

Калинина-Шамрай В.Р., асист.,
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, г. Киев

ОНОМАТОПЕЯ КАК СПОСОБ ВЫРАЖЕНИЯ ЭКСПРЕССИВНОСТИ ВО ФРАНЦУЗСКИХ СОВРЕМЕННЫХ КОМИКСАХ

Статья посвящена изучению звукоподражания во французских современных комиксах. В частности, внимание уделяется созданию классификации существующих ониматопей в зависимости от происхождения звука и появлению новых звукоподражаний. Результаты анализа этого неотъемлемого компонента французских комиксов свидетельствуют о его существенной роли при передаче реципиенту эмоций, чувств, а также при отображении внеязыковых явлений.

Ключевые слова: ониматопеи, звукоподражания, комиксы.

Kalinina-Shamrai V.R., Assistant Professor
Institute of Philology, Taras Shevchenko National University of Kyiv

ONOMATOPOEIA AS EXPRESSIVE MEANS IN THE MODERN FRENCH COMICS

The article focuses on onomatopoeia in French modern comics, on classification of existent onomatopoeia according to the source of sound and new facts of sound imitation. The results of analysis of this essential constituent make evident sound role in the transfer of emotions and feelings to recipient, as well as in the extralinguistic events display.

Key words: onomatopoeia, sound imitation, French comics.

УДК 811.111

Каптюрова В.В., асп.,
Институт філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

РЕАЛІЗАЦІЯ ПРИНЦИПІВ КОМУНІКАЦІЇ В МІКРОБЛОГАХ

У статті розглядаються основні принципи мовленнєвої взаємодії та їхня реалізація в комунікативному просторі мікроблогів. Висвітлюється актуалізація принципу найменших зусиль, принципу кооперації та принципу ввічливості із урахуванням жанрових особливостей комунікації у мікроблозі Twitter. Зазначаються поширені випадки порушення загальновідомих принципів взаємодії та окреслюються фактори, що впливають на таку комунікативну поведінку мовців.

Ключові слова: мікроблог, компресія, принцип найменших зусиль, принцип кооперації, принцип ввічливості.

У XXI столітті відбувається зміна організації сучасного суспільства, однією із передумов якої є виникненням нових засобів взаємодії. Інтернет не тільки розширює способи комунікації, а й впливає на аксіологічну систему соціуму. В сучасному суспільстві однією із головних цінностей стає не лише інформація, а й вміння пере-

давати її, заощаджуючи зусилля та інші ресурси. Через постійно зростаючий потік інформації, яка поступає через різні канали медіа, головною цінністю стає увага людини [Почепцов, с. 10]. Дослідники зазначають, що для нового покоління (так званих «міленіалів») характерна нетерплячість. Молодь (до цієї групи відносять осіб до 29 років) орієнтована на миттєвий результат та постійно звинувачується у небажаних заглиблюватись у зміст. Враховуючи такі зміни в настановах, необхідно переглянути основні принципи взаємодії в актуальному для сучасного суспільства комунікативному просторі.

Звертаючись до словникової дефініції, зазначаємо, що принципи – це основні, вихідні положення будь-якої теорії, вчення, світогляду, теоретичної програми [Ожегов 1992]. З лінгвістичної точки зору, принци – це правила, що пояснюють вибір тієї чи іншої мовної форми. Загальновідомими є принципи кооперації Г. Грайса [Grice 1975], принцип ввічливості П. Браун і С. Левінсона [Brown, Levinson 1987], принцип економії А. Мартіне [Martinet 1955], принцип найменших зусиль Дж. Зіпфа [Zipf 1949]. Необхідно зазначити, що такі принципи релевантні для комунікації взагалі, а для аналізу нового комунікативного середовища, такого як Інтернет, потрібно враховувати особливі, відмінні риси взаємодії.

Мікроблог – постійно оновлюваний онлайн щоденник у скороченому вигляді, що містить інформацію про життя автора, його інтереси, спостереження тощо. Основними жанровими характеристиками цього комунікативного середовища є оперативність поширення інформації, швидка адаптація до змін у суспільстві, лапідарність викладу інформації, відкритий доступ до опублікованої інформації та можливість синхронного та асинхронного публічного спілкування за типами «один-одному», «один-багатьом», «багато-багатьом». Можливість використання псевдоніму та завантаження сторонніх зображень для візуальної саморепрезентації сприяють виникненню анонімного спілкування.

