL: <https://www.globalwebindex.com/reports/social>
11. The lowkey guide to Gen Z speak. URL: <https://www.hey.ntu.edu.sg/2023/07/19/the-lowkey-guide-to-gen-z-speak/>

12. Todorova, Nataliya & Todorova, Anna. (2018). Globalization and the Role of the English Language. DOI:10.15407/mzu2018.27.331
13. What languages dominate the internet? Rest Of The World. URL: https://restofworld.org/2023/internet-most-used-languages/?utm_source=chartr&utm_medium=newsletter&utm_campaign=chartr_20230616
14. А. Н. Науковець // Українська термінологія і сучасність: Зб. наук. праць. Вип. IV. – К., 2001. – С. 19–20.
15. Акуленко В. В. Українська мова в європейському контексті (проблеми розвитку мовленнєвої комунікації). Мовознавство. 2001. № 2. С. 91–97.
16. Акуленко В. В. Міжнародні елементи у лексиці мов. Національне та міжнародне в літературі, фольклорі та мові. Кишинів: Штіінця, 1971. З. 251-264.
17. Англійські слова в українській мові. Сучасна українська літературна мова. Лексика і фразеологія. К.: Наукова думка, 1973. С. 75.
18. Англіцизми в українській мові. URL: http://www.rusnauka.com/2_ANR_2010/Philologia/3_57397.doc.htm
19. Битківська Я. В. Словотвірне пристосування англіцизмів до прикметникової підсистеми сучасної української мови. Прикарпатський вісник НТШ. Слово. 2019. Вип. 3. С. 131–138.
20. Бондаренко В. І., Суворова Д. В. Культурна глобалізація як феномен сучасності. Наука в інформаційному просторі: зб. статей IX міжнар. наук.-прак. інтернет-конф. (10–11 жовтня 2013 р.) ULR: http://www.confcontact.com/2013-nauka-v-informatsionnom-prostranstve/po4_bondarenko.htm
21. Боярова Л. Г. Лінгвістичний аспект глобалізації. Лінгвістичні дослідження: зб. наук. пр. ХНПУ ім. Г. Сковороди, 2015. Вип. 40. С. 138-144.
22. Варніч І. І. Англійські запозичення в комп'ютерній термінології німецької та української мов. Львівський філологічний часопис. 2020. № 7 С. 13–18.
23. Волков А. В. Лексикон загального та порівняльного мовознавства. Варваризми та ентранжизми. Літературне місто (онлайн-газета). 18.10.2012.

24. Воропаєва Т. Специфіка самоідентифікації етнічних українців на Півдні України / Т. Воропаєва // Проблеми національно-культурної самоідентифікації українців на Півдні і Сході України в контексті етнополітики Європейського Союзу: матер. наук. конф. – Одеса, 2007. – С. 61–65.
25. Гаспелмат М. Світові мови: порівняльний довідник. URL: https://api.pageplace.de/preview/DT0400.9783110218442_A15268471/preview-9783110218442_A15268471.pdf
26. Гудима, Г., & Слодиницька, Ю. (2021). Англomовні запозичення в сучасній українській мові. Молодий Вчений, 6 (94), 26–29. URL: <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2021-6-94-6>
27. Гуманітарний вісник. Серія – іноземна філологія. Проблеми сучасної світової літератури та лінгвістики. – Харків, 2008
28. Гурко О. В. Іншомовні слова у засобах масової інформації. Лінгвістика. Лінгвокультурологія. 2013. Т. 6. С. 9–17.
29. Дмитренко О.В., Кохан С. Вплив англіцизмів на сучасний український молодіжний сленг. Лінгвістичні студії зб. наук. пр. Вип. 40. Т. 2. Вінниця: ДонНУ ім. Василя Стуса, 2020. С. 49–56.
30. Дрейчук О., Ільченко О. Мова та комунікація в аспекті глобалізації культур. Молодий вчений. 2023. № 1.1 (113.1). С. 10–13. URL: <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2023-113.1-3>
31. Дьолог О.С. Особливості англо-української мовної взаємодії різних типів. Нова філологія. 2020. Вип. 1 (80). С. 162–167. URL: <https://doi.org/10.26661/2414-1135-2020-80-1-26>
32. Єлістратов В.С. Глобалізація і національна мова. // Вісник моск.ун-ту.сер.19. Лінгвістика та міжкультурна комунікація. - 2006. - №4. – с. 21-26.
33. Караванський С. Пошук українського слова, або боротьба за національне «Я». Київ, 2001. 140 с. С. 72-7
34. Карпіловська Є. Тенденції розвитку сучасного українського лексикону: чинники стабілізації інновацій. Українська мова. 2007. № 4. С. 3–15.

