

Бондарева Карина Олексіївна

здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти ОП «Українська мова та література» Комунального закладу «Харківська гуманітарно-педагогічна академія» Харківської обласної ради

e-mail: Bondarjevaevakaryna@gmail.com

Науковий керівник – Крехно Т. І., професор кафедри української лінгвістики, літератури та методики навчання КЗ «Харківська гуманітарно-педагогічна академія» ХОР, кандидат філологічних наук, доцент

**ПРАГМАТИЧНИЙ АСПЕКТ ФУНКЦІОНУВАННЯ МОВИ
СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ**

Прагматичний аспект мови соціальних мереж безпосередньо пов'язаний з антропоцентричним підходом у сучасній лінгвістиці. Л. Безугла підкреслює, що лінгвопрагматика зосереджує увагу не на абстрактній системі мови, а на мовцеві, який використовує мовні засоби для досягнення конкретних комунікативних цілей у дискурсі [1, с. 7]. Прагматика висунула на передній план не абстрактну систему, а живу людину, яка діє в конкретних умовах. Ідеї теорії мовленнєвих актів Дж. Остіна (speech act theory – учення про мовленнєві дії як спосіб «робити щось словами») надали дослідникам інструмент опису того, як висловлення в соціальних мережах не лише інформують, а й впливають, спонукають, оцінюють.

Класичним об'єктом лінгвопрагматики є мовленнєва діяльність комуніканта, що досліджується з огляду на інтенції (мовленнєві наміри) мовця, типи мовленнєвих актів, імпліцитні смисли та стратегії спілкування [1, с. 8]. У контексті соціальних мереж це означає аналіз того, як користувачі формують повідомлення, щоб привернути увагу, продемонструвати експертність, створити «своє» коло спілкування, підтримати чи зруйнувати репутацію. Вивчення того, як мова відображається в конкретних діях, доповнює опис її будови, отже, прагматичний аналіз мови соцмереж має поєднуватися з урахуванням її формальних особливостей.

А. Скробот розглядає інтернет-дискурс як штучно створене середовище спілкування без чітких просторових і часових меж, що дає змогу одночасної

взаємодії користувачів із різних країн та культур [4, с. 127]. Усередині цього середовища формуються різні жанри (чати, блоги, форуми, соціальні мережі), що реалізують організувальну, соціалізувальну та розважальну стратегії спілкування. Мова соцмереж поєднує риси усного й писемного мовлення. Учений описує її як «усна форма мови + письмова форма мови + ознаки, опосередковані комп'ютером» [4, с. 128]. Це визначення добре показує гібридність мовлення в соцмережах. І. Зозуля та Д. Білоус зазначають, що тексти дописувачів мають багато ознак усного мовлення: поширені лексичні скорочення типу *інфа*, *комп*, *фідбек*, *інста*; використовуються неповні речення, парцеляція, розмовні й просторічні форми, сленг [3, с. 2]. Інтонаційні й невербальні (паралінгвістичні) засоби – жести, міміка, тембр голосу – відсутні, тому їх компенсують графічні відповідники: написання окремих слів великими літерами для підкреслення ввічливості («ДЯКУЮ»), смайли й стікери ()), ((, :-)) тощо. До цього додаються графічні прийоми імітації усного мовлення: розтягнення голосних у словах типу «добриший ранок», «дяяяякую», а також фонетичні скорочення «тіки» замість *тільки*. Такі засоби слугують для передачі емоційної інтонації, наближення письмового повідомлення до живого діалогу.

Умовність інтернет-дискурсу стимулює активне використання елементів мовної гри, спрямованої на посилення виразності висловлень або створення комічного ефекту [4, с. 128]. Ідеться як про гру зі стандартною орфографією («привітик», «працювати»), так і про творення okazionalizmів – одиничних авторських новотворів. О. Воробйова та Т. Жадан показують це на прикладі соціальних мереж письменника Стівена Кінга, де з'явилися індивідуально-авторські лексеми, наприклад *creepypasta* у значенні *жахлива історія* або *inputdownable* щодо книжки як «настільки захоплива, що її неможливо відкласти» [2, с. 5]. Подібні одиниці виконують важливу прагматичну функцію: вони виокремлюють автора в загальному інформаційному потоці та створюють відчуття «свого» стилю для постійних читачів.

Важливою рисою прагматики мови соціальних мереж є орієнтація на цільову аудиторію. О. Воробйова та Т. Жадан демонструють, що Борис Джонсон як політик звертається до публіки, яка цікавиться політикою, тому активно використовує політичний жаргон: *U-turn* (зміна рішення), *backbencher* (рядовий член парламенту), *vote of no confidence* (голосування про відсутність довіри). Натомість С. Кінг звертається до читачів художньої літератури, тому використовує іронію та образні вислови. Показовим є його допис: «*If your coffee table has not collapsed from books, you don't have enough books*» – «Якщо ваш кавовий столик не обвалився від книжок, ви не маєте достатньо книжок» [2, с. 5].

Нарешті, реакція аудиторії – лайки, коментарі, репости – є індикатором успішності прагматичної реалізації повідомлення. Коли допис вдало передає інтенцію автора, аудиторія активно взаємодіє з текстом, підтримуючи запропонований емоційний і смисловий посил. Отже, мова соціальних мереж постає як динамічна система засобів, за допомогою яких користувачі реалізують свої наміри, конструюють ідентичність, формують спільноти та керують увагою інших.

Література

1. Безугла Л. Р. До питання розмежування прагматики, стилістики та прагмастилістики. Вісник ХНУ. Дискурсологія: семантика і прагматика, № 1102, 2014, с. 6–10.
2. Воробйова О. С., Жадан Т. В. Прагматика перекладу дописів відомих людей у соціальних мережах. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Філологія. 2023. № 62, т. 3. С. 4–6.
3. Зозуля І. Є., Білоус Д. А. Мовні та комунікативні особливості соціальних мереж. Репозитарій Вінницького національного технічного університету. 2022. С. 4.
4. Скробот А. І. Комунікативно-прагматичний аспект Інтернет-комунікації. Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія: Філологічна. 2013. Вип. 33. С. 127–128.