

СУЧАСНІ АФОРИСТИЧНІ ВИСЛОВЛЮВАННЯ В АРАБСЬКІЙ ОНЛАЙН-КОМУНІКАЦІЇ

Розглянуто тексти афористичної спрямованості в арабському культурно-розважальному контенті соціальних медіа. Предмет дослідження становили лінгвістичні, соціолінгвістичні і прагматичні риси арабських інтернет-висловлювань. На підставі аналізу понад 500 текстових одиниць з'ясовано, що афористичні дописи публікуються у формі мемів задля вираження культурних і морально-етичних цінностей та орієнтацій, філософсько-естетичних поглядів користувачів, а також для їхньої емоційної підтримки. Визначено основні функції афористичних мемів (емоційна, комунікативна та фатична), серед яких виявлено переважно мотиваційні та розповідні повідомлення, поради, привітання й заклики, до яких нерідко додається ланцюговий елемент, притаманний соціальним мережам (на кшталт прямого заклику до розповсюдження допису). Також запропоновано тематичну класифікацію досліджених висловлювань, представлену в таких темах: поведінка та характер людини, її емоції і переживання, морально-етичні цінності, філософські роздуми про ставлення до життя, людські стосунки, повсякденне життя тощо. Встановлено мовні особливості вираження бінарної опозиції "свої – чужі" у контексті впливу на емоційну експресивність лексики в афористичному матеріалі. З іншого боку зазначено, що важливими рисами афористичних мемів є активне вживання емоційно-експресивної лексики, розмовних вкраплень, художніх засобів (метафор, епітетів, порівнянь тощо), дієслів наказового способу. Мовний код у таких висловлюваннях представлений передусім сучасною стандартною арабською мовою (з незначними відхиленнями). Це відображає ідентичність широкого кола арабськомовних онлайн-користувачів, незалежно від їхньої належності до конкретної етнічної, соціальної чи гендерної групи.

Ключові слова: арабська онлайн-комунікація, афористичні висловлювання, бінарна опозиція "свої – чужі", мем, мовний код, соціальні медіа, сучасна стандартна арабська мова.

Онлайн-комунікація нині відбувається на численних платформах (Facebook, Instagram, TikTok, Twitter тощо), представлених соціальними медіа. У них функціонують динамічні жанри (миттєві повідомлення, електронні листи, дописи в облікових записках, "історії" (від англ. stories), коментарі до дописів тощо), які відрізняються за формою (власне текст, полікодовий (або креолізований) текст) і форматом (іконічне зображення, відеозапис, прямі відеотрансляції тощо). Водночас тематичне і смислове наповнення соціальних медіа нерідко є результатом певної трансформації вже наявних одиниць культури, спрямованих на вираження переживань людини. До них можуть належати як народні прислів'я та приказки, загальновідомі давні афоризми, цитування митців і науковців, так і повсякденна "інтернет-мудрість", що містить окремі частини зазначених висловлювань і нерідко є продуктом словесної творчості онлайн-користувачів. Зазначені висловлювання слугують для досягнення різних комунікативних цілей, однак вони виконують функції психоемоційної взаємопідтримки, вираження культурно-ціннісних орієнтацій і філософсько-естетичних поглядів комунікантів. У таких текстах відображається ідентичність мовців-користувачів соціальних медіа, які прагнуть передати широкому колу реципієнтів повсякденні знання та досвід у досяжній формі арабської мови.

Цікаво, що К. Клімтт та Д. Піґер у дослідженні змісту онлайн-комунікації відносять евдемонічні висловлювання до мемів [Klimmt, Rieger, 2019]. У них користувачі соціальних медіа розкривають теми зв'язку людини з природою, моральної краси, стійкості віри, кохання, емоційного болю тощо. Автори доходять висновку, що евдемонічні мемі, які мають на меті досягнення людиною щастя, переважають над гедонічними (спрямованими на задоволення), а тому ці тексти називають "щоденною порцією натхнення" (англ. daily dose of inspiration) [Klimmt, Rieger, 2019]. З іншого боку, аналіз прислів'їв у SMS-спілкуванні засвідчив, що нині люди здебільшого зацікавлені в пареміях передусім як артефактах, а не в їхньому первинному смислового навантаженні [Granbom-Herranen, 2018, р. 26]. Інколи комуніканти лише вдають, що використовують "народну мудрість", додаючи на початку фразу "Як говорить при-

