

жарт, за умови мінімальної дистанції між ними. Така мовленнєва поведінка викликає радше усмішку, аніж образу, продикуючи комічний ефект та формуючи гумористичне середовище. Саме так адресант вітає добру приятельку, зустрівши її на ринку, підкравшись непомітно задля приємної несподіванки та обравши ситуативно-контекстуальне привітання, що викликає подив адресатки, однак не сприймається як загроза її 'обличчю':

'Keeks, wow- you're all leg. What are you going to do, kill me?' 'Oh, my God – Warren – Hi... you almost killed me – Jesus – creeping like a fox – I thought it was Jerome' [17, с. 96].

Приятелі разом жартують зі ситуації, але, як свідчить подальший дискурс, адресатка зі смутком усвідомлює, що єдиною реакцією чоловіків на неї у цьому віці є лише гумор – її вважають кумедною:

When you are no longer in the sexual universe... apparently a whole new range of male reactions to you come into play. One of them is humor. They find you funny [17, с. 96].

Вербалізоване застосування одиниць мовленнєвого етикету у стратегії неприкрашення в тактиці висміювання при привітанні реалізує гумористичну реакцію лише поверхово, однак опосередковано несе загрозу позитивному обличчю адресата.

Отже, з'ясовано, що у комунікативному аспекті привітання трактується як ілюктивна дія, спрямована на виконання норм мовленнєвого етикету та встановлення контакту задля подальшої мовленнєвої взаємодії комунікантів. Вибір доцільних формул привітання регулюється ситуацією спілкування, що включає параметри «хто» – «кому» – «коли» – «де», вказуючи на стосунки між учасниками мовленнєвої взаємодії та детермінуючи вибір адекватних одиниць у контексті. Дотримання правил мовленнєвого етикету у ситуаціях контактоустановлення відповідно до параметричної моделі етикетної ситуації свідчить про їх обізнаність у лінгвістичних та соціальних нормах інтерації та є ознакою освіченості та цивілізованості. Комунікативно-прагматична специфіка мовленнєвого етикету в ситуаціях привітання визначається принципом кооперації та стратегіями ввічливості, де одиниці мовленнєвого етикету привітання вербалізуються в тактиках регресивної дії, висловлення задоволення від зустрічі, вираження високої оцінки, похвали, компліменту, лестощів, дружнього висміювання. В перспективі вбачаємо необхідним дослідити лінгвосинергетичний аспект формул привітання, а саме розглянути функціонування етикетних традиційних та девіантних вербалізаторів привітання як лінгвістичних атракторів, їх нелінійність та дисипацію, флуктуації та хаотизацію у синергії художнього тексту та дискурсу.

Література:

