

моменти та закладають основи подальших досліджень у вивченні мови та культури.

Висновки. Отже, сучасні тенденції в системі мовної освітньої діяльності в процесі викладання та вивчення іноземних мов в сучасному університеті засвідчують, що цей процес повинен бути спрямований не тільки на суто професійні компетенції, формування яких відбувається під впливом мінливої кон'юнктури, що складається на ринку праці, а також враховувати запити сучасної міжкультурної комунікації до взаємодії культури та мови.

Список використаних джерел

1. Бакіров В.С., Ушакова Н.І., Хижняк Л.М. Міжкультурна комунікація в університеті: історичний досвід і виклики сучасності / В.С. Бакіров, Н.І. Ушакова, Л. М. Хижняк // Вісник ХНУ імені В. Н. Каразіна. Серія «Соціологічні дослідження сучасного суспільства: методологія, теорія, методи». — 2017 — Вип. 39. — С. 286–293.
2. Лебедева Л.Е. Міжкультурна комунікація: лінгвістичний аспект/ Л. Е. Лебедева // Філологічні студії. Науковий вісник Криворізького національного університету: зб. наук. праць. — Кривий Ріг, 2013. — Вип. 9. / редкол.: Ж. В. Колоїз (відп. ред.), П. І. Білоусенко, В. П. Олексенко та ін. — 736 с.
3. Манакін В.М. Мова і міжкультурна комунікація / В. М. Манакін. — К., 2012. — 288 с.
4. Смелзер Н. Социология: пер. с англ. / Н. Смелзер — М.: Феникс, 1998. — 688 с.
5. Социальные коммуникации: профессиональные и повседневные практики. Сб. статей / Под ред. В. В. Васильковой, В. В. Козловского, А. М. Хохловой. Вып. 3. — СПб.: Интерсоцис, 2010. — 214 с.
6. Трошина Н.Н. Лингвистический аспект межкультурной коммуникации / Н. Н. Трошина // Лингвистические исследования в конце XX века: сб. обзоров. — М., 2000. — С. 165–172.
7. Michael Byram, Adam Nichols Developing intercultural competence in practice [Електронний ресурс]. — Режим доступу URL: <http://books.google.ru/books?id=OWG8V1XIhloC&pg=PA1&lpg=PA1&dq=Byram,+Michael&>.

Мамченко С.П.

старший викладач кафедри сучасних європейських мов

Київський національний торговельно-економічний університет

ЕМОТИКОНИ ТА МОВНА СПЕЦИФІКА КОМУНІКАЦІЇ В МЕСЕНДЖЕРАХ

Анотація. У статті досліджено мовну специфіку спілкування в соціальних Інтернет-мережах та причини появи великої кількості невербальних знаків: графічних символів, емотиконів (смайликів), акронімів (скорочень, аббревіатур); особливості їх структури, семантичного наповнення та функціонування в Інтернет-просторі. На прикладах української, німецької та англійської мов доведено доцільність та необхідність вживання невербальних знаків задля створення емоційного компонента спілкування в месенджерах, що спонукає до креативного створення спеціальних графічних знаків для позначення різних емоцій.

Обґрунтовано існування особливої письмової форми віртуального спілкування, в основі якої лежить сучасна розмовна мова з її прагненням до максимальної стислості інформації з

характерним використанням емотиконів, абревіатур, усікань і скорочень. Виявлено тенденцію до домінування фонетичного принципу письма, відмови від великих літер, розділових знаків, використання великої кількості дотепних скорочень, широке використання стилістично забарвленої лексики.

Ключові слова: соціальна Інтернет-мережа, месенджер, особливості спілкування в месенджері, соціальна комунікація, невербальний графічний знак, емотикон, смайлик, акронім, числова абревіатура, унісегментальне та мультисегментальне усікання, мінімізація.

Abstract. The article focuses on the language peculiarities of communication in social Internet networks and the reasons of emerging a large number of non-verbal communication signs: graphic symbols, emoticons, acronyms (abbreviations), emoji and features of their structure, semantic content and functioning in the Internet space. Having analyzed the examples in Ukrainian, German and English, the author has proven the feasibility and necessity of using non-verbal signs to create an emotional component of communication in messengers, thus, creating special graphic symbols to indicate various emotions.

The existence of a special written form of virtual communication is grounded, which is based on modern spoken language with its desire for maximum conciseness of information with the characteristic use of emoticons, abbreviations, truncations and abbreviations. The tendency to dominate the phonetic principle of writing, the rejection of capital letters, punctuation, the use of a large number of witty abbreviations, the widespread use of stylistically coloured vocabulary.

