Література

Жлуктенко Ю. Мовні контакти: Проблеми інтерлінгвістики. – К.: Вид-во Київ. ун-ту, 1966. – 133 с. *Карпенко Ю.* Вступ до мовознавства. – Київ: Академія, 2006. – 336 с. Левицкий В. Статистическое изучение лексической семантики.– Київ: УМК ВО, 1989. – 155с. *Наливайко Д.* Німецько-українські взаємини XVIII ст. Рецепція України в Німеччині, її етапи й тенденції // Магістеріум. – Вип. 8: Літературознавчі студії. – Київ: Стилос, 2002. – С. 93-96. *Опельбаум Є.* Українські лексичні елементи в німецькій мові // Мовознавство. – 1969. – №3. – С. 3-15.

КІПЕНЬ С.В.
(Львівська держ. фінансова академія)

СМАЙЛИКИ ЯК ВІЗУАЛЬНО-СМИСЛОВІ КОНСТРУКЦІЇ ВІРТУАЛЬНОГО СПІЛКУВАННЯ

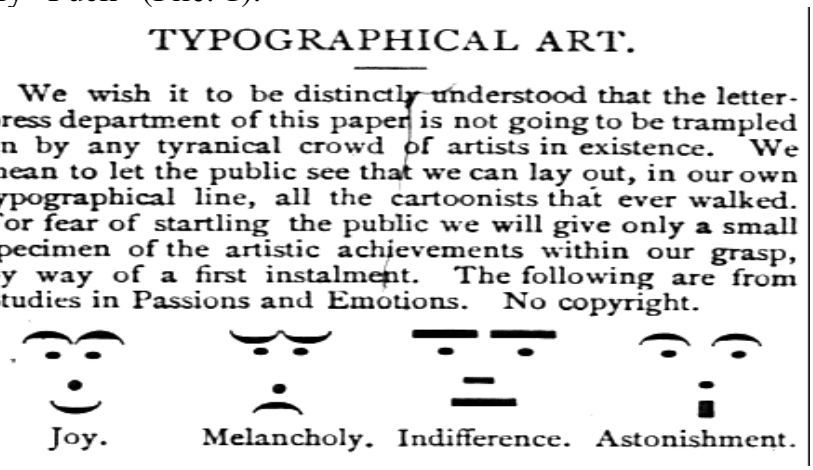
Надзвичайна популярність віртуального спілкування в глобальній мережі Інтернет та через SMS-повідомлення пояснюється, насамперед, його грайливим характером. Спонтанність же й інтерактивність комунікації зумовили появу безлічі нових лінгвістичних об'єктів, на яких слід зосередити особливу увагу.

У нашому дослідженні ми спробуємо проаналізувати ґенезу феномена "смайлик", який став невід'ємним атрибутом віртуального спілкування.

Смайл, емотикон або *емограма* – це графічний символ, який використовується для вираження емоцій. *Емотикони* (від англ. "emoticon = *emotion icon*" – *емоційна іконка* або, як їх часто називають у просторіччі –"смайли", "смайлики" (від англ. "smiley" – *посмішка* **:-)**) – такі кластери типографічних символів (наявних на клавіатурі комп'ютера та мобільного телефону), які компенсують нестачу паралінгвістичних засобів спілкування в мережі та виражають емоційне ставлення комуніканта до сказаного [Durlacher 2004]. Смайлики відтворюють, зазвичай, настрій повідомлення, інколи зменшуючи саркастичність висловлювання або ж просто додаючи йому певного евфемістичного та естетичного забарвлень.

Вважається, що смайлик для Інтернета – те ж саме, що винайдення колеса для людства. Без нього не можна обійтись в жодній формі віртуального спілкування. Він надзвичайно простий у використанні, інформативний, і попри свою нехитрість, надає безмежний політ уяві та експресії [Crystal 2006]. Не дивно, що його перейняла SMS-комунікація, реклама, дизайн та традиційна пошта.

Одна з перших спроб використання типографічних конструкцій для вираження емоцій була зроблена ще у 1881 р. редакцією американського гумористичного журналу "Puck" (Рис. 1):


TYPOGRAPHICAL ART.

We wish it to be distinctly understood that the letter-press department of this paper is not going to be trampled on by any tyranical crowd of artists in existence. We mean to let the public see that we can lay out, in our own typographical line, all the cartoonists that ever walked. For fear of startling the public we will give only a small specimen of the artistic achievements within our grasp, by way of a first instalment. The following are from Studies in Passions and Emotions. No copyright.

Joy. Melancholy. Indifference. Astonishment.

