

*Горбаченко А. Л.,**асистент кафедри іноземних мов,
факультетів психології та соціології
Навчально-наукового інституту філології
Київського національного університету
імені Тараса Шевченка**Рябокучма Т. О.,**старший викладач кафедри німецької мови,
Київського національного економічного університету
імені Вадима Гетьмана*

ПАРАЛІНГВІСТИЧНІ ЗАСОБИ ВИРАЖЕННЯ ЕМОЦІЙ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ (НА МАТЕРІАЛІ АНГЛІЙСЬКОЇ ТА НІМЕЦЬКОЇ МОВ)

Анотація. Стаття присвячена дослідженню паралінгвістичних засобів вираження емоцій у соціальних мережах, використання яких у сучасній мережевій комунікації набуло широкої популярності. Ілюстративним матеріалом дослідження слугували дописи у різних соціальних мережах англійською та німецькою мовами. У ході здійснення наукової розвідки було з'ясовано, що емоційне наповнення тексту під час спілкування у соціальних мережах передається шляхом використання знаків пунктуації, різних варіацій шрифту та смайлів. У статті запропоновано визначення паралінгвістики як науки, що є підрозділом семіотики, предметом вивчення якої є позамовні явища, що, у поєднанні з вербальними засобами, здатні передавати змістовну інформацію у процесі мовної комунікації. Виокремлено паравербальні засоби спілкування в усному мовленні, а саме: просодіку (темп мови, тембр, висота і гучність голосу) та екстралінгвістику (паузи, сміх, плач, кашель, зітхання та інші звуки, які людина відтворює за допомогою голосу). У письмовому мовленні, зокрема у спілкуванні в соціальних мережах, визначено особливі паравербальні засоби, які також здатні відтворити цілий спектр емоцій. До останніх віднесено смайли, які допомагають комунікантам боротися з беземоційністю сприйняття інформації у соціальних мережах, надають змогу простіше сприймати емоції співрозмовника та передавати власні; використання пунктуації та варіації шрифту. Смайли є зображеннями, які універсальні для розуміння. Доведено, що перш, ніж використати смайл, потрібно точно знати його значення та усвідомлювати контекст потенційного вжитку. Досліджено, що такі парамовні засоби, як використання пунктуації та варіації шрифту, можуть вживатися тільки як допоміжні по відношенню до вербальних засобів передачі інформації і можуть лише додавати експресивні відтінки до змісту повідомлення, а саме: у спілкуванні в соціальних мережах три крапки передають уповільнений темп мовлення або довгі паузи; тире в Інтернет-комунікації вживається для привернення уваги до найважливішої інформації; виділення тексту великими літерами або особливим типом шрифту передає висоту голосу, або звертає особливу увагу на написане.

Ключові слова: паралінгвістика, комунікація, невербальні засоби, смайл, соціальні мережі, варіації шрифту, розділові знаки.

Постановка проблеми. У сучасному світі існує надзвичайно багато форм, засобів та способів спілкування, значна частина яких пов'язана з можливостями глобальної мережі Інтернет. Сьогодні всесвітня мережа Інтернет надає користувачам можливість спілкуватися навіть, якщо вони знаходяться далеко один від одного. Комунікація у соціальних мережах має багато позитивних рис, зокрема здатність спілкуватися будь-де і будь-коли, можливість відкладеної відповіді, відчуття захищеності і приватності. Однак, існують і негативні сторони такої діяльності, до яких, зокрема, належить проблема розуміння емоцій співрозмовника [1, с. 170] та вираження власних почуттів. Емоційне наповнення тексту, яке в усному мовленні виражається через застосування певної інтонації, пауз та тембру голосу, під час спілкування у соціальних мережах передається шляхом використання знаків пунктуації, різних варіацій шрифту та смайлів. Відтак, останні допомагають подолати беземоційність сприйняття у процесі віртуального спілкування.