На нашу думку, основним принципом спілкування в мікроблогах є принцип найменших зусиль, який актуалізується в умовах обмеження кількості символів в рамках однієї структурно-семантичної єдності. З одного боку, комуніканти мікроблога Twitter можуть відправляти необмежену кількість повідомлень, а з іншого, користувачі мають дотримуватись вимог формальної організації: довжина усього повідомлення не може перевищувати 140 символів. Враховуючи комп'ютерну опосередкованість такої взаємодії, комуніканти звертаються до засобів вираження, які б задовольняли їхні потреби при мінімальних зусиллях. Користувачі мікроблогів широко використовують у текстах повідомлень скорочення (*U* – you, *ppl* – people, *b4* – before) та аббревіатури (*LOL* – laughing out loud, *OMG* – oh my God, *IDK* – I don't know). Такі способи словотвору дозволяють одночасно скоротити довжину повідомлення та час, необхідний для написання тексту.

Неологізми, створення та використання яких пов'язано із функціонуванням аналізованого комунікативного середовища, також відображають тенденцію до скорочення кількості символів та зменшення зусиль. Лексичні одиниці, що описують нові явища та реалії, відповідають загальній тенденції до компресії та конденсації, оскільки основними способами словотворення виступають контамінація (*neweeter* – a new

tweeter, *twake-up* – to tweet as soon as you wake up in the morning, *twart* – twitter art) та телескопія (*twecial* – restaurants special tweet for Twitter users, *twade* – to trade via Twitter, *twaddicted* – addicted to Twitter).


Особливості повідомлень на граматичному рівні також тісно пов'язані із поняттям «мовної економії» (опусканням елементів поверхової структури висловлення, присутніх у глибинній структурі) [Гизатулин 2001, с. 80]. В аналізованому комунікативному середовищі простежується тенденція до компресії у плані вираження, яка проявляється у тому, що синтаксичні структури не зазнають змін, вони лише скорочуються за певними правилами, а тому їх легко відновити [Лысенко 2008, с. 69]. Основним способом реалізації економії є використання еліптичних конструкцій: користувачі нерідко опускають частини мови, які не впливають на розуміння змісту повідомлення. Пошуковий запит у мікроблозі Twitter за ключовою фразою *United Kingdom* показує, що за годину створюється в середньому 60% повідомлень без означеного артикля – [marinna robertson](#): *Tour United Kingdom with Self Catering Holiday Cottages Deals in Scotland, England, Britain. A great way to visit <http://goo.gl/TTYRC>* (Twitter); 50 повідомлень за годину, що містить фразу *see you Friday* – [Gareth Emery](#): *Preparing some special edits for @Coachella! See you Friday 5:00-5:55pm in the Sahara! pic.twitter.com/kr2hEx3jFI* (Twitter); 10 повідомлень за хвилину із пропущеним допоміжним дієсловом *had* у фразі *had better* – [e.b](#): *As a pedestrian, zebra crossings make me feel really powerful. Yeah that's right. You better stop* (Twitter) тощо.

Поширеним у мікроблоггах є використання ситуативно-неповних конструкцій або незаміщених синтаксичних позицій, граматичні показники яких обумовлюються системними відношеннями безпосередньо, не спираючись на аналогічні позиції в контексті, а семантичні характеристики обумовлені конситуацією. Завдяки функції прикріплення зображення до записів, комуніканти мають можливість заміщувати вербальну частину повідомлення невербальною – [Hilton Hotels](#): *Happy weekend! Visit @HiltonDunkeld for vista's like this! #Scotland <http://bit.ly/HiltonDunkeld>* pic.twitter.com/TsC62A2SSSt (Рис. 1) (Twitter).



Рис. 1

Особливої уваги заслуговує використання емотиконів – метакомунікативної репрезентації реакції мовця, що в умовах відсутності каналу передачі невербальної інформації (мови тіла, просодії тощо) допомагає адресату декодувати імплікації

адресанта. Отже, комуніканти можуть доповнювати ([Laurenberry](#): How wonderful!!!!
 (Twitter) або змінювати ([BestAbsoluteVIP™](#): Then Chiyo put a hole in the carpet so you can imagine *how wonderful* the atmosphere is around here atm (-.-) (Twitter) зміст усього повідомлення, надрукувавши лише декілька символів, що значно спрощує взаємодію в інтернет-середовищі.

Говорячи про реалізацію принципу найменших зусиль у мікроблозі, необхідно звернути увагу на те, що пошук способів вираження спричинений не лише бажанням мовців витратити менше зусиль на створення повідомлення, а й необхідністю дотримуватись встановлених правил. Таким чином, з'являється додатковий фактор, що призводить до зміни та переформулювання закону Зіпфа. Варто також зазначити, що в аналізованому середовищі обидва чинники відіграють важливу роль і, на нашу думку, не можливо говорити про них окремо.

