

ЛЕКСИКО-ГРАМАТИЧНІ ЗАСОБИ СТВОРЕННЯ СТИСЛОГО ТЕКСТУ (НА МАТЕРІАЛІ УКРАЇНСЬКИХ МАС-МЕДІА)

Ірина МІРОШНИЧЕНКО (Дніпропетровськ, Україна)

У статті розглянуто лексико-граматичні засоби лінгвістичної компресії (стиснення тексту) на матеріалі текстів українських мас-медіа.

Ключові слова: лінгвістична компресія інформації, засоби компресії тексту, лексичні засоби компресії, мас-медійний дискурс.

The article deals with the lexical and grammatical methods of linguistic compression (compressed text) on the basis of ukrainian mass-media texts.

Key words: linguistic information compression, methods of compressed text, lexical methods of compression, mass-media discourse.

У статті в загальному вигляді ставиться проблема дослідження стислого лінгвістичного твору в українському мас-медійному дискурсі, яка є актуальною, оскільки сучасна технологічна епоха стимулювала не бачений раніше розвиток засобів комунікації: завдяки Інтернету, телебаченню, мобільному та супутниковому зв'язку людина опинилася у вихорі інформації, яку не в змозі охопити. Тому поняття «економія часу» на засвоєння інформаційного потоку стало гострою проблемою у нашому суспільстві як для споживачів інформації, так і для її поширювачів. У зв'язку з цим у вербальній комунікації значно зросла тенденція до економії мовних засобів у розвиткові мас-медійного дискурсу.

Питання мовної економії та компресії залучили увагу багатьох вітчизняних і зарубіжних учених: Е. Я. Алянської, Ю. С. Бернадської, Н. С. Валгіної, Т. Г. Винокур, Н. О. Гетьман, Б. П. Дюндика, Н. Г. Калашник, Л. Н. Мурзіна, О. І. Панченко, Л. В. Сахарного та інших. У своїх працях ці науковці проаналізували особливості стислого тексту та засоби його створення, але особливості досягнення стислості в українському мас-медійному тексті ще не були предметом спеціального дослідження. Тому **метою даної статті** є розгляд

особливостей лексико-граматичних засобів створення стислого тексту в українському мас-медійному дискурсі.

Лінгвістична компресія (стиснення тексту) – це спосіб мовленнєвої економії, що полягає у досягненні максимуму комунікативного ефекту з використанням мінімуму репрезентованих мовних засобів [6:64]. Спираючись на загальні знання, власну ерудицію, менталітет, культурне оточення споживачів інформації, лінгвістична компресія (стиснення тексту) базується на використанні певних мовних моделей та конструкцій. Мовленнєве текстотворення має тенденцію до природної для людини економії мовних засобів (а, отже, і економії зусиль, затрачених для цього), а в сучасних мас-медійних текстах (будь-якою мовою взагалі і українською зокрема) це прагнення найбільш яскраво виражене саме через гостроту питання об'єму медіа-тексту. Тенденція до стиснення мас-медійних текстів виявляє себе на всіх мовних рівнях: фонетичному, графічному, морфологічному, лексичному, синтаксичному, семантичному.

Об'єм мас-медійних текстів і ступінь їх організаційної складності залежать від жанрової належності, комунікативного завдання, парадигматичних характеристик компонентів висловлювання і регулюється правилами текстотворення (універсальними мовними, специфічними текстовими, жанрово-стилістичними). Стиснення об'єму тексту відбувається завдяки методам мовної компресії за рахунок підвищення інформативності мовних одиниць та елімінування тих одиниць, які можуть бути відтвореними із невербальної частини тексту без зміни його інформаційного змісту та комунікаційної мети (тобто, текст несе одне й те ж змістове наповнення до стиснення і після нього, але цей зміст виражений різною кількістю мовних одиниць). Так, Б. П. Дюндик визначає: «Компресія – закономірні перетворення вторинного порядку, які застосовуються мовцем до двох або більше базових трансформ і сприяють перетворенню розгорнутих складних конструкцій до вигляду менш складного, передаючи той же самий об'єм інформації, що і повні розгорнуті синтаксичні структури» [4:283].

Учені-лінгвісти серед лексико-граматичних засобів створення стислого тексту визначають такі: на морфологічному рівні – використання морфем та різних

частин мови для створення скорочених форм; на лексичному – використання різних способів словоскладання (універбації, телескопії, зрощень, абревіації, субстантивації), фразеологізмів, запозичень; на синтаксичному – еліipsis, граматично неповні речення, контамінацію, членування, безсполучниковість. За нашими спостереженнями, усі ці засоби притаманні створенню текстів для ЗМІ.

