

УДК 811.161.2'42

Мірошниченко І. Г.

старший викладач кафедри іноземних мов
Дніпропетровського національного університету
залізничного транспорту імені В. Лазаряна
м. Дніпро, Україна

ГРАФІЧНІ ЗАСОБИ ПОБУДОВИ СТИСЛОГО ТЕКСТУ В УКРАЇНСЬКОМУ МЕДІАДИСКУРСІ

Анотація. У статті аналізуються види графічних засобів, використовуваних в українському мас-медійному дискурсі, їхній прагматичний та семантичний потенціал у різних медіажанрах, роль у формальній та інформаційній структурах стислого тексту.

Ключові слова: мас-медійний дискурс, стислий текст, компресія інформації, графічні засоби мовної компресії, медіажанри.

GRAPHIC MEANS OF COMPRESSED TEXT STRUCTURE IN UKRAINIAN MASS MEDIA DISCOURSE

Summary. The aim of this article is to analyse graphic means of compressed texts in Ukrainian mass media discourse, determine their pragmatic and semantic potential in different media genres, and their role in formal and information structure of the compressed text.

Key words: mass media discourse, compressed text, information condensation, graphic means of linguistic compression, media genres.

ГРАФИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА ПОСТРОЕНИЯ СЖАТОГО ТЕКСТА В УКРАИНСКОМ МЕДИАДИСКУРСЕ

Аннотация. В статье анализируются виды графических средств, используемых в украинском масс медийном дискурсе, их прагматический и семантический потенциал в разных медиажанрах, роль в формальной и информационной структурах сжатого текста.

Ключевые слова: масс медийный дискурс, сжатый текст, компрессия информации, графические средства языковой компрессии, медиажанры.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Український мас-медійний дискурс став предметом активних наукових досліджень на початку ХХІ століття завдяки тим глобальним змінам, які в ньому відбулися, і тій важливій ролі в суспільстві, яку він виконує. Завдяки революційним зрушенням, які принесли комп'ютерні та телекомунікаційні технології, вітчизняні ЗМІ вийшли на новий рівень інформування, що привело за собою оновлення всіх застосовуваних методів та підходів. У широкому колі розвідок, присвячених презентації інформації в українському медіадискурсі, прискіплива увага приділяється медіатекстам як основній формі передачі повідомлень. Багато вчених сходяться на ідеї про те, що найбільшого поширення наразі набирають короткі за об'ємом, структурно згорнуті, лаконічні тексти з насиченим інформаційним змістом, які у лінгвістиці отримали термін «стислий текст» (далі – СТ) [4]. Як і будь-якому текстовому утворенню, СТ притаманні завершеність, самостійність, інтертекстуальність, комунікативно-прагматичний потенціал, певний набір мовного інструментарію, що дозволяє виокремити його як текстовий жанр, основними категоріями якого виступають інформативність та структурна стислість.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Зважаючи на прагматичну мету СТ, що може виражатися в економії зусиль для створення тексту; заощадженні площі, яку займає текст на сторінці газети, на екрані комп'ютера,

на рекламному банері; економії часу на сприймання тексту реципієнтом; пришвидшенні процесу запам'ятовування інформації; приверненні уваги читача; емоційному впливові; передачі найбільш суттєвої інформації – продуцент повинен приділити особливу увагу доборові графічних, лексичних, синтаксичних, стилістичних засобів, які сприятимуть вирішенню поставленого завдання.

Важливе місце у стисненні формальної структури тексту належить графічним засобам подачі інформації. Їх роль у друкованому тексті наразі активно вивчають такі вчені-лінгвісти, як О. Грищева [1], Х. Кафтанджиєв [2], Т. Крутько [3], О. Панченко [4], Н. Собченко [5], Т. Сурікова [6] А. Феррас [7] та інші.

Мета статті. Досліджуючи стислі тексти в сучасному дискурсі українських мас-медіа та систему лінгвістичного інструментарію, який використовується для згорнення семантично-формальної структури тексту, ми звернули увагу на той факт, що в українському мовознавстві налічується мало праць, присвячених питанням графічної компресії інформації в різних типах дискурсу. Звідси й **мета статті** – аналіз системи графічних засобів, які застосовуються в стислих текстах українського медіадискурсу. У нашій розвідці ми прагнемо розв'язати такі завдання: 1) охарактеризувати спектр засобів графічної компресії в мас-медійному дискурсі; 2) з'ясувати прагматичний потенціал цих засобів у стислих текстах ЗМІ; 3) визначити роль графіки в СТ на матеріалі українськомовних медіатекстів.

