



Научно-исследовательский журнал «Вестник филологических наук / Philological Sciences Bulletin»  
<https://vfn-journal.ru>  
2025, Том 5, № 9 / 2025, Vol. 5, Iss. 9 <https://vfn-journal.ru/archives/category/publications>  
Научная статья / Original article  
Шифр научной специальности: 5.9.6. Языки народов зарубежных стран (английский язык) (филологические науки)  
УДК 81.42

<sup>1</sup> Кушнарёв М.С.

<sup>1</sup> Белгородский государственный национальный исследовательский университет

### Влияние языка социальных медиа на повседневную речь: анализ мемов, хэштегов и неологизмов в контексте вечерних шоу

**Аннотация:** цель исследования – выявление языковых механизмов и коммуникативных функций мемов, хэштегов и неологизмов, активно используемых в вечерних телевизионных шоу, а также анализ их влияния на повседневную речь русскоязычных пользователей. В статье рассмотрены лексико-семантические и pragматические особенности медиадискурса, в частности, трансляция интернет-лексики средствами телевидения и ее последующая адаптация в обыденной коммуникации. В рамках теоретической модели «Медиа – генератор лингвистических инноваций» были выделены и проанализированы такие языковые единицы, как устойчивые мемы, контекстуальные хэштеги и ситуативные неологизмы. Научная новизна исследования заключается в том, что впервые на материале актуального телевизионного медиадискурса системно описано влияние языковых практик социальных сетей на речевое поведение широкой аудитории. В результате исследования установлено, что заимствованные из цифровой среды элементы не только выполняют функции актуализации и вовлечения зрителя, но и способствуют трансформации речевых норм, расширяя границы современного лингвокультурного пространства.

**Ключевые слова:** мемы, хэштеги, неологизмы, медиадискурс, повседневная речь, вечерние шоу

**Для цитирования:** Кушнарёв М.С. Влияние языка социальных медиа на повседневную речь: анализ мемов, хэштегов и неологизмов в контексте вечерних шоу // Вестник филологических наук. 2025. Том 5. № 9. С. 17 – 21.

Поступила в редакцию: 17 июля 2025 г.; Одобрена после рецензирования: 06 августа 2025 г.; Принята к публикации: 22 августа 2025 г.

<sup>1</sup> Kushnarev M.S.

<sup>1</sup> Belgorod State National Research University

### The influence of social media language on everyday speech: analysis of memes, hashtags, and neologisms in the context of evening shows

**Abstract:** this research aims to identify linguistic mechanisms and communicative functions of memes, hashtags, and neologisms actively used in evening television shows, as well as to analyze their impact on the everyday speech of Russian-speaking users. The article examines the lexico-semantic and pragmatic features of media discourse, particularly the translation of internet vocabulary through television and its subsequent adaptation in everyday communication. Within the theoretical model “Media as a Generator of Linguistic Innovations”, linguistic units such as stable memes, contextual hashtags, and situational neologisms have been identified and analyzed. The scientific novelty of the study lies in the fact that, for the first time, the influence of social media language practices on the speech behavior of a wide audience has been systematically described using the material of current television media discourse. The study found that elements borrowed from the digital envi-

ronment not only perform the functions of actualization and audience engagement but also contribute to the transformation of speech norms, expanding the boundaries of modern linguistic and cultural space.

**Keywords:** memes, hashtags, neologisms, media discourse, everyday speech, evening shows

**For citation:** Kushnarev M.S. The influence of social media language on everyday speech: analysis of memes, hashtags, and neologisms in the context of evening shows. Philological Sciences Bulletin. 2025. 5 (9). P. 17 – 21.