Аналіз останніх досліджень і публікацій свідчить про те, що царина вивчення паралінгвістичних засобів вираження емоцій у соціальних мережах виявляється малодослідженою. Здебільшого науковці приділяють увагу або дослідженню Інтернет-комунікації цілому [1; 2; 3], або саме позамовним засобам спілкування в усному та писемному мовленні (зокрема для вираження емоцій) [4; 5; 6].

Мета статті полягає у виявленні та аналізі паравербальних способів передачі емоційного стану комунікантів у соціальних мережах.

Виклад основного матеріалу дослідження. Людське спілкування як окремий тип діяльності вирізняється комплексною та багатоаспектною природою [4, с. 110]. Т. В. Модестова наголошує на тому, що базовими цілями міжособистісного спілкування у сучасному світі є ефективна реалізація спільної діяльності; успішний планомірний вплив на інших учасників комунікаційного процесу; продуктивний обмін інформацією; створення позитивного емоційного бекграунду у процесі спілкування. Зрозуміло, що досягнення таких цілей передбачає використання не лише вербальної складової у процесі спілкування, а й різних засобів, до яких належать міміка, жести, тон,

положення тіла тощо [4, с. 111]. Іншими словами, ефективна комунікація передбачає використання невербальних, або ж паралінгвістичних, засобів.

З метою втілення своїх комунікаційних намірів, мовці досить часто звертаються до паралінгвістичних (позамовних) одиниць. Термін «паралінгвістика» функціонує у лінгвістичній літературі уже досить давно, хоча достеменно невідомо, хто саме ввів його у науковий обіг. Зважаючи на це, з'явилося декілька різних визначень поняття «паралінгвістика», які відрізняються шириною охоплення того, що саме входить у це поняття. У науковій розвідці під терміном «паралінгвістика» пропонуємо розуміти науку, яка є підрозділом семіотики, предметом вивчення якої є позамовні явища, що, у поєднанні з вербальними засобами, здатні передавати змістовну інформацію у процесі мовної комунікації. Варто зазначити, що призначення паравербальної комунікації полягає у тому, аби викликати у партнера певні відчуття та емоції, що необхідні для досягнення цілей комунікації і намірів мовця [5, с. 44].

Важливою також є проблема забезпечення емоційних потреб комунікантів. До таких потреб, зокрема, належать потреби у розумінні, співчутті, заохоченні тощо. Застосування необхідних невербальних засобів полегшує створення позитивної емоційної обстановки і, відповідно, підвищує ефективність спілкування [4, с. 114].

До паравербальних засобів спілкування здебільшого відносять просодіку (темپ мови, тембр, висота і гучність голосу) та екстралінгвістику (паузи, сміх, плач, кашель, зітхання та інші звуки, які людина відтворює за допомогою голосу) [5, с. 44–45].

Однак, зазначені засоби доречно розглядати лише під час вивчення усного мовлення. У письмовому мовленні, зокрема у спілкуванні в соціальних мережах, неможливість використання зазначених парамовних прийомів компенсується особливими паравербальними засобами, які також здатні відтворити цілий спектр емоцій.

Одними з таких засобів є смайли. Саме вони допомагають комунікантам боротися з беземоційністю сприйняття інформації у соціальних мережах. Смайли надають змогу простіше сприймати емоції співрозмовника та передавати власні. Смайли є зображеннями, які універсальні для розуміння. Історія смайлів починається, коли у 1982 році професор американського університету Карнегі-Меллон Скотт Фалман (англ. Scott Elliot Fahlman) запропонував використовувати для позначення усмішки у друкованому тексті двокрапку, дефіс і дужку – :-). Цей набір символів отримав офіційну назву «смайл» (англ. *smiley*) і відтоді й донині став невід'ємною частиною Інтернет-комунікації [7].

Своєю універсальністю смайли завдячують своїй іконічній природі. Своім виглядом смайли нагадують обличчя, які зображають певні емоції. Саме тому їх так легко розуміти і сприймати представникам різних культур, етнічних, соціальних чи вікових груп тощо. Звідси випливає, що головною комунікативною властивістю смайлів є однакове сприйняття усіма учасниками спілкування у конкретній комунікативній ситуації.