слів'я..." [Granbom-Herranen, 2018, р. 39]. Це підтверджує розвідка К. Штеер, адже мовці не завжди усвідомлюють різницю між справжнім прислів'ям і певним висловлюванням на кшталт слогану [Steyer, 2017, р. 51]. В арабськомовному розважальному контенті, з одного боку, функціонують дописи, що містять точно відтворені фольклорні, літературні, релігійні або інші цитати. Як зазначає М. Закі, мусульманські релігійні звичаї активно переносяться з реального світу до інтернет-комунікації, адже повідомлення релігійної спрямованості заохочуються в ісламі [Zaki, 2017, р. 41]. З іншого боку, публікуються також сучасні або модернізовані повідомлення афористичного змісту, які, за словами Ш. Пізк, можуть виражати суперечливі ідеї (на кшталт "nām w-ertāh ya'tī-k en-nagāh" – "Поспи й відпочинь – тоді прийде до тебе успіх") [Arabic in the City..., 2007]. У наведених повідомленнях передаються постмодерні уявлення про сучасний світ, зокрема й про досягнення успіху, що є поширеною темою в соціальних медіа. Варто зауважити, що ці висловлювання мають на меті висвітлення спільних для широкого загалу ідей, що вирізняє їх на тлі етнічно, соціально чи гендерно орієнтованого контенту.

Відображення таких поглядів в інтернет-просторі відбувається в межах певного мовного коду, який є важливим інструментом самовираження в умовах опосередкованого спілкування. Сучасні підходи до вивчення арабської мовної ідентичності в медіадискурсі окреслені в праці "Arabic Sociolinguistics: Topics in Diglossia, Gender, Identity, and Politics" Р. Бассіуні [Bassiouny, 2020]. У цій статті ми спираємось на сприйняття мови афористичних висловлювань як результату вибору мовних одиниць із метою репрезентації певного типу ідентичності в соціальних медіа. Слідом за К. Клімттом і Д. Піґер, використовуємо поняття "мем" для позначення повідомлень афористичної спрямованості. Мемі вважаються культурними одиницями, здатними до самовідтворення, варіативності та поширення в онлайн-комунікації. Вони трансформувалися з індивідуальних повідомлень у спільне соціальне явище [Klimmt, Rieger, 2019]. Соціолінгвістичні та лінгвопрагматичні розвідки афористичних онлайн-висловлювань здійснені М. Закі (зокрема, дописів релігійного змісту),

Ш. Пізк (як елементу єгипетського молодіжного сленгу) та іншими [Arabic in the City..., 2007; Zaki, 2017]. Попри те, що дослідження мови мемів афористичного спрямування в арабській інтернет-комунікації вже здійснювалися, цей контент постійно розширюється та потребує аналізу змін в узусі. Тож наша стаття присвячена виявленню особливостей мови арабських афористичних мемів у світлі наукової проблеми розвитку та змін різних форм арабської мови в інтернет-дискусії.

Актуальність такого дослідження зумовлена необхідністю вивчення динаміки розвитку узусу в контексті впливу сучасних технологій на способи та засоби вираження мовної ідентичності онлайн-користувачів. Новизна цієї праці полягає в тому, що це – одне з перших українських досліджень у галузі арабського інтернет-дискурсу, у межах якого здійснено тематичну класифікацію афористичних мемів та окреслено їхні мовні особливості під час вираження бінарної опозиції "свої – чужі".

Мета статті полягає в розкритті мовної специфіки арабських мемів афористичної спрямованості з урахуванням їхніх власне мовних, соціолінгвістичних і прагматичних рис. Для реалізації поставленої мети необхідно виконати такі завдання:

- визначити тематичну спрямованість і функціональні параметри сучасних афористичних висловлювань;
 - проаналізувати лінгвопрагматичні особливості вираження мовної ідентичності користувачів, які обмінюються мемами в соціальних медіа;
 - окреслити мовні риси афористичних мемів у межах бінарної опозиції "свої – чужі";
 - встановити причини вибору мовного коду, що використовується в афористичних висловлюваннях.
- Зміст афористичних повідомлень тісно пов'язаний із потребою розуміння внутрішнього світу людини, її відносин з іншими, впливу оточення на її життя тощо. Тематичні групи визначено на матеріалі близько 500 мемів, зібраних переважно в соціальних мережах Facebook і Twitter. У висловлюваннях афористичного спрямування репрезентовані такі теми:
- поведінка та характер людини;
 - емоції та переживання (емоційна втома, заохоченість, розчарування тощо);
 - морально-етичні цінності (як на рівні окремого соціуму, так і загальнолюдські);
 - філософські роздуми про ставлення до життя та оточення людини;
 - людські взаємини (на рівні сімейного кола, друзів, суспільства);
 - повсякденне життя (рутинні справи, свята тощо).