Рис. 1. На рисунку подано фотокопію уривка з журналу Puck [Puck 1881, с.65]. Наведено 4 емотикони, які передають такі емоції як *joy, melancholy, indifference, astonishment*.

У 1953 р. смайли з'являються на шпальтах газети *New York Herald Tribune* [New York Herald Tribune 1953], де їх використали у рекламі художнього фільму "Lili":

Today
You'll laugh :)
You'll cry :(
You'll love [Heart-shaped face]
Lili

Згодом смайли з "*галактики Ґутенберга*" перекочовують у "*Кібернетичний всесвіт*". В 1972 р. учені-програмісти, які займалися розробкою освітньої комп'ютерної мережі PLATO (університет Ілінойса), під час текстової передачі інформації спробували використати маленькі піктограмки з різними виразами обличчя, які вводились в текст за допомогою певних кодових слів. За 4 роки їхнього подальшого існування вони стали окремим видом мистецтва елетронної письмової комунікації (Рис. 2):

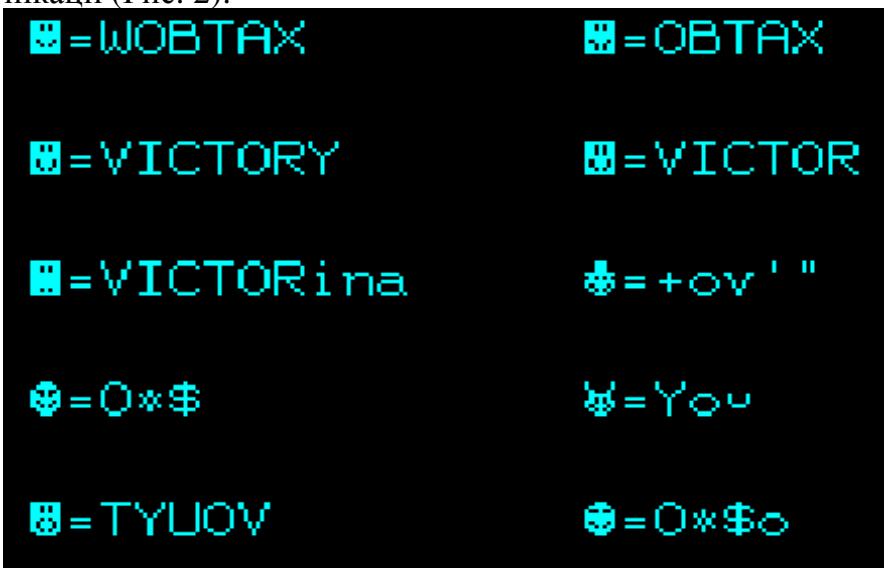


Рис. 2. На рисунку показано *"смайлики"* мережі PLATO та відповідні кодові слова, які потрібно було писати для того, щоб вивести їхнє зображення на монітор.

Наступний етап розвитку смайлика припадає на початок 80-х років минулого століття, коли співробітник Carnegie Mellon University, Скот Фалман придумав позначення **:-)** та **:-(**. Свого часу він займався проблемами штучного інтелекту та першими комп'ютерними мережами, які функціонували в США з 1982 р. Ці мережі були лише в освітніх та у військових закладах. Тож створена в одному з американських університетів «дошка» була прототипом сучасних Інтернет-форумів, де обговорювались найрізноманітніші суспільні проблеми. Як і слід було очікувати, з початком використання письмової форми передавання інформації для живого спілкування, комуніканти зіткнулися з природною проблемою, яка тісно пов'язана з відсутністю невербального каналу мовлення [Buck 1984].

Масштабна експансія використання смайлика у друкованому тексті почалася з виникненням Всесвітньої Мережі Інтернет. За короткий проміжок часу Інтернет-спільнота успішно адаптувала певні символи через їхню простоту та легкість написання. *Смайлики* увійшли до графічно-стилістичного атрибуту "нетикету" (від англ. **netiquette** = Internet+etiquette – *загальноприйняті правила ввічливого спілкування в Інтернеті*). Таким чином, можна констатувати, що смайлики, стаючи невід'ємною частиною мовного електронного тексту, повноправно входять і в орфографічну