*The article was submitted: July 17, 2025; Approved after reviewing: August 06, 2025; Accepted for publication: August 22, 2025.*

## Введение

Актуальность представленной работы обусловлена современными тенденциями в развитии лингвистики и медиалингвистики, заключающимися в возрастающем интересе к изучению влияния цифровых форм коммуникации на структуру и функционирование естественного языка. Особое внимание в этом контексте привлекают языковые единицы, формирующиеся в среде социальных медиа и транслируемые через массовую культуру, в частности – через вечерние телевизионные шоу, ориентированные на широкую аудиторию. Исследование механизмов интеграции таких элементов, как мемы, хэштеги и неологизмы, в повседневную речь позволяет не только выявить общие закономерности современной речевой практики, но и установить специфику процессов семиотической адаптации и прагматической переориентации языковых инноваций в различных коммуникативных контекстах.

Цели и задачи исследования состоят в выявлении языковых механизмов и коммуникативных функций мемов, хэштегов и неологизмов, активно используемых в вечерних телевизионных шоу, а также анализ их влияния на повседневную речь русскоязычных пользователей. Для достижения вышеуказанной цели исследования необходимо решить следующие задачи: выделить и систематизировать языковые единицы: мемы, хэштеги и неологизмы, заимствованные из социальных медиа и используемые в вечерних телевизионных шоу; проанализировать структурно-семантические и прагматические характеристики указанных единиц в контексте телевизионного медиадискурса; выявить особенности адаптации интернет-лексики в повседневной устной и письменной речи русскоязычных носителей; определить коммуникативные и социокультурные функции цифровых языковых инноваций в массовом дискурсе; установить влияние подобных языковых практик на трансформацию речевых норм и межпоколенческую коммуникацию.

В современную эпоху цифровых коммуникаций язык социальных медиа оказывает заметное влияние на живую речь широких слоёв населения. Особенно значимыми в этом процессе становятся вечерние телевизионные шоу, которые, находясь на пересечении традиционных и новых медиа, играют роль моста для внедрения интернет-лексики в повседневную речь [2, с. 134-136].

В рамках настоящего исследования был сформирован специализированный корпус лингвистического материала, представленного мемами, хэштегами и неологизмами. Данные языковые элементы были тщательно отобраны и зафиксированы в медиадискурсе популярных вечерних телевизионных шоу, таких как российские программы «Вечерний Ургант», «Шоу Воли», «Однажды в России», а также американское шоу «The Tonight Show Starting Jimmy Fallon» в период с 2020 по 2024 годы. Выбор указанных телепередач обусловлен их широким охватом аудитории, а также характером содержимого, который активно интегрирует и переосмысливает интернет-культуру, что делает их репрезентативным источником для изучения языковых инноваций, возникающих на стыке традиционных и цифровых медиапространств [9, 10].

Кроме того, для углублённого сопоставительного анализа и выявления механизмов адаптации и функционирования данных языковых единиц в реальной коммуникативной практике, были привлечены примеры их использования в социальных сетях, преимущественно в русскоязычных сообществах платформ VK и Telegram. Такая межплатформенная сравнительная парадигма позволила получить более комплексное представление о трансформациях и распространении современных цифровых языковых форм.

Результаты проведенного анализа показали, что мемы и неологизмы, активно вводимые ведущими и комиками вечерних шоу, обладают высокой степенью узнаваемости и эмоциональной насыщенностью, что способствует их быстрому распространению в устной и письменной речи, особенно среди молодежной аудитории, для которой такие языковые единицы становятся значимыми элементами коммуникации и социальной идентичности [2, с. 214].

К числу наиболее часто используемых в разговорной речи молодых людей относятся следующие выражения: “cringe” – термин, обозначающий чувство неловкости или стыда за кого-либо (рус. «кринж»); “to flex” – демонстрировать свои достижения или материальные ценности, часто с оттенком хвастовства (рус.

«флексить»); “just for the vibe” / “purely for the vibe” – выражение удовольствия от происходящего, наслаждения моментом (рус. «чисто по кайфу»); “ok boomer” – ироничная реакция на консервативные взгляды старшего поколения (рус. «ок, бумер»); “no cap” – выражение, означающее «без обмана», «честно» (рус. «но кап») [6, с. 1562].