35. Кислюк Л. П. Нові англійські запозичення і термінологія / Кислюк // Українська термінологія.. – Львів, 1992. – С. 236-239.
36. Кислюк Л. П. Освоєння англізмів в українській інтернет-комунікації. Термінологічний вісник. 2017. № 4. С. 245–252.
37. Клименко Н., Карпіловська Є., Кислюк Л. Динамічні процеси в сучасному українському лексиконі: монографія. К., Видавничий дім Дмитра Бураго, 2008. 336 с.
38. Козир Є. М. Проблеми унормування чужомовних запозичень. / Є. М. Козир // Українська термінологія і сучасність: Зб. наук. праць – Вип. IV - К.: КНЕУ, 2001. – С.245-247
39. Кондратюк, 2006, сс. 17-19 Кондратюк, Т. (ред.) Словник сучасного українського сленгу. Харків: Фоліо, 2006
40. Кравчук Л. В. Оказіоналізми-інолексми в текстах мас-медіа початку ХХІ століття. Дослідження з лексикології і граматики української мови. 2013. №13. С. 137–144 с. 138
41. Лаврін Д. Г. Динаміка етнокультурної ідентичності в умовах глобалізації: дис. канд. філос. наук. М., 2008. 136 с .
42. Лисиця Н. М. Соціологія реклами: навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів / Н. М. Лисиця, Ю. В. Белікова. – Х.: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2012. – 208 с.
43. Литвиненко О. О. Англізми в сучасній українській мові. / Молоді фахівці – майбутнє науки: збірник наукових праць. 2022. Вип. 14 С. 73–81.
44. Літературознавча енциклопедія: у двох томах. Т.1 / Авт.-уклад. Ю. І. Ковалів. — К: ВЦ «Академія», 2007. — 608 с. (Енциклопедія ерудита)
45. Ломовцева А. Новітні англіцизми в укр. мові і проблема лексичної варіантності // Укр. мова. 2003 - № 1.- с. 96-102.
46. Мазурик Д. А. Сучасні тенденції в оновленні лексики української літературної мови / Д. А. Мазурик // Вісник Львівського університету. Серія філологічна. Вип. 29.– Львів, 2000. – С. 117–182.
47. Малигіна І. В. Етнокультурна ідентичність: онтологія, морфологія, динаміка: дис. канд. філос. наук. М., 2005. 305 с.

48. Марченко А. М. Англіцизми в українській мові. Національна ідентичність в мові і культурі : зб. наук. пр. Київ Талком, 2021. С. 177–180.

49. Олійник А. Д. Роль запозичень-англіцизмів у розвитку сучасної української мікроекономічної термінології: автореф. дис. канд. філол. наук : спец. 10.02.01 «Українська мова» / А.Д. Олійник. – К. : Київ. нац. ун-т ім. Т.Шевченка, 2002. – 20 с.
9

50. Наумовець А. Л. Імплементація англіцизмів в українській мові / А. Наумовець // Укр. термінологія і сучасність: зб. наук. праць – Вип. IV. – К.: КНЕУ, 2001. – С.15-16.

51. Павелків К. Вплив англіцизмів на сучасну українську мову: сфери проникнення. URL: <https://doi.org/10.24919/2308-4863/63-2-21>

52. Пелагеша Н. Мова міжнародного спілкування або Lingua Franca для глобального світу. URL: <https://osvita.ua/languages/articles/6794/>

53. Петькун С. М. Мова як складова людської культури в умовах світової глобалізації. «Наука. Релігія. Суспільство», 2012. № 1. С. 97-101.

