

Наголошуємо, що попит на утворення акронімів зростає, і це, безсумнівно, передусім змінює словниковий склад мови — ми бачимо важливість нашого дослідження.

У статті проаналізовано результати дослідження історії походження та дослідження аббревіатур. Надано опис типів і різновидів акронімів англійською та українською мовами. Досліджено особливості перекладу англійських акронімів у медіадискурсі.

Ключові слова: акроніми, аббревіатури, засоби масової інформації, мова, лексика, мова.

DOI : 10.33274/2079-4835-2022-24-1-57-63

УДК 373.5.016

Удовіченко Г. М.,
канд. пед. наук

Донецький національний університет економіки
і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського,
Кривий Ріг, Україна,
e-mail: udovichenko@donnuet.edu.ua
ORCID: 0000-0003-3731-0857

Самойленко Г. А.,
вчитель

Криворізька спеціалізована загальноосвітня школа
I–III ступенів №20 з поглибленим вивченням німецької
мови Криворізької міської ради Дніпропетровської
області, м. Кривий Ріг, Україна,
e-mail: nyura.samoylenko@gmail.com

ЛЕКСИЧНІ ТА СТИЛІСТИЧНІ ЗАСОБИ ВИРАЖЕННЯ ЕМОЦІЙ В СУЧАСНОМУ ІНТЕРНЕТ-СПІЛКУВАННІ

UDC 373.5.016

Udovichenko H. M.,
PhD in Pedagogical sciences

Mykhailo Tuhan-Baranovskyi Donetsk National University
of Economics and Trade, Kryvyi Rih, Ukraine,
e-mail: udovichenko@donnuet.edu.ua
ORCID: 0000-0003-3731-0857

Samoilenko H. A.,
teacher

School № 20 with in-depth study of the German language,
Kryvyi Rih City Council of Dnipropetrovsk region,
Ukraine, e-mail: nyura.samoylenko@gmail.com

LEXICAL AND STYLISTIC MEANS OF EXPRESSION OF EMOTIONS IN MODERN INTERNET COMMUNICATION

Мета статті — з'ясування специфіки використання різнорівневих засобів комунікації на позначення емоційних станів користувачів в соціальних англомовних мережах.

Методи. Основні наукові результати отримані з використанням комплексу загальнонаукових та спеціальних методів дослідження, а саме: аналізу, узагальнення та систематизації наукової та навчально-методичної літератури з літературознавства, психології, мовознавства; теоретичного узагальнення, аналізу та синтезу, а також порівняльного, описового та аналітичного

Результати. Автори відзначають, що особливостями віртуального спілкування є: діалогічність, емоційність, особливий авторський характер, співвідношення категорій читач-автор або промовець-слухач, зняття обмежень в часі та просторі, статус учасників зазвичай є рівним, формування загальної картини світу, необмежений

вибір мовних засобів. Емотивність є лінгвістичною характеристикою тексту, що здатна викликати емоційний ефект. Вона є результатом передачі емоцій людини за допомогою мовних засобів. Відповідно, будь-які вербальні засоби вираження передають або нейтральні емоції, або ж позитивно чи негативно забарвлені.

У результаті дослідження з'ясовано, що емоції можуть виражатися на будь-якому рівні мови. Якщо речення має нейтральний емотивний тон, воно може бути посиленням використанням лексичних одиниць із позитивним значенням. Найкращим показником позитивних емоцій у висловлюваннях є саме слова. дослідили, що поширеними мовними засобами вираження позитивних емоцій є лексеми. Серед лексики, що виражає позитивні емоції, особливе місце займають вигукі. У дослідженні висловлювань визначено, що абсолютно всі вигукі були вжиті у реченнях із позитивним емотивним тоном. Також позитивні емоції відображені за допомогою використання лексики, значення якої має приємний вплив на аудиторію. На стилістичному рівні автори інтернет-текстів використовували анафору, епіфору, антитезу, градацію, алітерацію та ін. Такі граматичні та синтаксичні засоби, як прислівники, окличні речення часто слугують для вираження позитивних емоцій в Інтернет-дискурсі.