Розглянемо далі особливості використання лексико-граматичних методів в українських ЗМІ. **Словоскладання** як метод стиснення є продуктивним і широкоживаним засобом створення стислих текстів у ЗМІ. Нове похідне слово, утворене з двох і більше граматично і семантично пов'язаних словоформ для позначення якогось поняття, є синонімом до цієї розгорнутої назви і завжди може бути відтвореним, слугуючи при цьому економії об'єму висловлювання. Так, серед найрозповсюдженіших засобів стиснення висловлювань на рівні словоскладання – **основоскладання** – безафіксний спосіб словотворення (хоча часто використовуються інтерфікси): *тушкофракція, шпигуноманія, працевлаштування, душогуб, лісостеп*.

Універбація – згортання найменувань – процес утворення однолексемної дефініції шляхом відсікання компонента (або кількох компонентів) словосполучення з додаванням афіксів, у результаті чого семантика конденсується в одному слові. У цьому мовному явищі ми бачимо механізм згортання компонентів смислів, які давно засвоєні, стереотипні для мовця і слухача, в один семантично значущий компонент, а ментальні семантичні зв'язки в уяві слухача відтворюють лексичне значення новотвору: *маршрутка* < таксі, що рухається за заданим маршрутом, *автоцивілка* < обов'язковий поліс страхування цивільно-правової відповідальності власників наземних транспортних засобів. Семантика новотвору концентрується у прикметнику, саме він і несе суму значень усіх елементів. До видів універбації відносять суфіксальну універбацію (*кредитка* < кредитна картка, *бюджетник* < працівник закладу бюджетного фінансування, *пільговик* < особа, що користується соціальними пільгами) та еліптичне стиснення словосполучення з конденсацією семантики, тобто імплікацію опорних компонентів (*мінус тридцять* < мінус тридцять градусів за Цельсієм, *опади* <

атмосферні опади). Поняття універбації у лінгвістиці трактується по-різному: деякі вчені для назви універбатів із суфіксом -к- застосовують назву «згортання найменувань», «згортання», виокремлюючи ці слова в окрему групу (*оборонка, підземка, персоналка, зрівнялівка, заліковка, планерка, мінімалка, криміналка* і под.). Значення такого нового слова несе в собі у стислій формі всю суму значень словосполучення, від якого походить. Такі форми іменників давно існували у мові (*вівсянка, запіканка, манка*), особливо у розмовній (*страшилка, ґрунтівка*), але наразі цей спосіб словотвору став особливо популярним і активно використовується у ЗМІ через свою стислість, експресивність та невимушеність.

До продуктивних засобів стиснення текстів треба віднести **складноскорочені слова**, утворені шляхом поєднання в одну лексему скороченої частини слова з цілим словом (*фіндиректор* < фінансовий директор, *Нацбанк* < Національний банк, *Мінздоров'я* < Міністерство здоров'я, *зарплата* < заробітна плата, *автодилери* < автомобільні дилери, *соцдослідження* < соціальні дослідження, *політанатомія* < політична анатомія та ін.) або складанням скорочених основ (*Кабмін* < Кабінет Міністрів, *нардеп* < народний депутат, *завмаг* < завідувач магазину, *сучукркін* < сучасне українське кіно, *власкор* < власний кореспондент).

Складноскорочені слова, утворені складанням назв початкових букв твірних слів або початкових звуків твірних слів називають **абревіатурами**. Види абревіатур визначаються їхніми компонентами: літерні абревіатури складаються з початкових літер (*МЗС, ДЦП, ЄС, УТН, ТСН, ДТП*), звукові абревіатури – з початкових звуків (*ПАРЄ, УЄФА, ЗАГС, НАН, УПА*). В українській лінгвістиці для позначення абревіатури рідко вживається дефініція «акронім». Як активно використовуваний засіб компресії мас-медійних текстів, вдалі абревіатури виконують подвійну функцію: скорочують складне найменування, економлячи час для вимовляння довгої назви і місце та зусилля для запису, і збагачують мову новими словами, які коротко і водночас точно називають предмет: *НБУ, ЖКГ, КНР, СБУ* і т.д. Точність назви-абревіатури зумовлена предметною співвіднесеністю умовного скорочення та опорного словосполучення, тобто,

абревіатура і повна назва – стилістичні синоніми: *ОСББ* < Об'єднання співвласників багатоквартирного будинку. Абревіатури загальноживані та ті, що давно утворилися у мові і побутують довгий час, легко сприймаються аудиторією. Але використання вузькоспеціалізованих абревіатур недоречно в усних мас-медійних повідомленнях, а в письмових текстах вимагає подальшого розшифрування.