54. Писаренко, М. О., Поліщук, П. О. Сфери проникнення англіцизмів в українську мову. URL: <http://ir.lib.vntu.edu.ua/handle/123456789/27768>

55. Попова Н. М. Лексико-семантичні групи новітніх англомовних запозичень в українській мові (90-ті рр. XX ст. – поч. XXI ст) / Н.М. Попова // Вісник ХНУ ім. В. Каразіна. Серія філологічна. - Харків, 2004. – № 607. – С. 248–351.

56. Прийма Л. Граматичне освоєння англіцизмів у сучасній українській мові. Лінгвістичні студії : зб. наук. пр. Вип. 40. Т. 2 .Вінниця : ДонНУ ім. Василя Стуса, 2020. С. 71–80.

57. Рудакова Т. М. Принципи засвоєння неозапозичень в українській літературній мові: орфографічна адаптація. Філологічні науки. 2013. Книга 1. С. 129 – 135.

58. Русанівський В. М. Науково-технічний прогрес і мова. – К, 1978

59. Савіна Ю. О., Ласкава Ю. В. (2023). Функціонування англіцизмів у професійному мовленні. Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика, 3, 60–65. URL: <https://doi.org/10.32782/2710-4656/2023.3/11>

60. Селігей П. О. Що нам робити із запозиченнями? Українська мова. 2007. № 3, С. 3 – 16.
61. Семке Н. М., Шляхта А.Ю. Сутність і особливості соціального впливу англіцизмів в українській рекламі. Розвиток сучасного українського суспільства: соціологічний та політологічний виміри: матер. 6-ї Міжнар. наук.-практ. конф., 24 грудня 2020 р., м. Харків. Харків, 2020. С. 67–73.
62. Стадній А. С., Зозуля І.Є. Неоангліцизми в сучасній українській літературній мові. Закарпатські філологічні студії. 2022. Вип. 22. Т. 2. С. 29–33. URL: <https://doi.org/10.32782/tps2663-4880/2022.22.2.5>
63. Сучасний словник іншомовних слів: близько 20 тис. слів та словосполучень. Уклад. О. І. Скопненко, Т. В. Цимбалюк. К.: Довіра, 2006. 789 с.
64. Фаріон І. Англізми і протианглізми. URL: <https://anyflip.com/qpgdn/dsxc>
65. Федорець С. А. Мова реклами як джерело поповнення іншомовної лексики / С. А. Федорець // Лінгвістичні дослідження: Науковий вісник. Вип. 3. – Х.: ХДПУ, 1997. – С. 101-104.
66. Шевченко Я. Продакшн, атак, колаборація: про використання англіцизмів у сфері комунікацій і реклами. URL: <https://bazilik.media/prodakshn-atach-kolaboratsiia-pro-vykorystannia-anhlitsyzmiv-u-sferi-komunikatsij-i-reklamy/>
67. Шинкар Т. С., Левченко Т.М., Чубань Т.В. Функціонування англіцизмів у мові сучасних українських масмедіа: лінгвоекоекологічний аспект. Закарпатські філологічні студії. 2022. Вип. 25. Т. 1. С. 66–71. URL: http://zfs-journal.uzhnu.uz.ua/archive/25/part_1/12.pdf
68. Ярошенко М. Англійські запозичення в українській мові XIX-XX століть / М. Ярошенко, Л. Гудзь // Українознавчий альманах. - 2012. - N 9. - С. 207-209.