Говорячи про негативний тон емотивності, варто зазначити, що мовні засоби вираження негативних емоцій — це, найчастіше, лексичні одиниці. Найпоширенішим показником є нецензурна лексика, яка допомагає виразити переживання промовця. Важливим для вираження негативних емоцій є синтаксичний рівень. Часто для передачі відчуття прикраси автори використовують другий або третій тип умовних речень, чим підкреслюють нереальність ситуації та неможливість змінити обставини.

Ключові слова: емоції, емотивність, мова, Інтернет, соціальні мережі.

Постановка проблеми. Соціальні мережі останнім часом є найпопулярнішим місцем спілкування. Користувачі соціальних мереж розповідають про події свого життя, діляться радістю та горем, виражають свою думку стосовно різних питань. Емоційна, експресивна функція — найважливіша функція мови, тісно пов'язана з його комунікативною функцією. Спілкуючись взагалі та в соціальних мережах зокрема, люди прагнуть виразити свої емоції. Емоції, почуття — найважливіша складова існування людини, а їх вираження — одна з цілей спілкування.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. На сьогодні в сучасному мовознавстві помітне місце посідають праці, присвячені дослідженню специфіки Інтернет-дискурсу таких лінгвістів, як К. Бацевич, А. Белова, А. Войсунський, Б. Гаспаров, В. Карасик, Г. Почепцов, А. Соколов. Варто також зазначити, що емоції уже стали об'єктом вивчення сучасної лінгвістики, про це свідчать вітчизняні та зарубіжні наукові праці І. Арнольд, А. Вежицької, О. Вольф, К. Ізарда, В. Шаховського та ін. Вважаємо, що потреба звернути увагу на засоби вираження емоційності інтернет-комунікації переважно обумовлена стрімким розвитком соціальних мереж, дослідження вираження емоцій в яких, розпочаті багатьма вченими, але комплексного дослідження репрезентацій емоцій на різних мовленнєвих рівнях ще не провадилося. Більше того, не дивлячись на велику кількість досліджень щодо інтернет-комунікації, кількість робіт, що вивчає її емоційність з точки зору фонетики, граматики та лексики, виявляється обмеженою.

Виклад основного матеріалу. Емотивність у сучасній лінгвістиці визначають як мовну категорію, яка характеризується вираженням емоцій. Емотивність також називають чуттєвою оцінкою позначуваного предмета. Головним вираженням цього феномену у лінгвістиці є використання мовних засобів, які описують та передають ті

чи інші емоції. Емотивність виражається на чотирьох основних рівнях мови, якими є фонетичний, морфологічний, лексичний та синтаксичний.

Емотивна функція — це не тільки повідомлення будь-якого факту, але й ставлення до нього мовця в двох напрямках: інтелектуально-логічному і емоційно-вольовому.

Для вираження емоцій існують насамперед різні лексичні засоби, які вже за своїм змістом емоційні, виражають те чи інше почуття. Такими є слова позитивного тону емотивності: *happy, luck, cheerful, positive, joyful, enjoyable, surprising, fine, fantastic* та негативного тону емотивності: *weird, falling, disconnection, hate, boring, displeasure, dissatisfaction, discontentment, disgruntlement, disfavour, disapproval, disapprobation, distaste, irritation, wrath, chagrin, offence, exasperation, perturbation, disgust* та ін.

“Either we give up, or we never start in the first place” — у висловлюванні вжиті слова із негативним значенням, такі як *give up* та *never*:

“I really am worried” — останнє слово викликає негативні емоції, адже спричиняє дискомфорт та хвилювання. Вважаємо, що з граматичної точки зору автор навмисно не вживає скорочення *I’m*, щоб наголосити на кожному слові. *Really* додає виправдання промовця, ніби він намагається щось довести. До того ж, у висловлюванні вжита інверсія.

“It does hurt” — коротке висловлювання, яке викликає негативні емоції через своє лексичне значення.

“You might find a mind that’s very dull and boring...” — лексичні одиниці *dull* та *boring* одразу передають негативний ефект всього висловлювання.