Маючи також філософсько-естетичне призначення, афористичні висловлювання в мультимодальному дискурсі соціальних медіа нерідко супроводжуються іконічними зображеннями, які слугують для візуалізації та / або емоційної експресії повідомлення. За формою афористичні меми належать насамперед до полікодових (або креолізованих) текстів, які містять вербальні та позавербальні компоненти. З погляду функціональності переважають емотивні, комунікативні та фатичні повідомлення. Отже, серед мемів афористичного змісту виявлено мотиваційні тексти, поради, заклики, повчання, побажання або привітання зі святами тощо. Окремо варто звернути увагу на функцію встановлення своєрідного двостороннього зв'язку між комунікантами. Вона реалізується через ланцюговий елемент, притаманний соціальним мережам (наприклад, прямий заклик до

подальшого розповсюдження повідомлення або до коментування *"utruk hunā da'wa li-ummi-k"* – "Залиш тут молитву за свою матір").

Крім того, у контексті вираження сучасних культурно-ціннісних орієнтацій онлайн-користувачів на вибір мовних одиниць мають вплив асоціації комунікантів із їхньою належністю до умовної групи однодумців, тобто "своїх", а також вираження їхнього ставлення до "чужих". Такі бінарні опозиції ("свої – чужі", "ми – вони", "я – інші" тощо) є одним із найважливіших культурно визначених факторів, що впливають на мовленнєву поведінку людини [Mazeroва, 2022]. Однак серед досліджених матеріалів виявлено повідомлення, які не лише протиставляють себе до інших, але й апелюють до всіх чи кожного. Це свідчить про вплив глобалізаційних процесів на свідомість користувачів соціальних мереж, які прагнуть до поглиблення міжкультурних зв'язків і шукають для цього спільні зацікавлення та ідеї.

На підставі аналізу мовного матеріалу встановлено, що в усіх тематичних групах досліджені меми були опубліковані здебільшого сучасною стандартною арабською мовою або в її спрощеному варіанті запису, притаманному для неформальної онлайн-комунікації. Виявлено незначні відхилення від граматичних норм, а також розмовні вкраплення часто вживаної лексики на кшталт *"flūs"* (гроші), *"ruḥ"* (йди) тощо (Al' al-Ḡufaylī, 2014; Rizq..., 2021). Цей мовний код відображає ідентичність широкого кола арабськомовних онлайн-користувачів (незалежно від їхньої належності до етнокультурної, соціальної, гендерної чи іншої групи). Їхнє спілкування відбувається в контексті дотримання або порушення морально-етичних норм суспільства, а також емоційної розрядки від повсякденності й отримання певного естетичного задоволення внаслідок перегляду творчих дописів або власної креативної діяльності.

Меми про моральні цінності. У таких мемах може висловлюватися повага до старших поколінь, зокрема до матері. Наприклад (Raw'a al-kalām, 2018): *"al-umm / ka-l-'umr lā yatakarrar marrateyn / hiya rā'iḥa l-ḡanna wa hiya 'abaqu l-māḍī wa 'itru l-ḥayā... / utruk hunā da'wa li-ummi-k"* (Матір / Як і життя, буває лише одна (досл.: не повторюється двічі) / вона – це аромат раю, пахощі минулого та запах життя / залиш тут молитву за свою матір).

У наведеному тексті використовується стандартна арабська мова, де лише одна лексема *"da'wa"* (молитва) має риси спрощення (графічна заміна літери *ṭa marbūṭa* графемою *h*). Наведено синонімічний ряд *"rā'iḥa"* (запах), *"abaq"* (пахощі), *"itru"* (аромат) з позитивною емоційною експресивністю, а також нейтральні синоніми *"ḥayā"* і *"umr"* (життя). Образ матері передається метафорами *"rā'iḥa al-ḡanna"* (запах раю), *"abaq al-māḍī"* (пахощі минулого), *"itru al-ḥayā"* (аромат життя). Однак варто звернути увагу на заключну фразу *"utruk hunā da'wa li-ummi-k"* (залиш тут молитву за свою матір), яка стилістично відрізняється від попереднього афористичного тексту. Вона має на меті вплив на адресата, безпосередньо закликаючи надіслати реакцію до допису, а відтак – збільшити його популярність у соціальній мережі. Мем містить звернення до всіх, без протиставлення "свої – чужі".