Додаток А

Види UGC-блогерів за сферою діяльності

Сфера діяльності	Опис	Приклади контенту	Типова платформа
Лайфстайл-блогери	Діляться своїм повсякденним життям, інтересами, подорожами та звичками.	Влоги, фото дня, поради зі стилю життя, організація часу.	Instagram, YouTube, TikTok
Б'юті-блогери	Займаються темами догляду за шкірою, макіяжу, волосся та косметики.	Огляди косметики, tutoriали макіяжу, лайфхаки для догляду за шкірою.	YouTube, Instagram, TikTok
Мода-блогери	Публікують контент про стиль, одяг, аксесуари та тренди моди.	Добірки образів, огляди колекцій, поради щодо шопінгу.	Instagram, Pinterest, YouTube
Фуд-блогери	Діляться рецептами, оглядають ресторани, розповідають про кулінарні експерименти.	Рецепти, відео приготування їжі, ресторанный огляди, дегустації.	YouTube, Instagram, TikTok
Тревел-блогери	Розповідають про свої поїздки, діляться досвідом подорожей і порадами для мандрівників.	Влоги про подорожі, огляди готелів, поради з бюджетних мандрівок.	YouTube, Instagram, TikTok
Фітнес-блогери	Пропонують контент, пов'язаний із тренуваннями, здоровим харчуванням та мотивацією.	Тренувальні програми, мотиваційні відео, поради щодо харчування.	Instagram, YouTube, TikTok
Освітні блогери	Створюють навчальний контент на різноманітні теми: мови, наука, фінанси тощо.	Tutoriали, навчальні відео, лайфхаки для навчання або роботи.	YouTube, TikTok
Ігрові блогери	Публікують контент, пов'язаний із відеоіграми, стримами або оглядами ігор.	Стіми, огляди нових ігор, геймплей, навчальні відео для гравців.	YouTube, Twitch, TikTok
Технологічні блогери	Займаються оглядами гаджетів, програмного забезпечення та новинок технологій.	Розпакування, тестування гаджетів, поради щодо вибору техніки.	YouTube, TikTok, Instagram
Дизайнери/Артисти	Створюють контент про мистецтво, дизайн інтер'єрів, ілюстрації, фотографію тощо.	Портфоліо, tutoriали, процес створення творів мистецтва.	Instagram, Pinterest, YouTube
Соціальні активісти	Поширюють контент про важливі соціальні теми: екологія, права людини, благодійність.	Інформаційні пости, відео про благодійні акції, екологічні поради.	Instagram, Twitter, YouTube
Сімейні блогери	Розповідають про сімейне життя, виховання дітей, створюють розважальний контент з родиною.	Сімейні влоги, поради для батьків, лайфхаки для дому.	YouTube, Instagram, TikTok
Автоблогери	Займаються автомобілями, мотоциклами та іншими транспортними засобами.	Огляди автомобілів, поради з вибору авто, тести-драйви.	YouTube, Instagram
Фінансові блогери	Публікують контент про фінанси, інвестиції, економію та підприємництво.	Поради щодо інвестицій, огляди бізнес-кейсів, лайфхаки з управління грошима.	YouTube, Instagram

Додаток Б

Анкета для опитування про використання англiцизмiв у сучасному мовленнi

Шановний(а) респондент(е),

Дякуємо за участь в опитуванні! Ця анкета допоможе вивчити Ваше ставлення до англiцизмiв i частоту їх використання у вашому мовленнi. Опитування є анонiмним.

Частина 1. Загальна інформація**1. Ваш вік:**

- ☐ До 18 років
- ☐ 18-25 років
- ☐ 26-35 років
- ☐ 36-50 років
- ☐ 50+ років

2. Ваш рід занять:

- ☐ Студент
- ☐ Працівник офісу
- ☐ Підприємець
- ☐ Інше (вказіть): _____

3. Які мови Ви використовуєте у своєму житті?

- ☐ Лише українська
- ☐ Українська та російська
- ☐ Українська та англійська
- ☐ Інше (вказіть): _____

Частина 2. Ставлення до англiцизмiв**4. Як часто Ви використовуєте англiцизми у своєму мовленнi?**

- ☐ Постійно
- ☐ Часто
- ☐ Рідко
- ☐ Ніколи

5. Чи вважаєте Ви використання англiцизмiв доцiльним у сучаснiй українськiй мовi?

- ☐ Так
- ☐ Ні
- ☐ Не впевнений(а)

6. Чому Ви використовуєте англiцизми (якщо використовуєте)? (Можна обрати кілька варіантів)

- ☐ Щоб бути модним/сучасним
- ☐ Для вираження ідей, які складно перекласти українською

- ☐ Через звичку або вплив оточення
- ☐ Інше (вказіть): _____

Частина 3. Конкретні випадки використання англiцизмiв

7. Які англiцизми Ви найчастіше використовуєте? Наприклад: «хайп», «лайк», «респект», «фідбек» тощо.
Ваша відповідь: _____

8. В яких ситуаціях Ви найчастіше використовуєте англiцизми?