Значних змін зазнає принцип кооперації Грайса [Grice 1975], в якому йдеться про те, що комунікативний внесок мовця на певному етапі діалогу має відповідати поставленим цілям. Принцип кооперації охоплює чотири максими: повноти інформації, якості інформації, релевантності та манери. У зв'язку із обмеженою можливістю висловити свої думки користувачі нерідко порушують постулат, в якому зазначається, що висловлення має містити інформації не менше, ніж потрібно – [Alessandra Vicari](#): @gerardway Today is not a normal day and it is not a special day is a day not to be forgotten because..... (Twitter). Недомовленість внаслідок обмеження довжини повідомлення є важливим фактором, що впливає на хід комунікації. У мікроблозі функціонує неологізм #140ism (a miscommunication in 140 characters or fewer. Often when 140 characters were not enough [Twictionary]) – [Kim MUSAU™](#): A lot of #140ism in some Corporate twitter accounts, who runs these accounts ?! Better have none (Twitter).

Зміст повідомлень у мережі Twitter розглядався дослідницькою групою Pear Analytics. У серпні 2009 року протягом двох тижнів група дослідників розглядала повідомлення від авторів, що знаходились на момент написання повідомлень на території Сполучених Штатів та Великобританії. У ході цього дослідження вони виявили, що більшість відправлених повідомлень належало до тематичної групи «пуста балаканина» (40,1%) [Ryan], тобто вони не несли ніякого інформаційного навантаження. Повідомлення такого характеру також не відповідають максимі повноти, що актуалізується в постулаті зазначати не більше інформації, ніж потрібно – [dove](#): I got up at 4 exercised ate breakfast made lunch showered read for hw got to work early stretched brushed my teeth flossed best day of life (Twitter).

Максима якості порушується, оскільки користувачі розміщують неправдиву інформацію, що пов'язано із бажанням мовців виділитися. Поширення неправдивої інформації може виникати внаслідок часо-просторової віддаленості та потенційної анонімності комунікантів, що сприяє зниженню відповідальності [Виноградова 2004].


Порушення максими релевантності простежується в розгорнутих коментарях до записих. Взагалі, полілог – це форма мовлення, змістовно-смілова структура якого характеризується ситуативною зв'язністю, спонтанністю та нелінійністю

[Винокур 1990, с. 381]. У мікроблогах полілог виникає при коментуванні записів, зображень, аудіо- та відеоматеріалів. До особливостей полілогічного мовлення у мікроблогах можна віднести рівноправність учасників, оскільки кожний може висловитись, та відсутність регламенту (кожний може відстоювати свої погляди, писати необмежену кількість повідомлень тощо). Полілоги в мікроблогах мають нелінійний характер, користувачі часто відходять від основної теми обговорення або залишають коментарі, які тематично не зв'язані із коментованим записом, що однозначно порушує максимум релевантності. Серед коментарів до повідомлення **Barack Obama: Fair pay: for all of America's daughters.** pic.twitter.com/UgF2qhWUjh (Рис. 2) (Twitter) зустрічаються такі, що не відповідають загальній тематиці (наприклад, **Ariana Grande: @barackobama I Bought Subscribes, Likes, Views and Followers** <http://bit.ly/1mZt19n> .. (Twitter); **Alexis** [@BarackObama](https://twitter.com/BarackObama) PLEASE FOLLOW ME MR. OBAMA (Twitter).



Рис. 2

Максима манери постулює чітке висловлення основних ідей, наголошуючи на способі передачі інформації. Користувачі мікроблогів порушують цю максимум, оскільки у текстах повідомлень вони нерідко використовують символи та лексичні одиниці, які можуть бути незрозумілими іншим. Таким чином, порушується постулат, в якому йдеться про уникнення неоднозначності – **The Guercia Girls: #soup saute' califwr, broc, cannelloni bns, grlic, w/evoov, 1/2 tsp curry, grlic pwdr., paprika, 64 oz chk brth, blndr** pic.twitter.com/4f7NSOTqoE (Twitter); **hope hack: Lmao brb tbh wtf lol stfu tytl** (Twitter).

Звертаючись до принципів ввічливості, необхідно зауважити, що взаємодія у мікроблогах а priori порушує максимум скромності (Modesty Maxim), виділеної Дж. Лічем [Leech 1983, р. 67]. Комунікативний простір мікроблогів передбачає взаємодію із незнайомими комунікантами, а тому учасники спілкування мають вдаватися до саморепрезентації, яка виходить за межі аналізованої максими – **Tasha: So In the last week I've passed exams at college and just passed my training for work happy with myself**  (Twitter).

Варто також зазначити, що збереження максими схвалення (Approbation Maxim) є актуальним комунікативним ходом для мікроблогів, оскільки мовці мають можливість спілкуватися зі своїми кумирами та виражати захоплення ними – **@LizzyToTheGrant: @LanaDelRey YOU ARE JUST PERFECTION** (Twitter).

