

8. Языкознание. Большой энциклопедический словарь / Гл. ред. В.Н. Ярцева. – 2-е изд. – М.: Большая Российская энциклопедия. 1988. – 685 с.

*Summary.* The article deals with the main periods of the baptism of Kyivan Rus' in unity with the emergence of Slavic Literature in different historical stages, analyzes linguistic, cultural, moral aspects of the formation of two Slavic alphabets, the Glagolitic alphabet and the Cyrillic alphabet, emphasizes the importance of the Saints Cyril and Methodius's translations for the creation of the Old Church Slavonic language (the main language of writing in Russia by the end of the XVII-th century.)

**Keywords:** Baptism of Kyivan Rus', the Glagolitic alphabet, the Cyrillic alphabet, the Saints Cyril and Methodius's translations, the Old Church Slavonic language, writing.

УДК 811. 133.1:81'35+'342+'373

Н.В. Бабченко

## ПРОБЛЕМИ ГРАФІЧНОГО ОФОРМЛЕННЯ ІНФОРМАЦІЇ: ПОВІДОМЛЕННЯ-СЛОВО, ПОНЯТТЯ, ОБРАЗ

*У статті розглянуто особливості сучасних засобів фіксації інформації на письмі. Аналізуючи філософські підвалини змін у світосприйнятті сучасною людиною її буття, та відповідні зміни у самовираженні, а також спираючись на останні дослідження в галузі орфографії, авторка доходить висновку про появу нового способу графічного представлення інформації – візіографії, що, окрім інформативного, містить суто особистісний, образний компонент.*

**Ключові слова:** графіка, орфографія, ідеографія, графічний знак.

Досліджуючи процеси вдосконалення графічних засобів передачі інформації, ми зустрілися з потребою дослідження лінгвістичних та екстралінгвістичних чинників, що впливають на їх розвиток. Якщо лінгвістичні чинники пов'язані з внутрішніми законами розвитку мови, то до найважливіших екстралінгвістичних чинників слід віднести стрімкий прогрес новітніх інформаційних технологій – розвиток електронних засобів обробки та зберігання інформації, зростання впливу електронних ЗМІ, створення потужних комунікаційних систем типу Інтернет, тощо. Інформаційна інфраструктура спричинила надзвичайне зростання інформаційних потоків, що стали невід'ємною часткою сьогоденного буття. Отже, проблеми фіксації чи кодування і декодування інформації потребують дослідження, зокрема в рамках лінгвістичних наук.

Предметом нашого дослідження є інвентар засобів, що використовуються для фіксації інформації в часі та просторі. Об'єктом дослідження стали критерії добору певного виду засобів фіксації інформації.

Метою нашого дослідження є визначення впливу екстралінгвістичних чинників на процес графічної фіксації інформації та окреслення його можливих наслідків. Актуальність статті зумовлена постійним процесом вдосконалення комунікативних технологій, що, в свою чергу, впливає на графічний інвентар мови, та стабільним науковим інтересом до проблем фіксації мови в просторі й часі. Матеріалом дослідження стали повідомлення французької преси, опубліковані у інтернет-виданнях.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Проблема фіксації інформації на письмі присвячені праці вітчизняних спеціалістів з французької орфографії Г.Г. Крючкова [6], Л.В. Сидельникової [8], Л.Ю. Єрмоленко [4]. Філософське підґрунтя статті складають праці Ж. Ліотара [7], Д. Белла [3], Д. Іванова [5], Ф. Уебстера [9].

Дослідивши ідеї щодо інформаційного суспільства, Д. Іванов виділяє такі найбільш типові, на його думку, уявлення про інформаційне суспільство:

– визначальним фактором суспільного життя стає наукове знання. Воно витісняє працю в її ролі фактора вартості товарів та послуг. Економічні та соціальні функції капіталу переходять до інформації;

– рівень знань, а не власність, стає визначальним фактором соціальної диференціації: привілейований прошарок утворюють інформовані суб'єкти. Відповідно до цього вогнище соціальних конфліктів переміщується з соціальної сфери у сферу культури. Результатом боротьби і розв'язання конфліктів є розвиток нових і занепад старих соціальних інститутів;

– інфраструктурою інформаційного суспільства є нова інтелектуальна, а не механічна техніка. Соціальна організація та інформаційні технології утворюють симбіоз. Суспільство вступає до «технотронної ери», коли соціальні процеси стають керованими [5].

Ці ж уявлення стали основою сучасних уявлень про інформаційне суспільство. Ф.Уебстер виділяє шість визначень для інформаційного суспільства:

- технологічне;
- економічне;
- пов'язане зі сферою зайнятості;
- просторове;
- культурне;
- засноване на теоретичному знанні (інформації) [9, 39].

