

# ІДЕОГРАМИ ЯК СКЛАДОВА НЕВЕРБАЛЬНОГО СПІЛКУВАННЯ ТА ЇХНІ ОСНОВНІ ТИПИ

Макарук Лариса Леонідівна,

аспірант кафедри прикладної лінгвістики ВНУ імені Лесі Українки

Науковий керівник:

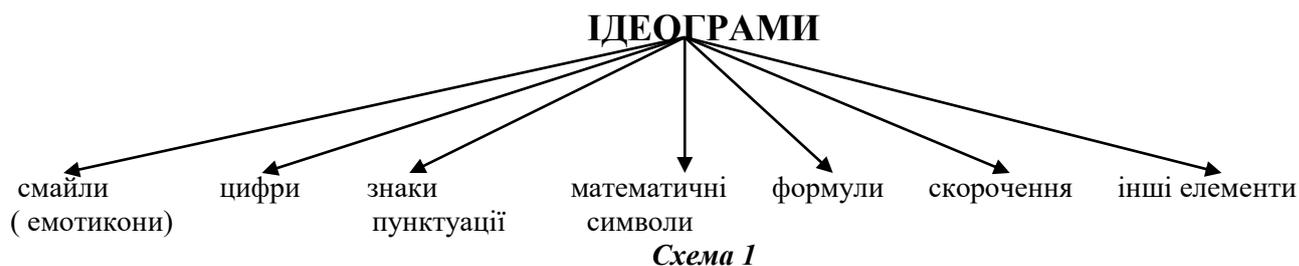
канд. філолог. наук, доц. каф. прикладної лінгвістики факультету РГФ

Рогач Оксана Олексіївна

XXI століття об'єктивно ознаменоване значними інформаційними зрушеннями та інноваціями. Перш за все, це пов'язано зі стрімким розвитком науки і техніки, які, у свою чергу, розширюють спектр форм та способів спілкування. Значне місце у різнопланових формах обміну інформацією займає писемна комунікація, яка потребує комплексного та різностороннього аналізу, що й зумовлює **актуальність обраної теми**. **Мета роботи** полягає у виділенні диференційних ознак невербальних писемних знаків комунікації та їхньої систематизації.

Серед невербальних компонентів комунікації слід виділити особливу групу графічних одиниць, які у різних лінгвістичних джерелах мають назву ідеограм, або логограм. На думку Л. Р. Зіндера, В. Істріна, Д. Крістала, такі знаки доцільніше іменувати логограмами, у той час як О. М. Кондратов, М. Г. Різник, А. О. Білецький, Ю. О. Карпенко номінують їх ідеограмами. У цій роботі ми послуговуватимемося останнім терміном.

У сучасній англійській системі письма за структурою ідеограми слід поділити на дві групи: прості і комбіновані. До простих належать ті, які складаються з одного або кількох однорідних елементів. До комбінованих віднесемо ті, які окрім ідеографічного елемента, містять ще й літерний. Розглянемо послідовно кожен тип ідеограм, які представлені на *схемі 1*.



Фактично, більшість дослідників не розрізняють понять “смайл” та “емотикон”, і, як результат, ототожнюють ці терміни. Однак, на нашу думку, між ними слід провести диференціацію.

Беручи до уваги те, що англійське слово “smiley” є дериватом від “smile”, що у перекладі означає – посмішка, або посміхатись, а “emoticon” своєю етимологією завдячує словоскладанню двох лексичних одиниць “emotion” та “icon” [1, В 50], вважаємо, що першим доцільніше номінувати умовне позначення людського обличчя, яке закріпилося у вигляді яскравого жовтого кола, знаків пунктуації та низки інших знаків. Другим терміном краще було б називати ідеограми, що можуть бути створені шляхом комбінації: а) кількох знаків пунктуації; б) знаків пунктуації та цифр; в) знаків пунктуації та літер; г) літер та діакритичних знаків у різних послідовностях та кількості.

Варто, також, зауважити, що кожне “людське обличчя”, що функціонує у вигляді смайлу, має графічний відповідник, який створений за допомогою кількох ідеограм (знаків пунктуації, діакритичних знаків, цифр та літер). Так, наприклад, усміхненому обличчю ☺ відповідає двокрапка і дужка :), засмученому – ☹ двокрапка, тире та зворотна дужка :-(.

На нашу думку, слід звернути увагу на те, що такий смайл уже є не просто ідеограмою, а набуває ознак піктограми, оскільки в його основу покладене графічне зображення, у якому превалює жовтий колір.

Ще одним видом ідеограм є арабські та римські цифри, кожна із яких має у різних мовах особливі зафіксовані лексичні відповідники. Числа (як цілі, так і дробові) поєднуючись з літерами, або словами та іншими знаками й символами, утворюють комбіновані ідеограми. Наприклад, £ 29. 95 [2, 17], £1m [2, 7], times2 [8, 2], 6.6 % [2, 14]. ½ price [8, 17], £37bn [2,2] G20 [8, 65].

