

Міністерство освіти і науки України
Київський національний лінгвістичний університет
Кафедра германської і фіно-угорської філології

Курсова робота
на тему: Лексико-граматичні особливості англомовних та українськомовних
інтернет блогів

студентки групи Па 06-21
факультету германської філології і перекладу
денної форми здобуття освіти
спеціальності 035 Філологія
спеціалізації 035.041 Германські мови та літератури
(переклад включно), перша – англійська
освітньо-професійної програми Англійська мова і
друга іноземна мова: усний і письмовий переклад
Дмитренко Вікторії Віталіївни

Науковий керівник: завідувач кафедри германської і фіно-угорської
філології, доктор філологічних наук, доцент
Шутова М. О.

Національна шкала _____

Кількість балів _____

Оцінка ЄКТС _____

Київ 2024

Ministry of Education and Science of Ukraine
Kyiv National Linguistic University
Department of Germanic and Finno-Ugrian Philology

Term Paper

Lexical and grammatical features of English / Ukrainian-language Internet blogs

VIKTORIA DMYTRENKO

Group PA 06-21

Germanic Philology and Translation Faculty

Research Adviser

Assoc. Prof.

MARIA SHUTOVA

PhD (Linguistics)

Kyiv 2024

ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ 1. ІНТЕРНЕТ БЛОГ В ОНЛАЙН КОМУНІКАЦІЇ: ЖАНРОВА ПРИНАЛЕЖНІСТЬ ТА СТАНОВЛЕННЯ.....	6
1.1. Інтернет-блог в жанровій структурі онлайн комунікації.....	6
1.2. Становлення блогу в рамках інтернет-дискурсу.....	12
Висновки до Розділу 1.....	14
РОЗДІЛ 2. ЛЕКСИКО-ГРАМАТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ АНГЛОМОВНИХ ТА УКРАЇНОМОВНИХ ІНТЕРНЕТ БЛОГІВ.....	15
2.1. Лексико-граматичні особливості українськомовних інтернет-блогів.....	15
2.2. Лексико-граматичні особливості англомовних інтернет-блогів.....	16
Висновки до розділу 2.....	24
ВИСНОВКИ.....	26
РЕЗЮМЕ.....	28
SUMMARY.....	29
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....	30

ВСТУП

Дослідження присвячене вивченню лексико-граматичних особливостей англomовних та українськомовних інтернет-блогів, які інтегрувалися в електронну спільноту як повноцінний жанр онлайн-комунікації. Сьогодні такий різновид контенту набуває ознак професійності та неабиякого ступеня довіри серед читачів, демонструючи об'єктивну і правдиву інформацію про різні сфери соціального життя. Завдяки своїй медійній цінності й оригінальності інтернет-блоги з рядом характерних їм лексичних та граматичних особливостей поступово стають потужними складниками інформаційного простору.

Актуальність дослідження зумовлена постійним підвищенням впливу мережі інтернет на усі сфери людського життя, зокрема туристичної, та зростаючим інтересом лінгвістів до явища інтернет-комунікації. Також доцільність роботи полягає у недостатньому вивченні особливостей блога як жанру із характерним йому спектром лексичних особливостей, які функціонують в мандрівних дописах.

Мета дослідження – виявити та схарактеризувати лексико-граматичні особливості англomовних та українськомовних інтернет блогів на основі аналізу їх контенту та теоретико-методичних джерел.

Досягнення окресленої мети передбачало виконання наступних **завдань** дослідження:

- проаналізувати специфіку інтернет-блогу в жанровій структурі онлайн комунікації;
- прослідкувати процес становлення блогу в рамках інтернет-дискурсу на основі аналізованої джерельної бази;
- виявити та схарактеризувати лексико-граматичні особливості англomовних та українськомовних інтернет-блогів.

Об'єктом дослідження було обрано англomовні та українськомовні інтернет блоги.

Предметом дослідження стали лексико-граматичні особливості англomовних та українськомовних інтернет блогів.

Окреслена мета, а також специфіка об'єкта дослідження зумовили використання наступних **методів** дослідження:

- суцільної вибірки – для укладання корпусу дослідження;
- дефініційного та компонентного аналізу – для встановлення структури значення мовних одиниць;
- контекстуального аналізу – для семантизації значення мовних одиниць залежно від контексту;
- прагматичного аналізу – для виявлення внутрішніх закономірностей, яким підкорюється вибір і вживання лексичних одиниць в тих чи інших ситуаціях спілкування;
- описового, що є підґрунтям для комплексної презентації результатів дослідження.

Структура роботи. Робота складена з двох розділів та висновків до них, чотирьох пунктів, загальних висновків та списку використаних джерел (24 найменування).

РОЗДІЛ 1. ІНТЕРНЕТ БЛОГ В ОНЛАЙН КОМУНІКАЦІЇ: ЖАНРОВА ПРИНАЛЕЖНІСТЬ ТА СТАНОВЛЕННЯ

1.1. Інтернет-блог в жанровій структурі онлайн комунікації

Безумовно для сучасного життя інтернету відведена важлива роль глобального джерела інформації. А оскільки людство історично завжди відчувало потребу в новій інформації та в обміні нею, то закономірно, що інтернет разом з функцією джерела інформації розвинув також комунікативну. Адже, саме засобом інтернет комунікації сьогодні відбувається швидкий та масштабний обмін інформацією, зокрема текстовою. Відповідно з появою інтернету змінилась роль самого тексту як для спілкування, так і для суспільства.

На переконання Пономарьової Л. В. та Капліної Г. С. (2018, с. 54) для сучасної інтернет-спільноти людина як образ і текст є тотожними. Відповідно до наукового бачення цих авторів це чітко репрезентовано в таких видах онлайн комунікації, як чати та блоги, адже засобом таких видів сучасна людина реалізує власне базове прагнення самовиразитись. Також власне розуміння тотожності людини-образу та тексту Пономарьова Л. В. та Капліна Г. С. аргументують тим, що обидва представлені в глобальній мережі досить однобоко. Так беручи до уваги саме писемний інтернет простір очевидно, що його користувачі обмежені у використанні наступних допоміжних текстових засобів:

- акцентуванні на окремих елементах висловлювань;
- емоційному забарвленні;
- тембрі та силі голосу;
- жестикуляції та міміці.