Key words: Social networks, messenger, communication peculiarities in messengers, social communication, functional-stylistic heterogeneity, expression, emotional coloring, global simplification, non-verbal graphic sign, emoticon, emoji, acronym, Internet, means of linguistic economy, numeric abbreviation, unisegmental and multisegmental truncation, minimization.

Специфічні характеристики комунікації в месенджерах спричинені високою швидкістю, часовою компресією/економією та можливістю одночасного обміну інформацією з багатьма комунікантами на малій площі з найменшими зусиллями. Мову поширену в Інтернет-комунікації — «письмову розмовну мову» прийнято вважати новою особливою формою існування мови, поряд з усною та письмовою формами.

Актуальність роботи зумовлена багатьма факторами: спілкування у цифровому форматі потребує всебічного наукового вивчення, оскільки охоплює всі соціальні прошарки суспільства — від програмістів до людей різних професій, соціальних груп та віку, і тому має бути також належним чином висвітлене у лінгвістичній літературі.

Мета дослідження — виявити психолінгвістичні та структурно-семантичні особливості спілкування в соціальних Інтернет-мережах та обґрунтувати причини появи великої кількості невербальних знаків: графічних символів, емотиконів (смайликів), акронімів (скорочень, абревіатур) інтернет-скорочень на прикладах української, німецької та англійської мови.

Початок нового тисячоліття співпадає з початком розквіту епохи соціальних Інтернет-мереж. У 2003–2004 рр. було запущено три знакові мережі, які лишаються одними з найпопулярніших у світі й донині, — LinkedIn, MySpace і Facebook. Водночас у практичних дослідженнях з'являється поняття «соціальної Інтернет-мережі», якому і користувачі, і розробники дають спільне визначення як інтерактивного вебсайту для багатьох користувачів, які самі наповнюють його будь-яким технічно можливим для конкретного сайту контентом.

Незабаром починають з'являтися месенджери. Останні виступають як засоби для спілкування в мережі Інтернет. Вони дають змогу підтримувати зв'язок з людьми, долаючи державні кордони, відстані та пришвидшуючи процес комунікації. Слід зазначити, що месенджери — це своєрідна можливість використання Інтернету для взаємодії і соціального взаємозв'язку значної кількості суб'єктів з метою встановлення стосунків, спільного вирішення певних завдань, задоволення потреб в інформації та спілкуванні [1].

Соціальна комунікація набуває нових якостей: системності, глобальності та оперативності, а месенджери створюють для неї сучасну платформу, що набуває дедалі більшої популярності та щодня залучає нових користувачів. Месенджери дедалі більше виконують роль заміника реального спілкування, а, отже, виступають неформальним інструментом комунікації.

Характерною особливістю комунікації в месенджерах є її функціонально-стилістична неоднорідність, а спілкуванню між комунікантами притаманна спонтанність, афективність, часте недотримання літературних норм та використання некодифікованих одиниць.

Месенджери уможливають анонімність комунікативного акту, що, в свою чергу, зменшує соціально-психологічні ризики комунікації та долає цілий ряд комунікативних бар'єрів, які пов'язані з особистісними характеристиками комунікантів: їх стать, соціальний статус, вік, невербальний етикет, зовнішність. Віртуальне спілкування надає користувачу месенджерів цілий ряд переваг: простір для свободи слова та самовираження, можливість видаляти чи корегувати власні повідомлення, що спонукає людей до вербальної активності. Фізична відсутність суб'єктів комунікації, сприяє їх відвертості, вираженню почуттів, які вони не можуть показати або висловити в реальному житті.

Вербальна активність у месенджерах викликана легкістю комунікації в онлайн-середовищі. Якщо в реальному житті для спілкування потрібно налагодити безпосередній зв'язок з партнером, здолати фізичну відстань, що потребує певних зусиль та часу, то у віртуальному просторі набір текстового повідомлення та його надсилання займає лічені хвилини, чим неймовірно полегшує взаємодію.

До того ж, комунікація через листування в мережі значно ефективніша та економніша. Спілкування у чаті (особисте чи ділове) використовується з метою економії часу, тож користувачі намагаються мінімізувати кількість друкованих знаків у повідомленнях, ігноруючи знаки пунктуації, абзаци та ініціальні літери, користуються символами (смайлами, наліпками, GIF тощо) та використовують велику кількість унісегментальних та мультисегментальних скорочень. І хоча чат-комунікація нагадує усне спілкування, тут неможливі довгі відповіді, паузи та нескінченні монологи.