систему мови. Варто зазначити, однак, що на початку функціонування Інтернету вони були лише простими інтонаційними символами, які з розвитком та поглибленням комунікації почали набувати більш досконалої смислової структури. *Смайли* є знаковими одиницями – так званими смисловими акциденціями, характерною рисою яких є успадкована від розділових знаків відсутність (на відміну від букви) аудіальності. Смайлики не мають жодного звукового відповідника – це окремі візуально-смислові конструкції, які наразі є більш адекватними для сприйняття на моніторі. Зручність їхнього використання в тому, що вони, по-перше, легко зображуються типографічними знаками, які розміщені на клавіатурі і саме цей факт дозволяє активно застосовувати смайлики у віртуальній письмовій комунікації. По-друге, їх дуже просто ввести у друкований текст. Чому? Тому, що для них винайдена геніально проста типографічна форма – за допомогою двох або трьох типографічних знаків загальноприйнято виражати: радість, задоволення, сум (будь-які позитивні та негативні емоції). Це насправді універсальний символ і його призначення сьогодні відоме кожному користувачеві віртуального простору. Можна сказати, що поява і характер смайлів зумовлені:

1. *відсутністю у писемній комунікації каналу для невербального спілкування;*
2. *відсутністю адекватних лінгвістичних засобів для кодування емоцій;*
3. *потрібною швидкістю передачі інформації;*
4. *граничним лімітом об'єму інформації.*

До появи смайликів можна ставитись як завгодно. Можна недооцінювати їхній вклад у розвиток писемного віртуального спілкування та вважати, що вони понижують інтелект, але їхня поява, безперечно, є вагомою подією в мистецтві спілкування та важливий крок у розвитку сучасної комунікації.

Що ж цікавого є в смайликах з погляду способу кодування емоційної експресії П. Екмана? Цікава морфологія смайлика, який складається з двох, трьох або чотирьох знаків, що відповідають виділеним П. Екманом зонам обличчя, основними з яких є очі та рот як незмінні носії експресивної інформації [Ekman 2007]. Окрім того, в смайликах використовуються додаткові описові засоби такі, як сльоза, волосся, слина, зуби, язик тощо. Так очі часто-густо кодуються двома крапками, але зрідка можна зустріти і крапку з комою, знак **=**, цифру **8**, букву **В**, **%** тощо. Причому, усі ці символи позначають різний ступінь «відкритості очей» і відповідно, в поєднанні з рештою символів, які позначають певні частини обличчя, кодують різні емоційні відтінки. Те ж саме стосується рота. Він традиційно позначається дужками) або (, але для передавання різних смислів може позначатися буквами, типографічними значками, цифрами тощо.

Місце смайлика у вербальному контексті чітко не зафіксовано. Немає й правил його розташування в реченні, хоча останнім часом спостерігається певна тенденція ставити його після виразу тоді, коли він доповнює цей вислів або ставиться перед фразою, або навіть замість усього висловлювання в якості окремої логічно закінченої смислової конструкції.

Градація смайлика може відбуватись також і відносно сили емоційної експресії. Вона має не лише «лексичну» форму (тобто використання різних смайлів), але й морфологічну: чим сильніша емоція, тим більше до смайлика додається типографічних знаків:

:-)
:-))))))
:-)))))))))))))
:-))))))))))))))))))))))))))
:-))
:-)))

Основна передумова розпізнавання смайлика полягає в тому, що піктографічне кодування емоції повинно графічно нагадувати живу мімічну комбінацію. Засобів для цього, серед пунктуаційних знаків та букв, виявилось дуже багато. У їхньому продукуванні задіяний увесь набір типографічних знаків, який розміщений на клавіатурі комп'ютера або мобільного телефону.

Для безпосереднього виразу емоційних імпульсів у мові не існує відповідних слів. З цим пов'язана, вочевидь, важлива перевага смайликів над звичними вербальними одиницями мови: вони не належать до жодної з наявних граматичних категорій, а виражають лише «чисту» емоцію.

Зрозуміло, що смайли кодують емоції, в яких раніше не було адекватних назв. Вони кодують їх у такій формі, яку можна використати незалежно від структури речення як окрему смислову одиницю. Смайл, за своєю природою, є чистою експресією, без будь-яких граматичних характеристик. Цим він дуже нагадує вигук. Проте, якщо вигук – це експресивна одиниця усного мовлення, значення котрого передається за допомогою інтонації, то смайл – це *письмовий вигук*, значення якого втілено у його графічну форму.

Отже, один і той самий смайлик, в залежності від контексту, може виражати кілька відтінків значення – так само, як і слова мови.

Смайли як графічні символи, не є новітнім видом пунктуації, а належать до самостійних семантичних одиниць. Єдине в чому ми можемо сумніватися – в їхньому смисловому навантаженні, тому що вони не пов'язані безпосередньо з лексичними одиницями мови, якою ми «думаємо». Смайли – це той самий невербальний код, який адаптовано у письмову комунікацію.