Для коректнішого розгляду інтернет-блогу в жанровій структурі онлайн комунікації необхідно передусім конкретизувати поняття комунікації. Останню розуміємо за Філоненком М. М. (2008, с. 48) як людську діяльність скеровану на досягнення певної мети, на найоптимальніше та найзручніше формулювання власних почуттів та думок.

Онлайн комунікацію в рамках даного дослідження розуміємо за Пономарьовою Л. В. (2018, с. 251) як мовну та мовленнєву взаємодію суб'єктів за посередництвом мережі інтернет, комп'ютерних та мобільних технологій.

В процесі онлайн комунікації формується специфічна модель дійсності ключовою характеристикою якої ефект присутності. Його суть полягає у можливості взаємодії з реальними та віртуальними суб'єктами в режимі реального часу з відчуттям власної присутності (Пономарьова, 2018, с. 251).

Варто зауважити, що для мережі інтернет в контексті спілкування типовими є тенденції до зростання чисельності учасників онлайн комунікації, утворення нових жанрів останньої та модернізації існуючих. До числа останніх належить інтернет-блог (веблог), якому присвячений даний пункт дослідження. Традиційно веблог трактується як онлайн щоденник інтернет користувача або користувачів, опублікований у вигляді вебсторінки за конкретною адресою у форматі персонального хронологічного журналу з роздумами його автора. Мовний контент (текстове наповнення) веблогу не обмежений традиційними літературно-жанровими рамками та репрезентує творчі та публіцистичні прагнення як авторів, так і читачів (Пономарьова, Капліна, 2018, с. 55).

У структурі веблога є його основа – наскрізна ідея, тематика або головна публікація (пост) та користувацькі коментарі до них. Таким чином в рамках одного блога формується інтернет дискусія з обговорення конкретної теми, яка являє спільний інтерес як для автора, так і для читачів (підписників). Базовими структурно-змістовими характеристиками веблогу є наступні (Пономарьова, Капліна, 2018, с. 55):

- неоднозначність стилю викладення інформації;
- специфічна форма організації гіпертексту;
- прагматична орієнтованість;
- високий рівень експресивності.

За типом змістового наповнення веблоги поділяються на наступні види присутності (Пономарьова, 2018, с. 252):

- текстові (зі здебільшого текстовим контекстом);
- фотоблоги (з авторським контентом фотографій);
- мистецькі (присвячені мистецтву, його творам, авторам тощо);
- музичні;
- блоги з підкастами;
- відеоблоги (влоги).

Комунікативні процеси в рамках веблогів культурно обумовлені. Для веблога як для окремого жанру онлайн комунікації характерні наступні специфічні риси – особливий жаргон (насиченість текстів скороченнями, емотиконами тощо), особливі неформальні правила мовного етикету (умовно визнаються комунікантами підписниками окремого веблогу) (Пономарьова, Капліна, 2018, с. 55).

Окрім вище перелічених специфік веблогу, як жанру онлайн комунікації в наукових джерелах аргументовані його обов'язкові аддитивні ознаки, якими є асинхронність, уснописемна форма комунікації; креолізованість (де іконічна та вербальна частини формують єдине ціле з певним комунікативним навантаженням; висока інтерактивність; полілоговий характер комунікації; існування в єдиній мультимедійній сфері разом з фото, аудіо та відеоматеріалами (Пономарьова, Капліна, 2018, с. 55).

Функціонуючи в глобальній інтернет мережі веблоги так чи інакше стають простором міжкультурної комунікації, що з лінгвістичної точки зору обумовлює необхідність розв'язання проблеми правильного вибору мовних засобів та їх застосування до конкретних мовних ситуацій. Через низку специфічних параметрів властивих веблогам вирішення означеної проблеми з

високою ймовірністю може призводити до комунікативних невдач (девіацій) в структурі онлайн комунікації. Комунікативними девіаціями є недосягнення відправника мовних повідомлень в комунікативному процесі мети спілкування та як наслідок відсутність взаєморозуміння та згоди між учасниками комунікації. В структурі помилкового комунікативного акту завжди присутні два ключових компонента – мовна та мовленнєва девіації (Домрачева, 2018, с. 11).

Мовні девіації зумовлені конфліктами між когнітивним і мовним, тобто гнучким, мінливим способом мислення та формалізованим способом його вираження засобами ідіоетнічної мови. Мовленнєві девіації здебільшого визначені специфікою лексичної, граматичної та комунікативної семантики (Яшенкова, 2010, с. 180).

Більша частина девіацій в рамках онлайн комунікації зумовлена лінгвокультурними бар'єрами, котрі складно подолати учасникам спілкування – представникам різних етносів. Лінгвокомунікативні бар'єри – це комплекс характеристик певної локальної культури складений мовними засобами їх вираження та комунікативними стратегіями, котрі ускладнюють чи перешкоджають ефективній міжкультурній комунікації (Пономарьова, Капліна, 2018, с. 55).

Тексти повідомлень з веблогів вказують на те, що лінгвокультурні відмінності між комунікантами визначають характер асинхронного спілкування обумовлюють зростання числа комунікативних невдач. Тому важливим аспектом вдалого міжкультурного спілкування є когнітивна гнучкість – здатність до адекватного сприйняття та розрізнення явища рідної та нерідних культур; готовність індивіда сприймати явища досі йому незнайомі, визнавати права представників інших культур на сприйняття світу за іншими поняттями; здатність подолати комунікативні девіації (Пономарьова, Капліна, 2018, с. 55).

Мова веблогів — відкритий функціональний різновид національної мови, котрий сформований в специфічній сфері комунікації та обслуговує її.

Для веблогів характерне функціонування в багатомовному середовищі, що істотно спрощує міжкультурне спілкування. Так чимало україномовних блогів створені на базі англomовних інтернет доменів і не рідко повністю або частково англomовне меню. Крім того, специфіка глобальний характер інтернет мережі дає змогу авторам веблогів охоплювати іноземну аудиторію транслюючи водночас україномовний та англomовний контент. В прагненні охопити іноземних читачів блогери часто вдаються до автоматичного перекладу (за допомогою спеціальних мобільних додатків чи вебсайтів) контенту, що через недосконалість часто призводить до зростання числа комунікативних девіацій (Пономарьова, Капліна, 2018, с. 55).