“The parable has been my warning that by gripping tightly to the story of good or bad, I close down my ability to truly see a situation” — слово *warning*, на лексичному рівні, виражає негативну емоцію через своє значення.

“You’re going too slow” — останнє слово цієї фрази зазвичай викликає негативні емоції. Підсилюючим ефектом є прислівник *too*. Загалом, речення виражає докір та невдоволення.

“My mother assumed there had been some sort of error, and she called Mrs. Finkel, who said that Bobby didn’t like me and didn’t want me at his party” — такі лексичні одиниці як *error* завжди викликають неприємні емоції. Іншим показником негативної емотивності є вживання заперечення, при чому підсиленням негативу є також використання займенника *me*. Він виражає особисті переживання автора

“When I was in seventh grade, one of the kids on my school bus nicknamed me «Percy,» as a shorthand for my demeanor”. *Percy* — це сленгова лексика. Так називають слабких людей, яких часто не поважають. Дане слово надає негативного ефекту, а зі всього висловлювання можемо простежити емоцію образи, яка викликає співчуття з боку слухачів.

Серед лексики, що виражає емоції, особливе місце займають вигуки. У реченні вигуки виконують комунікативну й емотивну функції, що свідчить про їх важливу роль у мовленнєвому акті.

“Oh God, what Jeff is doing, I want to be like him”. Промовець вживає вигук, щоб передати емоцію захоплення. Вважаємо, що *“what Jeff is doing”* також виступає прихованим окличним реченням, який, так само, виражає захоплення кимось та прихильність

“Wow, there’s so much anxiety”. *Wow* — вигук, який передає емоцію здивування, надає експресивності та виразності висловлюванню. Такі лексичні одиниці вживаються для емоційного забарвлення особистих емоцій та переживань, а також для привернення уваги слухачів.

Для вираження емоцій, користувачі соціальних мереж вдаються до використання антонімів:

"I got the first and last D of my academic career". Промовець інтонаційно виділяє два антоніми, *the first and last*, які виражають контраст даного речення. Звернемо увагу на інший коментар: *"I almost burst into tears when he said his kid's speech. Children are so pure"*. Тут значну роль відіграє фразеологізм *burst into tears*. Він викликає негативний емотивний ефект не лише через своє значення, але й через стилістичний прийом алітерації. Повтор звуку *t* створює дискомфорт для слухачів.

Іншим лексичним засобом вираження емоційності висловлювання, який набув широкого розповсюдження є використання скорочень. Лінгвіст

Г. Сидорчук у своїй роботі зазначає, що «аббревіатура як продукт способу вираження скорочення зазвичай складається з комбінації букв, взятих у різних поєднаннях зі скорочуваного слова або словосполучення» [5]. Таким чином, цим засобом користуються в усіх письмових жанрах. Проте, поступово він переходить в усне спілкування. Наприклад, фраза *"as soon as possible"* на письмі позначається скороченням фрази до чотирьох літер *"asap"*. Дана фраза широко розповсюджена в Instagram та мобільному додатку Flapchat: *"I'd like to have it done asap"*, що в перекладі означатиме: Я б хотів, щоб це було виконано якнайшвидше.

У проаналізованих діалогах ми зустріли скорочення, в яких використовується комбінація букв і чисел, тобто алфавітно-числова аббревіація. Так, число 2 використовують для позначення прийменника *to*, прислівника *too*, префікса *to-*: *2day (today)*, *L2M (listening to music)*, *N2M (not to mention)*. Так само число 4 може замінювати прийменник *for* і морфему — *fore*: *B4 (before)*. Число 8 використовують для позначення морфем *-eat* або *-ate*: *GR8 (great)*, *L8R (later)*, *M8 (mate)*. Майже всі цифри можуть ставати частиною скорочення: *N-E-1 ER anyone here?*; *X-1-10 exciting*.