1. Бахтин М. М. Эстетика словесного творчества : [сб. избр. тр.] / М. М. Бахтин. – 2-е изд. – М. : Искусство, 1986. – 445 с.
2. Григорьева В. С. Дискурс как элемент коммуникативного процесса: прагмалингвистический и когнитивный аспекты : моногр. / В. С. Григорьева. – Тамбов : Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2007. – 288 с.
3. Ларина Т. В. Категория вежливости в английской и русской коммуникативных культурах : [моногр.] / Т. В. Ларина – М. : Изд-во РУДН, 2003. – 315 с.
4. Сёрль Дж. Р. Классификация иллокутивных актов : пер. с англ. / Дж. Р. Сёрль // Новое в зарубежной лингвистике. – М. : Прогресс, 1986. – Вып. XVII : Теория речевых актов. – С. 170–195.
5. Сухих С. А. Личность в коммуникативном процессе / С. А. Сухих. – Краснодар : Изд-во Южн. ин-та менеджмента, 2004. – 143 с.
6. Формановская Н. И. Вы сказали: «Здравствуйте!» (Речевой этикет в нашем общении) / Н. Формановская. – М. : Знание, 1982. – 160 с.
7. Чаушев А. С. Коммуникативно-прагматические особенности речевого этикета в различных лингвокультурах: на материале карачаево-балкарского, русского и английского языков : автореф. дис. ... канд. филол. наук : спец. 10.02.20 / А. С. Чаушев. – Волгоград, 2008. – 25 с.
8. Шмелева Т. В. Модель речевого жанра / Т. В. Шмелева // Жанры речи. – Саратов : Изд-во Саратов. ун-та, 1997. – С. 88–99.
9. Щербаков В. П. Однословные реплики английской диалогической речи : автореф. дис. ... канд. филол. наук / В. П. Щербаков. – М., 1983. – 16 с.
10. Ali M. Brick Lane / Monica Ali. – London, Black Swan, 2004. – 492 p.
11. Ali M. In the Kitchen / Monica Ali. – London, Black Swan, 2010. – 553 p.
12. Betholia Ch. Entries and exits: an analysis of greeting and leave-taking in Meitei speech community / Chandam Betholia // Mohkmer studies, 38, 2008. – P. 105-116.
13. Goffman E. On Face Work: On Analysis of Ritual Elements in Social Interaction / E. Goffman // Communication in Face to Face Interaction / [ed. by J. Lever and S. Hutchison]. – Harmondsworth : Penguin, 1972. – P. 319–346.
14. Holmes J. An Introduction to Sociolinguistics / Janet Holmes. – L. : Longman, 1992. – 512 p.
15. Ishiguro K. The Remains of the Days / Kazuo Ishiguro. – L. : Faber and Faber, 1989. – 245 p.
16. Schottman W. The Daily Ritual of Greeting among the Baatombu of Benin / Wendy Schottman // Anthropological Linguistics, 1995. – № 37 (4). – P. 487–523.
17. Smith Z. On Beauty / Zadie Smith. – Waterville, Maine: Thorndike Press, 2005. – 789 p.

УДК 811.111'22:004.738.5

Т. В. Крутько,

Національний університет водного господарства та природокористування, м. Рівне

РІЗНОРІВНЕВІ ЗАСОБИ КОМПРЕСІЇ У ПРИВАТНИХ ПОВІДОМЛЕННЯХ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ (НА МАТЕРІАЛІ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ)

Статтю присвячено дослідженню різнорівневих засобів компресії (лексичних, граматичних, фонографічних) у текстах приватних повідомлень соціальних мереж. Установлено особливості утворення та функціонування компресованих одиниць.

Ключові слова: засоби компресії, повідомлення, соціальні мережі, скорочення, усичення.

SOCIAL NETWORKING MEANS OF COMPRESSION (BASED ON ENGLISH)

Study of virtual discourse has been a sphere of scientific interest for some time. Face-to-face communication imitation along with tempo of communication create specific structural and language features of social networks messages. The economy principle is one of the major principles of social networking. Linguistic and stylistic properties of messages are formed through the interaction of lexical, grammatical, phonographical means of compression. As a result of the analysis clippings, abbreviations, graphons, elliptical and nominative sentences have been regarded as the most frequent means of compression.

These elements and constructions save time, space and communicative effort of users and therefore meet the requirements of computer-mediated communication. An informal mode of interaction causes onomatopoeic spelling and graphic simplification that in some cases become institutionalized.

Key words: *clipping, means of compression, message, shortening, social networking.*

РАЗНОУРОВНЕВЫЕ СРЕДСТВА КОМПРЕССИИ В СООБЩЕНИЯХ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ (НА МАТЕРИАЛЕ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА).

Статья посвящена исследованию разноуровневых средств компрессии (лексических, грамматических, фонографических) в текстах сообщений социальных сетей. Установлены особенности образования и функционирования компрессированных единиц.

Ключевые слова: *сокращение, сообщение, социальные сети, средства компрессии, усечение.*

Постановка наукової проблеми та її значення. Винайдення писемності, книгодруку та поява Internet – це чинники головних етапів розвитку людства, які маркуються принциповими зрушеннями у засобах фіксації, збереження і передачі інформації. Живучи на межі XX і XXI століть ми є свідками появи і бурхливого поступу електронної, зокрема комп'ютерної, комунікації. Всесвітня мережа Internet перетворила географічно неосяжний світ Земної Кулі на єдиний інформативно-комунікативний простір, в якому спілкування «тут і зараз» є цілком можливим попри будь-яку віддаленість комунікантів. Такий майже безмежний обіг інформації впливає на інтелектуальні, культурні складові суспільного життя.