На переконання Пономарьової Л. В. та Капліної Г. С. (2018, с. 55) мінімізувати комунікативні девіації можна за допомогою наступних засобів:

- виокремлення рис, властивих локальним культурам;
- виокремлення корпусу мовних засобів, котрі детерміновані певною культурною характеристикою чи їх комплексом;
- складання комунікативних стратегій на базі визначеної лінгвокультурної специфіки;
- орієнтація контенту на лінгвокультурну специфіку читачів веблога;
- комунікація з читачами веблога в рамках складеної стратегії.

Продовжуючи тезу міжкультурного спілкування в рамках веблогів варто зауважити, що коректне визначення жанрової приналежності їх текстів є досить важливим. Адже, жанрова приналежність має вплив на комунікативну скерованість текстів, їх мовні та стильові особливості. Йдеться про адекватну інтерпретацію текстового контенту веблогів, тобто про правильну передачу фактичного винятково інформативного змісту та його комунікативно-функціональну скерованість. В цьому контексті погоджуємось з Пономарьовою Л. В. та Капліною Г. С. (2018, с. 55) в тому, що комунікативно-функціональна еквівалентність отриманої інформації така ж важлива, як і її семантична еквівалентність.

Інтернет-блоги в жанровій структурі онлайн комунікації являють собою складне структурно-семантичне утворення, віртуальну версію побутового спілкування, яке характеризується власними специфічними рисами на всіх мовних рівнях. Завдяки особливому формату веблогу його автор (мовець) оперує унікальними засобами оформлення та структурування власних формулювань в результаті яких утворюється певний комплекс сенсів, який актуалізується за допомогою пропозицій (Пономарьова, Капліна, 2018, с. 56).

Дослідження веблогу як жанру онлайн комунікації призвело до розвитку віртуального жанрознавства. Веблог як жанр характеризується власною жанровою специфікою яка визначається комбінацією наступних аспектів — мережевий характер, діалогічність, щоденниковий дискурс (Колосова, 2018, с. 41).

Через глобальну популярність соціальних мереж (таких як Instagram, Twitter, Facebook, Tumblr), блог став провідним жанром онлайн комунікації. Доказом тому є інтернет сторінки знаменитих людей з висвітленими подіями їхнього життя. Останні завдяки високій популярності соцмереж вже давно стали надбанням інтернет користувачів. Попри таку популярність та високий науковий інтерес до вивчення веблогів уніфіковане визначення цього поняття як жанру онлайн спілкування досі не сформульоване і в різних джерелах трактується по-різному. В даному дослідженні послуговуємось трактуванням “Великого тлумачного словника сучасної української мови” (2005, с. 60) згідно з яким веблог є веб-сайтом, основним зміст якого є записи, статті та інші форми даних, які оновлюються з певною регулярністю та характеризуються короткими записами тимчасового значення; онлайн журнал подій.

Завдяки інформаційному рівню розвитку людства стиль веблогу є незалежним відносно використовуваних мовних засобів. Крім того, специфіка інтернет простору має вплив на риси того певного стилю мовлення трансформуючи його у гібридну.

Веблогам як україномовним, так і англomовним на лексичному та граматичному рівнях властиве тяжіння до скорочення трансльованої текстової інформації. Найповніше як україномовних, так і в англomовних веблoгах зберігається синтаксичний рівень, адже за його відсутності чи втраті суттєво зростає ризик утворення комунікативних девіацій в асинхронному онлайн спілкуванні. Основним трендом властивим веблoгу як жанру онлайн комунікації є створення штучних допоміжних гібридних спеціалізованих мов.

1.2. Становлення блогу в рамках інтернет-дискурсу

Блог як специфічний вид онлайн спілкування набув популярності практично одразу від моменту його створення в кінці 90-х років минулого століття. Тоді він існував у вигляді веб-сайту де автори та читачі обмінювалися своїми думками та досвідом. Перші веблoги були статичними веб-сторінками та мало нагадували платформу для активної онлайн комунікації (Кузнецова, 2013, с. 120).

Етимологія терміну “веблог” історично бере свій початок від 1999 р. коли Мерхольцом П. на його веб-сайті було вперше вжито це слово, як скорочений варіант фрази “ми ведемо блог”. Згодом термін набув популярності в онлайн комунікації та закріпився в багатьох мовних системах в різних стилях мовлення. Цьому також сприяло виникнення декількох інтернет платформ (“Blogger”, “LiveJournal”, “WordPress”), котрі полегшували користувачам створення та публікацію власних веблoгів (Кузнецова, 2013, с. 120).

Розвиваючись веблoги набували все більшої популярності серед інтернет користувачів завдяки унікальному для 90-х років минулого формату, котрий виявився ідеальним для публікації особистих онлайн щоденників, висловлення політичних коментарів та інших форм самовираження. Специфіка формату полягала також у стилі мовлення з

невимушеним розмовним тоном та в незаангажованості висловлюваних точок зору (Кузнецова, 2013, с. 121).

Зростаюча популярність веблогів мала вплив на зміни в їх стилі, форматі та контенті. Чимало блогерів на початку “нульових” років стали концентруватись на конкретних темах прагнучи зайняти або створити власну нішу в різноманітній сфері блогінгу. Таким чином в мережі інтернет почали створюватись фудблоги (присвячені продуктам харчування, стравам та їх приготуванню, закладам громадського харчування), фешнблоги (присвячені моді та її трендам), тревелблоги (присвячені подорожам зокрема самих савторів) та політичні блоги (висвітлювались політичні події в суспільстві та особисте ставлення до них). Блогери котрим вдавалось зібрати та утримувати широку аудиторію читачів набули статусу впливових голосів в своїй ніші онлайн комунікації ставши інфлюенсерами (від англ. influence – вплив) (Плещенко, 2012, с. 60).