Відмінною рисою аббревіації в мережевих текстах є скорочення не лише термінів, але й словосполучень і навіть цілих речень, що вживаються в розмовній мові: *DBEYR — Don't Believe Everything You Read*; *TTUTT — To Tell You the Truth*; *ATOU — Always Thinking of you*; *BWDIK — But What Do I Know?*; *TCTC — To Close To Call*; *YMMML — You Make Me Laugh*. Часто в скороченнях на позначення емоцій використовуються цифри та знаки: *?4U — question for you*; *2U2 — to you too*; *2MFM — too much for me*; *=w= — whatever*; **G* ? giggle or grin*; **H*? hug*; **K*? kiss*.

У мережі Instagram та Snapchat також широко використовують ініціальні аббревіатури. Вони утворені з початкових букв або звуків слів, що входять у словосполучення: *CYT see you tomorrow*, *DETI don't even think about it*, *DIKU do I know you?*, *CID crying in disgrace*, *CYL see you later*, *FUD fear, uncertainty, and doubt*, *GIWIST gee, I wish I'd said that*, *GOL giggling out loud*, *IWALU I will always love you*, *KIR keep it real*, *KIT keep in touch*, *LULAB love you like a brother*, *LULAS love you like a sister*, *LYL love you lots*, *HAND have a nice day*, *BEG big evil grin*, *SED said enough darling*, *TOY thinking of you*.

Крім названих акронімів, в аналізованих матеріалах, ми натрапили й на такий тип лексичних скорочень, як усікання: *pls (please)*.

"Omg... I remember this show and song....thanks for reminder". Окрім акроніму в даному повідомленні використано застосовують багатокрапку, що за задумом автора повідомлення, повинно примусити замислитись, підкреслити довготу переживання.

"I hate this job. Blah, blah... boring." На лексичному рівні негативне враження справляють слова *hate* та *boring*. Також, на синтаксичному рівні, речення є неповним. Автор використовує стилістичний прийом ономації — *blah*. До того ж, цей сленговий вираз характеризується вираженням невдоволення:

"Your feelings are screwing you!" Окличне речення робить висловлювання експресивним та емоційним. Слово *screwing* є сленговим та має негативне забарвлення

ня. До того ж, на фонологічному рівні поєднання звуків *skr* викликає неприємні враження

Речення бувають простими, складними, повними, неповними, односкладними і т.ін. Структура речення також передає ту чи іншу емоцію.

Хоч і неможливо виділити набір синтаксичних структур, що використовуються для вираження певної емоції, все ж можна простежити деякі закономірності. Наприклад, для вираження подиву характерні питальні, питально-заперечні структури, повтори, перервані та незакінчені речення:

“Isn’t that amazing?” Висловлювання є риторичним запитанням. Риторичне питання не передбачає відповіді і ставиться не для того, щоб спонукати слухача повідомити щось невідоме. Функція риторичного запитання — привернути увагу, посилити враження, підвищити емоційний тон, створити піднесеність. До того ж, слово *amazing* є вираженням позитивної емотивності.

За допомогою надання реченню окличності, автор ніби вимагає чогось від слухача, бажає домогтися істини. Ще одним прикладом окличного речення із схожим емоційним ефектом є наступне висловлювання: *“Tell the truth!”* Промовець також використовує наказовий спосіб, який додає суворості висловленому

“I’m so lucky!” В даному випадку, емоційність авторського мовлення підкреслюється окличним реченням, яке спрямоване на те, щоб передати радість розповідача і змусити слухачів також її відчувати. *So* надає висловлюванню додаткової емоційної виразності.

“You’re not fine, you’re fantastic!” Знову ж таки, окличне речення з використання підвищеного емоційного тону.

Разом з тим, ми помітили, що окличні речення та дезорганізація структури часто вживається для передачі негативних почуттів: *“Mother! Oh, it goes on and on. No meeting. Never...”*

“Oh, that’s terrible luck!” Знову маємо справу з вигуком, який допомагає краще виразити необхідну емоцію. На синтаксичному рівні речення є окличним, тому воно наділене експресією

У ході дослідження нами було з’ясовано, що повторювання сполучників сприяє наданню емоційності висловлюванням:

“And so we know that, for example, openness and conscientiousness are very good predictors of life success, but the open people achieve that success through being audacious and, occasionally, odd”. Часто повторюється сполучник *and*, який відіграє роль підсилювача емоцій та веде до найвищої, крайньої емоційної точки.

