УДК: 811.111 : 81' 276.6

ЛІНГВІСТИЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ВІЗУАЛЬНО-ГРАФІЧНИХ ЗАСОБІВ АНГЛОМОВНОГО КОМП'ЮТЕРНОГО ТЕКСТОПРОСТОРУ

Наталія ЛАЗЕБНА (Запоріжжя, Україна)

У статті розглядаються проблеми визначення мовного потенціалу візуально-графічних засобів англомовного комп'ютерного текстопростору. Виявлено, що емотикони та інші графічні засоби є не лише паравербальними, а можуть виступати у ролі словотвірних морфем, а також елементів, що виконують певні граматичні та синтаксичні функції.

***Ключові слова**: візуально-графічні засоби, емотикон, хештег, морфема, морфологічні та синтаксичні особливості візуально-графічних засобів.*

The article deals with English computer textspace and its visual and graphic means focusing on their linguistic potential. The article underlines that emoticons and other graphic means are not only paraverbal ones. The abovementioned means may serve as word-formative morphemes or elements, which perform certain grammar and syntactic functions.

***Key words:** visual and graphic means, emoticon, hashtag, morpheme, morphologic and syntactic peculiarities of visual and graphic means.*

Сучасний англомовний комп'ютерний текстопростір характеризується швидким розповсюдженням вербально-графічних засобів (смайли, емотикони, теги, хештеги тощо). У такий спосіб сучасна людина спрощує свою комунікацію у віртуальній дійсності, заощаджуючи час та створюючи невичерпний простір для реалізації своєї фантазії та творчості.

На відміну від репрезентації емотиконів як візуально-графічних засобів, наше дослідження розглядає їх не лише як паравербальні засоби, а як можливі словотвірні морфеми, елементи, що виконують певні граматичні та синтаксичні функції, що і зумовлює ***актуальність*** цієї наукової розвідки.

Об'єктом дослідження є візуально-графічні засоби англомовного комп'ютерного текстопростору.

Предметом дослідження є мовні особливості візуально-графічних засобів англомовного комп'ютерного текстопростору.

Метою дослідження є визначення емотиконів та інших візуально-графічних засобів не лише як паравербальних засобів, а як потенційних словотвірних морфем; елементів, що виконують певні граматичні та синтаксичні функції у англомовному комп'ютерному текстопросторі.

Найбільш розповсюдженими та відомими візуально-графічними засобами англомовного комп'ютерного текстопростору є емотикони. Вони можуть виступати у якості дериваційних, флексійних морфем, бути частинами скорочень, але вони є завжди пов'язаними із іншими мовними елементами. За допомогою емотиконів комунікація в мережі Інтернет стає емотивно насиченою через наочну демонстрацію емоцій, почуттів або образів, які хоче передати один користувач мережі Інтернет іншому чи групі користувачів.

Дослідник М. Данесі (2009) пояснює емотикони як набір комбінацій певних клавіш, які зображують обличчя, яке виражає певну емоцію. Типовими емотиконами є: смайли :-) або :), підморгування ;-), здивування :-O та багато інших. Лінгвісти Дж. Астероф (1987) та Б. Дане (2001), кажуть про емотикони як про "раціональні ікони" [2; 4]. У своїх наукових розвідках, науковці А. Вуд та М. Сміт (2005) наголошували на тому, що емотикони є "піктографами", які передають емоції і вважали їх "сурогатом невербальної комунікації" [10]. Вважаємо необхідним наголосити на логічній основі та раціональності використання емотиконів та інших візуально-графічних засобів у англомовному комп'ютерному текстопросторі.

Отже, використання емотиконів являє собою перехід від вербальної репрезентації інформації до вербально-візуальної або наочної. Емотикони як певні лінгвістичні характеристики кодуються у формі піктограм для репрезентації жестів, виразів обличчя, або просодичних елементів.

На думку Амаглобелі (2012), емотикони можна розділити на дві основні групи:

1) емоційний стан, ставлення до чогось: вирази обличчя (:-) – щасливий, посмішка; : -D – веселий сміх); об'єкти, люди, тварини, рослини (0: -) – ангел, >:-> – диявол, @--}-- – троянда); дії (: -Q – палю, коли говорю; (((H))) – великі обійми та інші).

2) Наочні картинки, створені за допомогою клавіш на клавіатурі, які не передають невербальну інформацію (*<|:-) – Санта Клаус, *<<<<+ – ялинка, +:-) – доктор чи священик, 8(:-) -- – Міккі Маус та інші).

Дозволимо собі у певній мірі не погодитись із твердженнями дослідника, адже серед двох виокремлених груп емотиконів можна побачити антропоцентричні та параантропні семантичні групи. Причому, деякі з них є емотивними (:-) – щасливий, посмішка; (((H))) – великі обійми). Деякі є лише образними (8(:-) -- – Міккі Маус, *<<<<+ – ялинка та інші) [7; 8]. Доцільніше було б говорити про розподілення емотиконів за ступенем експресивності та антропоцентричними

характеристиками. Отже, можливою видається класифікація емотиконів у залежності від їх експресивної маркованості (позитивної або негативної) або наближеності / віддаленості відносно людини (безпосереднє вираження емоційного стану, ставлення людини до чогось; зображення певних об'єктів, предметів, до яких людина має опосередковане відношення).