Меми про характер людини. Також публікуються афоризми про негативні риси характеру або поведінки людей. Наприклад (Nūrah ar-Rūḡī, 2018): *"fī-l-ḡālib naḥnu man yaṣna' ḡurūr al-aḥarīn, li-anna-nā nu'ṭi qīma li-man lā qīma la-h"* (Здебільшого ми і є тими, хто створює мар-

нославлення інших, тому що ми надаємо цінності тим, хто її не має). У наведеному мемі використано лексику на позначення людських якостей характеру. Так, лексема "gurūr" (марнославлення) має негативне емоційне забарвлення. Вплив на реципієнта посилюється повтором слова "qīma" (цінність). Варто зауважити, що різні способи слововживання для зазначеної одиниці "qīma" відображають ставлення до "інакшості" та "інших" (не "своїх" членів умовної групи). Зафіксовано стандартне написання "qīma", коли йдеться про "своїх" (тих, хто постраждав від марнославлення інших). У другому випадку, коли йдеться про "чужих", літера для позначення жіночого роду *ta marbūṭa* замінена графемою *ha*. Цим виражено ставлення до "чужих" через відхилення від еталонного варіанта стандартної мови.

У сучасних афоризмах також передаються переживання та фрустрація від негативних рис людського характеру. Наприклад (Hams al-mashā'ir, 2020): *"urīdu an aṭīra ba'īdan 'an sawād al-qulūb / ba'īdan 'an sū' az-zunūn / ba'īdan 'an al-kidb, ba'īdan 'an an-nifāq / ba'īdan 'an al-bashar alladīn yartadūn alf qinā"* (Я хочу полетіти далеко від чорноти сердець, далеко від зла думок, далеко від брехні, далеко від лицемірства, далеко від людей, які носять тисячі масок). Вплив на реципієнта здійснюється через повтор словосполучення *"ba'īdan 'an"* (далеко від). Допис передає негативну емоційність за допомогою лексем *"sawād"* (чорнота), *"sū"* (зло), *"nifāq"* (лицемірство), *"kidb"* (брехня). Також варто звернути увагу на розповсюджену в інтернет-комунікації ідіому *"irtadā qinā'an"* (носити маску), тобто "бути лицемірним". Критичне ставлення до "носіння масок" і заклики "бути собою" типові для інтернет-висловлювань. Стилiстичні засоби на кшталт метафор *"sawād al-qulūb"* (чорнота сердець), *"sū' az-zunūn"* (злі думки), градація через повтори *"ba'īdan 'an"* (далеко від), гіперболу *"alf qinā"* (тисяча масок) створили ефект художньої естетичності повідомлення. Текст опубліковано стандартною формою мови. Бінарна опозиція представлена у вигляді "я – інші (зокрема лицемірні люди)".

Мемі про філософське розуміння життя. У них комуніканти, замість протиставлень, нерідко виражають позицію "всі ми", яка апелює до спільних людських цінностей, ідей, проблем тощо. Це зафіксовано, зокрема в дописах про життя як складний процес. У них використовується стандартна арабська мова, інколи з певними відхиленнями або вкрапленнями розмовних варіантів, які здатні наблизити повідомлення до реципієнта. Наприклад (Rawā'i al-ḥikam, 2018): *"aḥyānan takūn al-ḥayā ka-l-mā' / lā ṭa'ma wa lā lawna wa lā rā'iḥa / walakinna-nā maḡbūrīn an nashrab-hā li-l-istimrār faqaṭ"* (Інколи життя буває, як вода, без смаку, без кольору і без запаху, / але ми змушені її пити тільки заради продовження). Використовується нейтральна лексика стандартної форми мови. Стилiстичні засоби включають порівняння *"al-ḥayā ka-l-mā"* (життя, як вода) і метафори *"nashrab-hā"* (ми п'ємо життя), де *hā* замінює *"al-ḥayā"* (життя). Наведений текст містить незначне відхилення від стандартної форми мови: лексема *"maḡbūrīn"* (змушені) відповідає розмовному варіанту вживання, у якому різні відмінкові форми множини виражені одним афіксом *-īn* (іменний присудок у сучасній стандартній мові повинен мати форму називного відмінка з афіксом *-ūn* – *"maḡbūrūn"*).