Для прикладу, американська співачка Тейлор Свіфт (англ. Taylor Swift) дуже часто використовує смайли у своїх дописах у соціальній мережі Twitter, аби поділитися своїми емоціями з фоловерами: *Thanks for all the beautiful wishes today!! I spent my 33rd birthday in the studio of course 😊 Wouldn't have it any other way. Love you!; Love you guys so much. Stay sparkly out there 🥰* [8].

Найпопулярнішими смайлами у соціальних мережах виявляються наступні (приклади наведено із використанням текстових символів) [9]:

- :) – веселий вираз обличчя;
- :-) – звичайна посмішка;
- ;) – посмішка з підморгуванням;
- :-) – радість, сміх;
- :-D – гучний, тривалий сміх;
-)) – дуже сильний сміх (очі не видно від сміху);
- :-O – здивування;
- :-* – поцілунок;
- :(– похмурий вираз обличчя, сум;
- :-(- – сильний смуток, незадоволеність;
- :_(– плач, сльози.

Проте, у сучасній Інтернет-комунікації значно частіше використовують «малюнки-смайли», які зображають людей (у тому числі загальноприйнятті жовті смайли-обличчя), їжу, природні явища, будівлі тощо. Окремі месенджери навіть пропонують використовувати рухливі картинки у якості засобів паралінгвістики.

До того ж, використання смайлів сприяє подоланню мовного бар'єру і налагодженню комунікації між представниками різних народів. Наприклад, якщо хтось із співрозмовників не може підібрати необхідну лексичну одиницю, уміло підібраний смайл стане виходом із такої ситуації.

Зовсім нещодавно уважалося, що смайли доречно вживати тільки у неофіційній комунікації, а застосування смайлів у спілкуванні з діловими партнерами розглядалося, як прояв низького рівня культури ділового спілкування. Однак, розвиток ринкових відносин у сучасному світі сприяє дедалі активнішому використанню смайлів у бізнес-комунікації в соціальних мережах (рис. 1).

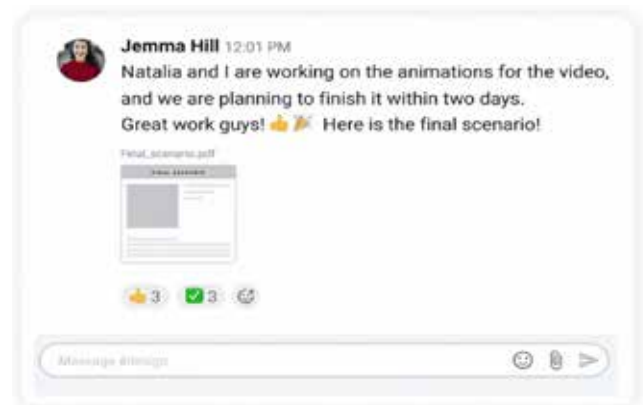


Рис. 1. Використання смайлів у бізнес-комунікації в соціальних мережах [10]

Необхідно звернути увагу на те, що недостатньо лише обрати смайли за власним смаком. Першочергову роль має відігравати саме розуміння значення того чи іншого смайлу, адже у різному контексті вони можуть сприйматися та інтерпретуватися по-різному. Особливо це правило важливе під час міжкультурної комунікації, адже, хоча смайли здебільшого є універсальними, вони все ж можуть по-різному трактуватися представниками різних культур [11, с. 288]. Наприклад, більшість людей вважає, що смайл, зображений на рисунку 2, означає щастя, однак, насправді це не так, адже він передає емоцію

полегшення. А смайл, що показано на рисунку 3, не означає плач, як багато хто вважає, натомість, він виражає сонливість. Смайл з рисунку 4 зовсім не означає злість, а передає відчуття триумфу [12].