Якщо розглядати емотикони як інноваційні візуальні-графічні засоби англомовного комп'ютерного текстопростору, засобами яких опосередковано комунікацію в мережі Інтернет, серед них можливо виділити певні граматичні категорії, яким відповідають емотикони. Таким чином, емотикони можуть виступати у якості іменників (@>--;-- – троянда), прикметників (>:(– злий), дієслів (:-*)' – цілувати) [9].

У дослідженні Н. Амаглобелі (2012) наведено порівняння між графемами емотиконів та морфемами. Властивості графічних символів у письмовій формі комунікації опосередковують реалізацію семантичних властивостей від граматичних структур [5; 6]. Н. Амаглобелі стверджує, що невербальні емотикони виражають паравербальні або невербальні елементи. Вербальні елементи, на його думку, графічні, є заздалегідь розробленими емотиконами. Вони є анімованою версією емотиконів, тобто більш складними аніж просто комбінація певних клавіш на клавіатурі [1: 350]. Саме графеми емотиконів часто порівнюють із словотвірними морфемами. Основа "emoti-" сама по собі без графічної репрезентації є словотвірним компонентом багатьох слів та словосполучень, наприклад: *emoticard, emoti-tracks, emoti-boobies, emoti-cats, emoti-dudes, emoti-people, emoti-items, emoti-animals, emoticonversation* та багато інших [11; 12].

Наявні графічні засоби англомовного комп'ютерного текстопростору також можуть вважатися морфемами, адже вони виступають як словотвірні елементи слів або словосполучень. Наприклад, одним із найпопулярніших графічних елементів на часі є графічний елемент # (хештег), який позначає тематичну примітку у соціальний мережі Twitter. Більше того, графічний елемент # (хештег) та лексема *hashtag* перетворилися на лексему "bashtag," і зараз остання позначає використання тематичної примітки для критики продуктів певної компанії.

Наприклад: "Here's a cautionary tale for the corporate social media consultants of the world. Last week, McDonald's launched a Twitter campaign using *the hashtag #McDStories*; it was hoping that the hashtag would inspire heart-warming stories about Happy Meals. Instead, it attracted snarky tweeps and McDonald's detractors who turned it into *a #bashtag* to share their *#McDHorrorStories*." [12].

Як бачимо, у прикладі *the hashtag #McDStories*, *a #bashtag* графічні елементи у поєднанні із лексичними новотворами виступають як іменники. На це вказують розташовані перед ними означений та неозначений артиклі. Однак, існують випадки, коли графічний елемент хештег перетворився із компонента іменника на словотвірний елемент дієслова *to bashtag*. Наприклад : "man, the climatecamp has just been mercilessly *bashtagged*" [12].

Окрім морфологічних особливостей, можливо також казати про синтаксичні функції візуально-графічних засобів англомовного комп'ютерного текстопростору. Наприклад, за допомогою емотиконів комунікація в англомовному текстопросторі набуває виразності та відбувається більш швидко та ефективно. Наприклад:

- Will you join me at the party tomorrow?
- "Non."
- "Non >: /"
- "Non :("

Три наведені відповіді передають різні значення. Перша відповідь - нейтральна. Друга-більш образлива. Третя відповідь позначає: "Ні, нажаль." Вона видається найбільш позитивною.

Також, емотикони можуть виступати як синтаксичні маркери. Вони ставляться після привітань (Hi Jojo :) – маркер ввічливості; всередині повідомлення як розділовий знак, який закінчує першу фразу і розпочинає другу. Емотикон може слугувати самостійною структурною частиною речення. Наприклад: *:) Yes, I agree with you*. Наведене речення складається з двох частин: емотикону та вербального повідомлення.

Багаторазове дублювання однієї й і тієї ж літери або написання великими літерами всього вислову є ще однією графічною особливістю вираження експресивності англомовного комп'ютерного текстопростору. Наприклад: *"AAAH OMG AH JESUSSSS!" "WHATS WRONG!?"* [11].

Якщо вислів написано великими літерами, то це свідчить про підвищений тон висловлювання або навіть крик. Наведений приклад є частиною назви зареєстрованої соціальної групи у соцмережі Facebook. Наявні скорочення (OMG – Oh My God), дублювання літер (*JESUSSSS*), знаки питання та оклику, написання назви великими літерами підкреслюють експресивність назви соціальної групи та інтенцію її авторів привернути увагу до їх новоутвореної спільноти у соціальній мережі.

Отже, візуально-графічні засоби англомовного комп'ютерного текстопростору відтворюють його експресивність, насичують спілкування користувачів емоційністю, образністю, звертаючись до їх справжніх інтенцій як адресантів, так і адресатів повідомлень в мережі Інтернет.