Мемі-поради (про характер / поведінку людей, про ставлення до життя). Також неодноразово зафіксовано використання стандартної арабської мови в афористичних порадах. Наприклад, рекомендації щодо

міжособистісних відносин і ставлення до інших: *"lā taṭīq bi-aḥad li-muḡarrad anna-h a'ḡaba-k ḥadīṭu-h. Fa-l-ḥayā aṣbaḥa muzāḥir wa ba'd al-ashḥās ḡillu-h akbar min ḥaḡmi-h al-ḥaqīqiy"* (Не довіряй людині тільки тому, що тобі сподобалося, що вона каже. Адже життя стало показним, а деякі люди мають більшу тінь, ніж їхній справжній розмір) ('Alā sunnatī-k na'īsh, 2019). Бінарна опозиція представлена протиставленням "ти (довірлива особа) – інші (ті, вдають із себе кращих / сильніших, ніж вони є насправді)". Текст містить одночасно пораду та повчання про те, що сучасне життя, на думку автора мему, змінилось.

Стандартний варіант виявлено також у порадах про гідне життя: *"lī-ta'īsh al-ḥayā: ḥud min al-masinnīn 'uqūla-hum, wa min al-aṭṭal qulūba-hum, wa min al-'uzamā' hībata-hum, wa min al-fuqarā' ṣabra-hum"* (Щоб прожити життя, візьми у старих їхній розум, у дітей – їхні серця, у величних – їхній талант, а у бідних – їхнє терпіння) (Kamāl Baḡdādī, 2016). Використовуються метафори ("візьми розум / серце / талант / терпіння") та повтори для підсилення впливу на реципієнта: *"ḥud min... wa min... wa min..."* (візьми від... і від... і від...). Варто звернути увагу, що в наведеному прикладі протиставлення "ми – вони" відбувається дещо обернено, адже тут саме в понятті "вони" виражена позитивна емоційність за допомогою перерахування таких людських рис, як *"uqūl"* (розуми), *"qulūb"* (серця), *"ṣabr"* (терпіння) тощо.

Мотиваційні мемі (про ставлення до життя) посідають помітне місце серед сучасних афоризмів, інколи можуть межувати з порадами, але вирізняються помітною позитивною емоційністю та спонукуванням до дії. Наприклад: *"kun fī ḥayātī-k miṭla sāḥir wa antaḥiz kull fuṣṣa wa alṭaqīṭ-hā... wa illā fa-inna ḥayāta-k sa-takūn miṭla ḥāfīz! Tansā-k in lam tuḥdīt-hā"* (Проживай своє життя, наче ти ніколи не спиш, користуйся кожною нагодою і хапайся за неї... У такому разі твоє життя буде імпульсом! Воно тебе забуде, якщо ти на нього не вплинеш!) ('Alī al-Ḡufaylī, 2014). Їхніми характерними рисами на мовному рівні виступають спонукальні та умовні речення. Відповідно, використовуються дієслова в наказовому способі: *"kun"* (будь), *"qul"* (скажи), *"ruḥ"* (йди), *"fakkir"* (думай), *"taḍakkar"* (пам'ятай) та ін.

Мемі-листівки (про повсякдення та морально-етичні цінності). Релігійні свята супроводжуються публікацією листівок із побажаннями, а також мемів, що відтворюють життя арабів у типових ситуаціях (наприклад, під час Рамадану). Утім, мемі-листівки публікуються також для відзначення повсякденних подій на кшталт сімейних чи професійних свят або ж звичайних ранкових привітань. Наприклад (Nugūm maṣriyya, 2022): *"utrūk fī kull ṭarīq tamurru bi-h ḥadīṭ laṭīf / ibtisāma ḡamīla / da' al-amākin taḥtafīz bi-aṭari-k / ṣabāḥ al-ḥeyr"* (Залишай на кожному шляху, який ти проходиш, приємні слова, гарну посмішку. / Нехай місця збережуть твій слід. / Добрий ранок). Такі повідомлення спрямовані не лише на створення гарного настрою, але й містять заклики до кожного лишати по собі позитивний "слід". Це цілком відповідає ефекту так званої "порції щоденного натхнення". Протиставлення "свої – чужі" фактично відсутнє, натомість є звертання до усіх / кожного. Крім спонукальної та емотивної, виконується власне комунікативна функція, адже цей мем покликаний підтримувати щоденний зв'язок із підписниками спільноти. У лінгвістичному плані увагу привертає відсутність літери *alif* у фразі *"ḥadīṭ laṭīf"* (приємна розповідь / приємні слова). Це відображає незначне відхилення від стандарт-

ної форми мови, адже опущення закінчення знахідного відмінка є типовим для розмовних варіантів.