Виклад основного матеріалу дослідження. У СТ, як у творові з особливими прагматичними завданнями у медіадискурсі, поєднується велике різноманіття лінгвістичних способів, спрямованих зменшити об'єм тексту без кількісної втрати інформації. До таких методів учені зараховують семантичні, морфологічні, лексичні, синтаксичні й графічні засоби конденсації інформації та згорнення структури мовних одиниць повідомлення.

За нашими дослідженнями, графемний рівень мовної компресії реалізується в українських ЗМІ за допомогою таких засобів: використання

загальноприйнятих умовних буквених скорочень та позначень із різних галузей знань та сфер людської діяльності; буквено-цифрових скорочень; оказіональних скорочень; використання цифрових позначень чисел замість числівників; графічних виділень; специфічного застосування розділових знаків.

Загальноприйняті **умовні скорочення та позначення** з різних галузей знань та сфер людської діяльності активно використовуються в стислих мас-медійних текстах, що не лише скорочує площу, зайняту повідомленням, але й полегшує процес читання: *см* < сантиметр, *м/с* < метрів за секунду, *кг* < кілограм, *м* < метр, *грн* < гривня, *кв. м.* < квадратний метр, *кВт* < кіловат, *мм* < міліметр. Це багаточисленна категорія позначень, які можна розподілити на групи відповідно до типу їх утворення: буквених скорочень без розділових знаків буквених скорочень із розділовими знаками.

До **буквених скорочень без розділових знаків** ми уналежнюємо загальноприйняті скорочення, відомі кожному пересічному обивателю, такі, як: *млн* < мільйон, *хв* < хвилина, *год* < година, *грн* < гривня, *пт* < п'ятниця. Серед **буквених скорочень із розділовими знаками** слід виокремити кілька видів відповідно до тих розділових знаків, які вживаються в даному графемному утворенні:

- буквені скорочення з крапкою (*сх.* < схід (сонця), *зах.* < захід, *трив.* < тривалість (дня), *тел.* < телефон, *ст.* < стаття, *м.* < місто, *обл.* < область, *вул.* < вулиця, *кім.* < кімната, *в.о.* < виконувач обов'язків тощо);

- буквені скорочення з дефісом або похилою рисою (*ч-б* < чорно-білий, *б-р* < бульвар, *пр-т* < проспект, *з/п* < заробітна плата, *т/ф* < телефон, *х/ф* < художній фільм, *т/с* < телевізійний серіал);

- буквені скорочення з одночасним використанням різних розділових знаків (*півд.-схід.* < південно-східний).

Зазначені види скорочень суттєво згортають формальну структуру стислого тексту та полегшують процес його сприйняття завдяки тому, що читач володіє фоновими та загальними знаннями, які стоять за такими позначеннями.

До **буквено-цифрових скорочень** ми зараховуємо словотвори з цифрами та словами або частинами слів: *32-річний, 4-й < четвертий, у 2013-му, 20-те місце, 13-літня, 202-га (річниця), 200-літровий (контейнер)*. Ось як, наприклад, виглядає кількісний склад речення стислого тексту (у даному випадку короткої замітки) із буквено-цифровими скороченнями: *Створили 2008-го як альтернативу традиційним валютам* («Газета по-українськи», № 90 від 10.11.15, с. 13), в якому порядковий числівник *дві тисячі восьмого* замінено буквено-цифровим еквівалентом *2008-го*, що дало змогу скоротити довжину висловлювання на 10 графем та 2 пробіли (всього на 12 позицій).

Оказіональні скорочення виникають внаслідок творчої роботи укладача стислого тексту, коли в мові не існує загальноприйнятих та поширених умовних скорочень та позначень, але має бути досягнена прагматична мета скоротити площу, яку займає повідомлення. За такої умови у стислих мас-медійних текстах з'являються оказіоналізми, які почасти походять від загальноновживаних слів, що сприяє швидкому розумінню їх у контексті:

у гороскопі: *спр.* < сприятливий (день), *неспр.* < несприятливий (день);

в анонсі фільму: *реж.* < режисер, *у гол. рол.* < у головних ролях;

в оголошенні: *заг. пл.* < загальна площа, *жит. пл.* < житлова площа, *5к кв.* < п'ятикімнатна квартира;

в анонсі новини: *На ст. м. «Золоті ворота» людина впала під потяг* (соцмережа Facebook, сторінка «Єдність»), де *ст. м.* < станція метро.

