Література:

1. Карпіловська Є. А. Проблеми будови сучасного українського лексикону в дзеркалі лінгвосеміотичної теорії А. О. Білецького. Мовні і концептуальні картини світу. Київськ. нац. ун-т імені Тараса Шевченка. К., 2002. Ч. 1. С. 175–182.

2. Савчук Р. І. Французький художній дискурс XVIII–XXI століть у ракурсі наративного текстотворення : лінгвокогнітивний і семіотичний аспекти. К. : Вид. центр КНЛУ, 2016. 280 с.

3. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика : напрями та проблеми. Полтава : Довкілля-К, 2008. 712 с.

DOI https://doi.org/10.30525/978-9934-26-311-8-29

EXTRALINGUAL COMMUNICATIVE COMPONENT IN THE INTERNET-DISCOURSE AS AN EXPRESSION OF UKRAINIANS' MODERN VALUES

ЕКСТРАЛІНГВАЛЬНИЙ КОМУНІКАТИВНИЙ КОМПОНЕНТ У ІНТЕРНЕТ-ДИСКУРСІ ЯК ВИРАЗ СУЧАСНИХ ЦІННОСТЕЙ УКРАЇНЦІВ

Skrynnik Yu. S.
Doctor of Philosophy in Philology, Associate Professor, Associate Professor at the Department of English Philology and Foreign Language Teaching Methods V. N. Karazin Kharkiv National University Kharkiv, Ukraine

Скриннік Ю. С.
доктор філософії з філології, доцент, доцент кафедри англійської філології та методики викладання іноземної мови Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна м. Харків, Україна

Мова є одним із проявів сутності особистості, який вносить у спілкування властивості психічного та життєвого досвіду, особливості світогляду, мисленнєві здібності, інтереси тощо. Людський фактор у мові є фундаментальним явищем лінгвістичної прагматики як галузі сучасного мовознавства [1; 2; 3; 4; 5; 7].

Актуальність наукової розвідки полягає у вивченні екстралінгвальних комунікативних компонентів, які використовуються в інтернет-дискурсі, що сприяє пізнанню принципів ефективної взаємодії у сучасних реаліях. *Об'єктом* є дискурсотвірні особливості екстралінгвальних компонентів комунікації (емотиконів та емодзі), які є невід'ємною частиною онлайн-взаємодії та сприяють ефективному перебігу комунікативного процесу. *Предметом* є особливості використання емотиконів та емодзі, що слугують рефлексією на сучасні цінності українців у просторах інстаграм. *Мета* дослідження полягає у з'ясуванні детальних характеристик та визначенні природи емотиконів та емодзі як компонентів сучасної онлайн-комунікації. Дослідження залучає аналіз сучасних цінностей українців в інтернет-дискурсі.

Загальні дослідження природи людини в суспільствознавстві доводять, що сприйняття людей носить взаємний характер, тому в процесі спілкування дослідник не тільки формує враження про досліджувані суб'єкти, але й сам стає об'єктом сприйняття. У сучасних дискурсивних і прагмалінгвістичних дослідженнях мова аналізується як складна динамічна система, яка проявляється в міжособистісній мовленнєвій взаємодії адресанта з адресатом. За таких умов у центрі дослідження постає проблема комунікативного впливу адресанта на адресата, що характеризує будь-який вид мовленнєвої взаємодії, з урахуванням ролі у ній екстралінгвальних компонентів.

Невід'ємним для дослідження дискурсу є залучення знань про знаки та знакові системи. У нашому дослідженні ми звертаємося до екстралінгвальних компонентів, беручи за основу їхні основні характеристики та базові системи творення та сприйняття [Солощук, 2020].

Емотикони, схематичне зображення людського обличчя, що використовують для передачі емоцій, є популярним засобом сучасної комунікації в інтернет-дискурсі, зокрема у соціальній мережі інстаграм. Емотикони мають на меті позначити емоції адресата по відношенню до самого адресанта або його думки, фотографії тощо, та представляють обличчя з різними видами емоцій. Невеликі малюнки на позначення різних явищ та предметів, що можуть бути класифіковані на такі групи, як зображення людей (різний зовнішній вигляд, різні професії), одягу та взуття, звірів та природи, їжі та напоїв, активності (різні хобі), подорожей та місцевостей, предметів, символів, прапорів країн світу і т.д., називаються емодзі. Відповідно, ми робимо висновок, що емотикони відносяться до невербальних компонентів

комунікації, кінесичних зокрема, так як вони позначають міміку та жести, які є характерними для певних емоцій. У той час як емодзі відносимо до надвербальних компонетів комунікації, так як вони візуально замінюють слово на позначення предмету, явища, людини.