Рис. 2. Полегшення



Рис. 3. Сонливість



Рис. 4. Триумф

У той час, як смайли, як паралінгвістичні засоби вираження емоцій, є самостійними носіями смислової інформації, такі парамовні засоби, як використання пунктуації та варіації шрифту, можуть використовуватися лише як допоміжні по відношенню до вербальних засобів передачі інформації і можуть лише додавати експресивні відтінки до змісту повідомлення.

Розглядаючи особливу пунктуацію, яка використовується для передачі емоцій, варто зазначити, що вона не завжди підпорядковується загальноприйнятим мовним правилам. Для прикладу, у спілкуванні в соціальних мережах іноді використовується кома поряд з трьома крапками, що передає уповільнений темп мовлення. Іноді крапок може бути і більше, що є ознакою довгих пауз. Наприклад, швейцарська компанія з виробництва косметики “Weleda” в одному зі своїх дописів у соціальній мережі Instagram, пропонуючи користувачам покрокову інструкцію, як зробити новорічний подарунок своїми руками, використовує вкінці допису три крапки разом зі смайлом, що є яскравим проявом паралінгвістики: *Und jetzt: anzünden und abwarten...* 😊 [13].

Тире в Інтернет-спілкуванні використовується для акцентування на найважливішій інформації, привертання уваги до неї. Наприклад: *I've been narrating a FASCINATING podcast on the first influencer – the one and only Elizabeth Taylor* [14]. Як бачимо, у запропонованому прикладі, окрім тире, використано ще один паралінгвістичний прийом, а саме виділення тексту великими літерами. Така варіація шрифту передає висоту голосу, або ж має на меті звернення уваги на написане, роблячи на ньому акцент. Ще одним прикладом може слугувати наступний допис американської співачки Кеті Перрі (англ. Katy Perry) у соціальній мережі Twitter (оригінальний шрифт збережено): **!!!ARE YOU READY TO PLAY!!!** [14]. Цей приклад одразу поєднує такі паралінгвістичні засоби, як великі літери, особливий шрифт тексту, а також нетрадиційне використання розділових знаків, метою чого є передача емоцій надзвичайного щастя та приємного хвилювання.

Висновки. Відтак, використання паравербальних засобів вираження емоцій у мережевій комунікації набуло у сучасному світі широкої популярності. У процесі спілкування в соціальних мережах, емоційне наповнення тексту передається зазвичай смайлами, знаками пунктуації та варіаціями шрифту. Загалом, такі паралінгвістичні засоби вираження емоцій застосовуються в Інтернет-комунікації поряд з вербальними, утворюючи цілісне інформативне повідомлення. Паралінгвістичні засоби вираження емоцій не лише впливають на емоційний стан комунікантів у соціальних мережах, а й сприяють підвищенню комунікативної цінності їхніх повідомлень, збільшують число каналів сприйняття і передачі інформації, допомагають спрямовувати процес декодування

інформації у те чи інше русло, сприяють створенню позитивної атмосфери спілкування.

Перспективи подальших пошуків у даному науковому напрямку. У зв'язку з тим, що інноваційні технології розширили функціональний потенціал лінгвальних засобів у віртуальному просторі, відкриваються нові перспективи дослідження паралінгвістичних засобів в Інтернет-спілкуванні, зокрема дослідження позамовних особливостей жанрів англійського та німецькомовного Інтернет спілкування – коментарів, дописів у соціальних мережах, повідомлень у чатах тощо.