Партнер чекає швидкої й влучної відповіді-реакції, тому Скотт Фалман, професор університету Карнегі-Меллон 19 вересня 1982 року відправив колегам електронне повідомлення, в якому запропонував використовувати смайлик для вираження емоцій в онлайн-спілкуванні. першим у світі запропонував смайлик у листуванні у тому вигляді, в якому він популярний нині, зазначивши: «Пропоную затвердити таку послідовність символів для вираження жартівливих повідомлень: :-). Читати слід збоку. Проте, враховуючи останні тенденції, доречно

також затвердити послідовність символів для позначення речей, які НЕ є жартами. Для цього використовуйте :-(, що й започаткувало функціонування емотиконів (смайликів)».

Паралінгвістичний характер месенджерів не означає, що смайлики мають бути лише засобом компенсації, він дозволяє смайлику функціонувати як єдине висловлювання [2]. Отже, люди просто використовують смайлики або наліпки, щоб передати їх значення, іноді це більш ефективно, ніж самі тексти.

Специфічні особливості віртуального спілкування, зокрема, викликані його природою психологічні особливості, не могли не відобразитись у лінгвістиці. Тому не дивно, що лінгвістичним особливостям ділового Інтернет-дискурсу присвячено багато робіт зарубіжних мовознавців, зокрема N. Doring, P. Handler, G. Rehm, P. Schlobinski.

Однак, деякі мовознавці-критики забили на сполох, спостерігаючи за таким наступом різного роду емотиконів, аргументуючи, що в спілкуванні у месенджерах відслідковується тенденція до глобального спрощення та знецінення мови. Адже саме в Інтернет-комунікації отримало масове поширення специфічне явище, яке останнім часом часто позначається не цілком коректним терміном «письмова розмовна мова» [2]. Фахівці пояснюють це тим, що письмовій формі віртуального спілкування притаманні особливості реальної розмовної мови: згорнутість, висока частотність вживання стилістично забарвленої лексики, велика кількість специфічних розмовних конструкцій, як от спрощена транскрипція (частіше за все не цілого висловлювання, а окремих його компонентів), наприклад: «чьо, чо — що»; «нічо, — нічого»; «канеш, канешно — звичайно». Соціальний психолог Тіна Ганстер, однак, так не вважає. Більше того, вона переконана, що використання смайликів є свідченням прояву креативності в умовах обмеженості цифрової комунікації. «Графічні символи слугують у першу чергу для того, аби наголосити на тому, як слід розуміти те чи інше повідомлення, аби уникнути непорозумінь», — каже експерт. Жарт, іронія, сарказм, радість, сум — за допомогою смайликів співбесідники в цифровому світі намагаються збагатити емоціями своє спілкування [6].

Сучасний віртуальний простір є емоційно насиченим. У такому випадку набуває чинності закон «економії мовних засобів»: комуніканти свідомо відмовляються від використання великих літер, мінімізують пунктуацію, широко застосовують систему аббревіатур і скорочень, не виправляють незначні помилки і т.д. Лексико-семантичні особливості повідомлення — це різного роду скорочення слів або словосполучень, використання аббревіатур з високою частотою вживання, транскрипцій.

До загально прийнятих аббревіатур відносять такі: «LOL/ЛОЛ — голосно сміятися», «WTF — якого дідька», «OMG/ОМГ — О, мій бог», «СПС — дякую», «Норм — нормально», «Чз — через», «Інфа — інформація», «Бро — брат», «Кеп — капітан очевидність», «Хз — хто знає», «Нз — нема за що».

Одним з найбільш використовуваних засобів компенсації невербальної складової в онлайн-комунікації є своєрідна пунктуація, яка використовується для передачі інтонації. Так, кома і багатокрапка передають темп мови, наприклад: «Ну, так, але ... Не знаю ... Ну, звичайно ...». При цьому кількість крапок часто означає

величину паузи: «Ага». Тире вживається для виділення значущої інформації, її відмінності від попереднього тексту, переміщенню фокусу уваги читача.

Мовознавець Петер Шлобінський з Ганноверського університету імені Готтфріда Лейбніца теж не вважає, що посилене використання смайликів та інших невербальних знаків шкодить мові, адже «використання цих значків обмежується лише певними формами спілкування, такими, як короткі повідомлення СМС або розмовою в чаті» [3, с. 243]. П. Шлобінський та П. Гандлер наводять німецькі приклади акронімів: bd — bis dann «бувай»; bs — bis später «бувай»; GuK — Gruß und Kuß «бувай, цілую»; jon — jetzt oder nie «зараз або ніколи»; kgw — komme gleich wieder — «зараз повернусь»; kK — kein Kommentar «без коментарів»; mfG — mit freundlichen Grüßen «з дружнім привітом»; nN — nichts Neues «нічого нового»; SP — Sendepause «пауза для передачі інформації»; vaT — völlig anderes Thema «зовсім інша тема»; ww — wer weiß «хто знає»; Y! — typisch Mann «типовий чоловік»; zK — zum Kotzen «це відразливо, від цього нудить»; zZ — zur Zeit «вчасно, зараз»; IdR — in der Regel «як правило/зазвичай»; mMn — meiner Meinung nach «на мою думку»; LG — lieben Gruß «щирі вітання» та інші.

