

УДК 811. 161. 2'367

Ковальчук Н. П.

## СМАЙЛИ ЯК ВІЗУАЛЬНО-СМИСЛОВІ КОНСТРУКЦІЇ КУЛЬТУРИ ВІРТУАЛЬНОГО СПІЛКУВАННЯ

*У статті подано визначення “смайла”, проаналізовано генезу феномена “смайл”, який став невід’ємним атрибутом віртуального спілкування, та історію його походження, розглянуто питання призначення електронних символів та їхньої будови; зазначено основні процеси, що зумовлюють появу і використання знаків; окреслено логічне визначення мови смайлів.*

**Ключові слова:** пунктуаційні знаки в електронній письмовій мові, смайл, графічні знаки.

*В статье подано определение “смайл”, проанализировано генезис феномена “смайл”, который стал неотъемлемым атрибутом виртуального общения и историю его происхождения, рассмотрено вопрос предназначения электронных символов и их строения; указано основные процессы, которые обуславливают появление и использование знаков; определено логическое определение языка знаков.*

**Ключевые слова:** пунктуационные знаки в электронном письменном языке, смайл, графические знаки.

*Determination of “smile” is given in the article, genesis of the phenomenon of “smile” is analysed, which became the inalienable attribute of virtual intercourse and history of his origin, the question of setting of electronic characters and their structure is considered; basic processes which predetermine appearance and use of signs are marked; outlined logical determination of language of smile.*

**Key words:** punctuation signs are in an electronic writing language, smile, graphic signs.

Надзвичайна популярність віртуального спілкування в глобальній мережі Інтернет та через SMS-повідомлення пояснюється, насамперед, його грайливим характером. Спонтанність й інтерак-

тивність комунікації зумовили появу безлічі нових лінгвістичних об'єктів, на яких слід зосередити особливу увагу.

У нашому дослідженні ми спробуємо проаналізувати генезу феномена “смайл”, який став невід’ємним атрибутом культури 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. “smile” – посмішка :-)) – 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 [4]. Смайли відтворюють, зазвичай, настрій повідомлення, інколи зменшуючи саркастичність висловлювання або ж просто додаючи йому певного евфемістичного та естетичного забарвлень.

Уважається, що смайлик для Інтернету – те ж саме, що винайдення колеса для людства. Без нього не можна обійтись у жодній формі віртуального спілкування. Він надзвичайно простий у використанні, інформативний і, попри свою нехитрість, надає безмежний політ уяві та експресії [3]. 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 1881 р. редакцією американського гумористичного журналу “Puck” [11], у якому наведено 4 емотикони, що передають такі емоції як joy, melancholy, indifference, astonishment.

У 1953 р. смайли з’являються на шпальтах газети New York Herald Tribune [9], де їх використали в рекламі художнього фільму “Lili”.

Згодом смайли з “галактики Гутенберга” перекочують у “Кібернетичний всесвіт”. У 1972 р. учені-програмісти, які займалися розробкою освітньої комп’ютерної мережі PLATO (університет Іллінойса), під час текстової передачі інформації спробували використати маленькі піктограмки з різними виразами обличчя, які вводились у текст за допомогою певних кодових слів. За 4 роки їхнього подальшого існування вони стали окремим видом мистецтва електронної письмової комунікації.

Наступний етап розвитку смайла 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 обговорювалися 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 [2].

Масштабна експансія використання смайла в друкованому тексті почалася з виникненням Всесвітньої мережі Інтернет, у який за короткий проміжок часу Інтернет-спільнота успішно адаптувала певні символи через їхню простоту та легкість написання. Смайли ввійшли до графічно-стилістичного атрибуту “нетикету” (від англ. *netiquette* = *Internet+etiquette* – загальноприйняті правила ввічливого спілкування в Інтернеті). Таким чином, можна констатувати, що смайли, 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.

Смайли не мають жодного звукового відповідника – це окремі візуально-смислові конструкції, які 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 смайли у віртуальній письмовій комунікації. По-друге, їх дуже просто ввести у друкований текст, оскільки 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 вір-

туального простору. Можна сказати, що поява і характер смайлів зумовлено:

- 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 обсягу інформації.

До появи смайлів 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.

Цікавою є морфологія смайла, 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 [5]. Окрім того, у 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, у поєднанні з рештою символів, які позначають певні частини обличчя, кодують різні емоційні відтінки. Сюди ж ми відносимо рота. Він традиційно позначається дужками) або (, але для передавання різних смислів може позначатися буквами, типографічними значками, цифрами тощо.