Проаналізувавши основні візуально-графічні засоби, можна стверджувати, що англомовний комп'ютерний текстопростір опосередковує міжкультурну комунікацію на глобальному рівні засобами інформаційних, комп'ютерних технологій та мережі Інтернет, використовуючи вербальні та пара вербальні засоби. Розмаїтість користувачів нагадує різнокольорову клаптеву ковдру, де кожен елемент є унікальним та має своє власне призначення. Через це, очевидним видається використання окрім традиційних вербальних засобів, які поступово розвиваються і збагачуються, залучення вербально-графічних засобів, які посилюють експресивність англомовного комп'ютерного текстопростору, урізноманітнюють комунікацію в мережі Інтернет, вказуючи на динамічний, різноспрямований та багатогранний розвиток сучасних користувачів. ***Перспективою*** подальших наукових розвідок є аналіз лінгвопрагматичного та перекладацького аспекту англомовного комп'ютерного текстопростору. Увагу буде приділено виявленню, класифікації, знаходженню денотативного та конотативного значення візуально-графічних засобів англомовного комп'ютерного текстопростору.

БІБЛІОГРАФІЯ

1. Amaghlobeli N. Linguistic Features of Typographic Emoticons in SMS Discourse / N. Amaghlobeli // Theory and Practice in Language Studies. – 2012. – № 2 (2). – P. 348-354.
2. Asteroff J. F. Paralanguage in electronic mail: A case study / J. F. Asteroff. – Columbia University, NewYork, 1987. – – 490 p.
3. Danesi M. Dictionary of media and communications / M. Danesi. –New York & London: M. E. Sharpe, Inc., 2009. – 336 p.
4. Danet B., Herring S. The Multilingual Internet: Language, Culture, and Communication Online / B. Danet, S. Herring. – New York: Oxford UP, 2007. – 240 p.
5. Gray J. Show Sold Separately: Promos, Spoilers, and Other Media Paratexts / J. Gray. – New York: New York UP, 2010. – 234 p.
6. Hawisher Gail E., Selfe C. L. Global Literacies and the World-Wide Web / Gail E. Hawisher, Selfe C. L. – London: Routledge, 2000. – 289 p.
7. Jibril T., Mardziah H. A. Relevance of Emoticons in Computer-Mediated Communication Contexts: An Overview / T. Jibril, H. A. Mardziah // Asian Social Science. – 2013. – № 9 (4). – P. 201-211.
8. Lampert M. Attention and Recombinance: A Cognitive-Semantic Investigation Into Morphological Compositionality in English / M. Lampert. – Peter Lang, 2009. –436 p.
9. Sukyadi D., Setyarini S., Junidf A. I. A Semiotic Analysis of Cyber Emoticons (A Case Study of Kaskus Emoticons in the Lounge Forum at Kaskus-The Largest Indonesian Community) / D. Sukyadi, S. Setyarini, A.I. Junida // K@ta. – 2011. – №13.1. – P. 37-43.
10. Wood A. F., Smith M. J. Online Communication: Linking Technology, Identity, and Culture / A. F. Wood, M. J. Smith. – NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 2005. 360 p.

СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

11. Facebook [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://www.facebook.com
12. Forbes. — January 24, 2012.
13. Twitter [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://www.twitter.com

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

Наталія Лазебна – кандидат філологічних наук, доцент кафедри теорії та практики перекладу Запорізького національного технічного університету.

Наукові інтереси: проблеми словотвору сучасної англійської мови, текстологія, дискурсологія, англомовний комп'ютерний текстопростір.

УДК 811.161.2'37'42: 81 '3

МОВНІ ВИТОКИ КОМІЧНОГО В ТЕКСТАХ МАЛИХ ФОРМ *(НА МАТЕРІАЛІ ГАЗЕТИ «СІЛЬСЬКІ ВІСТІ»)*

Ірина МАРИНЕНКО (Київ, Україна)

Стаття присвячена дослідженню мовностилістичних засобів досягнення комічного ефекту в гумористичних текстах малих форм (анекдот, усмішка, гумористичний вислів). Визначені способи досягнення такого ефекту, найактуальніші засоби лексико-семантичного й граматичного рівнів.

Ключові слова: *багатозначність, синоніми, антоніми, омоніми, трансформація фразеологізмів, порівняння, однорідний ряд, анекдот, усмішка, гумористичний вислів.*

The article deals with the investigation of linguistic-stylistic means to achieve comic effect in humorous texts of small forms (joke, smile, humorous expression). The ways to achieve this effect, the most current tools lexical-semantic and grammatical levels are identified.

Keywords: *polysemy, synonyms, antonyms, homonyms, transformation of idioms, comparison, homogeneous row, joke, smile, humorous expression.*

Тема гумору в сучасному українському суспільстві видається особливо актуальною через драматичність нинішньої ситуації, яка потребує певної розрядки, відсторонення від неї хоча б на нетривалий час. Засоби масової інформації досить активно переймаються цією проблемою,