Становлення блогу в рамках інтернет-дискурсу репрезентує еволюційні зміни використання цифрових технологічних засобів для онлайн комунікації та самовираження. Попри динамічний розвиток блогу та чисельні зміни, які відбулися з ним як з жанром онлайн комунікації від моменту створення його суть лишилась незмінною. Адже, веблог лишився персоніфікованою, автентичною форма онлайн комунікації, котра дає змогу інтернет користувачам ділитись власними історіями та думками в глобальних масштабах (Плещенко, 2012, с. 60).

Оскільки блог — це відносно нове комунікативне середовище, то важливо для подальших дослідженнях враховувати його походження. Як прототип сучасного веблогу вважають особистий щоденник з хронологічними записами подій власного життя. Виникнення та розвиток веблогу зумовлене природною людською потребою у вираженні та поширенні власних думок, почуттів та досвіду. Життєві події та переживання людини були постійним стимулом для ведення записів в монологічній формі в особистому щоденнику впродовж століть. На противагу традиційному

щоденнику якому властива винятково монологічна комунікація веблог комбінує її з діалогічною, завдяки можливості онлайн взаємодії автора та читачів у формі коментарів.

Висновки до Розділу 1

Для сучасної онлайн комунікації веблог зберігає статус важливої форми спілкування завдяки глобальному охопленню читачів з усього світу та широкому спектру тем, які висвітлює. Гнучкий та адаптивний формат веблогу дозволяє його авторам експериментувати з новими жанрами, стилями та контенту задля залучення нової та збереження наявної аудиторії в рамках динамічного інтернет-дискурсу. Веблог як один з жанрів інтернет-дискурсу належить до числа найпопулярніших форм онлайн комунікації.

Веблогам як україномовним, так і англійським на лексичному та граматичному рівнях властиве тяжіння до скорочення трансльованої текстової інформації. Найповніше як україномовних, так і в англійських веблотах зберігається синтаксичний рівень, адже за його відсутності чи втраті суттєво зростає ризик утворення комунікативних девіацій в асинхронному онлайн спілкуванні. Основним трендом властивим веблогу як жанру онлайн комунікації є створення штучних допоміжних гібридних спеціалізованих мов.

Прототипом сучасного веблогу став традиційний особистий щоденник з хронологічними записами подій власного життя. Виникнення та розвиток веблогу зумовлене природною людською потребою у вираженні та поширенні власних думок, почуттів та досвіду.

РОЗДІЛ 2. ЛЕКСИКО-ГРАМАТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ АНГЛОМОВНИХ ТА УКРАЇНОМОВНИХ ІНТЕРНЕТ БЛОГІВ

2.1. Лексико-граматичні особливості українськомовних інтернет-блогів

Аналізована джерельна база дослідження вказує на те, що лексико-граматичні особливості інтернет-блогів перебувають в залежності від трансльованого ними контенту. Оскільки жанрове різноманіття та тематична спрямованість блогів інтернет простору загалом та україномовного зокрема дуже варіативна, то конкретнішого визначення та представлення їх лексико-граматичних особливостей було обрано тревел блоги. Такий вибір зроблений з огляду на їх контент. Адже, тема подорожей дотична до чисельних сфер людської діяльності зокрема в мережі інтернет.

На лінгвістичному рівні автори тревел блогів має послуговуються низкою лексичних, граматичних, стилістичних, фонетичних та синтаксичних специфік. Українськомовні тревел блоги, зокрема любительські часто насичені сленгізмами, жаргонізмами, діалектизмами, неологізмами, інколи із залученням обценної лексики (у вузькому сенсі способи висловлення агресії, які сприймаються окремою соціальною (під)групою як різкі та табуйовані формулювання (Ткачівська, 2015, с. 122)). На противагу любительським контенту професійних тревел блогів здебільшого властива відповідність мовним нормам (Кривка, 2022, с. 127).

Передусім в даному пункті дослідження розглянуті саме лексичні особливості україномовних тревел-блогів. Головним чином вони вербалізовані через вживання мовних зворотів та лексичних одиниць, які мають безпосередній змістовий зв'язок з туристичною галуззю. Аналізована джерельна база вказує на те, що для більшості тревел-блогів однією з

основних яскраво виражених специфічних рис є переважання в текстах одиниць розмовної лексики. Останні репрезентовані здебільшого різними скороченнями, абрєвіацією, зменшувально-пестливими формами слів, неологізмами, сленгізмами, вульгаризмами тощо. Насиченість такими мовними одиницями зумовлена прагненням авторів тревел блогів надати власному контенту більшої експресивності, щоб примножити та утримати читачів, в яких така лексика здатна викликати інтерес (Кривка, 2014, с. 127).

2.2. Лексико-граматичні особливості англомовних інтернет-блогів

Впродовж останніх років інтернет-блоги набувають все більшої популярності. Адже, це простий спосіб комунікації та швидкого обміну інформації дистанційно в режимі реального. Вимушена необхідність тисячів українців емігрувати внаслідок повномасштабного російського вторгнення обновила потребу у вивченні англійської мови як мови міжнародного спілкування. На фоні обмеженої можливості подорожувати впродовж тривалої пандемії Covid-19 в інтернет-користувачів зріс інтерес саме до тревел блогів. Адже, останні слугують можливістю для можливості для підписників як здійснити віртуальну подорож, так і навчатись англійської мови від носіїв.

Лексичні особливості англомовних інтернет-блогів зумовлені серед іншого лексичними засобами, які в них використовуються. Вони часто відображають невимушеність, інформальність та персональність мови. Це обумовлено тим, що блоги часто слугують платформою для особистого вираження. Нижче наведені характерні лексичні одиниці, які репрезентують лексичну специфіку англомовних веблогів (Зайцева, 2012; Огороднік, 2012; Савастєєва, Демчук, 2023; CD2, 2022):

- одиниці інформального стилю, які невластиві для академічного контексту чи офіційних документів, до прикладу, наступні:
 - "gonna" замість "going to";

- "wanna" від "want to";
- "kinda" – "kind of";
- "cuz" – "because".
- слова та вислови “паразити”, котрі використовуються для наголосу, зміни тону чи структури речення, до прикладу, наступні:
 - “like”;
 - "literally";
 - "actually";
 - "totally";
 - "basically";
- сленгові одиниці як, наприклад, такі:
 - “see ya” – see you again soon, see you later, bye;
 - “hook up” (сексуальний досвід з особою, з якою людина не перебуває в серйозних стосунках);
- слова та вислови, які є висловленням іронії, сарказму та гумору в контексті постів блогу вживаних задля створення відповідної атмосфери та привернення уваги аудиторії;
- персональні одиниці, які репрезентують особистість автора блогу, зокрема його інтереси, хобі, професійну діяльність тощо.