Прагматизм спонукає використовувати в стислих текстах цифрові позначення чисел замість числівників, що яскраво проявляється в мас-медійному дискурсі. Крім того, що цифри дають можливість зменшити кількісний склад повідомлення, вони ще й скорочують час, витрачений на читання числової інформації, що полегшує сприймання тексту читачем. Порівнявши графемну довжину цифрового позначення та відповідного числівника, ми можемо переконатися у значному раціоналізмі цього підходу викладення інформації, який існує від початку обігу різних видів ЗМІ: *950 патрульних склали присягу в Дніпропетровську 17 січня* («Газета по-

українськи», №6 від 19.01.16, с. 4). У наведеному реченні заміна цифрових позначень 950 та 17 на числівники *дев'ятсот п'ятдесят* та *сімнадцятого* (*Дев'ятсот п'ятдесят патрульних склали присягу в Дніпропетровську сімнадцятого січня*) не лише призвела б до збільшення кількості графем на 28 одиниць, що становить 49%, але й ускладнила б процес читання тексту, бо людина швидше сприймає цифру, ніж написаний складений числівник. Тому цифрові заміни числівників використовуються в різних жанрах мас-медійного дискурсу: замітках, гороскопах, анонсах, прогнозах погоди, заголовках тощо:

- 1) Під час її презентації учні 7 класу Межівської СЗШ I-II ступенів аграрного ліцею-інтернату дізналися про великодні традиції краю та цікаві традиції інших країн – про те, як святкують у Європі та Америці («Вісті Придніпров'я», №23 від 5.04.16, с. 4);
- 2) **15 000** українок щороку гинуть від рук власних чоловіків, заявляє Ірина Луценко, нардеп від БПП («Газета по-українськи», №95 від 27.11.15, с. 5);
- 3) Протягом ефіру з 08.00 до 10.00 повторював, що люди не відчують духу Різдва («Газета по-українськи», №103 від 25.12.15, с. 8).

На графічному рівні компресії у стислому мас-медійному тексті відіграють особливу роль **графічні виділення**, коли всупереч мовним нормам у слові виділяється іншим шрифтом (або протилежним розміром літер) якась його частина, що несе в собі смислове навантаження. Так, у заголовку *«КАСКАд невдоволення»* («Україна молода» №158 від 11-12.12.2015, с. 3) виділене слово *каска* натякає на протести шахтарів, одночасно входячи в структуру слова *каскад*, яке співвідноситься з рівнем невдоволення робітників вугледобувної галузі. У іншому заголовку із загального фону великих літер випадає кілька букв, написаних маленькими, що створює мовну гру: *«ПАНдемІЧНИЙ ГРИП»* («Український тиждень», №45 від 6-12.11.2009, с. 14), – де *пандемічний* перетворюється на *панічний*. Хоча маніпулювання різними видами шрифту й не зменшує обсяг тексту, як наприклад, умовні скорочення, зате розширює його семантичне поле, вносить імпліцитний зміст, що сприяє розгортанню інформаційного плану повідомлення, що повністю відповідає

прагматиці СТ у ЗМІ. Крім того, виділення шрифтом (а інколи шляхом підкреслення прямою лінією) допомагає читачеві зосередити увагу на найголовнішому та сприяє зоровому запам'ятовуванню важливої інформації: «*Енергоефективність економіки в Україні ВДВІЧІ-ВТРИЧІ менша, ніж у розвинених країнах*» («Український тиждень», №43 від 25-31.10.2013, с. 16). Прочитавши заголовок *Принципова умова* («Україна молода», №153 від 1.12.15, с. 11), читач буде заінтригований, не розуміючи, де шукати сіль висловлювання – в якійсь *умові* чи у *мові*; лише ознайомившись із лідом, де розповідається про спроби нашого співвітчизника отримати паспорт без написів російською, він зрозуміє, що *принципова умова* – у *мові*. Така гра шрифтом одночасно і скоротила заголовок, і додала йому інтриги, і створила інтерес у реципієнта. Слова, утворені за допомогою різноманітних графічних виділень, у мовознавстві ще не знайшли свого однозначного терміна й визначаються вченими як графічні okazіоналізми, графічні каламбури, слова-кентаври тощо. Лінгвісти трактують їх як неологічні утворення і сходяться в тому, що «графічні okazіоналізми створюються за допомогою газетної графіки, шрифтів, виділень, ілюстрацій, типографських знаків і знаків пунктуації» [6, с. 89].

Серед графічних засобів стиснення тексту слід назвати й **специфічне, що виходить за рамки мовної норми, використання розділових знаків**, яке в кожному окремому випадку має власне семантичне навантаження, що виводить реципієнта висловлювання за межі надрукованого, задіює певний асоціативний ряд або фонові знання, тим самим розширюючи кордони повідомлення. Також незвична розстановка розділових знаків додає напруги в тексті: 1) *(САМО)КРИТИЧНИЙ ПОГЛЯД НА ІСТОРІЮ* («Кіно-Театр», №5 за 2014, с. 17); 2) «*Обмежене*» *вшанування* («Україна молода», №153 від 1.12.15, с. 2); 3) *Гловацький. Людина з надією*. («Кіно-Театр», №5 за 2014, с. 4).

