

7. Lieber J. Acquisition of adaptation knowledge for breast cancer treatment decision support / J. Lieber, M. D'Aquin, P. Bey, A. Napoli, M. Rios, C. Sauvagnac // 9th conference on artificial intelligence in medicine in Europe. – 2003. – АІМЕ. – Protaras, Chypre. – 2780. – P. 304–313.
8. Mead G-H. Mind, Self and Society from the Standpoint of a Social Behaviorist / G-H. Mead. – Chicago : University of Chicago Press, 1934. – 401 p.
9. Simondon G. Du mode d'existence des objets techniques / G. Simondon. – Paris : Aubier, 1958. – 202 p.
10. Vygotski L-S. Mind in society: the development to higher psychological processes / L-S. Vygotski, edited by Michael Cole [etal.]. – Cambridge : Harvard University Press, 1978. – 159 p.

**Бискуб Ирина.** Дискурс програмного забезпечення як комунікативний артефакт. В статті визначені основні функції комп'ютерів як цифрових артефактів. Установлено, що в дискурсі програмного забезпечення відбувається цифрове форматування і збереження знань, яке передбачає їх формалізоване представлення в формі елементів природного мови. Дискурс програмного забезпечення розглядається як цифровий комунікативний артефакт, в межах якого встановлюється інтегративна зв'язь між комунікативним контекстом графічного інтерфейсу і дистрибутивної когнітивної діяльністю користувача. Моделювання комунікації людини і комп'ютера здійснюється шляхом визначення потенціальних комунікативних контекстів, а також виявлення ймовірних частотно-орієнтованих параметрів мовних засобів, необхідних для генерування релевантного мовного діалогу користувача з комп'ютером. Проаналізовані також особливості когнітивного моделювання знань шляхом використання механізмів дистрибутивного пізнання.

**Ключевые слова:** цифровий артефакт, дискурс програмного забезпечення, природний мови, когнітивне моделювання знань, дистрибутивне пізнання.

**Biskub Iryna.** Software Discourse as a Communicative Artifact. The article highlights the main functions of modern computers as communicative artifacts. We suggest that natural language is used as a main instrument of knowledge formatting and accumulation in the software discourse. Software discourse is considered to be a special type of a digital communicative artifact presenting the integrity of the communicative context of the Graphical User Interface and user's distributed cognition. Modeling Human-Computer communication is carried out through defining the potential communicative contexts. It is also essential to establish a set of probabilistic frequency-oriented language means necessary for generating the relevant human-computer speech dialogue. Cognitive knowledge modeling in the software discourse is viewed through the prism of distributed cognition.

**Keywords:** digital artifact, software discourse, natural language, cognitive knowledge modeling, distributed cognition.

Стаття надійшла до редколегії  
10.04.2014 р.

УДК 681.3:801.3:801.8:802.0:81'42

Сергій Данилюк

### Створення текстів електронної пошти: графічний аспект

У статті описано особливості використання графічних засобів у текстах електронної пошти. Автор визначає терміни «графічні засоби», «паралінгвістичні засоби», «невербальні засоби», «креолізований текст», наводить типологію паралінгвістичних засобів. Акцентовано на ролі й місці графічних засобів у текстах електронної пошти. Проаналізовано особливості використання «смайликів» у текстах електронної пошти.

**Ключові слова:** графічні засоби, паралінгвістичні засоби, невербальні засоби, креолізований текст, «смайлики».

**Постановка наукової проблеми та її значення.** Останнім часом Інтернет перетворився з винятково інформаційного середовища на комунікативно-інформаційне, надавши практично необмежені можливості для міжособистісної, міжкультурної комунікації. Процес спілкування в Інтернеті має низку особливостей, відмінних від рис комунікації, неопосередкованої комп'ютером. Це

спричинило формування деяких специфічних принципів її організації, а також зумовило поширення в цій комунікативній сфері унікальних за своєю природою та функціонуванням жанрових форм.

Зазначимо: тексти, за допомогою яких здійснюється Інтернет-комунікація, досліджені не повною мірою. Це можна пояснити відносно нещодавньою появою не лише електронних текстів, а й гіпертекстової моделі їх створення. Проте останнім часом дедалі частіше з'являються роботи, присвячені дослідженню електронних текстів як способу збирання, аналізу та передавання інформації в сучасних засобах масової комунікації, особливо в Всесвітній мережі Інтернет.