Більшість науковців [Paolillo 2002, Herring 1990] дійшли згоди відносно того, що смайлик додає специфічної конотації до сказаного, наприклад:

Речення + смайлик	**Конотативне значення речення**
a) I don't know what you're talking about **:-)**	a) комунікант, можливо, виражає свою відвертість
b) I don't know what you're talking about **:-(**	b) розчарування
c) I don't know what you're talking about **:-<**	c) злість
d) I don't know what you're talking about **;-)**	d) сарказм

Перше, що кидається в око – неподібність смайла на слово. Він є піктограмою, і відповідно, повинен належати до немовної знакової системи, до ідеографіки, оскільки своєю графічною формою він прямо, без посередництва акустичної складової, виражає смисл. Такі знакові аналоги можна знайти у японській, китайській та корейській мовах, де ієрогліфи, як особливий тип графічних символів, не відображають звучання слова, але, тим не менше, вважаються словами.

Варто зауважити, однак, що в електронних словниках смайлів переважна частина знаків належить до тих, які "характеризують", тобто описують певні особливості людини і лише деякі з них слугують для вираження власне емоцій, понять та образів. Наявні в мережі приклади *смайлів* дозволяють нам віднайти певні закономірності в їх структурі: у переважній більшості знаків є компонент, що означає *рот «*)», майже завжди є компонент, що позначає *очі* «**:**», нерідко можна прослідкувати і наявність позначення *ніс* «**-**». Крім того, можуть з'являтися й додаткові складники, які є необхідними для вираження емоцій (волосся, брови, сльози, борода і т. і.).

Оскільки система, яку ми розглядаємо є "живою", динамічною, тобто такою, яка активно використовується і розвивається та складається при цьому з різноманітних іконічних знаків, вона допускає також появу нових елементів і використання периферійних (оказіональних) символів набагато частіше, ніж звичайна знакова система. Отже, виникає питання про те, які саме процеси зумовлюють появу і використання знаків, що входять у корпус загальновідомих і загальновживаних. Розглянемо їх детальніше:

a) процес *редукції* знака полягає у випаданні несуттєвих (які не несуть змістовної інформації) частин смайлика. Очевидно, що цей процес зумовлений прагненням системи до економії своїх ресурсів. Зазвичай, несуттєвою частиною знака є його середні компоненти, що позначають, наприклад, *ніс* «-» людини. Оскільки у більшості випадків зображення *носа* однакове і не несе смислового навантаження, воно просто випадає без будь-якого відображення у семантиці смайлика.

b) процес *редуплікації* виражається у повторенні правої (нижньої) частини знака і слугує підсиленням емоційного висловлювання.

Найчастіше редуплікується компонент *рот*. Нами зафіксовано лише найбільш повторюванні компоненти, такі як *(* та *)*:

:))

:((

Крім *рота*, редуплікуватися можуть також компоненти *сльози* та *слина*, наприклад:

:–)~~~~~~ *слина*;

:``(``` *сльози*;

Як показує останній приклад можливою є навіть дистактна редуплікація.

На відміну від решти піктограм, які використовуються у повсякденні (дорожні знаки, торгові логотипи тощо) Смайл є повноправним графічним репрезентантом емоцій у віртуальному контексті і виконує допоміжну функцію для мови [Mitchell 1994].

Те, що смайлики так природно з'явились і розповсюдились в мережі, дозволяє порівнювати їх з окремою мовою [Durlacher 2004]. Зрозуміло, що вони – лише допоміжна система для природної мови, яка окремо без неї не може функціонувати. Проте, з іншого боку, мова смайликів не існує в межах однієї якоїсь мови, вона, як і жести з інтонаціями, є інтернаціональною і використовується в усьому світі.

Самі ж смайли без слів не можуть передати ніякого значення, окрім емоційного. Проте вони допомагають значно точніше декодувати значення вербального коду. У «мові» смайлів є досить великий набір лексичних одиниць, які постійно розширюються. В ній є своєрідний алфавіт – набір складових елементів, різні комбінації котрих кодують різні смисли. Таким чином, смайли засвоюються природно, в процесі письмового спілкування так само як звична мова вивчається в процесі усного.

Звичайно, кодування емоцій смайлами, нехай це певною мірою і зручніше від слів, є значно нуднішим і абстрактнішим, ніж усе багатство емоцій, тим більше, що вони обмежуються наявними знаками пунктуації. Проте мова людини не відображає і сотої частини усього різнобарв'я тієї реальності, яку вона, зазвичай, кодує [Buck 1984]. З погляду П. Екмана смайли – це така мова емоцій, форма якої задана нехай і непрямо, а біологічно – вона відображає емоцію в такій формі, в якій вона природно проявляється на обличчі людини [Ekman 1980].