- ☐ У неформальному спілкуванні
- ☐ У професійному середовищі
- ☐ У соціальних мережах
- ☐ Інше (вказіть): _____

9. Чи вважаєте Ви, що англiцизми збагачують чи засмічують українську мову?

- ☐ Збагачують
- ☐ Засмічують
- ☐ Не знаю

Частина 4. Ваші думки

10. Як, на Вашу думку, можна зменшити вплив англiцизмiв на українську мову?

Ваша відповідь: _____

11. Чи потрібно замінювати англiцизми українськими відповідниками? Чому?

Ваша відповідь: _____

Дякуємо за Ваш час і відповіді!

Додаток В

Анкета для дослідження використання соціальних мереж та англіцизмів

Шановний(а) респондент(е),

Дякуємо за участь в опитуванні! Ця анкета має на меті з'ясувати, як люди використовують різні види соціальних мереж, а також роль англіцизмів у їхньому контенті. Опитування є анонімним.

Частина 1. Загальна інформація**1. Ваш вік:**

- ☐ До 18 років
- ☐ 18-25 років
- ☐ 26-35 років
- ☐ 36-50 років
- ☐ 50+ років

2. Ваш рід занять:

- ☐ Студент
- ☐ Працівник офісу
- ☐ Підприємець
- ☐ Інше (вказіть): _____

3. Якими мовами Ви користуєтеся у своєму повсякденному спілкуванні?

- ☐ Лише українська
- ☐ Українська та англійська
- ☐ Українська, англійська та інші (вказіть): _____

Частина 2. Використання соціальних мереж**4. Які види соціальних мереж Ви використовуєте найчастіше? (Можна обрати кілька варіантів)**

- ☐ Соціальні мережі для спілкування (Facebook, Instagram)
- ☐ Платформи для створення контенту (TikTok, YouTube)
- ☐ Месенджери (Telegram, WhatsApp)
- ☐ Платформи для роботи/навчання (LinkedIn, Slack, Discord)
- ☐ Платформи для геймерів (Twitch, Steam, Discord)
- ☐ Інше (вказіть): _____

5. Для чого Ви використовуєте соціальні мережі? (Можна обрати кілька варіантів)

- ☐ Спілкування
- ☐ Перегляд розважального контенту (меми, відео, трансляції)

- ☐ Ведення блогу або створення контенту
- ☐ Геймінг або стримінг відеоігор
- ☐ Робота або навчання
- ☐ Інше (вказіть): _____

6. Які платформи для відеоігор або геймінгу Ви використовуєте?

- ☐ Twitch
- ☐ Discord
- ☐ Steam
- ☐ YouTube Gaming
- ☐ Інше (вказіть): _____

Частина 3. Англіцизми у соціальних мережах**7. Як часто Ви використовуєте англіцизми у своїх публікаціях або повідомленнях?**

- ☐ Постійно
- ☐ Часто
- ☐ Рідко
- ☐ Ніколи

8. Які англіцизми Ви найчастіше використовуєте в соціальних мережах?

Наприклад: «контент», «фідбек», «тренд», «лайк», «пост».

Ваша відповідь: _____

9. На яких платформах англіцизми зустрічаються найчастіше? (Можна обрати кілька варіантів)

- ☐ Instagram
- ☐ TikTok
- ☐ Facebook
- ☐ Discord
- ☐ Twitch
- ☐ YouTube
- ☐ Інше (вказіть): _____

10. Чому, на Вашу думку, англіцизми так популярні у соціальних мережах?

- ☐ Мода та тренди
- ☐ Відсутність відповідників в українській мові

- Вплив іноземного контенту
- Інше (вказіть): _____

Частина 4. Ваша думка

11. **Чи вважаєте Ви, що англіцизми збагачують чи засмічують мову соціальних мереж? Чому?**

Ваша відповідь:

12. **Як Ви ставитеся до заміни англіцизмів українськими відповідниками у соціальних мережах?**

Ваша відповідь:

Дякуємо за Ваші відповіді!