Використання пасивного залогу в структурі речення дає змогу викликати емоцію співчуття:

“And I graduated high school without ever going to the cafeteria, where I would have sat with the girls and been laughed at for doing so, or sat with the boys, and been laughed at for being a boy who should be sitting with the girls.” Стилiстичним прийомом є повторення, яке надає змістовності та експресивності висловлюванню. *I have been laughed* передає емоцію образи та скарги. Структура повторюється двічі, щоб наголосити на неприємному досвіді із дитинства та викликати емоцію співчуття. Промовець використовує пасивний стан для підкреслення того, що дія відбувалася над ним.

“I would have had an easier life if I were straight, but I would not be me.” На граматичному рівні промовець вжив змішаний тип умовних речень, щоб наголосити на нереальності ситуації. У реченні виражається емоція шкодування про те, чого не можна змінити. Остання частина висловлювання *but I would not be me* є протилежною думкою до сказаного попереду. Зі стилістичної точки зору такий прийом називається антитезою. Загалом, у висловлюванні відображена ностальгія, прикрість та смуток.

“If I had any way of doing this without your help, I would”. Висловлення є ще одним прикладом залежності від обставин, на що людина не може вплинути. Промовець вживає другий тип умовних речень, щоб підкреслити неможливість ситуацію у теперішньому часі.

“If you’re crappy, say you’re crappy!”. З граматичної точки зору промовець вдався до використання нульового типу умовних речень. Цей тип виражає факти та реальні ситуації, тому, таким чином, автор ніби вимагає відвертості, чесності, констатації факту

“So that’s no emailing, texting, no Internet, no TV, no chatting, no eating, no reading.” Негативний емотивний тон виражається за допомогою заперечної частки *no*. Звернемо увагу, що, зі стилістичної точки зору, лексична одиниця *no* повторюється, і все це має вигляд ланцюга.

“I’m so, so sorry that I have to ask you for this.” Повторюваний прислівник *so, so*, у поєднанні із наступним словом, підкреслює емоцію прикрості сильніше. Фраза *I have to ask* виражає емоцію жалю, що ти не можеш змінити обставини, які склалися, та які не залежать від тебе.

Особливостями інтернет спілкування є використання неологізмів, сленгізмів, та аграматизму, що означає відхилення від норм літературної мови. Ще однією особливістю є емоційний синтаксис, який передає експресивну мову спілкування.

Висновки. Проаналізувавши матеріал, приходимо до висновку, що найбільш емоційні висловлювання побудовані на поєднанні декількох засобів вираження емоцій, що належать до різних рівнів мови. Разом з тим, поряд з повідомленнями, що привертають увагу, викликають бажання, щоб читач почув автора повідомлення, є й такі, в яких емоції не виражаються взагалі. В результаті повідомлення є контрастним по відношенню до інших і тим самим притягує до себе увагу, викликає у читача бажання з’ясувати, що сталося у автора, чому він беземоційний та ін. Відсутність емоційних засобів — є емоційним засобом. Отже, для сучасного носія вираження емоцій — нагальна потреба, обов’язкова в спілкуванні. Користувачі соціальних мереж застосовують фонетичні, графічні, лексичні, синтаксичні та інші засоби вираження емоцій. Переважає графічний, спрямований на зорове сприйняття інформації.

Список літератури

1. Борисов О. О. Мовні засоби вираження емоційного концепту страх : лінгвокогнітивний аспект. Донецьк, 2005. 20 с.
2. Ізард К. Психологія емоцій. Київ, 2000. 464 с.
3. Мительштет Ю. А. Интернет-дискурс как явление в компьютерной коммуникации. *Современные научные исследования и инновации*. 2017. № 5. URL : <https://web.snauka.ru/issues/2017/05/82278> (дата обращения: 23.11.2021).
4. Насалевич Т. В., Луханова А. М. Емоції як об’єкт лінгвістичних досліджень. *Strategiczne pytania swiatowej nauki Przemysl. Nauka i Studia : materialy IX Miedzynar. nauk.-prakt. Konferencji*. 2015 С. 46–49. URL : http://www.rusnauka.com/6_SWMN_2015/Philologia/3_187807.doc.htm. (дата звернення: 23.11.2021).
5. Сидорук Г. І. Інтернет-скорочення як засіб мовної економії. Науковий вісник Криворізького державного педагогічного університету. *Філологічні студії*. 2016. Вип. 14. С. 292–299. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/PhSt_2016_14_35. (дата обращения: 23.11.2021).