Характерною тенденцією тревел блоги в лексичному аспекті є утворення антонімічних та синонімічних зв’язків, які формують своєрідний парадигматичний комплекс. В рамках такого комплексу лексичні одиниці поєднані семантичним зв’язком (Олійник, 2014). Так при аналізі тесту публікації тревел блога «Bella and World» (2022) було виявлено чимало синонімічних одиниць. Така особливість зумовлена тим, що синонімія є одним з найяскравіших проявів системних відношень у лексиці. Тому далі в даному пункті дослідження увага приділена саме специфіці прояву синонімії в англомовних блогах.

Наявність ідеографічних синонімів в текстах веблогів є репрезентацією різновидів синонімів, яка характеризується різними відтінками значень чи

комбінацією з іншими лексичними одиницями. Яскравими прикладами ідеографічних синонімів є наступні (Bella, 2020):

- *picturesque, colorful;*
- *instagrammable, photogenic, photographed, filming;*
- *wander, go, stroll;*
- *mysterious, creepy.*

В результаті аналізу джерельної бази дослідження з'ясовано, що українським відповідником англійським мовним одиницям *picturesque* та *colorful* є значення «яскравий». Однак, за умови сполучуваності з іншими словами ці англійські лексичні одиниці набувають інакших значень, наприклад таких (How to Spend 2 Days in Barcelona, 2022; Republicofrose):

- *a picturesque + girl* = яскрава дівчина;
- *a colorful + image* = яскраве зображення.

За умов абсолютної синонімії в смисловому аспекті відбувається абсолютний збіг значень (на відміну від ідеографічних синонімів). Репрезентативними прикладами в цьому контексті слугуватимуть наступні синонімічні пари (How to Spend 2 Days in Barcelona, 2022; Republicofrose):

- *tasty = delicious;*
- *amazing = wonderful = beautiful* тощо;
- *seeking for = looking for* ().

Доказом абсолютної синонімії останньої з наведених вище пар є



контекст в якому вони використані автором тревел блогу (див. рис. 2.1).

Рис. 2.1. Приклад абсолютної синонімії в контексті тревел блогу (Bella, 2020)

Загалом явище синонімії є типовим для тревел-блогів. Адже, користуючись синонімією автори блогів мають змогу не лише уникнути повторень, а й описати в яскравій формі предмет обговорення. Таким чином завдяки синонімії тревел блогери та роблять власний контент значно виразнішим та цікавішим через лексичну наповненість.

Лексико-граматичні особливості англомовних інтернет-блогів окрім вище згаданої синонімії обумовлені також мовним явищем антонімії. На лінгвістичному рівні антоніми за подібністю кореневих морфем поділені на різнокореневі (лексичні) та спільнокореневі (граматичні) (Булик-Верхола, 2016, с. 112).

В контексті вебблогів загалом автори послуговуються антонімією задля створення стилістичного ефекту контрасту. Слідування блогерів такій стратегічній цілі вдало репрезентоване в лексичному наповненні блогів присвячених ландшафтному дизайну. Так на рисунку 2.2 представлений такий ефект контрасту в описі валунів для ландшафтного дизайну – *“big or small”*.

Why Use Big Rocks In Your Landscaping?

In recent years, natural landscaping has really picked up steam, as modern homeowners have found creative ways to use rocks in their landscaping designs. The answer to why homeowners are using big rocks in their landscaping is because they realize that boulders are a beautiful way to bring color and character to any landscape, whether **big or small**. In addition, landscaping with boulders is often low-maintenance (or in some cases completely maintenance-free) and environmentally friendly.

Рис. 2.2. Приклад ефекту контрасту в контексті публікації веблога присвяченого ландшафтному дизайну (Big, 2023)


Аналогічні приклади часто присутні в публікаціях тревел-блогів (див. рис. 2.3) де застосовується авторами з тією ж стратегічною ціллю – створення стилістичного ефекту контрасту – *“love or hate”*.

Яскравою лексичною ознакою тревел-блогів є омонімія. На відміну від полісемії, яка основним чином ґрунтується на єдності значень слів та семантичній спорідненості, омонімічні мовні одиниці збігаються лише у звучанні чи написанні (Романюха, 2018, с. 164).

Повна омонімія полягає в абсолютному за звучанням збігу різних за

Venice: **love or hate?**

January 2, 2019 by robirax



Depending on who you talk to, the city of **Venice** can be a lovely and romantic place where to enjoy a weekend with the person you love, or a trashy and smelly place full of tourists who always complain about the bad and expensive food.

Actually, both of these definitions are right, since you can **love or hate** this place. There is no "I like but...": if you do it, you appreciate the city as it is; if you don't it's because you can't stand anything.

Рис. 2.3. Приклад ефекту контрасту в контексті публікації тревел-блога (Robirax, 2019)

значенням мовних одиниць, що належать до однакових частин мови. У публікації «*A perfect day trip to Tulum – how to do Tulum in one day*» з тревел-блога *Bella and World* (Bella, 2020) виділимо такі повні омоніми: «*Get there a bit early before sunset ...*» та «*... so they can get very crowded later during the day...*». У першому випадку слово «*get*» вжито у значенні «*go*» - «прийти», в другому – «*become*» – «ставати».

Притаманними зазначеному тревел-блогі є ряд лексичних одиниць, відомий як омофони. Вони відзначаються точністю звучання, однак мають відмінності при написанні. Для прикладу нижче наведені формулювання з вищезазначеного тревел-блога (Bella, 2020):

- «*...head to the Tulum Ruins which is a short drive from the cenotes as well*»;
- «*...will give you all those dreamy instagrammable shots*».

Проілюстровані мовні одиниці абсолютно відрізняються у своєму значенні, мають різне написання, але однакове звучання, що є яскравою ознакою омофонів.