Н. Дорінг, займаючись цією проблематикою, наводить приклади ще декількох способів вираження експресії, наприклад: слова-звуки (Soundwörter) — «hmm», «grumpf», «argh», «tststs», які сприймаються на слух. Вони можуть варіюватись аналогічно емотиконам, наприклад: «arrrrgh», «hihihihi», «Oh!!!?????», де повтори та використання граматичних символів є вираженням інтенсивності емоцій [4, с. 55]. Г. Рем називає явищем ітерації (повтори графічного компоненту символу), наприклад: «uuuuuuuuuuuuuuuus»; «WAAAAAAS»; «Aaaaaahhhhh»; «seeeeeeeeeehrr»; «wiesoooooooo»; «natüüüürllich»; «Suuuuuuuper» [5, с. 286]. Це явище спостерігається також у використанні емотиконів, наприклад: емотикон :-(має значення «сумний», для вираження емоції «дуже сумний» можна вживати емотикон :-(, а символ :-(є позначенням смертельного суму.

Ще одним способом вираження емоцій є написання слів або цілих речень з великої літери, що є проявом розлюченості та крику, хоча крик в e-mail вважається неввічливим.

Часто мережеве спілкування відбувається англійською мовою, оскільки, як відомо, англомовний сектор домінує в Інтернет-мережі [7]. Мережеві платформи для спілкування і месенджери розробляються насамперед англійською мовою: Facebook Messenger, Telegram, WhatsApp, Instagram Direct, Viber тощо.

Спілкування через електронну пошту вже давно ведеться з широким використанням низки всім відомих і міцно закріплених там скорочень: btw — by the way; fyi — for your information; imho — in my humble opinion; otoh — on the other hand. Цей тип аббревіатур утворюється шляхом складення початкових букв словосполучення, які можуть бути як прописними, так і малими: TTYL (TLK2UL8R) або ttyl означає «Talk To You Later», LOL або /o/ зазвичай означає «Laugh Out Loud». Проте існують й інші тлумачення, якими цей перелік не обмежується: «Lots of Laughs» або «Lots of Love». Перекладні еквіваленти цих скорочень обмежуються лише транслітерацією — підстановкою відповідних літер кирилиці: ттютл, лол.

В скороченнях використовується комбінація букв з числами, так звана алфавітно-числова аббревіація, або тільки числа, чия форма або вимова співпадають повністю або частково з вимовою слова. Число 2 використовується на позначення прийменника «to», прислівника «too» і префіксу to-: 2day (today), L2M (listening to music), P2P (peer to peer), N2M (not to mention). Так само число 4 може замінювати прийменник for і морфему -fore: B4 (before), RUUP4IT (are you up for it?), S4L (spam for life).

Написання цього діалогу WRU? — AFK! BRB. — WTH? — SC! TTYL зайняло чотири секунди, що в десять разів менше, ніж відтворення цих речень повністю: — Where are you? — Away from keyboard. Be right back. — What the hell? — Stay cool! Talk to you later [8].

Отже, розглянувши особливості спілкування в месенджерах і враховуючи його психолінгвістичні аспекти, можна зрозуміти доцільність всіх мовних змін, що відбуваються в мережевій площині. Адже сучасна зарубіжна соціальна психологія вже давно оперує поняттями *linguistic skills*, *effective communication strategies* тощо, а також спеціальним терміном *self-presentation*. Обрані мовні тактики формують у співрозмовника уяву про нас, моделюють наш образ, який викликає в нього бажання спілкуватися. Інтернет-скорочення, емотикони, смайлики полегшують етап знайомства та заохочують до спілкування. Обравши свою тактику і свідомо керуючись нею, ми водночас зможемо розпізнавати ці тактики у співрозмовника й адекватно реагувати на них.