Отже, проведене дослідження засвідчило, що в сучасних арабських афористичних інтернет-висловлюваннях репрезентовані такі теми: поведінка та характер людини, її емоції та переживання, морально-етичні цінності, філософські роздуми про ставлення до життя, людські стосунки, повсякденне життя тощо. Встановлено, що основними функціями афористичних висловлювань є емотивна, фатична та комунікативна (реалізується також у вигляді ланцюгового елементу, наприклад, як прямий заклик до подальшого поширення повідомлення). З'ясовано, що до повідомлень афористичної спрямованості належать мотиваційні меми, поради / застереження, заклики, повчання, привітання та інше.

Афористичні меми публікуються в соціальних медіа з метою вираження культурних і морально-етичних цінностей та орієнтацій, філософсько-естетичних поглядів користувачів, а також для психоемоційної взаємодітримки. Це зумовлює активне використання емоційно-експресивної лексики (пов'язаної з людськими переживаннями, життям, стосунками, рисами характеру тощо) і художніх засобів (для створення естетичного ефекту та як прояв індивідуальної творчості користувачів), серед яких зафіксовано метафори, порівняння, епітети тощо. У таких мемах, відповідно, також виявлено частотне вживання дієслів наказового способу.

У мемах афористичного змісту використовується передусім сучасна стандартна арабська мова, інколи з незначними відхиленнями від норми, притаманними неофіційному онлайн-спілкуванню (неправильні відмінкові форми, заміна літери та marbūta графемою ha, розмовні вкраплення таких частотних лексем, як "flūs" (гроші), "ruh" (йди) та ін.). Цей мовний код відображає ідентичність широкого кола онлайн-користувачів, спілкування яких відбувається в контексті дотримання морально-етичних норм суспільства, а також емоційної розрядки від повсякденності та отримання певного естетичного задоволення. Також встановлено вираження бінарної опозиції "свої – чужі" у вигляді протиставлення індивіда або певної групи осіб (я / ти / ми) та решти людей (вони / інші / решта), від поведінки чи характеру яких відмежовуються. З'ясовано, що в описі "чужих" переважає лексика з негативною емоційністю (на кшталт "sū" – зло, "nifāq" – лицемірство, "kidb" – брехня). Однак зафіксовано позитивну емоційність за спонукання вчитися в "інших". Для характеристики "своїх" експресивність лексики змінюється залежно від тематики та тональності самого повідомлення. Крім того, прагнення онлайн-користувачів поглиблювати глобальні зв'язки з іншими виражене в позиції "усі ми" / "кожен".

У мемах користувачі реалізують свій творчий потенціал, який охоплює знання попередніх поколінь, особистий досвід і популярні онлайн-тренди. Недостатньо дослідженнями лішаються мовно-стилістичні особливості інтернет-висловлювань афористичної спрямованості, які містять алюзії на загальновідомі паремії, цитати філософів, персонажів кіно, а також метафори та порівняння, типові для комунікації в соціальних медіа. Лінгвістичні та екстралінгвістичні засоби досягнення комунікативного ефекту повідомлень афористичної спрямованості можуть бути предметом подальших наукових досліджень у сфері арабськомовного онлайн-дискурсу.