Найпопулярнішими Інтернет-ресурсами у наш час є соціальні мережі – інтерактивні сайти, контентне наповнення яких здійснюють самі користувачі. У США Facebook випереджає за відвідуванням Google та YouTube, які займають друге та третє місце відповідно [10, с. 3], адже за статистикою більше половини користувачів, які мають сторінку на Facebook, відвідують її щодня [10, с. 2].

Активне поширення та використання інформації у всесвітній мережі Інтернет дало привід дослідникам звернутися до аналізу електронного тексту (гіпертексту) як нового способу комунікації та організації знань (С. С. Данилюк, С. В. Заборовская, В. В. Каптюрова, Н. В. Коломієць, Т. В. Крутько, О. Ю. Малая, Н. В. Реконвальд, О. М. Саєнко, М. О. Столярова). Науковці розглядають електронний текст як засіб утворення, збереження та передачі інформації, якому притаманні певні структурні та функціональні особливості: нелінійність, фрагментарність, мультимедійність, інтерактивність.

Інтернет-комунікація – особлива мовленнєва взаємодія, яка здійснюється за допомогою комп'ютерних пристроїв у глобальній мережі. Особливістю Інтернет-комунікації є її усно-письмовий характер, що виявляється у використанні різноманітних компресованих одиниць.

Метою дослідження є аналіз лексичних, граматичних, фонографічних особливостей (**предмет дослідження**) англійських приватних повідомлень у соціальних мережах (**об'єкт дослідження**) як засобів компресії.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження. «Компресії тексту досягають за допомогою вилучення надлишкових елементів висловлювання, <...> а також за допомогою використання компактніших конструкцій» [9, с.21].

Компресованими лексичними одиницями англійських приватних повідомлень (ПП) є скорочення, а саме такі структурні типи як усічення, літерні/ініціальні абревіатури (*congrats – congratulations; diff – different; choc – chocolate; fab, fabu – fabulous; fav, fave – favourite; geo – geographic; glam – glamorous; gorg – gorgeous; HBD – happy birthday; nat – national; prob – probably; recs – recommendations*).

Усічена одиниця є заміником повної форми, проте усічення відзначається стилістичним і емоційним забарвленням, оскільки є стилістично зниженим і фамільярним синонімом, який використовується мовцями для вказівки на ставлення до предмета розмови чи адресата [4, с. 163].

Аналіз емпіричного корпусу свідчить, що у ПП користувачі соціальних мереж тяжіють до використання усічених розмовних еквівалентів нейтральної лексики (*ammo – arms; bro – brother; combo – combination; convo – conversation; delish – delicious; doco – document; fella – fellow; homie – homeboy; hubby – husband; mani – manicure; meds – medicine; num – number; pedi – pedicure; peeps – people; pic – picture; rottie – rottweiler; sis, sista, sissy – sister; shiz – schizophrenia; tee – t-shirt; vacay – vacation*).

Скорочення буквеного складу слів відбувається переважно за допомогою такого механізму усічення як апокопа, яка може включатися у подальші словотвірні процеси. Прагматичний аспект використання усічених форм слів пов'язаний з їхньою здатністю створювати ефект динамічності, неформальності усно-розмовної мови, додавати повідомленню ефекту невимушеності [6, с. 184].

Дослідження виявило використання у текстах ПП соціальних мереж абревіатур, які зустрічаються лише на письмі, а читаються як повні еквіваленти (*appts – appointments; asst – assistant; attn – attention; bfast – breakfast; blvd – boulevard; fflow – follow; gd – good; hme – home; hw – how; IND – indeed; msg – message; n, nd – and; nce – nice; pjs – pyjamas; ppl – people; pls, plz – please; txt – text; tom, tmrw – tomorrow; w – with; wkd, w/e – weekend; wrd – word; yall – you all; yrs – years*).

Оскільки ПП соціальних мереж притаманний неформальний характер, ми фіксуємо використання оказіоналізмів (*wowee kazowee, tiney hiney, wowza, yeppers*).

Слід також зазначити, що у ПП соціальних мереж поширеним явищем є використання емоційно оцінної лексики як засобу мовної аргументації (*amazing, beautiful, excellent, fantastic, gorgeous, outstanding, stunning, wonderful, swoon, hot, smoking hot*).