Список використаних джерел

1. Пінчук О.П. Історико-аналітичний огляд розвитку соціальних мережних технологій і перспектив їх використання у навчанні / О. П. Пінчук. — 2015. — URL: <https://journal.iitta.gov.ua/index.php/itlt/article/download/1267/949> (дата звернення: 25.03.2020).
2. Данько Ю.А. Соціальні мережі як форма сучасної комунікації: плюси і мінуси / Ю. А. Данько // Сучасне суспільство: політичні науки, соціологічні науки, культурологічні науки. — 2012. — URL: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&Z21ID=&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/cuc_2012_2_25.pdf (дата звернення: 15.04.2020).
3. Schlobinski P. Anglizismen im Internet Neues und Fremdes im deutschen Wortschatz. Aktueller lexikalischer Wandel hrsg. von Gerhard Stickel. — Berlin, New York : Walter de Gruyter Verlag, 2001. — S. 239 — 258.
4. Doring N. Sozialpsychologie des Internet : Die Bedeutung des Internet für Kommunikationsprozesse, Identitäten, soziale Beziehungen und Gruppen / N. Doring. — Göttingen-Verlag, 2003. — 662 S.
5. Rehm G. Schriftliche Mündlichkeit in der Sprache des World Wide Web / G. Rehm // Kommunikationsform E-Mail hrsg. von Ziegler Arne, Durscheid Christa. — Tübingen: Stauffenburg Verlag, 2002. — S. 263 — 309.
6. Ганстер Т. Смайлери у листуванні: за і проти — URL: <http://life.pravda.com.ua/society/2014/02/13/152140/> (дата звернення: 25.04.2020).

Wei Y. Investigating the use of mobile instant messaging and its impacts / Yunhao Wei. — 2014. — URL: <http://www.cs.bham.ac.uk/~rjh/courses/ResearchTopicsInHCI/2014-15/Submissions/wei-yunhao.pdf> (дата звернення: 25.04.2020).

7. OMG! Интернет-акронимы — cosmo.com.ua — URL: <http://www.cosmo.com.ua/omg-internet-akronimi/> (дата звернення: 01.05.2020).

Постригань А.В.

викладач кафедри німецької мови

Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана

DIE KULTURELLE GLOBALISIERUNG

Анотація. В даній статті мова йде про таке явище, яке є властивим для сучасних світових процесів, як культурна глобалізація, що характеризується зближенням культури між різними країнами та зростанням міжнародного спілкування.

Abstract. This article is about a phenomenon that is characteristic of modern world processes, such as cultural globalization, characterized by the convergence of culture between different countries and the growth of international communication.

Ключові слова: глобалізація, культура, культурна глобалізація, глобальна культура, поняття, процес, відносини, суспільство, суспільний, комунікація, мова, спілкування, дефініція, інформація.

Key words: globalization, culture, cultural globalization, global culture, concepts, process, relationships, society, public, communication, language, communication, definition, information.

«Globalisierung ist sicher das am meisten gebrauchte — missbrauchte — und am seltensten definierte, wahrscheinlich missverständlichste, nebulöseste und politisch wirkungsvollste (Schlag- und Streit-)Wort der letzten, aber auch der kommenden Jahre» [1, s. 42].

Dass Globalisierung ein aktuelles Thema ist, das sich in stetiger Entwicklung befindet, zeigen die unüberschaubar vielen Veröffentlichungen, die sich damit beschäftigen und die Tatsache, dass die meisten von ihnen oft schnell in Vergessenheit geraten. Heutzutage wird vieles mit Globalisierung in Verbindung gebracht. Das Wort Globalisierung begegnet uns sehr oft, auch weil es häufig unbedacht und auf unterschiedlichste Weise (miss-)gebraucht wird, vor allem um Dinge zu erklären und zu begründen, die fern von uns geschehen. Dies geschieht, weil der Begriff selbst nicht unmittelbar eindeutig ist. Nun stellt sich die Frage: Was ist überhaupt Globalisierung? Was ist damit gemeint? Aufgrund der Mehrdeutigkeit des Begriffs lässt sich diese Frage nicht leicht beantworten. Gerne wird Globalisierung als politisches Schlagwort eingesetzt, das von den Medien und der politischen Öffentlichkeit nahezu als Passepartout-Wort verwendet wird, in dessen Namen Kritik geübt oder umstrittene Projekte als unumgänglich durchgesetzt werden [2]. Es handelt sich ja um einen nahezu ungreifbaren und unbegrenzbaren Begriff, dennoch um ein leicht sichtbares, wahrnehmbares und reales Phänomen: Man denke nur an Barbie, «Lehrstück der Globalisierung» [3, s. 11] oder an die «McDonaldisierung» der Gesellschaft [4]. Dies zeigt schon die Multidimensionalität des Globalisierungsphänomens, das ökonomisch, politisch, kulturell sowie sozial stattfindet wie auch die daraus folgenden unterschiedlichen Auffassungen. Deshalb ist es unmöglich eine präzise Definition des