Характерною особливістю мандрівних блогів є властиве їм явище паронімії, яке передбачає часткову звукову подібність слів при їх відмінностях у значеннях. Пароніми часто мають тісний зв'язок із омонімами, однак на відміну від останніх, перші ніколи не збігаються у

вимові. Поширеною цариною функціонування паронімів є художня література, однак тревел-блоги теж сповнені чималою кількістю зазначених лексичних одиниць.

Для ґрунтовнішого ознайомлення проілюструємо деякі пароніми на прикладі одного з постів тревел-блогу «Bella and World» (Bella, 2020). Серед них виділимо такі:

- «*This is why I'm putting together a list of the most instagrammable places and streets in Charleston that I wandered through to share with you*»;
- «*Sometimes I even wondered if I was in France or in the US*».

Обидві проаналізовані одиниці мають звукову при вимові, однак абсолютну протилежність у значеннях:

- «*wander*» – «блукати, мандрувати»;
- «*wonder*» – «сумніватися, дивуватися».

Ще одним прикладом є пароніми «*especially*» – «зокрема, головним чином» і «*special*» – «особливий, винятковий», які можемо простежити в аналізованому тревел-блогі: «*...the view of the church is absolutely beautiful, especially during the golden hour or sunset*» та «*It's located on one of the few remaining cobblestone streets in the city which makes it more special and quaint*» (Bella, 2020).

Влучний добір паронімічних та омонімічних одиниць у тревел-блогах сприяє лексичній наповненості цього різновиду інтернет-контенту, допомагає позбутися тавтології, додає багатогранності тексту.

В граматичному аспекті специфіка англомовних веблогів як і в лексичному репрезентує їх інформальність та персоналізованість. Зокрема і граматичній структурі блоги характеризуються наступною специфікою (Плещенко, 2013; Савастєєва, Демчук, 2023):

- наявністю колоквіалізмів та діалективізмів, наприклад, двозначного негативу – «*I ain't no fool*»;
- інформальними конструкціями – «*It's me who done it*»;

- неповними реченнями з неповним синтаксичним складом – "*So excited. Can't wait*";
- прямою мовою (стосується винятково текстових блогів автори яких прагнуть зробити їх живішими та динамічнішими);
- наявністю емфатичних конструкцій для додавання емоційності чи для акцентуванні на чомусь наступних видів:
 - подвоєння слів – "*I love love this dress*";
 - використання капсу – "*THIS IS AMAZING*".
- гіперболізованістю висловів для акцентування та для створення комічного ефекту – "*I've told you a million times*";
- часте вживання модальних дієслів "*can*", "*may*", "*should*", "*might*";
- повторення та еліпси (опущення окремих слів), що притаманне розмовному стилю мовлення.

Використання неологізмів в контексті мандрівних блогів сприяє покращенню вираження авторської індивідуальності, що призводить до майстернішого здійснення емоційного впливу мандрівного контенту на читача, який зосереджується на інформативності і лексичному наповненні тексту.

Часто автори мандрівних блогів вдаються до скорочень. У багатьох випадках це явище спричинене обмеженням використовувати велику кількість символів на багатьох інтернет-платформах, а також задля уникнення перевантаження тексту надлишком лексичних одиниць.

Існує декілька продуктивних способів утворення нових лексичних одиниць, серед яких виділимо наступні (Клименко, 2008):

- афіксація (суфіксація, префіксація);
- словоскладання;
- конверсія;
- телескопія;
- скорочення:
 - усічення;

- абрєвіація.

Фігурування нових слів у мандрівних блогах є поширеним лексичним явищем. Фонд неологізмів англійської мови постійно збагачується та оновлюється. Завдяки цьому прошарку мовних одиниць авторам мандрівних блогів вдається повідомити читачів про найсучасніші туристичні тенденції, явища і процеси.

Перебуваючи у постійному обігу, слова мають тенденцію як з'являтися у мові, так і зникати з неї, поступово відходячи до складу хронологічно маркованої або застарілої лексики.

Наповненню деяких трєвел-блогів характерне функціонування застарілих одиниць, що більше не вживаються у звичайному розмовному мовленні. Таким пластом лексики є архаїзми. Вони використовуються в мандрівних нотатках з метою створення реалістичного колориту при зображенні старовини або позначення поняття, що більше не характеризується активним вжитком.

Ілюстративним матеріалом є архаїзм взятий з такого формулювання (Moore, 2021): «...*but we did go gawk at the Sagrada Familia*». На сучасному етапі виділене напівжирним шрифтом слово не має постійного застосування, оскільки було замінене новішими синонімами, серед яких «stare» і «gaze», значення яких – «витріщатися».

Найменування предметів та явищ, які не знайшли свого застосування на сучасному етапі поступово виходять з ужитку. Одними із таких лексичних одиниць є історизми, що широко застосовуються в дописах трєвел-блогів для передачі колориту тої чи іншої історичної епохи, або як засіб створення урочистості й вишуканості тексту. Яскрава особливість вказаних лексичних одиниць – відсутність синонімів і сучасних відповідників.

Для ілюстрації розглянемо наступне формулювання (Bella, 2020): «...*you have a flower row and charming Southern antebellum houses*». Видлений напівжирним шрифтом термін застосовується для характеристики періоду країни до початку подій, викликаних війною. Нині ця словесна одиниця не

типова для розмовної мови, однак автор тревел-блога використовує його для того, аби читачі могли чіткіше відчувати колорит епохи, про яку подається інформація.

Отже, незважаючи на те, що тревел-блоги відтворюють найсучасніші тенденції і містять найактуальнішу інформацію, усе ж архаїзми та історизми трапляються у текстах публікацій. Це пояснюється прагненням авторів зробити яскравіше лексичне наповнення свого контенту, підсилити виразність й надати експресивного забарвлення тексту.

Висновки до розділу 2

Англійські блоги мають ряд характерних лексико-граматичних особливостей, які відрізняють їх від більш формальних типів письма. Ці особливості відображають інформальний, персональний характер блогів та їх призначення як платформи для вираження особистих думок, почуттів та ідей.