Фразы из англоязычных шоу, передающие элементы цифрового сленга и культурного кода, становятся неотъемлемой частью молодежной разговорной речи. Среди них можно выделить:

“It’s a plus vibe activity” – положительная, приятная деятельность, сказанное (рус. «Это деятельность с положительной атмосферой»).

“He understood the assignment” – он отлично справился с задачей, проявил себя на все 100% (рус. «Он понял, что к чему, и сделал всё как надо»).

“This ain’t it, chief” – это не то, что надо; неудачный или неловкий поступок (рус. «Нет, брат, это мимо»).

“Main character energy” – поведение с ощущением собственной значимости, уверенность, харизма (рус. «Энергия главного героя»).

“Catch these hands” – угроза конфликта или драки, часто с ироническим подтекстом (рус. «Сейчас получишь» или «Лови пощечину» в молодежной интерпретации).

“Say less” – полное согласие, не требующее дополнительных объяснений (рус. «Всё понял, даже не продолжай») [8, с. 55-57].

Данные примеры служат наглядной демонстрацией процесса активного заимствования и адаптации лексики, сформированной в интернет-пространстве, а также элементов массовой культуры в широкий речевой обиход. Они подтверждают, что медиапродукты, в частности популярные вечерние телевизионные шоу, выступают в роли эффективных катализаторов языковых изменений, способствуя не только быстрому распространению новых языковых единиц, но и их семантической и pragматической переосмыслинности.

Анализ примеров использования выявил, что мемы и хэштеги часто выполняют не только коммуникативную, но и социокультурную функцию: они помогают выражать принадлежность к определённым социальным группам и демонстрируют осведомлённость в актуальных культурных трендах (таблица 1) [3, 4].

Таблица 1

Коммуникативные и социокультурные функции цифровых единиц в массовом дискурсе.

Table 1

Communicative and sociocultural functions of digital units in mass discourse.

| Языковая единица        | Тип             | Коммуникативная функция                  | Социокультурная функция  |
|-------------------------|-----------------|--|--|
| #goodvibesonly          | Хэштег          | Выражение позитивного настроя            | Формирует образ оптимистичного, открытого к жизни участника цифрового сообщества |
| cringe                  | Мем / неологизм | Выражение неловкости, критики            | Демонстрирует знание интернет-сленга и принадлежность к цифровому поколению      |
| flex / флексить         | Неологизм       | Самопрезентация, демонстрация достижений | Ассоциируется с эстетикой успешности и онлайн-репрезентацией себя                |
| “ok boomer”             | Мем             | Отвержение консервативных взглядов       | Акцентирует поколенческий конфликт, принадлежность к Z-поколению                 |
| “main character energy” | Мем / фраза     | Подчеркивание харизмы, значимости        | Отражает тренд на персонализированный нарратив, культ индивидуальности           |

Телевизионные ведущие и комики, используя интернет-мемы, хэштеги и неологизмы, выполняют функцию медиаторов, обеспечивая межмедийный трансфер лексических инноваций из цифрового пространства в традиционные коммуникационные форматы. В результате формируются новые речевые практики, которые отражают динамику социокультурных процессов, особенности межпоколенческого взаимодействия и трансформацию норм современного языка.

Кроме того, подобная интеграция способствует усилению чувства коллективной идентичности среди аудитории, особенно в молодежной среде, где использование характерных цифровых языковых конструкций становится маркером принадлежности к определённой культурной и социальной группе. Таким образом, медийные продукты выступают не только как источники языковых новаций, но и как площадки для их институционализации и закрепления в повседневной речи, обеспечивая устойчивость и долговечность новых лингвистических форм [7, с. 133 – 134].