Функцію компресії, що слугує меті скорочення вже існуючих у мові лексем, виконують і **усічення слів** – спосіб утворення нових слів відкиданням частини твірної основи. Усічення побутували переважно у розмовній мові, жаргонах, часто виступаючи результатом мовної гри, але на сучасному етапі активно стали вживатися на телебаченні і радіо, а також у жанрах писемної форми ЗМІ, реалізуючи своєю там появою прагнення до стислості та функціональності мови: *комп* < комп'ютер, *тату* < татуювання, *універ* < університет, *інет* < Інтернет. Але часто усічені похідні моделі відрізняються від твірних зниженим стилістичним забарвленням.

Телескопія – один із відносно нових способів компресивного словотворення із унікальними структурно-семантичними і функціональними особливостями: складання і усічення компонентів тут взаємодіють одночасно. Найчастіше нова лексема складається з першої частини першого компонента і кінцевої частини другого компонента, утворюючи цікавий і оригінальний композит : *біоніка* < біологічна електроніка, *реанімобіль* < реанімаційний автомобіль, в інших випадках поєднується одна повна і одна усічена основа: *квадроцикл* < квадрат мотоцикл. Існує цілий ряд моделей створення телескопних композитів, але чітко сформульованих правил компонування немає. Головна вимога до таких новотворів – частини повинні бути впізнаваними при злитті морфем (або їх частин) та семантичних значень. Слова-телескопізми мають семантичну і формальну оформленість, але їх морфологічна структура не завжди чітка. Часто в основі утворення телескопізмів лежить намір надати мовленню експресивності, що забезпечується новизною та незвичайністю форми такого слова-композита, його багатим смисловим наповненням, тому й використовуються вони найчастіше в

рекламних текстах з метою привернення уваги та створення незабутніх емоційних образів. У поширеності вживання телескопізмів ясно простежується «мовна мода».

Субстантивация прикметників та дієприкметників – продуктивний метод мовної компресії, широко використовуваний у мас-медійному дискурсі. Явище субстантивации відносять до семантично-морфологічного методу словотворення. Воно полягає у вживанні лише прикметника чи дієприкметника замість словосполучень прикметник+іменник, дієприкметник+іменник, причому прикметники та дієприкметники повністю зберігають свої граматичні особливості: *вихідний* < вихідний день, *старенька* < старенька жінка, *безробітний* < безробітний чоловік, *обдурені* < обдурені громадяни, *мітингуючі* < мітингуючі громадяни, *донецькі* < донецькі бізнесмени, *Піднебесна* < Піднебесна імперія.

Вирішити завдання стиснення тексту допомагають **іншомовні** слова та **калькування**, якими так «розквітає» Інтернет, теле- та радіоефір у останні десятиліття, коли розширення меж явища запозичення, спричинене глобалізаційними процесами в економічній, науковій, соціальній і культурній сферах життя, стало неминучим і привело до своєрідного «вибуху». Слова *смартфон, ретро-дизайн, нано-технології, НАСА, УЄФА, шоу-мен, онлайн-конференція, менеджер, профі, рейтинг, хакер, догхантер, шоу-рум, гаджет, смарт-експерт, клімат-інжиніринг* та інші набули комунікативної актуальності. Деякі запозичення, швидко ввійшовши в мову, адаптувалися настільки, що «обросли» українськими суфіксами: *піарник, сидішки, айтишник, окейний, онлайн-новий*. Із метою компресії інформації активно використовуються неадаптовані іншомовні слова або їх компоненти: *e-гид, call-центр, LCD-телевізор, IT-фірма, wi-fi*. Продуктивним компресуючим матеріалом виступають терміноелементи латинського та грецького походження: *ультраколір, нейрошолом, антипропаганда, неофашизм, суперзасіб, екстрагазета*. Ось, наприклад, заголовок і анонс новини в області культури: «**Франко updated** У Києві з'явився унікальний і дуже цікавий артоб'єкт. На відміну від усталених зразків українського стрит-арту (*графіті, стенсіли, трафарети*), Єжи Коноп'є пішов особливим шляхом...» (УНІАН, 22.06.13, збережена орфографія автора).