**Аналіз досліджень цієї проблеми.** У процесі аналізу електронних текстів дослідники звертають особливу увагу на гіпертекстову модель їх створення (С. Брейдо, О. В. Дедова, М. Л. Ремнева, Ю. Хартунг, А. Dillon, В. А. Gushrowski), розкривають особливості навігації в гіпертексті (S. Gaggi, Th. van der Geest), не залишають поза увагою графічні засоби гіпертексту (О. В. Дедова, О. Ю. Юрчак, D. S. Miall) і функціонування електронних текстів (Л. М. Босова, С. С. Данилюк, І. В. Рогозіна, А. А. Стриженко).

**Мета статті** – визначити особливості використання графічних засобів під час створення текстів електронної пошти.

**Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження.** Оскільки під час використання в інтернет-комунікації електронного каналу спілкування, у користувачів мережі виникають складнощі при передаванні інтонації, міміки, жестів тощо (тобто тих засобів, які передають емоційний компонент), то в електронних текстах, за допомогою яких відбувається така комунікація, для зняття цих складнощів використовують графічні засоби [7, с. 212]. Графічні засоби, поділяючи думку О. М. Мороховського [10, с. 61], розуміємо як сукупність способів зовнішньої організації тексту. Графічні засоби беруть участь в організації семантичної структури тексту, забезпечуючи його експресивність і прагматичну заданість. Вирішальний вплив на використання графіки справила реклама, один із основних компонентів успіху якої – правильне зорове представлення інформації [6, с. 130–131].

Нині дослідники тексту як одного зі складників комунікативного процесу не обмежуються аналізом лише вербальної частини цього феномену, а звертають велику увагу на текст як семіотично ускладнену структуру. Зростання ролі візуальної інформації загалом і комп'ютерної графіки зокрема особливо актуалізували зацікавленість проблемою паралінгвістичного оформлення тексту. Електронне середовище розширює можливості для функціонування різних семіотичних систем у цілісному просторі тексту. Тексти електронної пошти також характеризуються наявністю і функціональним навантаженням різноманітних невербальних елементів, які допомагають вираженню основних ідей листа. Мета організації тексту з використанням паралінгвістичних засобів – не лише привернення уваги читача до найважливіших, на думку адресанта, текстових фрагментів, а й організація найоптимальнішого режиму сприйняття листа загалом, допомога адресатові при осмисленні листа.

Перші дослідження невербальних засобів комунікації стосувалися функціонування паралінгвістичних компонентів в усному мовленні. Однак останнім часом увагу дослідників дедалі більше привертає увагу не лише паралінгвістика усного тексту, а й графічна семантика писемного тексту, що пояснюється, насамперед, «стрімким зростанням візуальної інформації в сучасній комунікації» [1, с. 5]. Тому сьогодні активно розробляється проблема інструментарію невербальних засобів писемних текстів, що створило передовсім основу для виникнення нової характеристики тексту з позиції наявності в ньому несловесних елементів – креолізованості.

Креолізовані тексти – це тексти, фактура яких складається з двох частин – вербальної та невербальної, які належать до інших знакових систем, аніж природна мова [9, с. 180]. Цілком очевидно, що текст, реалізований у віртуальній формі, не має можливості вдаватися винятково до засобів, які традиційно виділяють (фотографія, малюнок, таблиця, схема, шрифт, кольори, друкарські знаки тощо), тому змушений виробляти власні, специфічні засоби й максимально повно використовувати їх образотворчі властивості [8, с. 74]. Так, наприклад, в одному з листів електронної пошти спостерігається наявність додатку – фотографії, що допомагає адресатові максимально наблизитися до головної ідеї листа, краще зрозуміти його автора.

Якщо в традиційній інтерпретації писемних креолізованих текстів невербальний компонент розуміється як винятково графічний, тобто іконічний компонент тексту може бути представлений ілюстраціями, символічними зображеннями, то з появою текстів особливого типу, а саме електронних, виникає потреба розширити межі змісту поняття «невербальний компонент тексту» у зв'язку із залученням до цього поняття не лише графічних, а й аудіальних і динамічних компонентів

(мультиплікаційних, музичних, мовних фрагментів) віртуального тексту, що також правомірно віднести до числа показників креолізованості [3, с. 11].

Паралінгвістичні засоби оформлення електронного тексту можуть мати таку класифікацію: 1) іконічні (графічні): фотографії, малюнки, таблиці; формули, символи; 2) аудіальні (звукові): музичні, мовні фрагменти; 3) мультимедійні (інтеграція графіки, звуку, динаміки) [5, с. 165].