В цілому, смайли не претендують і не повинні претендувати на окрему мову, але складають досить потужну допоміжну систему для наявних писемних мов (ті, які базуються на алфавіті). Мові смайлів можна дати наступну дефініцію:

1. принцип «впізнаваності», тобто, візуальна подібність смайлика з мімічним виразом емоції, яку він кодує;
2. одноманітність структури смайлів (порядок і склад елементів);
3. принцип спільного використання;
4. утворення порівняльного ступеню (чим сильніша емоція, тим більше у смайла графічних знаків).

Варто зазначити, що якщо відбудеться вдала трансформація і адаптація *смайлів* у систему обміну інформації в глобальній мережі Інтернету, то вони можуть стати

першими (по-справжньому типографічними) складними модулями нової комунікації. Тяжко зробити якесь чітке передбачення стосовно майбутнього цих знаків, важливим є те, що вони є очевидним прикладом як і чисто візуального тексту в умовах тотальної комунікації, так і можливостей повної трансформації форм і змісту самої комунікації. Можна погодитись з думкою Е. Лісіцкого, який в першій половині XX століття передрікав анаціональність візуального тексту [Лисицкий 2000]. Саме приклад смайлів повинен переконати нас в цьому.

Література

Лисицкий Э. Книга с точки зрения зрительного восприятия – визуальная книга. / Лисицкий Эль // Цит. за кн. : Лаврентьев А. Лаборатория конструктивизма. – М. – 2000. – С. 54-58. *Buck R.* The communication of emotion / Ross Buck. – New York: Guilford Press. – 1984. – 391 p. *Crystal D.* Language and the internet / David Crystal. – 2nd ed. – Cambridge, UK; New York : Cambridge University Press. – 2006. – 304 p. *Durlacher J.* Emoticon : roman / Jessica Durlacher. – Amsterdam : De Bezige Bij. – 2004. – 436 p. *Ekman P.* Emotions revealed: recognizing faces and feelings to improve communication and emotional life / Paul Ekman. – 2nd ed. – New York : Owl Books. – 2007. – 290 p. *Ekman P.* The face of man : expressions of universal emotions in a New Guinea village; foreword by Richard S. Lazarus / Paul Ekman. – New York : Garland STPM Press. – 1980. – 143 p. *Herring J.* Annual report design: a guide to the annual report process for graphic designers and corporate communicators / Jerry Herring. – New York : Watson-Guptill. – 1990. – 159 p. *Mitchell W. J.* Thomas. Picture theory: essays on verbal and visual representation / W. J. Mitchell– Chicago : University of Chicago Press. – 1994. – 445 p. *New York Herald Tribune*. – March 10. – 1953. – p. 20. *Paolillo J. C.* Analyzing linguistic variation : statistical models and methods / John C. Paolillo– Stanford, CA : Center for the Study of Language and Information, 2002. – 268 p. *Typographical art* // Puck. – March 30. – 1881 – p.65.

КЛИМЕНКО О.Л.
(*Запорізький нац. ун-т*)

ІНШОМОВНА ЛЕКСИКА ЯК ДЖЕРЕЛО АВТОРСЬКИХ ІННОВАЦІЙ

Іншомовна лексика, яка відрізняється певними стилістичними ознаками та має додаткові фонові конотації, часто стає об'єктом лінгвокреативної діяльності мовної особистості та словотворчості, задовольняючи естетичні потреби авторів художніх творів. І не завжди впровадження іншомовної лексики до тканини художнього тексту обмежується вживанням екзотизмів та варваризмів для відображення місцевого колориту. Інколи згідно з авторською інтенцією, іншомовна лексика використовується як матеріал для створення індивідуальних авторських інновацій. У випадку із оказіональним використанням, коли іншомовні одиниці інтегруються автором до художньої системи твору для створення певного стилістичного ефекту, постає проблема їх ідентифікації у тексті та адекватної інтерпретації. .

Мета даної статті полягає у комплексному аналізі особливостей функціонування в художньому творі Е.Берджесса «THE CLOCKWORK ORANGE» іншомовної лексики, що використовується оказіонально в мові підлітків, та визначенні можливих способів її ідентифікації та інтерпретації.

У романі Е.Берджесса «THE CLOCKWORK ORANGE» іншомовна лексика лежить в основі створення мови підлітків. Лексичні одиниці російського походження, асимільовані за законами англійської мови, використані автором оказіонально, створюють справжню систему спілкування британських підлітків. В романі мова, створена Е.Берджессом, отримала назву «*nadsat*» – це модифіковане закінчення російських числівників від «одинадцяти» до «дев'ятнадцяти». Така назва пояснюється