Вживання **фразеологізмів** як способу компресії інформації пов'язане з їх структурно-семантичними особливостями, а саме тенденцією зближення зі словами: «не лише їх лексичні компоненти прагнуть перетворитися на морфеми, але і їх синтаксична структура тяжіє до перетворення в словотворчу» [5, с.124]. Значення фразеологічної одиниці не співпадає зі значенням її компонентів, як зазначав академік Щерба Л.В., це «не сума смислів, а новий смисл». Крім досягнення особливих виражальних та смислових цілей, фразеологізми суттєво стискають повідомлення, конденсуючи інформацію та її емоційні відтінки: дефініція містить більше мовних компонентів, ніж фразеологізм. Наприклад, модифікація крилатого вислову «І ти, Бруте?» у виданні «Політика і культура»: *І ти, Данилич? Екс-президенту «ліплять» справу Щербаня* («ПіК» від 29.03.2013). У короткому за кількісним складом виразі закладений набагато довший за семантичним вираженням смисл: К.Л.Кучму підозрюють у справі, до якої, як здавалося, він не мав би бути причетним. В українських мас-медійних текстах активно вживається все різноманіття зі скарбниці фразеологізмів: власне фразеологізми, прислів'я, приказки, крилаті вислови, просторіччя, сленгові ідіоми, а також їхні трансформації :1) *Бюджет-2014: Кабмін пише «з коліс»* («УНІАН» від 11.09.2013); 2) *Нарешті знайшлася людина, яка розставила крапки над «і»* («ПіК» від 18.07.2013); 3) *Колісниченко непомітно підклав Януковичу свиню* («ПіК» від 27.07.2013); 4) *Український веб-простір: від «розділяй і володарюй» до «об'єднуй і спрямовуй»* («День», від 8.10.2013). Семантичні та структурні трансформації фразеологізмів і крилатих висловів свідчать про їхній експресивний та прагматичний потенціал, дають можливість уникнути стандартних висловів і демократизувати сучасну комунікацію: 1) *Привид бродив Придніпров'ям* («Зоря» №74 від 25.09.2013); 2) *ЗАЗ-ювіляр має «наполеонівські плани» і ... скорочує робочий тиждень* («Україна молода», 25.10.2013); 3) *Закордон йому допоможе?* («Україна молода», 25.10.2013) – трансформація крилатого виразу із роману І. Ільфа та Є. Петрова «Дванадцять стільців»: *«заграниця нам поможет»*.

Отже, сучасна українська мова, її лексичний потенціал володіють багатим арсеналом можливостей для того, щоб конденсувати інформаційну насиченість

тексту, скорочуючи кількість мовних одиниць. Стиснення мас-медійних текстів різних жанрів зумовлюється стремлінням до економії мовних засобів, прагненням їхніх творців подавати інформацію раціонально та прагматично. В українському мас-медійному дискурсі у якості засобів стиснення (компресії) текстів використовуються різноманітні лексико-граматичні засоби. На лексико-морфологічному рівні застосовуються складання основ, складноскорочені слова, абрєвіатури, універбація, усічення, телескопія, запозичення, кальки, фразеологізми. Більш компактні та економні моделі вираження думки відповідають сучасним установкам суспільства: тенденціям економії часу та зусиль на передачу та отримання інформації. Опираючись на ці причини, можемо стверджувати, що існує обґрунтована потреба у детальному дослідженні проблеми стиснення тексту в українському мас-медійному дискурсі.

БІБЛІОГРАФІЯ

1. Алексеев Д. И. Сокращенные слова в русском языке / Д. И. Алексеев. – Саратов : Изд-во СГУ, 1979. – 328 с.
2. Ахметжанова З. К. О процессе универбации / З. К. Ахметжанова // Проблемы теории и методики преподавания иностранных языков и литературоведения. – Алма-Ата, 1977. – Вып. 2. – С. 108 – 117.
3. Валгина Н. С. Теория текста. – М. : Логос, 2003. – 280 с.
4. Дюндик Б. П. Компрессия и некоторые вопросы перевода / Б. П. Дюндик // Бизнес-образование и эффективное развитие экономики. – Иркутск : ИГУ, 2007. – С. 282–288.
5. Молчкова Л. В. Идиоматизация как способ компрессии информации / Л. В. Молчкова // Вестник Волгоградского гос. ун-та. Серия 2 «Языкознание». 2012. – № 2 (16) – С. 124–128.
6. Панченко Е. И. Лингвистика сжатого текста (на материале современного русского языка) : дис...д-ра филол. наук: 10.02.02 / Е. И. Панченко. – Днепропетровск : ДГУ, 1998. – 380 с.
7. Шокина А. Б. Языковая компрессия в рекламном тексте / А. Б. Шокина // Вестник Московского университета. Серия 10 «Журналистика». – 04/2009. – № 2. – С. 189–195.