Список використаних джерел

- Arabic in the City: Issues in Dialect Contact and Language Variation (Routledge Arabic Linguistics Series) / ed. by C. Miller, E. Al-Wer, D. Caubet, J. Watson. London ; New York : Routledge Taylor & Francis Group, 2007. 368 p. DOI : <https://doi.org/10.1163/9789004182585.i-303>.
- Bassiouny R. Arabic Sociolinguistics: Topics in Diglossia, Gender, Identity, and Politics. 2nd ed. Washington, DC : Georgetown University Press, 2020. 412 p.
- Granbom-Herranen L. Proverbs in SMS Messages: Archaic and Modern Communication : Ph. D. thesis / University of Turku. Turku, 2018. 113 p.
- Klimmt C., Rieger D. The Daily Dose of Digital Inspiration: A Multi-Method Exploration of Meaningful Communication in Social Media. *New Media & Society*. 2019. Vol. 21, no. 1. P. 97–118. DOI : <https://doi.org/10.1177/1461444818788323>.
- Mazepova O. The Concept of Other in the Consciousness of Persian Speakers (Based on the Results of Psycholinguistic Experiment). *The World of the Orient*. 2022. No. 1. P. 148–156. DOI : <https://doi.org/10.15407/orientw.2022.01.148>.
- Steyer K. Corpus Linguistic Exploration of Modern Proverb Use and Proverb Patterns. *EUROPHRAS 2017. Computational and Corpus-based Phraseology: Recent Advances and Interdisciplinary Approaches* : proceedings of the conference, London, 13–14 November 2017. London ; Geneva : Editions Tradulex, 2017. Vol. 2. P. 45–52.
- Zaki M. The Pragmatics of Arabic Religious Posts on Facebook: A Relevance-Theoretic Account. *Research in Language*. 2017. Vol. 15, no. 1. P. 37–60.
- Джерела ілюстративного матеріалу**
- 'Alā sunnat-i-k na'ish. Lā taṭīq bi-ahad [Онлайн-допис]. Facebook. 2019. URL : https://www.facebook.com/183741418867164/posts/566837403890895/?_rdr ('āḥir al-duḥūl : 10.05.2022).
- 'Alī al-Gufaylī. Kun fi ḥayāti-k miṭla sāḥir [Онлайн-статус]. Twitter. 2014. URL : <https://twitter.com/alialgofaily/status/473198268814352384> ('āḥir al-duḥūl : 10.05.2022).
- Hams al-mashā'ir. Urīdu an aṭīra ba'īdan [Онлайн-допис]. Facebook. 2020. URL : <https://www.facebook.com/hams.almsha3ar/posts/906050769818463/> ('āḥir al-duḥūl : 10.05.2022).
- Kamāl Baḡdādī. Li-ta'ish al-ḥayā [Онлайн-статус]. Twitter. 2016. URL : <https://twitter.com/kp8888kp/status/786340155393204224> ('āḥir al-duḥūl : 10.05.2022).
- Nuḡūm masriyya. Šabāḥ al-ḥeyr [Електронне зображення]. Facebook. 2022. URL : <https://www.facebook.com/509386122498257/posts/4720955908007903/> ('āḥir al-duḥūl : 25.06.2022).
- Nūrah ar-Rūqī. Fi-l-ḡalīb naḥnu man yašna' ḡurūr al-aḥarīn [Онлайн-статус]. Twitter. 2018. URL : https://twitter.com/nourh_alrogiy/status/1039546409102532608 ('āḥir al-duḥūl : 10.05.2022).
- Rawā'ī al-ḥikam. Aḥyānan takūn al-ḥayā ka-l-mā' [Електронне зображення]. Facebook. 2018. URL : https://www.facebook.com/RawaeeElHekam/photos/d41d8cd9/1972215256174686/?_rdr ('āḥir al-duḥūl : 10.05.2022).
- Raw'a al-kalām. Al-Umm ka-l-'umr la yatakarrar marrateyn [Електронне зображення]. Facebook. 2018. URL : <https://www.facebook.com/21533502543196524560/photos/a.284820682261138/358270684916137/?type=3> ('āḥir al-duḥūl : 10.05.2022).
- Rizq mish kullu-h flūs [Електронне зображення]. Farfeshplus. 2021. URL : <https://www.farfeshplus.online/Display2.asp?catID=216&mainCatID=215&slID=212705> ('āḥir al-duḥūl : 10.05.2022).

References

- Bassiouny, R., 2020. *Arabic sociolinguistics: Topics in diglossia, gender, identity, and politics*. 2nd ed. Washington, DC: Georgetown University Press.
- Granbom-Herranen, L., 2018. *Proverbs in SMS messages: Archaic and modern communication*. Ph. D. thesis. University of Turku.
- Klimmt, C. and Rieger, D., 2019. The daily dose of digital inspiration: a multi-method exploration of meaningful communication in social media. *New Media & Society*, 21(1), pp. 97–118. <https://doi.org/10.1177/1461444818788323>.
- Mazepova, O., 2022. The concept of other in the consciousness of Persian speakers (based on the results of psycholinguistic experiment). *The World of the Orient*, (1), pp. 148–156. <https://doi.org/10.15407/orientw.2022.01.148>.
- Miller, C., Al-Wer, E., Caubet, D. and Watson, J. eds., 2007. *Arabic in the city: Issues in dialect contact and language variation (Routledge Arabic linguistics series)*. London: Routledge Taylor & Francis Group. <https://doi.org/10.1163/9789004182585.i-303>.
- Steyer, K., 2017. Corpus linguistic exploration of modern proverb use and proverb patterns. In: *Proceedings of the Conference EUROPHRAS 2017. Computational and Corpus-based Phraseology: Recent Advances and Interdisciplinary Approaches*. London, 13–14 November 2017. London: Editions Tradulex, vol. 2, pp. 45–52.
- Zaki, M., 2017. The pragmatics of Arabic religious posts on Facebook: a relevance-theoretic account. *Research in Language*, 15(1), pp. 37–60.