Сам Ф.Уебстер надавав перевагу останньому визначенню, що спирається не на кількісні, а на якісні критерії і базується не на тому твердженні, що в наш час стало більше інформації [що є очевидним], а на тому, що характер цієї інформації змінив життя людини. Основою, що послужила для створення технологічних концепцій, були численні технологічні інновації, початок бурхливого розвитку яких припадає на 1970-ті роки. Новітні технології (кабельне та супутникове телебачення, комп'ютерні мережі, персональні комп'ютери, нові офісні технології) часто вважаються ознакою появи інформаційного суспільства [9, 14].

Такий обсяг технічних інновацій має спричинити соціальну перебудову, позаяк його вплив на суспільство є значним.

Деякі концепції інформаційного суспільства, хоча й спираються на економіку та соціологію, базуються на просторовому (географічному) принципі. Наголос робиться на інформаційні сіті, що з'єднують різні місця, а тому можуть впливати на організацію часу і простору. Протягом останніх років ця концепція набула особливої популярності, оскільки інформаційні сіті почали відігравати значну роль у соціальній організації [9, 25].

Існує також культурний критерій інформаційного суспільства. Обсяг інформації в соціальному житті швидко і невпинно зростає. Сучасна культура «інформативніша» за будь-яку попередню. Ми живемо в медіанасиченому середовищі, життя суттєво символізується, воно проходить у процесах обміну й отримання – або спробах обміну й відмови від отримання – повідомлень про нас самих і про інших. Визнання вибуху зростання ЗМІ дозволяє Д.Іванову зробити висновок про те, що ми увійшли до інформаційного суспільства [5].

Критерій, пов'язаний зі сферою зайнятості, розглянуто у працях Д.Белла – одного з найважливіших теоретиків «постіндустріального суспільства», чи інформаційного суспільства. Згідно концепції Белла, перехід до інформаційного суспільства відбудеться тоді, коли у сфері зайнятості домінуючою буде група працівників інформаційної сфери [3].

Д. Белл підкреслює центральність ролі інформації у своїй моделі майбутньої соціальної системи. Зокрема, він говорив про появу нової системи, що характеризується насамперед зростанням кількості і значення інформації. Постіндустріалізм призводить до ширшого використання інформації, причому значно зростає роль теоретичного знання. Д.Белл стверджує, що домінуючу роль у наш час відіграє кодифікація теоретичного знання і його функціонування в інноваціях як у сфері створення нового знання, так і в сфері виробництва товарів і послуг. Джерелом новацій усе більшою мірою стає дослідницька робота, спрямована на розвиток [3].

Для інформаційного суспільства характерна потреба у здійсненні ефективної комунікації в усіх галузях суспільного життя. Процеси глобалізації охоплюють усі сфери людського життя, і зокрема, розвиток мови. При цьому на даний момент важливим є не тільки і не стільки характер та зміст інформації, як способи її поширення [3], [5], [9]. Отже, проблеми графічної кодифікації інформації набувають у наш час особливого значення, а графічний знак у зв'язку з появою новітніх технологій масової комунікації виходить на істотно новий рівень розвитку.

У контексті проблематики інформаційного суспільства склалося уявлення про те, що в ході своєї історії людство пережило два важливі етапи розвитку способів передачі інформації. Перший із них був, фактично, появою письма, а другий – переходом до технологій звукової та аудіовізуальної інформації. На другому етапі, таким чином, було частково відновлено додаткову інформацію, як мовну, так і позамовну. Так, зокрема, до додаткової мовної інформації, що була відтворена на даному етапі, слід віднести в першу чергу аспекти мови, що їх досліджує риторика – інтонація та емоційність, а також просодика, фонетика. До позамовної інформації слід віднести графічні елементи, значна частина яких, втім, набуває перехідного статусу між мовним та немовним знаком [1], [2].

Застосування звукової та аудіовізуальної інформації зустрічається, здебільшого, при намаганні викликати в аудиторії емоційну реакцію [реклама, політична агітація тощо]. Принагідно відзначимо, що художня література здавна супроводжувалася ілюстраціями. Надання переваги оформленню тексту засобами традиційної орфографії зустрічається переважно у повідомленнях інформаційно-аналітичного спрямування.

Окремі наші розвідки з питань орфографії дозволяють зробити висновок про те, що графічний знак отримує змогу бути довільно інтерпретованим, позбавленим чітко визначеного значення, так само як і повідомлення загалом. При цьому окреслюється загальна символіка знака, а відтінки його значення можуть різнитися в залежності від культурної приналежності адресата та адресанта [2, 244-245]. У наш час розуміння змісту повідомлення, в котрому задіяні аудіо- та візуальні засоби вже не може базуватися на аналізі лише буквених комплексів та розділових знаків. Навіть користуючись лише згаданими засобами орфографії, можна передати не тільки поняття, що відповідають словам, найяскравішим прикладом чого є смайли та зумисні орфографічні помилки. Таким чином, графічний знак у наш час нерідко бере на себе просодичну функцію, оскільки позбавлене просодичної виразності письмо почасти сприймається як таке, котрому бракує інформації, тобто як неповне, недосконале повідомлення.