Социокультурная функция цифровых языковых инноваций проявляется в их способности формировать и укреплять коллективную идентичность пользователей, отражая специфические культурные коды и ценности разных сообществ. Они становятся инструментом межпоколенческого диалога, помогая младшим поколениям выстраивать собственное коммуникативное пространство, отличное от традиционных речевых норм [5].

Межпоколенческая коммуникация в этих условиях также претерпевает изменения: с одной стороны, цифровая лексика может выступать барьером между поколениями, вызывая непонимание или иронию со стороны старших, не знакомых с соответствующим контекстом. С другой – при включении старших поколений в медиаполе, языковая дистанция может сокращаться. Например, реакция телеведущего или комика, использующего фразу вроде *ok boomer*, становится не только поводом для шутки, но и возможностью для обсуждения возрастных стереотипов, снятия напряжения и актуализации диалога между разными социальными группами.

### **Материалы и методы исследований**

Материалом для исследования послужил корпус языковых единиц – мемов, хэштегов и неологизмов, зафиксированных в медиадискурсе популярных вечерних шоу, таких как «Вечерний Ургант», «Шоу Воли», «Однажды в России», а также The Tonight Show Starring Jimmy Fallon. Отбор единиц осуществлялся методом сплошной выборки из выпусков, вышедших в период с 2020 по 2024 год. Кроме того, в выборку были включены примеры употребления соответствующих языковых инноваций в повседневной коммуникации русскоязычных пользователей в социальных сетях (Rutube, VK, Telegram).

Для анализа использовались следующие источники: медиатексты, размещённые на видеоплатформах (Rutube); пользовательский контент и комментарии в социальных сетях, содержащие вирусные фразы, актуальные хэштеги и ситуативные мемы.

### **Результаты и обсуждения**

Вечерние шоу активно формируют и распространяют языковые инновации, которые проникают в повседневную речь аудитории. Характерной чертой медиадискурса таких передач является использование мемов, хэштегов и неологизмов, которые служат маркерами юмора, актуальности и социокультурной идентичности.

Языковые единицы, созданные в рамках шоу, выполняют не только развлекательную функцию, но и выражают коллективные эмоции, оценки и реакции на значимые события. Мемы и хэштеги выступают как «маяки», структурирующие восприятие аудитории, а неологизмы активно входят в молодёжный сленг и затем распространяются шире.

Особое внимание уделяется феномену интермедииности: языковые инновации сначала появляются в телевизионном дискурсе, затем тиражируются в социальных сетях, где получают новые значения. Таким образом, вечерние шоу становятся генераторами лингвистических трендов, влияющих на развитие современного речевого обихода.

### **Выводы**

Результаты проведённого исследования позволяют утверждать, что цифровые языковые инновации – мемы, хэштеги и неологизмы, активно функционирующие в вечерних телевизионных шоу, выступают мощным фактором языковых изменений в условиях цифровой эпохи. Они не только проникают в массовый медиадискурс, но и получают широкое распространение в устной и письменной речи, особенно среди молодёжной аудитории. Высокая коннотативная ёмкость, экспрессивность и узнаваемость данных единиц способствуют их быстрой адаптации и устойчивому закреплению в повседневной коммуникации.

Телеведущие и комики выполняют медиаторскую функцию, транслируя интернет-лексику в традиционные форматы массовой культуры, тем самым сокращая дистанцию между цифровым и офлайн-дискурсом. Это способствует трансформации речевых норм, расширению границ допустимого лексического употребления и переосмыслению межпоколенческого взаимодействия.

В качестве перспектив дальнейшего изучения заявленной тематики видится углублённый анализ интеграции интернет-языка в официально-деловую и образовательную коммуникацию, а также исследование его роли в формировании новых форм коллективной идентичности в глобализированном медиапространстве.