Компресовані синтаксичні форми – прояв мовної економії на граматичному рівні ПП. Еліпсис є основним способом синтаксичної компресії та імпліцитної передачі інформації у малоформатних текстах, до яких належать ПП. При значній економії структурних компонентів еліптичні речення залишаються інформативно достатніми, адже їхня структурна неповнота компенсується семантикою присутніх одиниць. Еліпсис з'являється у конкретній прагматичній ситуації, тому користувач, спираючись на лінгвістичні пресупозиції, легко може спрогнозувати значення еліптичних одиниць [5, с. 40].

За словами Л. С. Бархударова «еліптичні речення є такими ж чіткими показниками фамільярного і безпосереднього реєстрів, як і певні розряди лексики» [3, с. 114].

У ПП соціальних мереж фіксується синтаксичний еліпсис, коли невиражений елемент відтворюється однозначно. Найпоширенішими у вибірці є еліптичні речення, у яких відсутній один головний член речення (*Love this pic!; Love yall!; Just wanted to give a heads up for those who've been needing to book hair appts with me*) та речення з двоцленим еліпсом, де випущені підмет та допоміжне дієслово (*Looking good!; Too funny!; Lucky gal!; Fab pic!*). Оскільки еліптичні конструкції характеризуються конденсацією інформації, вони мають високий рівень стилістичного потенціалу.

Поширеними у ПП соціальних мереж є номінативні речення – семантично елементарні прості речення, які разом з еліпсисом виступають засобом компресії інформації, оскільки їхніми основними характеристиками є фрагментарність та інформативність: *Peanut butter snickers brownies-fudgy brownies with a peanut butter swirl; Simple and adorable; Sexy, classy and wowee kazowee*. Рекурентне використання речень такого типу у ПП соціальних мереж зумовлене комунікативними потребами, а саме необхідністю швидкого донесення інформації, економії мовних зусиль.

Компресія є ефективним способом концентрації інформації, проявляється на всіх рівнях і може бути «фонетичною, морфологічною, синтаксичною й у всіх випадках підпорядковуватися законам теорії інформації у тому сенсі, що компресії зазнають семантично надлишкові елементи» [1, с. 352].

Використання у ПП графонів, яким притаманна емоційно-експресивна забарвленість, – засіб створення атмосфери невимушеної і довірливої розмови, поживлення викладу інформації, наслідком чого є позитивне сприйняття ПП користувачами.

Графон – проміжну фігуру між фонетико-смісловими та графіко-смісловими фігурами мови – визначають як стилістично релевантне спотворення орфографічної норми, що відображає індивідуальні або діалектні порушення норми фонетичної [2, с. 306].

Науковці виокремлюють дві причини, які породжують відступи від норм вимови, зафіксовані графічно. Перша пов'язана з настроєм, емоційним станом у момент мовлення, віком, тобто має оказіональний характер. Друга відображає походження, освітній, соціальний статус і носить рекурентний характер [7, с. 19].

Деякі графони зазнають стандартизації. Їхня поява рівнозначна опису умов спілкування (неофіційна обстановка), його характеру (недбала, побутова розмова) та самих учасників діалогу. Оказіональні графони (за винятком стандартизованих випадків) не повторюються.

Дослідники виокремлюють інтеріорні графони, які реалізуються в складі слова, та контактні, які реалізуються на стику слів [8, с. 59].

У ПП соціальних мереж фіксуються графони обох типів:

- інтеріорні, представлені переважно ономатопейчним написанням слів (*awsum – awesome; coz, cuz – because; kute – cute; dis – this; dat – that; enuf – enough; eva – ever; em – them; gal – girl; lil, li'l – little; luv – love; nite – night; neva – never; sez – says; sheezus – Jesus; sista – sister; sum – some; thru – through; ur – your; unfuggwitable – unforgettable; wid – with; wat, wot – what; wud – would; ya – you*);

- контактні, представлені переважно злиттям в одне слово повнозначних та службових частин мови (*bout cha – about you; dunno – don't know; gotta – got to; kinda – kind of; lotta, lotsa – lots of; outta – out of; shoulda – should have; sposta – supposed to; wanna – want to*).