Місце смайла 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 смайла може відбуватися також щодо сили емоційної експресії, тобто не лише “лексичної” форми (використання різних смайлів), але й морфологічної: чим сильніша емоція, тим більше до смайла додається типографічних знаків:

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

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

Основна передумова розпізнавання смайла полягає в тому, що піктографічне кодування емоції повинно графічно нагадувати живу мимічну комбінацію. Засобів для цього серед пунктуаційних знаків та букв виявилось дуже багато, тобто 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. Із цим пов'язана, вочевидь, важлива перевага смайлів над звичними вербальними одиницями мови: вони не належать до жодної з наявних граматичних категорій, а виражають лише “чисту” емоцію.

Зрозуміло, що смайли кодують емоції, у 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 в його графічну форму.

Отже, один і той самий смайл залежно 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 – у 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 в письмову комунікацію.

Більшість науковців [7; 10] дійшли згоди щодо того, що смайл додає специфічної конотації до сказаного, наприклад:

Речення + смайли – конотативне значення речення:

a) Я не знаю, про що ви говорите :-)) – комунікант, можливо, виражає свою відвертість;

b) Я не знаю, про що ви говорите :-( – розчарування;

c) Я не знаю, про що ви говорите: -< – злість;

d) Я не знаю, про що ви говорите;-) – сарказм.

Перше, на що варто звернути увагу, – 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 в японській, китайській та корейській мовах, де ієрогліфи, як особливий тип графічних символів, не відображають звучання слова, але однак уважаються словами.

Варто зауважити, що в електронних словниках смайлів переважна частина знаків належить до тих, які “характеризують”, тобто описують певні особливості людини, й лише деякі з них слугують для вираження власне емоцій, понять та образів.

Наявні в мережі приклади смайлів дозволяють нам віднайти певні закономірності в їхній структурі: у переважній більшості знаків є компонент, що означає рот “(””, майже завжди є компонент, що позначає очі “:.”, нерідко можна простежити й наявність позначення носа “-””. Крім того, можуть з’являтися й додаткові складники, які є необхідними для вираження емоцій (волосся, брови, сльози, борода і тощо).

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 загальноживаних. Розглянемо їх детальніше.

1. Процес редукції знака полягає у випаданні несуттєвих (які не несуть змістовної інформації) частин смайла. 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 в більшості випадків зображення носа однакове й не несе смислового навантаження, воно просто випадає без будь-якого відображення у семантиці смайла.

2. Процес редуплікації виражається в 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; :``(``` слъзи.

Останній приклад засвідчує, що можливою є навіть дистактна редуплікація, на відміну від решти піктограм, які використовуються в повсякденні (дорожні знаки, торгові логотипи тощо). Смайл є повноправним графічним репрезентантом емоцій у віртуальному контексті й виконує допоміжну функцію мови [8].

Те, що смайли так природно з'явилися і розповсюдилися в мережі, дозволяє порівнювати їх з окремою мовою [6]. Зрозуміло, що вони – лише допоміжна система для природної мови, яка окремо без неї не може функціонувати.

Проте, з іншого боку, мова смайлів не існує в межах однієї якоїсь мови, вона, як жести й інтонація, є інтернаціональною і використовується в усьому світі. Самі 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. У ній є своєрідний алфавіт – набір складових елементів, різні комбінації котрих кодують різні смисли. Таким чином, смайли за своєю природою 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 всього різнобарв'я тієї реальності, яку вона, зазвичай, кодує [2]. З погляду П. Екмана смайли – це така мова емоцій, форма якої задана нехай і непрямо, а біологічно – вона відображає емоцію в такій формі, у якій вона природно проявляється на обличчі людини [6].

Загалом, 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 таку 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 ступеня (чим сильніша емоція, тим більше в 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.

Складно зробити чітке передбачення щодо майбутнього цих знаків, важливим є те, що вони – це очевидний приклад візуального тексту в умовах тотальної комунікації чи можливостей повної трансформації форм і змісту самої комунікації. Можна погодитись із думкою Е. Лисицького, який у першій половині ХХ століття передбачав анаціональність візуального тексту [1]. Саме приклад смайлів повинен переконати нас у цьому.

### Література:

1. Лисицкий Э. Книга с точки зрения зрительного восприятия – визуальная книга / Лисицкий Эль // Цит. за кн. : Лаврентьев А. Лаборатория конструктивизма. – М., 2000. – С. 54–58.

2. Buck R. The communication of emotion / Ross Buck. – New York : Guilford Press, 1984. – 391 p.

3. Crystal D. Language and the internet / David Crystal. – 2nd ed. – Cambridge, UK; New York : Cambridge University Press, 2006. – 304 p.

4. Durlacher J. Emoticon : roman / Jessica Durlacher. – Amsterdam : De Bezige Bij, 2004. – 436 p.

5. 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.

6. 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.

7. 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.

8. Mitchell W. J. Thomas. Picture theory: essays on verbal and visual representation / W. J. Mitchell– Chicago : University of Chicago Press, 1994. – 445 p.

9. New York Herald Tribune. – March 10. – 1953. – P. 20.

10. 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.

11. Typographical art // Puck. – March 30. – 1881. – P. 65.