Крім часто вживаних традиційних знаків пунктуації тире, крапок, двокрапок та дужок, нерідко бачимо й активне використання лапок, які вказують на ступінь важливості інформації, своєю формою, розміром та кольором. Шляхом застосування одиничних, або подвійних лапок та ком, на

шпальтах газет подають ключові фрази статей, цитують важливих персон та дописувачів.

Окрему групу становлять математичні знаки, які теж у писемних текстах не виступають в ролі традиційного математичного знака, а виконують зовсім іншу семантико-прагматичну функцію, що зумовлена потребою спілкування. Наприклад, рекламуючи слуховий апарат продуценти виділяють ключове слово “*plus*”, на яке припадає найбільше смислове навантаження, жирним шрифтом, “вбудовуючи” у літеру “*p*” ідеограму та ще раз підкреслюючи важливість сказаного за допомогою словесного ряду “*Life with added sound*”.



Рисунок 1 [The Daily Telegraph, Tuesday 14, October 14, 2008, стр. 14]

Окремий пласт складають хімічні, фізичні чи математичні формули, які доволі часто фігурують у мас-медійних заголовках та створені за допомогою літер та цифр. Наприклад, *Raising tax on dirty cars 'won't cut' CO<sub>2</sub> enough*. [7, 8].

Поряд із звичними літерними скороченнями, у сучасному мас-медійному дискурсі зустрічаються скорочення, створені завдяки поєднанню математичних знаків та літер. Наприклад,  $\langle g \rangle = \textit{small grin}$ ,  $\langle gd\&rvf \rangle = \textit{grinning, ducking \& running very fast}$  [3] та ін.

Подібно до таких скорочень, можна виділити низку ідеографічних, які скомбіновані шляхом комбінації цифр та літер. Варто також зауважити, що найчастіше комбінуються цифри, омофонічні до тих слів чи частин слів, які вони замінюють. До найуживаніших належать 2, 4, 8. Наприклад,  $F2F = \textit{face to face}$ ,  $2B \textit{ or not } 2B = \textit{to be or not to be}$ ,  $B4U = \textit{before you}$  [5]. До іншої групи слід віднести ті, які складаються з літер і таких продуктивних ідеографічних знаків, як @, &, які традиційно позначають *at* та *and*. Наприклад,  $B\&F = \textit{Back and Forth}$  [5],  $D\&M = \textit{Deep and Meaningful}$  [5],  $T@YL = \textit{Talk At You Later}$  [5] та ін.

До особливого виду орфографічних скорочень належать  $gr8 = \textit{great}$  [4, 1],

*2gether = together* [6, 12], *2nite = tonight* [5], *every1 = everyone* [5], *4ever = forever* [5], *L8R = later* [5]. Як бачимо, заміщенню підлягає початок слова, його середина, а також кінець.

Беручи до уваги вище зазначене можна зробити висновок про те, що серед основних груп ідеограм виділяють наступні: смали, емотикони, цифри, знаки пунктуації, математичні символи, формули, специфічні скорочення та інші елементи, на зразок @, &. Уцілому, вони формують мову нового покоління, яка здатна задовольнити потреби у швидкому обміні великим масивом інформації, а також якомога точніше та лаконічніше передати емоції, почуття та переживання комунікантів, економлячи при цьому час та зусилля. Слід також сказати, що такі одиниці потребують різнобічного та комплексного дослідження, бо мова еволюціонує, постійно змінюється і вимагає наукового опису, пояснень та передбачень.

#### ***Список використаних джерел***

1. Longman Dictionary of Contemporary English : словник. – Pearson Education Limited, 2001. – 1668 p.
2. The Daily Telegraph . – 2008, Tuesday, October 14.– No 47, 701. – 32 p.
3. Kass J. Electronic Mail Emoticons (Smilies) & Shorthand (Abbreviations) [Електронний ресурс ] / Johns Kass . – Режим доступу : [www/URL: http://www.kassj.com/netiquette/smilies.html](http://www.kassj.com/netiquette/smilies.html)
4. FT Weekend. – 2009, Saturday/Sunday 21-22, February. – 24 p.
5. NetLingo List of Internet Acronyms & Text Message Jargon [ Електронний ресурс ] . – Режим доступу : [www/URL: http://www.netlingo.com/acronyms.php](http://www.netlingo.com/acronyms.php)
6. The New York Times . – 2008. – Vol. CLVIII. – No 54, 538. – 90 p.
7. The Times. – 2008, Tuesday, August 4. – No 69393. – 84 p .
8. The Times. – 2009, Thursday, November 5. – No 69785 . – 120 p .