References

1. Borysov, O. O. (2005). *Movni zasoby vypazhennia emotsiinoho kontseptu strakh : lnhvokohnityvnyi aspekt* [Linguistic means of expressing the emotional concept of fear: the linguocognitive aspect]. Donetsk, 20 p.

2. Izard, K. (2000). *Psykhologhiia emotsii* [Psychology of emotions]. Kyiv, 464 p.
3. Mitel'shtet, Yu. A. (2017). *Internet-diskurs kak yavlenie v komp'yuternoy kommunikatsii* [Internet discourse as a phenomenon in computer communication]. *Sovremennye nauchnye issledovaniya i innovatsii* [Modern scientific research and innovation], vol. 5. Available at: <https://web.snauka.ru/issues/2017/05/82278> (accessed 23.11.2021).
4. Nasalevych, T. V. Lukhanova, A. M. (2015). *Emotsii yak ob'ekt linhvistychnykh doslidzhen* [Emotions as an object of linguistic research]. *Proceedings of the IX. Miedzynarodowej naukowo-praktycznej konferencji "Strategiczne pytania swiatowej nauki. Przemysl, Nauka i Studia.* pp. 46-49. Available at : http://www.rusnauka.com/6_SWMN_2015/Philologia/3_187807.doc.htm.
5. Sydoruk, H. I. (2016). Internet-skorochennia yak zasib movnoi ekonomii [Internet reduction as a means of language economy]. *Philological Studies: Scientific Bulletin of Kryvyi Rih State Pedagogical University*, vol. 14, pp. 292–299 Available at : http://nbuv.gov.ua/UJRN/PhSt_2016_14_35.

Дата надходження рукопису 03.04.2022

The objective of the article is to find out the specifics of using multilevel means of communication to indicate the emotional states of users in English-language social networks.

Methods. The main scientific results were obtained using a set of general scientific and special research methods, namely: analysis, generalization and systematization of scientific and educational literature on literary studies, psychology, and linguistics; theoretical generalization, analysis and synthesis, as well as comparative, descriptive and analytical.

Results. The authors note that the features of virtual communication are: dialogic, emotional, special authorial nature, the ratio of categories reader-author or speaker-listener, removal of restrictions in time and space, the status of participants is usually equal, the general picture of the world, unlimited choice of language. Emotionality is a linguistic characteristic of the text that can cause an emotional effect. It is the result of the transmission of human emotions through language. Accordingly, any verbal means of expression either convey neutral emotions, or positively or negatively colored. The study found that emotions could be expressed at any level of language. If the sentence has a neutral emotional tone, it can be enhanced by the use of lexical items with a positive meaning. The best indicator of positive emotions in statements is the words. Investigated that common language means of expressing positive emotions are tokens. Among the vocabulary that expresses positive emotions, a special place is occupied by exclamations. The study of utterances found that all exclamations were used in sentences with a positive emotional tone. Positive emotions are also reflected using vocabulary, the meaning of which has a pleasant effect on the audience. At the stylistic level, the authors of Internet texts used anaphora, epiphora, antithesis, gradation, alliteration, etc. Grammatical and syntactic means such as adverbs, exclamatory sentences are often used to express positive emotions in Internet discourse. Speaking of the negative tone of emotionality, it should be noted that the linguistic means of expression of negative emotions are often lexical items. The most common indicator is obscene language, which helps to express the feelings of the speaker. The syntactic level is important for expressing negative emotions. Authors often use the second or third type of conditional sentences to convey feelings of sadness, emphasizing the unreality of the situation and the inability to change circumstances.

Key words: emotions, emotionality, language, Internet, social networks.