Sources

- 'Alā sunnat-i-k na'ish, 2019. *Lā taṭīq bi-ahad*. [Facebook]. Available at: https://www.facebook.com/183741418867164/posts/566837403890895/?_rdr [Accessed 10 May 2022].
- 'Alī al-Gufaylī, 2014. *Kun fi ḥayāti-k miṭla sāḥir*. [Twitter]. Available at: <https://twitter.com/alialgofaily/status/473198268814352384> [Accessed 10 May 2022].

Hams al-mashā'ir, 2020. *Urīdu an aṭīra ba'īdan*. [Facebook]. Available at: <<https://www.facebook.com/hams.almsha3ar/posts/906050769818463/>> [Accessed 10 May 2022].

Kamāl Baḡdādī, 2016. *Li-ta'īsh al-hayā*. [Twitter]. Available at: <<https://twitter.com/kp8888kp/status/786340155393204224>> [Accessed 10 May 2022].

Nuḡūm maṣriyya, 2022. *Šabāh al-ḥeyr*. [Facebook]. Available at: <<https://www.facebook.com/509386122498257/posts/4720955908007903/>> [Accessed 25 June 2022].

Nūrah ar-Rūqī, 2018. *Fi-l-ḡalīb nahnu man yaṣna' ḡurūr al-aḥārīn*. [Twitter]. Available at: <https://twitter.com/nourh_alrogiy/status/1039546409102532608> [Accessed 10 May 2022].

Rawā'ī al-ḥikam, 2018. *Aḥyanan takūn al-hayā ka-l-mā'*. [Facebook]. Available at: <https://www.facebook.com/RawaeElHekam/photos/d41d8cd9/1972215256174686/?_rdi> [Accessed 10 May 2022].

Raw'a al-kalām, 2018. *Al-Umm ka-l-umr la yatakarrar marrateyn*. [Facebook]. Available at: <<https://www.facebook.com/215333502543190/photos/a.284820682261138/358270684916137/?type=3>> [Accessed 10 May 2022].

Rizq mish kullu-h flūs, 2021. [Farfeshplus]. Available at: <<https://www.farfeshplus.online/Display2.asp?catID=216&mainCatID=215&slID=212705>> [Accessed 10 May 2022].

Надійшла до редколегії 30.06.22

A. Kucherenko, Ph. D. in Philology, teaching assist.

e-mail: alina.kuchrenko@knu.ua

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv, Ukraine

MODERN APHORISTIC SAYINGS IN ARABIC ONLINE COMMUNICATION

The texts of aphoristic orientation in the Arabic cultural and entertaining content of the social media are analysed. The subject of the study involves linguistic, sociolinguistic and pragmatic features of Arabic aphoristic Internet sayings. The analysis of more than 500 text units reveals that aphoristic posts are published online in the form of memes in order to express cultural, moral and ethical values and orientations, philosophical and aesthetic views of users, as well as for their emotional support. It was found that the main functions of aphoristic memes are emotional, communicative and phatic with such sayings mainly including motivational and narrative messages, advices, greetings, and appeals, that are often accompanied by a chain element inherent in the social networks (such as a direct call to spread the message). On top of that the thematic classification of the studied memes was offered, with the following themes being involved: human behaviour and character, emotions and experiences, moral and ethical values, philosophical reflections on the attitudes to life, human relationships, everyday life, etc. The linguistic features of expression of the binary opposition "self – other" in the context of its influence on the emotional expressiveness of the aphoristic lexicon are outlined as well. On the other hand, it is noted that the important feature of aphoristic memes is the active use of emotionally expressive lexis, colloquial elements, figures of speech (metaphors, epithets, similes, etc.), verbs of the imperative mood. The language code in the aforementioned sayings is represented primarily with Modern Standard Arabic (with minor deviations). This reflects the identity of a wide circle of Arabic-speaking online users, regardless of their affiliation with a particular ethnic, social or gender group.

Keywords: Arabic online communication, aphoristic sayings, binary opposition "self – other", meme, language code, social media, Modern Standard Arabic.