Лексичні особливості англійських блогів включають використання:

Сленг і жаргон: це включає в себе спеціалізовані слова або вирази, що використовуються в конкретній професії, соціальній групі, або в певному культурному контексті. Вони можуть допомогти встановити зв'язок з певною аудиторією та створити відчуття спільноти.

Іронія та гумор: іронічні висловлювання або жарти можуть бути використані для внесення легкості та гумору в пост, що може залучити читачів і змусити їх повертатися за новими дописами.

Персоналізований лексикон: блогери можуть використовувати власний унікальний лексикон, що відображає їх особистість та інтереси. Це може включати в себе специфічні для блогера слова та фрази, що допомагають створити унікальний голос та стиль.

Фразові дієслова та ідіоматичні вирази: ці вирази можуть зробити мову більш натуральною та автентичною, а також допомагають висловлювати складні ідеї простими термінами.

Метафори та символи: вони допомагають виразити складні ідеї або емоції в образній формі, що може зробити мову більш емоційною та імпресивною. Використання цих лексичних засобів залежить від стилю, тематики та аудиторії блогу.

Грамматичні особливості англійських блогів включають використання колоквіалізмів, неповних речень, прямої мови, емоційних конструкцій, гіперболи та модальних дієслів. Блоги часто використовують першу особу, що також відображає їх персональний характер.

Однак, варто зазначити, що ці характеристики можуть варіюватися в залежності від контексту, аудиторії та індивідуального стилю блогера. Все це демонструє, що блоги є унікальним і важливим жанром в англійській письмовій мові, що вимагає додаткового вивчення та аналізу.

ВИСНОВКИ

У даній курсовій роботі було проведено детальне дослідження лексико-граматичних особливостей англomовних інтернет-блогів. Ми розглянули важливість інформальної мови, ідіом, сленгу, термінології інтернету, а також різноманітних граматичних форм, які зустрічаються в англomовних блогах.

Для сучасної онлайн комунікації веблог зберігає статус важливої форми спілкування завдяки глобальному охопленню читачів з усього світу та широкому спектру тем, які висвітлює. Гнучкий та адаптивний формат веблогу дозволяє його авторам експериментувати з новими жанрами, стилями та контенту задля залучення нової та збереження наявної аудиторії в рамках динамічного інтернет-дискурсу. Веблог як один з жанрів інтернет-дискурсу належить до числа найпопулярніших форм онлайн комунікації.

Веблогам як україномовним, так і англomовним на лексичному та граматичному рівнях властиве тяжіння до скорочення трансльованої текстової інформації. Найповніше як україномовних, так і в англomовних веблотах зберігається синтаксичний рівень, адже за його відсутності чи втраті суттєво зростає ризик утворення комунікативних девіацій в асинхронному онлайн спілкуванні. Основним трендом властивим веблогу як жанру онлайн комунікації є створення штучних допоміжних гібридних спеціалізованих мов.

Прототипом сучасного веблогу став традиційний особистий щоденник з хронологічними записами подій власного життя. Виникнення та розвиток веблогу зумовлене природною людською потребою у вираженні та поширенні власних думок, почуттів та досвіду.

Англійські блоги мають ряд характерних лексико-граматичних особливостей, які відрізняють їх від більш формальних типів письма. Ці особливості відображають інформальний, персональний характер блогів та їх призначення як платформи для вираження особистих думок, почуттів та ідей.

Лексичні особливості англійських блогів включають використання:

Сленг і жаргон: це включає в себе спеціалізовані слова або вирази, що використовуються в конкретній професії, соціальній групі, або в певному культурному контексті. Вони можуть допомогти встановити зв'язок з певною аудиторією та створити відчуття спільноти.

Іронія та гумор: іронічні висловлювання або жарти можуть бути використані для внесення легкості та гумору в пост, що може залучити читачів і змусити їх повертатися за новими дописами.

Персоналізований лексикон: блогери можуть використовувати власний унікальний лексикон, що відображає їх особистість та інтереси. Це може включати в себе специфічні для блогера слова та фрази, що допомагають створити унікальний голос та стиль.

Фразові дієслова та ідіоматичні вирази: ці вирази можуть зробити мову більш натуральною та автентичною, а також допомагають висловлювати складні ідеї простими термінами.

Метафори та символи: вони допомагають виразити складні ідеї або емоції в образній формі, що може зробити мову більш емоційною та імпресивною. Використання цих лексичних засобів залежить від стилю, тематики та аудиторії блогу.

Граматичні особливості англійських блогів включають використання колоквіалізмів, неповних речень, прямої мови, емпатичних конструкцій, гіперболи та модальних дієслів. Блоги часто використовують першу особу, що також відображає їх персональний характер.

Однак, варто зазначити, що ці характеристики можуть варіюватися в залежності від контексту, аудиторії та індивідуального стилю блогера. Все це демонструє, що блоги є унікальним і важливим жанром в англійській письмовій мові, що вимагає додаткового вивчення та аналізу.

РЕЗЮМЕ

Дослідження присвячене лексико-граматичним особливостям англомовних та українськомовних інтернет блогів. Метою роботи було виявити та схарактеризувати лексико-граматичні особливості англомовних та українськомовних інтернет блогів на основі аналізу їх контенту та теоретико-методичних джерел. Для досягнення мети були виконані наступні завдання: проаналізувати специфіку інтернет-блогу в жанровій структурі онлайн комунікації; прослідкувати процес становлення блогу в рамках інтернет-дискурсу на основі аналізованої джерельної бази; виявити та схарактеризувати лексико-граматичні особливості англомовних та українськомовних інтернет-блогів.

Веблог як один з жанрів інтернет-дискурсу належить до числа найпопулярніших форм онлайн комунікації. На лексичному та граматичному рівнях йому властиве тяжіння до скорочення текстової інформації. Найповніше як україномовних, так і в англомовних вебблогів зберігається синтаксичний рівень.

Лексичні особливості англійських блогів включають використання: сленгу і жаргону; іронії та гумору; персоналізований лексикон; фразові дієслова та ідіоматичні вирази; метафори та символи.