П. Браун і С. Левінсон [Brown, Levinson 1987] пропонують розглядати ввічливість як тактику збереження обличчя. У процесі взаємодії комуніканти захищені у збереженні як свого іміджу, так і іміджу співрозмовника. Необхідно зазначити, що збереження власного обличчя не є метою комунікації, це умова для продовження успішної взаємодії. Не дивлячись на це, комуніканти мікроблогів можуть розмішувати повідомлення, в яких представлена тактика самодискредитації – Alexa Black: <http://ift.tt/1lswBel> hey i'm a miserable, stoned loser who just needs more fix for his misery and that's pretending the giantbomb cr... (Twitter). Також присутні приклади дискредитації опонентів – Christina Gausas: Dear high school boys who ask famous women to their proms, you've maxed out your creepy entitlement quota and you're not even 18 (Twitter).

Отже, розглядаючи принципи комунікації в мікроблогах, необхідно враховувати фактори, що впливають на взаємодію у цьому середовищі. Не можливо заперечувати, що основоположні принципи комунікації залишаються актуальними для спілкування в аналізованому комунікативному просторі, але деякі із них мають бути переглянуті. При аналізі комунікації в мікроблогах необхідно враховувати такі фактори, як зміна цінностей суспільства, міжкультурний характер взаємодії, комп'ютерна опосередкованість, часо-просторова віддаленість комунікантів, відносна анонімність, формальна організація мікроблогів та прагматичні настанови мовців.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Виноградова Т.Ю. Специфика общения в Интернете / Т.Ю. Виноградова // Русская и сопоставительная филология: Лингвокультурологический аспект. – Казань, 2004. – С. 63-67. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.philology.ru/linguistics1/vinogradova_t-04.htm.
2. Винокур Т.Г. Полилог / Т.Г. Винокур // Лингвистический энциклопедический словарь / Гл. ред. В.Н. Ярцева. – М.: Сов. энциклопедия, 1990. – С. 381.
3. Гизатулин С.Л. Семантическая экономия и избыточность в речи / С.Л. Гизатулин // Филологические науки, 2001. – №2. – С. 75–84.
4. Ожегов С. И. Толковый словарь русского языка: 72500 слов и 7500 фразеологических выражений / С. И. Ожегов, Н. Ю. Шведова // Рос. АН, Ин-т рус. яз., Рос. фонд культуры. – М.: Азъ, 1992 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ozhegov.org/>.
5. Почепцов Г.Г. Від Facebook'у і Глемуру до Wikileaks: медіа комунікації / Г.Г. Почепцов. – К.: Спадщина, 2012. – 461 с.
6. Brown, P. Politeness: Some universals in language usage / P. Brown, S. C. Levinson. – Cambridge University Press, 1987. – 345 p.
7. Grice, H. P. Logic and conversation / H. P. Grice // Syntax and Semantics. – New York: Academic Press, 1975. – Volume 3: Speech Acts. – P. 43–58.
8. Leech, G. N. Principles of Pragmatics / G. N. Leech. – London: Longman, 1983. – 250 p.
9. Martinet, A. Economie des changements phonétiques traité de phonologie diachronique / A. Martinet. – Berne: Berne, A. Francke, 1955. – 395 p.

10. Ryan, K. Twitter Study – August 2009 / Kelly Ryan [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.pearanalytics.com/wp-content/uploads/2009/08/Twitter-Study-August-2009.pdf>.
11. Twictionary: The Dictionary for Twitter [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://twictionary.pbworks.com/w/page/22547584/FrontPage>.
12. Zipf, G. K. Human behavior and the principle of least effort / G. K. Zipf // Addison-Wesley Press, 1949. – 588p.

ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ:

13. Twitter [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.twitter.com/>.

Стаття надійшла до редакції 22.04.2014

В.В. Каптюрова, асп.,
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, г. Киев

РЕАЛИЗАЦИЯ ПРИНЦИПОВ КОММУНИКАЦИИ В МИКРОБЛОГАХ

В статье рассматриваются основополагающие принципы речевого взаимодействия и их реализация в коммуникативном пространстве микроблогов. Освещается актуализация принципа наименьших усилий, принципа кооперации и принципа вежливости с учетом жанровых особенностей коммуникации в микроблоге Twitter. Отмечаются распространенные случаи нарушения общеизвестных принципов взаимодействия и определяются факторы, влияющие на такое коммуникативное поведение.

Ключевые слова: микроблог, компрессия, принцип наименьших усилий, принцип кооперации, принцип вежливости.

Каптюрова В., PhD Student
Institute of Pilology, Taras Schevchenko National University of Kyiv

PRINCIPLES OF MICROBLOGGING FOREGROUNDING

The article considers fundamental communication principles and the way they are realized in the microblogging communicative environment. Special attention is paid to the least effort principle, cooperation principle and politeness principle actualization based on Twitter genre peculiarities. The most widespread cases of principles violation and factors that influence such communicative behavior are established.

Key words: microblogging, compression, least effort principle, cooperation principle, politeness principle.