Є підстави стверджувати, що у віртуальному тексті поняття «невербальний засіб» розширюється і набуває нових змістових компонентів. До завдань, які мають виконувати невербальні компоненти (залучення уваги, утримання уваги, організація спілкування), долучаються додаткові, специфічні для електронного тексту, а саме: організація особливого типу спілкування – віртуального, опосередкованого, отримання зворотної реакції, формування умов, сприятливих для здійснення інформаційного впливу та комунікації. Очевидно, що всі засоби, котрі використовують для створення електронного листа, безпосередньо або опосередковано виявляють спрямованість на досягнення цієї мети.

Використання паралінгвістичних засобів дає змогу збільшити число каналів сприйняття, за якими інформація передається адресатові, що сприяє ефективнішому її засвоєнню. Адресатові не лише надається якась додаткова інформація, а відбувається ефективніше залучення суб'єкта сприйняття інформації до індивідуально-авторської картини світу, до його комунікативного простору, до системи авторського мислення і відповідно, до системи тексту, який сприймається. При цьому адресант зберігає функцію контролю за процесом декодування інформації, розставляючи акценти так, щоб спрямувати сприйняття та розуміння тексту адресатом у задуманому напрямку.

В одному з листів адресант додає до тексту фотографію і музичний фрагмент. Це створює можливості для підвищення емоційного навантаження пропонованого матеріалу та збільшує число каналів сприйняття. Запропонований текст, графічне зображення і музичний фрагмент адресат сприймає як цілісну структуру без виокремлення з неї окремих елементів. Зв'язок таких елементів забезпечує глибше й повніше розуміння інформації і тим самим сприяє досягненню адресатом комунікативної мети.

Графічна інформація потрібна для адекватного передавання емоційного сегменту повідомлення. Під час писемної комунікації втрачається інтонація, міміка та жести, адресант не деталізує описи, властиві звичайному писемному мовленню. Тому роль компенсаторних механізмів, які зумовлюють розуміння та економію зусиль адресата, виконують «смайлики» – графічні символи, які утворюються в текстовому режимі на звичайній клавіатурі [2, с. 58–59].

«Смайлики» визначають як своєрідне співвіднесення почуттів та графічних знаків на моніторі. Їх можна вставляти в повідомлення та в деякі чати ICQ. Вони значно допомагають краще передати емоції, тому їх також називають емотиконами. Існують цілі списки таких «смайликів», які передають різноманітні відтінки переживань. Такі символи передають емоції, які відчуває користувач, щоб компенсувати брак емоційної насиченості спілкування, які передаються невербально. Це говорить про реаліцентризм віртуального спілкування, тобто про тенденцію відшкодовувати втрати віртуального спілкування [4, с. 73]. Зазвичай, емотикони йдуть за реченнями або знаками пунктуації. Емотикони підказують адресатові листа, що адресант, виділяючи це слово чи речення, хоче зробити ремарку.

Похідними від звичних нам «смайликів» стали «японські смайлики». Вони передають емоції на обличчі людини й допомагають краще зрозуміти повідомлення. Наразі їх використання стало своєрідним мистецтвом. Це закодована мова, якою можна написати повідомлення без жодного слова. Японські смайлики з'явилися зовсім нещодавно, але прогресують із небаченою швидкістю, їх почали інтенсивно використовувати далеко за межами їх історичної батьківщини. Загалом вони є дублерами в передаванні різноманітних емоцій. Існують навіть цілі списки «японських смайликів».

На нашу думку, велику кількість «смайликів» може використовувати лише той адресант, який сам досить непогано володіє ними й упевнений у тому, що адресат розуміє їх. Це двосторонній процес, у якому мають брати участь двоє Інтернет-співрозмовників, кожен із яких має розуміти так звану кодовану мову – мову «смайликів».

До інших графічних засобів належить також виділення певних слів, речень і частин тексту за допомогою зміни шрифту або написання їх великими літерами. Наприклад, в одному з листів електронної пошти спостерігаємо таке явище: адресант виділяє частину речення, написавши її лише великими літерами й має за мету акцентування уваги отримувача саме на цій частині речення: ... *IT'S FINISHING IN ...*



Виокремлюють ще один спосіб передавання мовного змісту – смислова важливість інформації підкреслюють повторенням однієї і тієї самої графеми. Це так званий «конічний принцип», сутність якого полягає в тому, що чим більше місця у свідомості адресанта займає інформація, тим більше зорового простору має займати ця сама інформація [6, с. 9]. Відповідно, якщо ця інформація займає графічно більше простору, на неї звертається більше уваги: COOOOOOOOOOOOL!!!!!!!!!!!!!!!!!!!! (14), WHAAAAAAT? (15).