Дослідниками відзначався поділ письма на фонографію та ідеографію, чи логографію. Остання дозволяє передавати одним графічним знаком не лише слово чи його частину, але й поняття [4, 40]. Однак, досі не були відомі графічні засоби, що дозволяли передавати не лише поняття, але й особисте ставлення до нього автора повідомлення, дещо більше, ніж може вмістити в себе словесне повідомлення з причини своєї знакової природи, з чого ми можемо зробити висновок про щирість чи нещирість, зацікавленість чи байдужість автора і навіть його ставлення до адресата (особливо показовим в цьому значенні є фото автора тексту в якості графічного елемента заголовка). Можна зробити висновок про те, що в наш час графічні елементи тексту покликані передати не лише поняття, але й образи – серед яких виділяємо, зокрема, образ адресанта та образ повідомлення. Поняття про «образ повідомлення», на додачу до «змісту повідомлення», ми виводимо з філософського здобутку Ж.Ліотара, котрий проголосив філософський пошук нових способів зображення для передачі колажного світосприйняття, в якому людина не може претендувати на вичерпну обізнаність у переважній більшості питань і висловлює лише свою думку, «те, чого не можна уявити, але різні відтінки чого можна висловити та означити» [7]. Можливо, це ще одна причина потреби у підкресленні індивідуальності свого повідомлення, своєї думки. Слова (поняття) є надбудовою над образом, що певною мірою викривляють його значення, підводячи конкретне під загальне чи звужуючи значення. Образ є конкретним, поняття – абстрактним, відповідно у кожної людини може бути свій власний образ того чи іншого поняття (цікавий приклад чого наводить, наприклад, Антуан де Сент-Екзюпері, зображуючи в книзі «Маленький принц» діалог між дорослим та дитиною, що змальовує словами побачений нею будинок). Таким чином, повідомлення-образ сповнене більшого змісту, є інформаційно наповненішим, аніж суто словесне. Сила дії образу на людину набагато сильніша, аніж дія слова.

В той же час образ і слово можуть взаємодіяти, доповнюючи один одного. Це явище особливо яскраво простежується на прикладі картин художників абстрактних течій. Так, споглядаючи картину Пікассо «Кухня», майже неможливо здогадатися, що на ній зображена саме кухня, однак, знаючи її назву, розглядаючи саме в заданому цим словом ракурсі, можна наблизитися до розуміння змісту картини, розкриття внутрішнього світу художника. Поєднання образу і слова із дотриманням естетичної функції графічних елементів, характерна для східного мистецтва, знайшло своє прагматичне застосування в сучасній рекламі [1].

До поняття «графічний образ повідомлення» ми включаємо його зміст, переданий засобами традиційного орфографічного інвентаря, та елементи графічної просодики. До останніх ми відносимо образи та поняття, котрі не можуть бути передані словами. У своєму дослідженні ми свідомо не беремо до уваги розрізнення мовного та немовного знака, обмежуючись терміном графічного знака, котрий може бути відповідником мовних, немовних елементів, та займати проміжне між ними значення.

Також робимо висновок про виникнення нового способу графічного представлення інформації – візіографії (від лат. *visio* – образ), що використовує для передачі інформації графічні зображення та дозволяє передавати не лише абстрактно-знакову, але й образну частину повідомлення.

До подальших перспектив дослідження можуть увійти вивчення та спроба уточнення статусу графічних одиниць, що складають візіографічний інвентар.

#### Список використаних джерел

1. Бабченко Н.В. Синтетичність графічних засобів сучасної реклами / Н.В. Бабченко / Проблеми семантики, прагматики та когнітивної лінгвістики: зб. наук. пр. – 2010. – Вип. 8. – С. 53–58.
2. Бабченко Н.В. Графічні засоби передачі невербальної інформації / Н.В. Бабченко / Науковий вісник СХУ ім. Лесі Українки: зб. наук. пр. – 2013. – Вип. 20. – С. 243–245.
3. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. [Електронний ресурс] / Д. Белл. – Режим доступу: [http://portal.ufrf.ru/Www/Kbhiab/data/store/ebe83253-9644-4f76-821c-1125273ba0ca/Bell\\_D.\\_Gryaduschee\\_postindustrialjno\\_obschestvo.pdf](http://portal.ufrf.ru/Www/Kbhiab/data/store/ebe83253-9644-4f76-821c-1125273ba0ca/Bell_D._Gryaduschee_postindustrialjno_obschestvo.pdf)