Серед застосовуваних у СТ графем доволі часто зустрічаються позначення, які не належать до власне лінгвальних: € < євро, + < плюс, ° C < градус Цельсія, \$ < долар, ☺, ☀, ♂, ♀ тощо. Такі економні засоби дають змогу

заощадити площу повідомлення, полегшити його декодування реципієнтом, посилюють атракцію вислову, сприяють легкому запам'ятовуванню інформації, несуть у собі певний естетичний потенціал: 1) «Є ІДЕЯ» (реклама банківського кредиту); 2) «☀ Сх. 05.46 Зах. 20.18 Трив. дня 14.32 • Зах. 20.22 Сх. 6.35 Новий місяць 14 серпня» («Вісті Придніпров'я» №62 від 06.08.2015, с. 18).

Часто в одному тексті поєднуються різні види графічних скорочень, що дає змогу значно скоротити формальну структуру повідомлення, при цьому абсолютно не змінивши інформаційний план його вираження: 1) *Україна в листопаді імпортувала 1,1 млрд. куб. м природного газу, з них 65% надійшло з території Європи* («Україна молода», №154 від 2.12.15, с. 6); 2) *В 1/4 фіналу Ларссон зустрінеться з переможницею зустрічі між 8-м номером «посіву» американкою Луїзою Чиріко та іспанкою Ларою Арруабарреною* (ukrinform.ua); 3) **«Кредити до 300 тис. грн. Мінімальний %. Надійно. Швидко. Тел. 0(95) 045 31 61»** («Газета по-українськи», №93 від 20.11.15, с. 31). Поєднання різних графічних засобів компресії у одному тексті відповідає вимогам прагматики медіадискурсу та стислого тексту: забезпечити найвищий рівень інформативності тексту, використавши при цьому найменший можливий кількісний набір мовних засобів, оформлених у раціональну форму та чітко спрямованих на досягнення комунікативної мети.

Засоби скорочення тексту на графічному рівні в мас-медійному дискурсі активно вживаються у більшості жанрових різновидів стислого тексту: коротких замітках, звітах, хроніках, дайджестах, заголовках, анонсах, програмах (телебачення, кіно, театру і т. д.), прогнозах погоди, рекламі, оголошеннях, слоганах. Роль графіки в СТ полягає в першу чергу в згорненні структури повідомлення та зменшенні обсягу тексту, згущенні інформаційного плану повідомлення, приверненні уваги споживача медіапродукту, створенні певного емоційного та маніпулятивного впливу, в реалізації підходів до естетики тексту.

Висновки з дослідження і перспективи подальших пошуків. Отже, графічні засоби компресії у СТ українського мас-медійного дискурсу володіють

значним потенціалом для згорнення площі, яку займає текст; слугують способом задоволення запитів читачів на лаконізм та стислість подачі матеріалу, що скорочує час на його сприймання; виконують атрактивні та естетичні функції. Подальші дослідження вимагають комплексного підходу до аналізу стислих текстів у вітчизняному мас-медійному дискурсі та їх лінгвальних і паралінгвальних особливостей.

ЛІТЕРАТУРА

1. Грищева Е. Элокутивный аспект изучения графической окказиональности в современной лингвистике: к постановке проблемы / Е. Грищева // Вестник военного университета. Научное обеспечение подготовки военных гуманитариев. – 2011. – № 2 (26). – С. 82-87.
2. Кафтанджиев Х. Тексты печатной рекламы / Х. Кафтанджиев. – М. : Смысл, 1995. – 73 с.
3. Крутько Т. В. Англomовна реклама у віртуальному просторі: дис. ... канд. філол. наук: 10.02.04 / Т. В. Крутько. – Рівне : РІСКСУ, 2006. – 216 с.
4. 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.
5. Собченко Н. С. Графические окказионализмы рекламного дискурса / Н. С. Собченко // Мова. – 2013. – № 20. – С. 189-192.
6. Сурикова Т. И. Про заплату из зарплаты: графические окказионализмы: удачи и неудачи / Т. И. Сурикова // Журналистика и культура русской речи. – 2002. – №1. – С. 87-93.
7. Ferraz Martínez A. El lenguaje de la publicidad / Antonio Ferraz Martínez. – Madrid : ArcoLibros, 1993. – 72 p.

Мирошниченко І. Г., старший преподаватель кафедры иностранных языков Днепропетровского национального университета железнодорожного транспорта им. В. Лазаряна (Днипро, Украина)

Iryna Miroschnyenko, Senior Teacher, Dnipropetrovsk National University of Railway Transport named after Academician V. Lazaryan, Dnipro, Ukraine