**Висновки та перспективи подальшого дослідження.** У текстах електронної пошти, поряд із вербальними засобами комунікації, дедалі більшого поширення набувають і графічні засоби, які відіграють важливу роль під час використання сучасних електронних засобів масової комунікації. Серед подальших перспектив цього дослідження вбачається потреба виявлення й опису особливостей використання графічних засобів у текстах інших Інтернет-сервісів.

#### Джерела та література

1. Анисимова Е. Е. Лингвистика текста и межкультурная коммуникация (на материале креолизованных текстов) / Е. Е. Анисимова. – М. : Академия, 2003. – 128 с.
2. Баранов А. Н. Введение в прикладную лингвистику / А. Н. Баранов. – М. : Эдиториал УРСС, 2001. – 360 с.
3. Бодик О. П. Проблема дискурсу в сучасній лінгвістиці / О. П. Бодик // Проблеми загальної, германської, романської та слов'янської стилістики : матеріали II Міжнар. наук.-практ. конф. (Горлівка, 19–21 трав. 2005 р.). – Горлівка : ГДПІМ, 2005. – Т. 1. – С. 9–12.
4. Боярова К. Лінгвістичні особливості віртуальної комунікації людей / К. Боярова // Семантика мови і тексту : зб. ст. VIII Міжнар. конф. (Івано-Франківськ, 5–7 жовт. 2003 р.). – Івано-Франківськ : Плай, 2003. – С. 70–74.
5. Короленко И. С. Виртуальный дискурс всемирной сети в процессе глобализации / И. С. Короленко // Функционирование русского и украинского языков в эпоху глобализации : сб. науч. докл. X Междунар. конф. по функц. лингв. (Ялта, 14–16 июня 2003 г.). – Ялта : ТНУ, 2003. – С. 165–166.
6. Луканина М. В. Газетный текст через призму теории коммуникации / М. В. Луканина // Вестник Моск. ун-та. Сер. 19 : Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2003. – № 2. – С. 123–133.
7. Лукашенко Н. Г. Засоби графіки у комп'ютерному дизайні текстів Інтернет-форумів / Н. Г. Лукашенко // Проблеми семантики слова, речення та тексту. – К. : Вид. центр Київ. нац. лінгв. ун-ту, 2003. – Вип. 9. – С. 212–218.
8. Пікчер А. І. Специфіка англомовного комп'ютерного дискурсу / А. І. Пікчер, Н. С. Терещева // Мовні і концептуальні картини світу. – К. : Логос, 1999. – Вып. 7. – С. 69–74.
9. Сорокин Ю. А. Креолизованные тексты и их коммуникативная функция / Ю. А. Сорокин // Оптимизация речевого воздействия. – М. : Наука, 1990. – С. 180–186.
10. Стилистика английского языка / [А. Н. Мороховский, О. П. Воробьева, Н. И. Лихошерст и др.]. – Киев : Вища шк., 1991. – 272 с.

**Данилюк Сергей.** Создание текстов электронной почты: графический аспект. В статье описаны особенности использования графических средств в текстах электронной почты. Автор дает определение терминов «графические средства», «паралингвистические средства», «невербальные средства», «креолизованный текст», приводит типологию паралингвистичних средств. Предложена классификация паралингвистичних средств электронных текстов. Подчеркнуты роль и место графических средств в текстах электронной почты. Приведен перечень графических средств, используемых при написании текстов электронной почты. Выделены основные способы передачи речевого содержания в текстах электронной почты. Также в статье анализируются особенности использования «смайликов» в текстах электронной почты.

**Ключевые слова:** графические средства, паралингвистические средства, невербальные средства, креолизованный текст, «смайлики».

**Danyliuk Serhiy.** Creation of E-Mail Texts: Graphic Aspect. Peculiarities of usage of graphic means in e-mail texts are described in the article. The author gives definitions of such terms as «graphic means», «paralinguistic means», «non-verbal means», «creolized text». The typology of paralinguistic means of electronic texts is suggested in the article. The role and place of graphic means in e-mail texts are underlined. The list of graphic means used in writing e-mail texts is offered. Basic methods of the transmission of speech content in e-mail texts are singled out. Peculiarities of usage of «smileys» in e-mail texts are also analyzed in the article.

**Key words:** graphic means, paralinguistic means, non-verbal means, creolized text, «smileys».

Стаття надійшла до редколегії  
13.03.2014 р.