Література:

1. Шинкаренко О. Г. Особливості спілкування у соціальних мережах. URL: <http://dSPACE.pnu.edu.ua/bitstream/123456789/18764/1/33.pdf> (дата звернення: 23.12.2022).
2. Коган К. М. Соціальні мережі як елемент нового соціального середовища. *Міжнародний науковий форум: соціологія, психологія, педагогіка, менеджмент*. 2014. Вип. 16. С. 61–71.
3. Лашук Ю. Особливості віртуального наукового спілкування: культурологічний контекст. *Наукові праці Національної бібліотеки України ім. В. І. Вернадського*. 2010. Вип. 27. С. 87–93
4. Модестова Т. В. Вербальні та невербальні аспекти міжособистісної комунікації у сучасному контексті. *Актуальні проблеми соціології, психології, педагогіки*. 2014 №1 (22). С. 109–115.
5. Ковалінська І. Невербальна комунікація : навч. посіб. Київ : Київський університет імені Бориса Грінченка, 2014. 289 с.
6. Калига А. А. Фонетичні засоби актуалізації смислу англійського емоційного висловлювання : монографія. Київ : Видавничий центр КДЛУ, 2001. 351 с.
7. The Man Who Brought a :-) to Your Screen. *Bloomberg*. URL: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2001-04-22/the-man-who-brought-a-to-your-screen> (дата звернення: 23.12.2022).
8. Taylor Swift. *Twitter*. URL: <https://twitter.com/taylorswift13> (дата звернення: 23.12.2022).
9. Спілкування в мережі Інтернет з використанням смайликів. *Способи спілкування*. URL: http://virtualspeak.blogspot.com/p/blog-page_9348.html (дата звернення: 23.12.2022).
10. Should you use emojis in business communication? *Pumble*. URL: <https://pumble.com/blog/emojis-business-communication/> (дата звернення: 23.12.2022).
11. Болотаєва А. Комунікативна роль культури смайлів у соціальних мережах. *Соціально-гуманітарні аспекти розвитку сучасного суспільства* : матеріали ІХ Всеукраїнської наук. конф., 15–16 квітня 2021 р. Суми : Сумський державний університет. С. 285–289.
12. Улюблені смайли можуть мати відмінне значення від того, яке ви їм приписуєте. *Детектор медіа*. URL: <https://ms.detector.media/sotsmerezhi/post/13341/2015-05-26-ulyubleni-smayly-mozhut-maty-vidminne-znachennya-vid-togo-yake-vy-im-prypysuiete/> (дата звернення: 23.12.2022).
13. Weleda. *Instagram*. URL: https://www.instagram.com/weleda_ag/ (дата звернення: 23.12.2022).
14. Katy Perry. *Twitter*. URL: <https://twitter.com/katyperry> (дата звернення: 23.12.2022).

Horbachenko A., Riabokuchma T. Paralinguistic means of expressing emotions in social networks (based on the English and German languages)

Summary. The article is devoted to the study of paralinguistic means of expressing emotions in social networks, the use of which has become extremely popular in modern Internet communication. Posts in different social networks in English and German have become the illustrative

material of the study. It was found that the emotional content of the text during communication in social networks is transmitted through the use of punctuation marks, different font variations and smileys. It was determined that paralinguistics is a science that is a subdivision of semiotics, the subject of which is the study of non-verbal phenomena that, in combination with verbal means, are able to convey meaningful information in the process of communication. Non-verbal means of oral communication have been singled out, namely: prosody (tempo and pitch of speech, timbre) and extralinguistics (pauses, laughter, cough, and other sounds that a person reproduces with the help of voice). In written speech, in particular in communication in social networks, special non-verbal means have been defined, which are also able to reproduce a whole range of emotions. They include smileys, which help communicators deal with the emotionless perception of information in social networks, and also make it possible

to perceive the interlocutors' emotions and convey them more easily; the use of punctuation marks, and font variations. Smileys are images that are universal for understanding. It has been proven that before using a smiley, you need to know exactly its meaning and be aware of the context of its potential use. The study found that such paralinguistic means as the use of punctuation marks and font variations can only be used as the additional ones in relation to verbal means of information transmission and can only add expressive undertone to the content of the message, namely: in communication in social networks, an ellipsis conveys a slower pace of speech or longer pauses; a dash in the Internet communication is used to emphasize the most important information; the use of capital letters conveys the pitch of speech or draws special attention to what is written.

Key words: paralinguistics, communication, non-verbal means, smiley, social networks, font variations, punctuation marks.