Емодзі відображають сучасні цінності українців, такі як патріотичність, єдність, любов до рідного дому. Ці емодзі вкорінились та «вписались» у повсякденну комунікацію українців для відображення почуттів. Найчастіше використовуваними емодзі за минулий рік серед українців стали: український прапор (🇺🇦); жовте та блакитне серце (💛 💙); дім (🏠). Ці емодзі використовуються українцями як вираження патріотичності (Рис. 1); любові до України (Рис. 2); любові до рідного дому (Рис. 3).

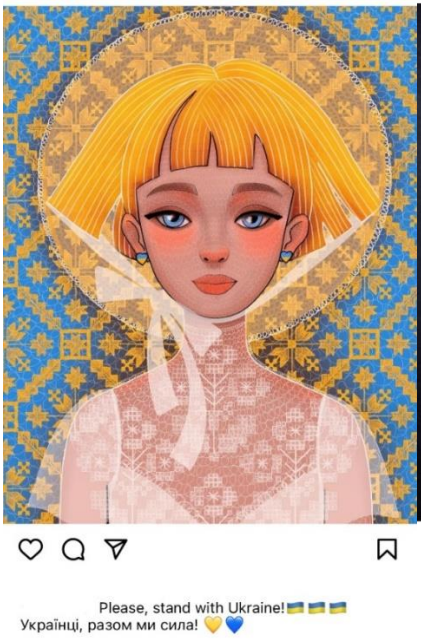

Рис. 1

Рис. 2

Рис. 3

Рис. 4

На сьогоднішній день, як в Україні, так і в усьому світі, емодзі та емотикони є своєрідною мовою емоцій, почуттів та цінностей, що демонструється на Рис. 4. Емотикони та емодзі, які використовуються в онлайн спілкуванні, мають різні характеристики, за їхньою природою поділяємо їх на невербальні компоненти комунікації та надвербальні відповідно. *Перспективним* напрямом вважаємо дослідження невербальних та надвербальних засобів комунікації, емотиконів та емодзі, у інших культурах світу, із з'ясуванням їхньої природи, етимології та встановленні тих, які є найбільш розповсюдженими, що відображатиме цінності певної культури та народу.

Література:

1. Coates, J. Women, men and language: A sociolinguistic account of gender differences in language (3rd ed.). New York : Routledge. 2016. 262 p.

2. Gal, S. Between speech and silence: The problematics of research on language and gender. In: Gender at the crossroads of knowledge: Feminine anthropology in postmodern era, 1991. pp. 175–203.

3. Kiesling, S. Language, Gender, and Sexuality: An Introduction. Philadelphia : Routledge, 2019.

4. Paulston, C., Tucker, G. The early days of sociolinguistics: Memories and reflections. Dallas, SIL International. 2010. 362 p.

5. Robinson, D. Performative linguistics: Speaking and translating as doing things with words. London and New York, Routledge. 2003. 272 p.

6. Soloshchuk L. The process of diversification of the non-verbal communicative components in the modern English discourse. *Когніція, комунікація, дискурс.* 2020. № 21. С. 50–60.

7. Zottola, A. Transgender identity labels in the British press. In: *Journal of Language and Sexuality*. 2018. 7(2), P. 237–262.

DOI https://doi.org/10.30525/978-9934-26-311-8-30

CONTEXTUAL PECULIARITIES OF INDIRECT SPEECH ACTS

КОНТЕКСТУАЛЬНИЙ ХАРАКТЕР НЕПРЯМИХ МОВЛЕННЄВИХ АКТІВ

Shuliak I. M.
Candidate of Philological Sciences, Lecturer at the Department of English Philology and Methods of Teaching English Volodymyr Hnatiuk Ternopil National Pedagogical University Ternopil, Ukraine

Шуляк І. М.
кандидат філологічних наук, викладач кафедри англійської філології та методики навчання англійської мови Тернопільський національний педагогічний університет імені Володимира Гнатюка м. Тернопіль, Україна

Для аналізу непрямих мовленнєвих актів (далі – НМА) слід звернути увагу на чинники, які стосуються аспектів спілкування, однак не пов'язуються з особами тих, хто спілкується. Йдеться про контекст та обставини ситуації вербальної взаємодії, які впливають на перебіг