4. Єрмоленко Л.Ю. Піктографічні та ідеографічні знаки у сучасній французькій мові. / Л.Ю. Єрмоленко. – К., Видавничий дім Карпенко В.М., 2005 – 220 с.
5. Иванов Д. Общество как виртуальная реальность. [Електронний ресурс] / Д.И. Иванов. – Режим доступу: [http://www.aidan.ru/blog/15-dmitrij\\_ivanov\\_obwestvo\\_kak\\_virtualnaja\\_realnost.html](http://www.aidan.ru/blog/15-dmitrij_ivanov_obwestvo_kak_virtualnaja_realnost.html)
6. Крючков Г.Г. Современная орфография французского языка. [Текст] / Г.Г.Крючков // К., Вища школа, 1987. – 184с.
7. Лиотар, Ж.-Ф. Ответ на вопрос: что такое постмодерн? / Лиотар Ж.-Ф. / Ad Marginem. Ежегодник Лаборатории постклассических исследований Института философии РАН. — М.: «Ad Marginem», 1994, С. 307 -323. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: [http://sociologist.nm.ru/articles/lyotard\\_01.htm](http://sociologist.nm.ru/articles/lyotard_01.htm)
8. Сидельникова Л.В. Еволюція літер-ідеограм у французькому письмі ІХ-ХVІІІ століть / Л.В. Сидельникова / Науковий вісник СНУ ім. Лесі Українки: зб. наук. пр. – 2013. – Вип. 20. – С. 238–243.
9. Уэбстер Ф. Теории информационного общества. / Ф. Уэбстер. – М.: Аспект Пресс, 2001. – 400 с.

*Summary.* The article focuses on the features of modern data recording in writing. Analyzing the philosophical basis of changes in the worldview of modern human existence, and the corresponding changes in self-expression, and basing her studies on the latest research in orthography, the author concludes that the emergence of a new way of graphical representation of information - viziography that besides informative, contains highly personal and imaginative component.

*Key words:* graphics, spelling, ideography, graphical sign.

УДК 81'367.626

О.А. Бакун

## **МОРФОЛОГІЧНИЙ АНАЛІЗ ЗАСОБІВ ЗВ'ЯЗКУ СЕГМЕНТА Й ПОСТСЕГМЕНТНОГО КОМПОНЕНТА ЗАЙМЕННИКОВОЇ РЕПРИЗИ В СУЧАСНІЙ АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ**

*У статті досліджено структурні особливості одного з різновидів сегментних конструкцій – займенникову репризу. Здійснено морфологічний аналіз засобів зв'язку сегмента й постсегментного компонента, які підрозділено на дві групи: 1) займенникові кореляти; 2) сполучення займенникових і незайменникових засобів зв'язку.*

*Ключові слова:* займенникова реприза, корелят, сегментація, сегмент, постсегментний компонент.

Синтаксичні конструкції із займенниковою репризою, характерні для сучасної англійської мови, – це двочлені структури, один компонент яких – сегмент, виражений групою іменника, а інший – постсегментний компонент, виражений реченням, побудованим за правилами англійської мови, де функцію підмета або додатка виконує займенник, який корелює з сегментом. Займенникова реприза – це певним чином займенниковий повтор. Зважаючи на те, що сегмент має автономний синтаксичний статус і відокремлений від основної частини висловлення – постсегментного компонента – паузою, конструкції з займенниковою репризою розглядаємо як результат сегментації.

**Актуальність** проблеми зумовлена, з одного боку, високою частотністю вживання висловлень із займенниковою репризою в сучасній англійській мові, а з іншого, – недостатнім вивченням у лінгвістиці. Визначення сутності сегментації ставало предметом вивчення мовознавців (Г. М. Акімова [1], Н. В. Івкова [3] та ін.). В окремих працях розглянуто репризні структури (М. А. Мішель [6], О. Ф. Шильникова [10] та ін.); досліджено різновиди репризних і антиципаційних структур (Т. О. Жаворонкова [2], І. І. Ковтунова [5], О. С. Попов [7] та ін.). Проте маємо лише одну працю, де досліджено такий тип синтаксичних структур на матеріалі англійської мови (Т. М. Сафронова [8]). Для детального вивчення структурної організації компонентів займенникової репризи вважаємо важливим аналіз засобів зв'язку сегмента й постсегментного компонента як одного з аспектів дослідження структури таких конструкцій. Це дозволить не лише покласифікувати займенникову репризу з формальної точки зору, але й дослідити їхню комунікативну організацію.