Особливо поширеними у ПП соціальних мереж є інтеріорні графони, яким притаманне варіювання форми, часто оказіональне, що створює ігрову тональність повідомлення, веде до підвищення його експресивності. Контактні графони, зафіксовані в ПП, є стандартизованими, отже легко декодуються користувачами.

Фонографічні скорочення – цифрові та літерні заміники слів, фонемний склад яких повністю або частково збігається з фонемним складом відповідних лексичних одиниць чи буквсполучень – ще один приклад мовної економії (*Y – why; Gr8, - great; 2nite – tonight; str8 – straight; QT's – cuties*). Найпоширенішими одиницями, зафіксованими в ПП, є *u – you, c – see, r – are*.

Розмовні елементи розглядаються в межах однієї з двох тенденцій, притаманних розмовному стилю, а саме тенденції до компресії. Прагматичний аспект поширення компресованих форм у ПП соціальних мереж пояснюється їхньою короткою, наближеною до вимови формою.

Використання у ПП соціальних мереж скорочень, розмовних еквівалентів нейтральної лексики, оказіоналізмів, графонів, компресованих синтаксичних форм надає мові повідомлень характеру виразності, динамічності, невимушеності розмови.

Висновки. Глобальна мережа породжує особливу кіберкультуру з притаманними їй характеристиками спілкування. Комп'ютерно-опосередкованій інформації притаманна часово-просторова віддаленість мовців, яка змушує їх створювати умови для імітації комунікації віч-на-віч.

Домінантними характеристиками приватних повідомлень у соціальних мережах є лапідарність, стислість, мовна економія, які проявляються у використанні компресованих форм. Використання різнорівневих компресованих форм у ПП соціальних мереж дозволяє наблизити письмовий текст до усного мовлення, створити умови для щирого спілкування.

Перспективою подальшого дослідження може бути аналіз мовних особливостей приватних повідомлень соціальних мереж на матеріалі інших мов та у зіставному аспекті.

Література:

1. Арнольд И. В. Семантика. Стилистика. Интертекстуальность : [сб. ст. / науч. ред. П. Е. Бухаркин]. – СПб. : Изд-во СПб. ун-та, 1999. – 443 с.
2. Арнольд И. В. Стилистика. Современный английский язык : [учебник для вузов] / И. В. Арнольд. – 5-е изд. испр. и доп. – М. : Флинта : Наука, 2002. – 383 с.
3. Бархударов Л. С. Язык и перевод (Вопросы общей и частной теории перевода) [Текст] / Леонид Степанович Бархударов. – М. : Междунар. отношения, 1975. – 240 с.
4. Бортничук Е. Н. Словообразование в современном английском языке : [учеб. пособие для ин-тов и фак. иностр. яз.] / Е. Н. Бортничук, И. В. Василенко, Л. П. Пастушенко. – К. : Вища школа, 1988. – 261 с.
5. Крутько Т. В. Англомова реклама у віртуальному просторі : [монографія] / Тетяна Валеріївна Крутько. – Рівне : Волинські обереги, 2013. – 156 с.
6. Крутько Т. В. Лексичні засоби компресії у рекламних текстах (на матеріалі віртуальної реклами) / Т. В. Крутько. – Наукові записки. Серія «Філологічна». – Острого : Вид-во Національного університету «Острозька академія». – Вип. 35. – 2013. – С. 183–186.
7. Кухаренко В. А. Інтерпретація тексту : [навч. посіб. для студ. старших курсів фак. англ. мови] / В. А. Кухаренко. – Вінниця : НОВА КНИГА, 2004. – 272 с.
8. Мороховский А. М. Стилистика английского языка : [учебник для вузов] / А. М. Мороховский, О. П. Воробьева и др. – К. : «Вища школа», 1984. – 248 с.
9. Швейцер А. Д. Перевод и лингвистика (Газетно-информационный и военно-публицистический перевод) / А. Д. Швейцер. – М. : Воениздат, 1973. – 280 с.
10. Weintraub M. Killer Facebook Ads: Master Cutting-Edge Facebook Advertising Techniques / Marty Weintraub. – Indianapolis (In) : Sybex, 2011. – 288 p.