Граматичні особливості англійських блогів включають використання колоквіалізмів, неповних речень, прямої мови, емпатичних конструкцій, гіперболи та модальних дієслів. Блоги часто використовують першу особу, що також відображає їх персональний характер.

Ключові слова: веблог, лексичні особливості, граматичні особливості, жанрова структура онлайн комунікації, інтернет-дискурс.

SUMMARY

The study is devoted to the lexical and grammatical features of English and Ukrainian Internet blogs. The aim of the study was to identify and characterize the lexical-grammatical features of English and Ukrainian Internet blogs based on the analysis of their content and theoretical and methodological sources. The following tasks were performed to achieve the aim: analyze the specifics of an internet blog in the genre structure of online communication; follow the process of the formation of a blog within the Internet discourse based on the analyzed source base; identify and characterize the lexical-grammatical features of English and Ukrainian Internet blogs.

A weblog, as one of the genres of Internet discourse, is one of the most popular forms of online communication. At the lexical and grammatical levels, he tends to reduce textual information. The syntactic level is the most complete in both Ukrainian and English weblogs.

Lexical features of English blogs include the use of: slang and jargon; irony and humor; personalized lexicon; phrasal verbs and idiomatic expressions; metaphors and symbols.

Grammatical features of English blogs include the use of colloquialisms, incomplete sentences, direct speech, emphatic constructions, hyperbole, and modal verbs. Blogs often use the first person, which also reflects their personal nature.

Keywords: weblog, lexical features, grammatical features, genre structure of online communication, Internet discourse.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

- Булик-Верхола С. (2016, травень). Антонімічні відношення в українській музичній термінології. Вісник Національного університету "Львівська політехніка". № 842. С. 111-114.
- Бусел В. Т. (2005). Великий тлумачний словник сучасної української мови: 25000. Київ, Ірпінь: Перун. т. I. С. 628 с.
- Домрачева І. Р., Аксьонова І. О. (2018). Основи мовленнєвої діяльності. Вінниця: ДонНУ імені Василя Стуса.
- Зайцева С. (2012, листопад). В. Інтернет-спілкування як нова форма міжособистісної комунікації. Дослідження з лексикології і граматики української мови : зб. наук. пр. за ред. А. М. Поповського. Дніпропетровськ: ДНУ. Вип. 11. С. 45-53.
- Клименко Н. Ф. (2008). Динамічні процеси в сучасному українському лексиконі: [монографія]. Київ : Видавничий дім Дмитра Бураго.
- Колосова О. Б. (2018, травень). Графіко-фонетичні та лексичні особливості блогів українською мовою. Budapest. The scientific heritage. № 29. С. 41-44.
- Кузнецова О. (2013, грудень). Ідентичність блога і ЗМІ. Телерадіожурналістика. Вип. №12. С. 117-123.
- Огороднік К. (17.10.2012). Особливості інтернет спілкування. Лінгвокогнітивні та соціокультурні аспекти комунікації. Науковий блог. URL: <https://naub.oa.edu.ua/2012/osoblyvosti-internet-spilkuvannya>.
- Олійник Л. В. (2014, січень). Особливості семантичного зв'язку між словами-синонімами німецької молодіжної мови. Наукові записки Ніжинського державного університету ім. Миколи Гоголя. Сер.: Філологічні науки. Кн. 1. С. 163-167. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nzfn_2014_1_35.

- Плещенко К. В. (2012, квітень). Ієрархічний розвиток блогосфери. Медіафілософський погляд. Інформаційне суспільство. Вип. 16. С. 60-63.
- Плещенко К. В. (2013, березень). Уточнена типологія блогосфери: низовий рівень. Держава та регіони. Серія : Гуманітарні науки. № 2-3. С. 126-130.
- Кривка Е. Т. (2022). Сучасний тревел-медіатекст в українському інфопросторі: тематика, формат, контент. Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора філософії в галузі знань журналістики. Сумський державний університет. С. 32-42.
- Пономарьова Л. В. (2018, 3-4 травня). Знеособлена комунікація як ознака сьогодення. Матеріали XVI міжнародних карських читань. Гродно. С. 251-259.
- Пономарьова Л. В., Капліна Г. С. (2018, січень). Лексико-граматичні особливості блогу як жанру інтернет-дискурсу. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер.: Філологія. №36, том 1. С. 54-56. URL: http://vestnik-philology.mgu.od.ua/archive/v36/part_1/16.pdf.
- Романюха М. В. (2018, січень). Потенціал travel-блогу як інструменту вдосконалення мовленнєвої компетентності. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер.: Філологія. № 36. С. 163-166.
- Савастєєва, Т., Демчук, А. (2023, листопад). ЛІНГВІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ АНГЛОМОВНОГО ОСВІТНЬОГО БЛОГУ. Молодий вчений, 11 (123), 58-61. URL: <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2023-11-123-1>.
- Ткачівська М. Р. (2015, лютий). Обсценна лексика в зарубіжних дослідженнях. Прикарпатський вісник НТШ. Слово. № 2. С. 122-129. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pvntsh_sl_2015_2_13.
- Філоненко М. М. (2008). Психологія спілкування. Київ.

- Яшенкова О. В. (2010). Основи теорії мовної комунікації. Київ: ВЦ “Академія”.
- Bella (2020, March 11). The most Instagrammable places and streets in Charleston. Bella and World. URL: <https://bellaandworld.com/the-most-instagrammable-places-and-streets-in-charleston>.
- BIG ROCK STAFF (2023, JANUARY 19). Landscaping With Big Rocks: How To Design Your Yard With Rock. Big Rock Premium Landscaping and Design. Landscaping. URL: <https://bigrockinc.com/landscaping-with-big-rocks-how-to-design-your-yard-with-rock>.
- Rose L. (2022, may 17). How to Spend 2 Days in Barcelona (The Ultimate Barcelona 2 Day Itinerary!). URL: <https://www.therepublicofrose.com/how-to-spend-2-days-in-barcelona>.
- Rose L. (2022, may 17). Republicofrose. URL: <https://www.instagram.com/stories/highlights/18170100457085425>.
- Robirax. (2019, january 2). Venice: love or hate? World Travel Maps. URL: <https://www.worldtravelmaps.net/1-day-trip/venice-love-or-hate>.