### **Список источников**

1. Востриков И.В. Социальные сети как эффективный способ управления общественным мнением // Каспийский регион: политика, экономика, культура. 2022. № 2 (71). С. 132 – 138.
2. Пищулина Д.Р., Назарко В.Е., Авраменко К.Д. Язык и коммуникация в цифровой эре: лингвистические подходы к анализу влияния новых медиа на языковую динамику и коммуникативные практики // Финансовая экономика. 2024. № 1. С. 213 – 215.

3. Черниченко Е.Н. Роль социальных медиа в трансформации языка // Russian Linguistic Bulletin. 2023. № 7 (43).
4. Яндубаев А.В. Влияние социальных сетей на формирование общественного мнения в современных условиях // Современные научные исследования и инновации. 2024. № 7.
5. Danet B., Herring S.C. The Multilingual Internet: Language, Culture, and Communication Online // Oxford University Press. URL: [http://scholar.uoa.gr/sites/default/files/mbessie/files/27\\_2007\\_the\\_multilingual\\_internet.pdf](http://scholar.uoa.gr/sites/default/files/mbessie/files/27_2007_the_multilingual_internet.pdf) (дата обращения: 05.06.2025).
6. Miranda J.A., Moritz M.E.W. Ted talks: a genre analysis. Revista, 2021. No. 6 (16). P. 1552 – 1573.
7. Smith J. Corpus linguistics: Principles, Applications, and Impact on Language Research // Journal of Language Studies. 2021. № 25 (3). P. 123 – 145.
8. Schmücker R. Digital Image Ethics. How it Could be Pursued and What It Might Have to Say. Digital Ethics: The Issue of Images. 2022. P. 49 – 73.
9. The Tonight Show Starring Jimmy Fallon. URL: <https://www.nbc.com/the-tonight-show/episodes> (дата обращения: 01.06.2025).
10. «Шоу Воли». URL: <https://rutube.ru/metainfo/tv/280536/> (дата обращения: 02.06.2025).

### References

1. Vostrikov I.V. Social networks as an effective way to manage public opinion. Caspian region: politics, economics, culture. 2022. No. 2 (71). P. 132 – 138.
2. Pishchulina D.R., Nazarko V.E., Avramenko K.D. Language and communication in the digital era: linguistic approaches to the analysis of the influence of new media on language dynamics and communicative practices. Financial economics. 2024. No. 1. P. 213 – 215.
3. Chernichenko E.N. The role of social media in language transformation. Russian Linguistic Bulletin. 2023. No. 7 (43).
4. Yandubaev A.V. The influence of social networks on the formation of public opinion in modern conditions. Modern scientific research and innovation. 2024. No. 7.
5. Danet B., Herring S.C. The Multilingual Internet: Language, Culture, and Communication Online. Oxford University Press. URL: [http://scholar.uoa.gr/sites/default/files/mbessie/files/27\\_2007\\_the\\_multilingual\\_internet.pdf](http://scholar.uoa.gr/sites/default/files/mbessie/files/27_2007_the_multilingual_internet.pdf) (date of access: 05.06.2025).
6. Miranda J.A., Moritz M.E.W. Ted talks: a genre analysis. Revista, 2021. No. 6 (16). P. 1552 – 1573.
7. Smith J. Corpus linguistics: Principles, Applications, and Impact on Language Research. Journal of Language Studies. 2021. No. 25 (3). P. 123 – 145.
8. Schmücker R. Digital Image Ethics. How it Could be Pursued and What It Might Have to Say. Digital Ethics: The Issue of Images. 2022. P. 49 – 73.
9. The Tonight Show Starring Jimmy Fallon. URL: <https://www.nbc.com/the-tonight-show/episodes> (date of access: 01.06.2025).
10. “Will Show.” URL: <https://rutube.ru/metainfo/tv/280536/> (date of access: 02.06.2025).

### Информация об авторах

**Кушнарёв М.С.**, Белгородский государственный национальный исследовательский университет,  
[maximekushnarov@gmail.com](mailto:maximekushnarov@gmail.com)

© Кушнарёв М.С., 2025